

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

УДК: 338.2; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-5-11

Адвокато́ва Н., к.е.н., доцент
Танклевська Н., д.е.н., професор
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

АГРОПАРКИ ПОВНОГО ЦИКЛУ ВИРОБНИЦТВА В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІВДЕННОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ

Анотація. У статті проведено дослідження організаційно-економічних механізмів створення Агропарку повного циклу виробництва, який допоможе Південному регіону у інноваційному розвитку. Використання кластерного підходу дає змогу визначити однорідні групи підприємств, для кожного з яких запропоновано уніфіковані стратегії інноваційно-економічних перетворень. Уперше запропоновано інноваційну модель Агропарку повного циклу виробництва Південного регіону на основі кластерного підходу.

Ключові слова: повний цикл виробництва, інноваційний розвиток регіону, кластеризація, інновація, модель, Агропарк, кластерний підхід.

JEL code classification: Q1, L3, O3

Advokatova N., PhD in Economics sciences, Associate Professor
Tanklevskaya N., Doctor of economics, Professor
Kherson State Agrarian University, Ukraine

AGRO PARKS OF FULL PRODUCTION CYCLE IN THE CONTEXT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE SOUTHERN REGION OF UKRAINE

Abstract. The article analyzes the organizational and economic mechanisms for the creation of a full-cycle agro-park, which, with the application of innovative approaches to production and the development of strategic, operational and innovative management decisions regarding the adaptation of enterprises to a changing environment, will help the Southern region in its innovative development. The use of a cluster approach enables the identification of homogeneous groups of enterprises, for which each unified strategy of innovation and economic transformation is proposed.

In the course of the conducted research, general scientific methods were used, in particular, monographic with the comprehensive and comprehensive study of the main external and internal elements of the functioning of the Agro park; analysis and synthesis - to determine the main factors and components of innovative development of the Southern region of Ukraine, including Agro parks full cycle of production; cluster approach - for the organization of a new level and quality of production links of economic entities, with the assessment of the potential of the competitiveness of territorial associations, network structures and other integration entities.

For the first time an innovative model of Agro park of the full cycle of Southern production was proposed based on a cluster approach. The article presents the results of the research, which economically substantiate the innovation development of the Southern region of the country in accordance with the determined organizational and economic mechanisms for the creation of a full-cycle agricultural production park that will contribute to the growth of industry in the region.

The results of the research can be used during the formation of national and regional programs for support and development of industry, in particular farms, agricultural enterprises and enterprises of the food and processing industry for the purpose of realization of economic potential of the agro-food complex of Ukraine.

Key words: Agroparks of full cycle of production, innovative development of the region, clusterization, innovative model of Agropark, cluster approach.

Постановка проблеми. В умовах інтеграції міжнародної економіки багатовекторність сучасної економіки України потребує прискореного інноваційного розвитку. Тому інновації відіграють провідну роль одного з факторів посилення конкурентоспроможності вітчизняної економіки у національному та міжнародному масштабах. Збільшення сегменту високотехнологічного інноваційного виробництва позитивно впливає на динаміку експорту та сприяє посиленню конкурентних переваг вітчизняної економіки. Важливе значення для пояснення сутності інноваційного розвитку Південного регіону України має його трактування з точки зору створення та впровадження в дію Агропарку повного циклу виробництва. Інноваційний підхід до створення Агропарку обумовлено необхідністю стрімкого розвитку сільськогосподарських підприємств і підприємств харчової та переробної промисловості за умови поліпшення кількісних та якісних характеристик їх діяльності, інноваційного підходу, забезпечення зміцнення ринкових позицій та створення умов для їх прогресивного інноваційного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Опрацювання наукового доробку дозволяє стверджувати, що джерелом інноваційного розвитку є інновації, а інноваційний розвиток ідентифікується з пошуком та створенням нової продукції і нових процесів на основі використання сукупності всіх наявних засобів та можливостей підприємства, що призводить до якісних та кількісних змін.

Питанням інноваційного та аграрного розвитку присвячені праці багатьох вчених-економістів, фахівців таких як Л.І. Федулова [1], В. Юрчишин [6], М.В. Шарко [3], Н.С. Танклевська [4], В.О. Бабенко [13] та ін. Проте, незважаючи на значну кількість наукових праць і напрацювання в дослідженнях, низка науково-методичних і прикладних питань щодо інноваційного розвитку мають різний ступінь розроблення та потребує доповнення й уточнення у зв'язку з стрімким динамічним розвитком аграрної сфери, НТП

та інтеграційними процесами в економіці країни.

У зв'язку з цим виникає об'єктивна необхідність у подальшому поглибленні й деталізації теоретичних, методичних та практичних аспектів щодо створення і впровадження в дію Агропарків, як інноваційної складової розвитку регіонів країни в контексті забезпечення корисності від повного циклу виробництва. Це й обумовило вибір теми, основну мету, актуальність і доцільність проведення нашого дослідження.

Метою дослідження є організаційно-економічні механізми створення Агропарку повного циклу виробництва в контексті інноваційного розвитку Південного регіону на основі кластерного підходу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційний розвиток Південного регіону – це комплекс механізмів, які включають розробку, практичне впровадження комерціалізації нових ідей, товарів, техніки, технологій і організаційних форм у будь-якій сфері господарської діяльності, що сприяє задоволенню потреб на ринку і приносить економічний ефект.

Інноваційна інфраструктура регіону є запорукою стрімкого розвитку регіону та сукупності підприємств і організацій будь-якої форми власності, які надають послуги по забезпеченню інноваційної діяльності підприємств [1, с. 23]. Такою інноваційною складовою розвитку регіону є створення і впровадження в дію Агропарку повного циклу виробництва. Для забезпечення сталого економічного зростання економіки країни необхідно швидкими темпами переходити від сировинного виробництва до виробництва інноваційних товарів та послуг. Так, країни східної Європи, купуючи українську сировину (сільськогосподарську продукцію) за низькими цінами, переробляють її у продовольчі товари і реалізують на європейському ринку, таким чином харчова промисловість європейських країн зростає і насичує міжнародний ринок товарами. Створення Агропарку повного циклу виробництва у Південному регіоні України може підняти сільськогосподарську, харчову та переробну промисловість України, а також створити нові робочі

місця та можливість виходу на міжнародні ринки вітчизняних товарів. Таким чином, Агропарк повного циклу виробництва при впровадженні інноваційних підходів до управління, організаційно-економічних механізмів та інноваційних складових технічного та технологічного виробництва уособлює інноваційну складову розвитку регіону.

Однією з проблем інноваційного розвитку України, незважаючи на наявність значного інтелектуального і ресурсного потенціалу, є відсутність механізму, який міг би об'єднати наявні ресурси і сконцентрувати їх на найперспективніших для української економіки напрямках та території.

Ідеологією інноваційного розвитку є розгляд організаційно-економічних механізмів та упорядкування знань, що слугують основою побудови моделей і структурно-логічних схем. Вирішення проблеми побудови організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку починається з постановки цілей, серед яких слід виділяти реальні та ідеальні [2, с. 130].

Розробка і застосування інноваційної моделі економічного розвитку Південного регіону України дасть можливість прискорити впровадження кластерного підходу на загальнодержавному та локальному рівнях [12, с. 22]. Виникнення нових та підтримка існуючих кластерних структур може бути запорукою поступального руху розвитку кожного територіального утворення. Отже, спроможність підприємств до інноваційної діяльності є його інноваційним потенціалом, одним із дієвих механізмів нарощування якого вбачаємо об'єднання зусиль груп підприємств та організацій.

Теоретичні основи кластеризації започатковані в Агропарку повного циклу виробництва, а механізми реалізації можуть бути задіяні через кластерний підхід. Через особливості кластерного підходу визначаються перспективи розвитку регіону. Але на сьогодні існують проблеми, пов'язані з оцінкою можливостей кластерного підходу до організації нового рівня та якості виробничих зв'язків суб'єктів господарювання, з оцінкою потенціалу конкурентоспроможності територіальних об'єднань, мережевих структур та інших

інтеграційних утворень. Спільною ознакою Агропарку, завдяки якій вони здійснюють суттєвий інноваційний прорив, є те, що всі учасники працюють як елементи мережі, а не поодиноці впроваджують інноваційні підходи до управління та виробництва (рис.1).

Ядро та центр кластеру (зображення у трикутнику), де: К – Керівник, Р – Рада учасників Агропарку, В – Виконавчий орган Агропарку, який формує політику Агропарку.

Політика Агропарку не може мати нескінченної кількості векторів спрямованості, оскільки для досягнення цілей необхідно виділити лише головні вектори напряму політики, наприклад, три вектори: інноваційно-економічний напрям, організаційно-комунікативний напрям, нормативно-правовий напрям. Всі інші вектори політики відносяться до процесу самоорганізації і самоврядування кожного окремо взятого суб'єкта Агропарку.

Політика Агропарку формується на підставі:

- дослідження регіональної економіки з метою вибору та визначення мети, методології та векторів політики;
- дослідження існуючої нормативно-правової бази;
- дослідження та аналіз доступного ресурсу, включаючи сировинну базу, трудові ресурси, інтелектуальні ресурси, промислові ресурси та ін.
- реалізації програми заходів з підтримки розвитку Агропарку в регіоні;
- моніторингу та оцінки виконання агрополітики та розвитку Агропарку в регіоні;
- факторів успіху – вивчення успішних і передових практик створення Агропарків і виявлення локальних факторів, що впливають на розвиток Агропарку повного циклу виробництва в регіоні.

Діяльність Агропарку повного циклу виробництва базуватиметься на методах багатовимірного аналітичного та статистичного аналізу як інструментарію управління та будуть відкриватися широкі можливості для моделювання, аналізу та процесів, що характеризуються багатьма характеристиками і показниками ефективності діяльності госпо-

дарств. Конкурентні переваги, що досягаються при цьому, забезпечуються за рахунок обміну ресурсами, інформацією, формуван-

ням стратегій розвитку на основі попиту і пропозицій, додаткових послуг та основного ціноутворення [10, с. 165].

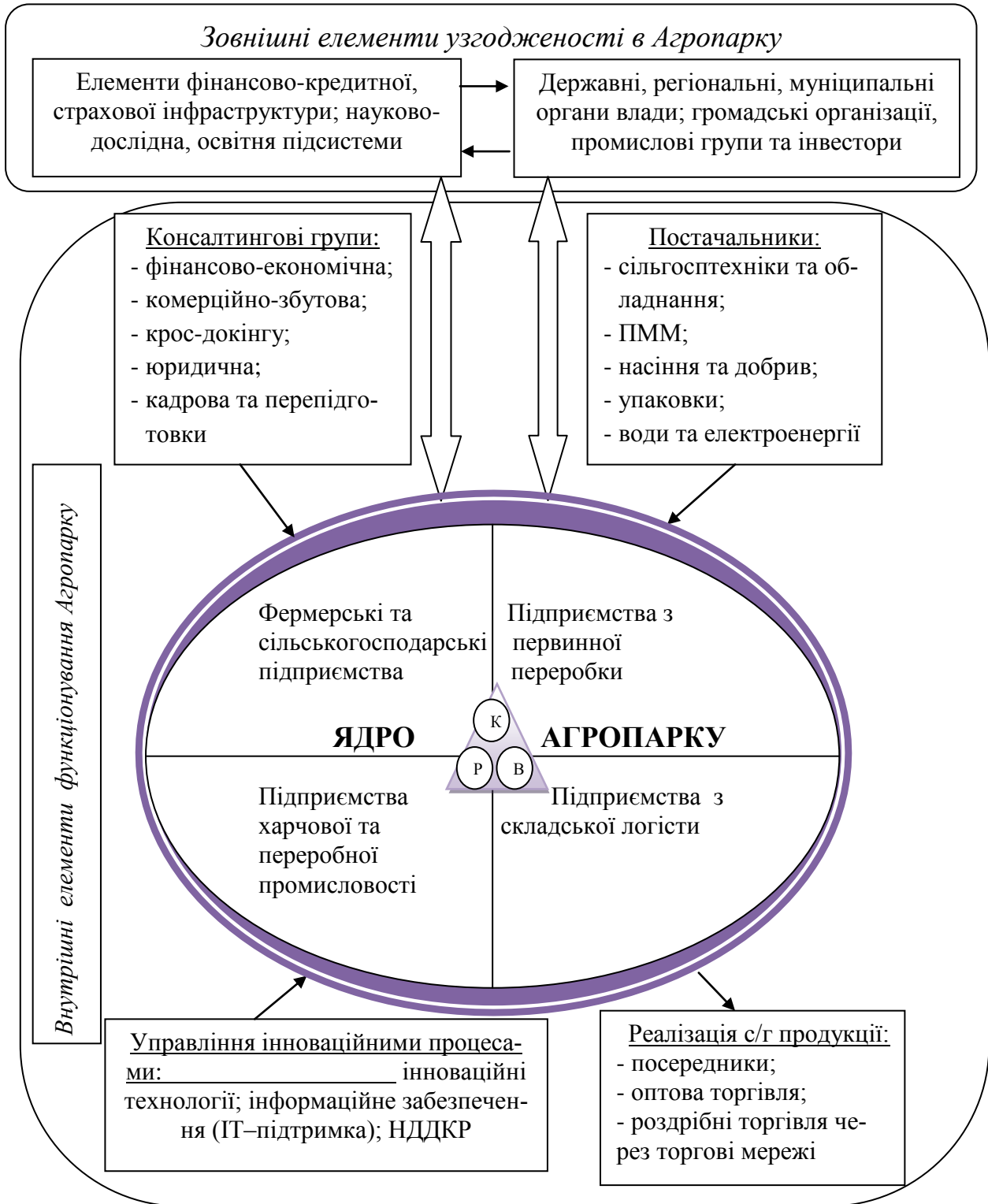


Рис. 1. Модель Агропарку повного циклу виробництва Південного регіону

Джерело: розробка автора

Створення Агропарку на основі кластерного підходу розуміється як процес знаходження груп об'єктів, які мають високу внутрікластерну схожість, тобто об'єкти, що належать одному напрямку діяльності, більше схожі один на одного, ніж на об'єкти, що належать іншим групам.

Для невеликого числа чинників, що характеризуються декількома змінними, результатом кластерного підходу є входження в Агропарк. Вирішальним критерієм для визначення схожості ознак є відстань між ними. Визначальним рішенням входження в Агропарк є розподіл відповідних цільових призначень господарств, підприємств та організацій до підсумкової моделі даних, яка є рішенням задачі створення Агропарку повного циклу виробництва.

Таким чином, задача кластеризації Агропарку полягає в поділі досліджуваної множини підприємств на групи зі схожими властивостями або атрибутами щодо забезпечення функціонування Агропарку повного циклу виробництва.

Для класифікації підприємств у дослідженні використано ієрархічний агломеративний метод Уорда з використанням евклідової метрики.

У результаті кластерного аналізу за допомогою попередньо заданих змінних формуються групи спостережень. Кластеризація покликана виявити локальні згущення виробничих об'єктів за визначальними ознаками, вважаючи, що об'єкти задані в метричному просторі X з метрикою p .

Задачу кластеризації підприємств Агропарку повного циклу виробництва можна визначити таким чином: необхідно здійснити групування підприємств таким чином, що відстань $d(K_i, K_j)$ між різними підприємствами має бути значною, а між об'єктами одного виробництва невеликою, тому необхідно мінімізувати функціонал F [3, с. 115]:

$$F = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{x^t, x^j \in K_i} p(x^t, x^j)}{\sum_{1 \leq i < j \leq n} d(K_i, K_j)} \quad (1)$$

Кластерний метод дозволяє реалізувати

найважливіші взаємозв'язки в технологіях, навичках, інформації, маркетингу і споживчих запитах, які використовуються для функціонування Агропарку. Ці взаємозв'язки впливають на спрямованість і темпи інновацій, а також на конкурентоспроможність Агропарку повного циклу виробництва.

Висновки. Ґрунтуючись на проведеному дослідженні, виділено ряд основних напрямів, що дозволяють провести успішну політику Агропарку повного циклу виробництва, яка дозволить підняти інноваційно-інвестиційну привабливість і поліпшити економічні показники регіону, а також стимулювати сільськогосподарську, харчову та переробну промисловості країни до інноваційного шляху розвитку економіки країни.

Агропарки повного циклу виробництва зможуть вивести свої підприємства на міжнародний ринок зі своєю конкурентоспроможною інноваційною продукцією та розробляти для них стратегічні та інноваційні управлінські рішення щодо пристосування цих підприємств до інтеграційних процесів з метою забезпечення сталого функціонування в сучасних умовах господарювання. Застосування кластерного підходу дозволить визначити однорідні групи підприємств, для кожної з яких запропоновано уніфіковані стратегії економічних перетворень. Крім цього, кластерний аналіз доцільно застосовувати у маркетингу для сегментування ринку за групами споживачів, за основними конкурентами та за параметрами продукції.

Агропарки повного циклу виробництва сприятимуть зростанню ділової активності підприємницьких структур, поліпшення інвестиційного клімату в регіоні, розвитку соціальних, економічних, інформаційних та інтеграційних систем, що, в свою чергу, дає імпульс для більш інтенсивного розвитку підприємництва, залучення інвестицій та економічного підйому країни в цілому.

Майбутні дослідження повинні бути спрямовані на розвиток і наукове обґрунтування впровадження Агропарків повного циклу виробництва на всій території України та використання інноваційних технологій в сільськогосподарському виробництві, харчовій та переробній

промисловості. У подальшому актуальним є проведення дослідження щодо практичного застосування метода кластеризації досліджуваної множини підприємств на гру- пи зі схожими властивостями або атрибутами щодо забезпечення функціонування Агропарку повного циклу виробництва.

Список літератури:

1. Федулова Л. І. Інноваційність економіки ЄС та України: напрями скорочення розриву. *Economic Annals-XXI*. 2016. № 156(1–2). С. 22–25. URL: <http://dx.doi.org/10.21003/ea.V156-0005>
2. Адвокатова Н.О. Стратегічні орієнтири і прогнозування розвитку галузі овочівництва. *Сучасні тренди і перспективи розвитку овочівництва у Херсонській області*: колективна монографія / за ред. Н.С. Танклевської. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2019. С.110-133.
3. Шарко М.В. Иерархическая кластеризация производственных объектов. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. К.: Київський національний торговельно-економічний університет. 2013. № 3. С. 114-128.
4. Танклевська Н.С., Карнаушенко А.С. Развитие финансирования деятельности аграрных предприятий: монография. Херсон: Айлант, 2015. 184 с.
5. Food and Agricultural Organization (FAO). FAOSTAT database, compare data. Version current 2019. URL: <http://www.fao.org/faostat/en/#compare>.
6. Юрчишин В. В. Сільські території як системоутворюючі фактори розвитку аграрного сектора економіки. *Економіка АПК*. 2005. № 3. С. 3–10.
7. Маслак О., Маслак Н., Гужвенко С. Передумови розвитку малого підприємництва в сільській місцевості. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2018. Vol. 4. No. 4. Pp. 113–129. URL: <http://arejournal.com>.
8. Малік М. Й., Пулім В. А. Концептуальні засади розвитку сільських територій. URL: <http://vadyba.asu.lt/8/156.pdf>.
9. Попович В. В., Колмогорова І. В. Особливості становлення та розвитку сільських територій в Україні. *Ефективна економіка*. 2012. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3294>.
10. Присяжнюк О., Плотнікова М. Удосконалення моделі управління аграрними проектами. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2017. Vol. 3. No. 1. pp. 164–172. URL: <http://are-journal.com>.
11. Чемерис В., Душка В., Максим В., Соломонко Д. Бізнес-модель розвитку сільських територій України. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2019. Vol. 5. No. 1. Pp. 154–176. URL: <http://are-journal.com>.
12. Кузьмін О., Жежуха В. Кластери як чинник інноваційного розвитку підприємств і територіальних утворень. *Економіка України*. 2009. №2. С. 14–23.
13. Babenko V. O. Modeling of factors influencing innovation activities of agricultural enterprises of Ukraine. *Scientific Bulletin of Polissia*. 2017. Vol. 2. Is. 1(9). Pp. 115–121. URL: [http://dx.doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-1\(9\)-115-121](http://dx.doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-1(9)-115-121)
14. Chesbrough H. W. *Open Business Models: How to Thrive in the New Innovation Landscape*. Boston, MA: Harvard Business School Press, 2006. 224 p.
15. Jansen W. *New Business Models for the Knowledge Economy*. London, 2007. 159 p. URL: <https://doi.org/10.4324/9781351152723>.
16. Teece D. J. Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*. 2018. Vol. 51. Is. 1. Pp. 40–49. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007>.
17. Про фермерське господарство: Закон України від 14.06.2003 р. № 973-IV (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/973-15>.
18. Про державну підтримку сільського господарства України: Закон України від 24.06.2004 р. № 1877-IV (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15>.
19. У 2016 році розпочато створення 6 агро-рекреаційних кластерів. Міністерство аграрної політики і продовольства. URL: <http://minagro.gov.ua/node/22957>.
20. FAO (2017), *The State of Food and Agriculture. Leveraging food systems for inclusive rural transformation*. URL: <http://www.fao.org/3/a-I7658e.pdf>.
21. Vasylieva, N. K. (2016), Cluster models of households' agrarian production development. *Economic Annals-XXI*, vol. 158, is. 3-4(2), pp. 13–16. URL: <http://dx.doi.org/10.21003/ea.V158-03>.

References

1. Fedulova, L. I. (2016), Innovation of the EU economy and Ukraine: directions for reducing the gap. *Economic Annals-XXI*, vol. 156, is. 1–2, pp. 22–25, available at: <http://dx.doi.org/10.21003/ea.V156-0005>
2. Advokatova N.O. (2019) Strategichni orientiri i prognozuvanya rozvytky galuzi ovochivnictva [Modern trends and prospects of vegetable growing in the Kherson region], Gelvetika, Kherson, Ukraine, pp.110-133.
3. Sharko M.V. (2013), Hierarchical clustering of industrial objects. *Bulletin of Kyiv National University of Trade and Economics*, no. 4, pp. 114-128.

4. Tanklevska N.S., Karnaushenko A.S. (2015) Rozvytok finansuvanya diyalnosti agrarnih pidpriemstv [Development of financing activities of agrarian enterprises], Ilant, Kherson, Ukraine, 184p.
5. Food and Agricultural Organization (2019). FAOSTAT database, compare data, available at: <http://www.fao.org/faostat/en/#compare>.
6. Yurchyshyn, V. V. (2005), Rural territories as system-forming factors for the development of the agrarian sector of the economy. *Ekonomika APK*, no. 3, pp. 3–10.
7. Maslak, O., Maslak, N. and Huzhvenko, S. (2018), Background of the development of small entrepreneurship in rural areas. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, [Online], vol. 4, no. 4, pp. 113–129, available at: <http://are-journal.com>.
8. Malik, M. and Pulim, V. (2007), The conceptual foundations of the rural area development, available at: <http://vadyba.asu.lt/8/156.pdf>.
9. Popovych, V. V. and Kolmohorova, I. V. (2012), Features of formation and development of rural areas in Ukraine. *Efektivna ekonomika*, no. 12, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3294>.
10. Prysiazhniuk, O., Plotnikova, M. (2017), Improving the model of agricultural project management. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, vol. 3, no. 1, pp. 164–172, available at: <http://are-journal.com>.
11. Chemerys, V., Dushka, V., Maksym, V. and Solomonko, D. (2019), Businessmodel of rural areas development in Ukraine. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, [Online], vol. 5, no. 1, pp. 154–176, available at: <http://are-journal.com>.
12. Kuzmin O., Zhezhuha V. (2009) Klasteri yak chinik innovaciynogo rozvytku pidpriemstv i teritorialnih utvoren. *Ekonomika Ukraine*, no 2, pp. 14–23.
13. Babenko, V. O. (2017), Modeling of factors influencing innovation activities of agricultural enterprises of Ukraine. *Scientific Bulletin of Polissia*, vol. 2, is. 1(9), pp. 115–121, available at: [http://dx.doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-1\(9\)-115-121](http://dx.doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-1(9)-115-121).
14. Chesbrough, H. W. (2006), *Open Business Models: How to Thrive in the New Innovation Landscape*. Boston, MA: Harvard Business School Press, USA.
15. Jansen, W. (2007), *New Business Models for the Knowledge Economy*. London, UK, available at: <https://doi.org/10.4324/9781351152723>.
16. Teece, D. J. (2018), Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, vol. 51, is. 1, pp. 40–49, available at: <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007>.
17. The Verkhovna Rada of Ukraine (2003), The Law of Ukraine «About the farm household», available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/973-15>
18. The Verkhovna Rada of Ukraine (2004), The Law of Ukraine «About state support of agriculture of Ukraine», available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15>.
19. Ministry of Agriculture and Food (2017), U 2016 rotsi rozpochato stvorennya 6 ahro-rekreatsiynykh klasteriv [In 2016 initiated the establishment of agro-6 recreational clusters] [Online], available at: <http://minagro.gov.ua/node/22957>.
20. FAO (2017), *The State of Food and Agriculture. Leveraging food systems for inclusive rural transformation*, available at: <http://www.fao.org/3/a-17658e.pdf>.
21. Vasylieva, N. K. (2016), Cluster models of households' agrarian production development. *Economic Annals-XXI*, vol. 158, is. 3-4(2), pp. 13–16, available at: <http://dx.doi.org/10.21003/ea.V158-03>.

УДК658:005.5; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-12-19

*Зайцева О.І., к.е.н., доцент,
професор кафедри менеджменту, маркетингу і туризму
Херсонського національного технічного університету
Жосан Г.В., к.е.н., доцент
кафедри менеджменту організацій*

ОЦІНЮВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ В КОНТЕКСТІ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ

***Анотація.** Розглянуто науково-методичні підходи до оцінювання операційної ефективності на засадах удосконалення управління бізнес-процесами і впровадження цифрових технологій на підприємстві. Наголошено, що сучасним підприємствам необхідно підвищити рівень операційної ефективності та удосконалити управління бізнес-процесами за рахунок оптимізації постачань, трансформації ключових функцій виробничо-збутового ланцюгу та підвищення результативності всього бізнес-циклу. Запровадження цифрових технологій призведе до зростання потенціалу операційної ефективності реалізації операційної стратегії підприємства.*

***Ключові слова:** операційна ефективність, управління бізнес-процесами, операційна стратегія підприємства, трансформація операційної моделі, «цифровізація» бізнес-процесів.*

JEL code classification: M21

*Zaytseva O.I., Ph.D., Ass. Prof.,
Professor of Management, marketing and tourism department of
Kherson national technical university
Zhosan G.V., Ph.D., Ass. Prof.,
Management of organizations department*

OPERATING EFFICIENCY ASSESSMENT IN THE CONTEXT OF IMPROVING GOVERNANCE BUSINESS PROCESSES

***Abstract.** The scientific and methodological approaches to the estimation of operational efficiency on the bases of improvement of business process management and introduction of digital technologies as innovative trends in forming the operational strategy of the enterprise are considered. It is substantiated that operational efficiency is a strategic priority and is effectively implemented at all levels of the enterprise. In today's business environment, two areas of projects are being actively used to improve operational efficiency: implementation of the ERP system and implementation of pr It is proved that the increase of operational efficiency potential is the introduction of "digital" technologies, which in general will lead to the improvement of business process management and implementation of the operating strategy of the enterprise. It is emphasized that the "digitalization" of business process management should take place in three directions: technological, regulatory, economic, production. It is concluded that in order to become a stable market leader in specific areas of the economy, we need to focus on key activities, namely: to increase the potential of operational efficiency of the enterprise, to improve the management of business processes in the context of the formation and development of digital operating strategy and to manage its implementation to the operational advantage of its digital execution. The introduction of digital technologies will increase the capacity of operational efficiency and the implementation of the operating strategy of the enterprise.*

***Keywords:** operational efficiency, business process management, enterprise operational strategy, transformation of operating model, "digitalization" of business processes.*

Постановка проблеми. Сучасні технологічні зміни четвертої промислової революції та всеохоплююча діджиталізація відкривають нові унікальні можливості для розвитку інноваційних підприємств, підвищення їх операційної ефективності та загального удосконалення управління бізнес-процесами. Підприємства, які відчують, опановують і знаходяться в потоці світових трендів, розуміють, що принципи цифровізації економіки України набувають рис авангардного характеру, тому, що цифрова епоха докорінно змінює підходи до ведення бізнесу і моделювання бізнес-процесів, оцінювання їх стратегічної значущості і операційної ефективності, посилення ролі нематеріальних активів у забезпеченні успішності та пізнаваності підприємства на глобальному насиченому ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження операційної ефективності стають предметом вивчення багатьох вчених-економістів. Критичний огляд категорії «операційна ефективність», оцінювання операційної ефективності у процесі створення ринкової цінності підприємства здійснено Никифорчиною М.Д.[1], проблеми оцінювання загальної операційної ефективності та окремих її складових досліджено в публікаціях Сооляте А.Ю., Шмелева А.Н. [2], науково-методичні підходи до формування системи управління операційною ефективністю концептуально обґрунтовано і викладено в працях Ситник Г.В., Архіпова Н.М.[3], принципи і методи управління операційною ефективністю в межах адаптивного управління підприємствами до умов усвідомленого споживання та інтеграції України до Європейського Союзу наведено Зайцевою О.І. та Жосан Г.В.[4-6]. Однак, незважаючи на значну кількість публікацій з окресленої проблеми, до цього часу існують не розв'язані наукові проблеми, пов'язані з оцінюванням операційної ефективності в контексті удосконалення управління бізнес-процесами і формування операційної стратегії підприємства.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження науково-методичних підходів до оцінювання операційної ефективності на засадах удосконалення управління бізнес-процесами і впровадження цифрових технологій, як інноваційних трендів у формуванні операційної стратегії підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Потреба ринку у клієнтоорієнтованому інтегрованому бізнесі та оптимізації витрат наразі є як ніколи високою. Сучасним підприємствам необхідно підвищити операційну ефективність та оптимізувати ланцюжок постачань за рахунок трансформації ключових функцій виробничо-збутового ланцюгу та підвищення результативності всього бізнес-циклу: від роботи з клієнтами до виробництва та закупівель товарів і послуг. Необхідно гнучко реагувати на динамічну споживчу кон'юнктуру, забезпечити зростання та прибутковість бізнесу, збільшити його ринкову вартість, скоротити витрати та одержати стійкий стратегічний результат.

Оцінювання операційної ефективності – це пошук можливостей для оперативного скорочення витрат та оцінки потенціалу підвищення ефективності в різних функціональних сферах підприємства у стратегічній перспективі. Операційна ефективність в такому сенсі визначається як стратегічний пріоритет і ефективно імплементується на всіх рівнях, що дозволить підприємству забезпечити глобальне лідерство.

Такий досвід успішних трансформацій компаній та проекти з підвищення операційної ефективності уважно досліджуються науковцями та економістами-практиками. На теперішній момент у бізнес-середовищі активно застосовуються два напрямки таких проектів: впровадження ERP-системи та впровадження процесного підходу управління операційною діяльністю.

ERP-система (Enterprise Resource Planning System – система планування ресурсів підприємства) – це корпоративна інформаційна система, призначена для

автоматизації обліку й управління. Як правило, ERP-системи будуються за модульним принципом і в тому або іншому ступені охоплюють всі ключові бізнес-процеси підприємства. Класичні системи ERP забезпечують операційну ефективність і управління наступними задачами:

- управління фінансами;
- планування та управління виробництвом;
- управління формуванням та розподілом запасів;
- управління реалізацією та маркетингом;
- управління утриманням покупців (управління споживчою лояльністю);
- управління постачанням;
- управління проектами;
- управління сервісним обслуговуванням;
- управління процедурами забезпечення якості продукції.

Впровадження процесного підходу управління операційною діяльністю має на меті підвищення ефективності діяльності підприємства, збільшення продуктивності роботи його структурних підрозділів, забезпечення незалежності від зміни керівництва та плинності персоналу за рахунок впровадження усталених результативних практик операційної діяльності. Впровадження процесного підходу складається з наступних етапів: моделювання та опис бізнес-процесів відповідно до нової організаційної структури підприємства, забезпечення детального опису всіх бізнес-процесів, введення матриці контролів для кожного бізнес-процесу, визначення власників контролів у процесі, впровадження формалізованої системи моніторингу параметрів бізнес-процесів та механізмів їх постійного удосконалення силами учасників бізнес-процесів.

Щоби бути успішними на українському і міжнародному ринку, підприємствам необхідно постійно знаходити інноваційні прийоми, виробляти більше з меншими витратами, адаптуватися до мінливих умов, впроваджувати сучасні інформаційні технології, підвищувати стратегічну стійкість бізнесу, здійснювати якісні зміни в організаційній структурі, бізнес-процесах,

локалізації діяльності та аутсорсингу. Орієнтуючись на клієнтів, необхідно системно моніторити ключові фактори успіху й основні джерела витрат, впроваджувати ефективні операційні моделі, поліпшувати співвідношення ціна-якість, проводити реінжиніринг процесів і підвищувати культуру виробництва. Тому оцінювання операційної ефективності полягає в наступних областях:

- трансформація операційної моделі;
- оптимізація витрат;
- створення й оптимізація загальних центрів обслуговування;
- передача процесів на аутсорсинг;
- підвищення надійності виробничих ліній та впровадження інструментів бережливого виробництва (LeanSixSigma);
- управління інвестиціями;
- удосконалення управління бізнес-процесами.

Трансформація операційної моделі полягає в проектуванні та впровадженні ефективної операційної моделі, яка більш повно задовольняє потреби компанії та дозволяє скоординувати операційну діяльність зі стратегією. Оптимізація операційної моделі полягає в: результативній зміні операційної системи управління; реінжинірингу бізнес-процесів; редизайні і оптимізації організаційної структури; визначенні бізнес-потреб і програми автоматизації; вдосконаленні системи управління операційною ефективністю. Проект з трансформації операційної моделі може охоплювати як усе підприємство, так і окремі його функціональні підрозділи або дивізіони.

Оптимізація витрат полягає у визначенні основних чинників формування та зростання витрат підприємства, посиленні контролю за ключовими процесами та створенні ефективної виробничої системи. Оптимізація здійснюється наступними шляхами: підвищення продуктивності праці; підвищення ефективності використання виробничих потужностей; оптимізації організаційної структури; передачі окремих функцій на аутсорсинг, здійснення релокації;

реінжиніринг у бізнес-процесів; нормування та впровадження системи KPI.

Створення й оптимізація загальних центрів обслуговування полягає у підвищенні ефективності допоміжних функцій, формуванні «сервісної культури» щодо внутрішніх клієнтів і скорочення витрат на back-офіс, впровадженні ефективної операційної моделі загального центру обслуговування, що відповідає бізнес-моделі та стратегічним цілям компанії. Керування спільними центрами обслуговування здійснюється на кожній стадії розвитку: розробка концепції ЗЦО; дизайн операційної моделі; впровадження та переклад бізнес-одиниць на обслуговування у ЗЦО; оптимізація існуючих центрів обслуговування; розширення функціоналу ЗЦО і вихід на нові географічні ринки.

Аутсорсінг бізнес-процесів сьогодні може стати ваговою конкурентною перевагою. Він дозволяє скоротити витрати, отримати доступ до висококваліфікованих кадрів і передових технологій, сфокусуватися на основних бізнес-процесах підприємства, на кожній виробничій стадії і на будь-якому функціональному рівні аутсорсингу. Аутсорсінг бізнес-процесів здійснюється в наступних сферах: визначення стратегії аутсорсингу; створення операційної моделі аутсорсингу, включаючи визначення функцій і процесів, що передаються на аутсорс, розробку моделі управління контрактом, моделі ціноутворення і системи SLA / KPI; допомога у підготовці контракту аутсорсингу; підтримка процесу переговорів з метою досягнення балансу між якістю і вартістю послуг, що надаються постачальником; підтримка передачі процесів на аутсорсінг для досягнення та забезпечення високої якості товарів та послуг у довгостроковій перспективі.

Комплексний підхід до впровадження методик бережливого виробництва (LeanSixSigma) і вдосконалення виробничої

системи полягає у значному підвищенні ефективності виробництва та досягненні стійких результатів за рахунок впровадження культури постійних поліпшень і вибудовування ефективних виробничих процесів, зокрема, формування системи з обслуговування обладнання та зниження витрат; впровадження процесу «вбудована якість» для підвищення якості продукції та мінімізації браку; трансформації виробничої культури та здійснення переходу з реактивної корпоративної культури на попереджальну; підвищення ролі автономних команд і забезпечення недопущення виникнення поломок, завдяки випереджальних ранніх інспекцій.

Удосконалення процесів управління інвестиціями – це запорука успіху у прозорості та ясності прийняття інвестиційних рішень, контролі за інвестиційними проектами і своєчасному пост-аналізі. Даний етап підвищення операційної ефективності складається з наступних кроків: удосконалення процесів планування інвестиційної діяльності та виконання інвестиційних проектів; формування інвестиційної політики, у тому числі систем класифікацій інвестиційних проектів і критеріїв ранжирування і відбору проектів до інвестиційної програми; побудова системи контролю виконання проектів: розробки показників контролю ходу проектів та методики їх обліку та формування, звітності за проектами.

Зростання потенціалу операційної ефективності полягає також у впровадженні «цифрових» технологій, що в загальному підсумку призведе до удосконалення управління бізнес-процесами і реалізації операційної стратегії підприємства. Цифрові технології, продукти і послуги які на сьогодні вважаються інноваційними трендами сучасного бізнес-середовища, представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Цифрові технології як інноваційні тренди сучасного бізнес-середовища

Назва цифрової технології/продукту/ послуги	Загальна характеристика цифрової технології/продукту/ послуги
NanoTech	Високотехнологічні промислові центри, підприємства, що займаються розробкою, корпусуванням, тестуванням мікроелектронної продукції, а саме напівпровідних пластин, кремнієвих кристалів, інтегральних мікросхем з високими стандартами контролю якості. Нанотехнології – це технологія колоїдних систем, це колоїдна хімія, колоїдна фізика, молекулярна біологія, вся мікроелектроніка. Практичний чинник нанотехнологій, має на увазі: виробництво пристроїв та їх компонентів, потрібних для створення, обробки і маніпуляції атомами, молекулами і наночастинками. У світі немає на сьогоднішній день стандарту, що таке нанотехнології, або нанопродукти. У Єврокомісії створена спеціальна група, щоби розробити класифікацію нанопродукції.
RetailTech	Від англійської «retail» – «роздрібний», «tech» – «технологія». RetailTech – це технології, які розроблені startup для застосування в сфері торгівлі. До цих технологій відносяться: 3D сканування, відстеження споживачів асистентами з підтримкою AI, які підтримують пракпосередником при передачі зображень з однієї програми в іншу.
FinTech	Технології у сфері фінансових сервісів, які вважаються перспективними і затребуваними напрямками для стартапів. Існує два основних продукта на основі FinTech. Перший, давно представлений на ринку, забезпечує софт і послуги фінансових сервісів, використовує модель B2B. Другий, активно розвивається і орієнтований на кінцевого споживача, тобто охоплює ринок B2C, і прагне виконати амбітне завдання – конкурувати з традиційними постачальниками фінансових послуг в боротьбі за масового клієнта.
LegalTech	Технології в юридичній сфері бізнесу, які спеціалізуються на інформаційно-технологічному обслуговуванні професійної юридичної діяльності і на наданні споживачам юридичних послуг з використанням ІТ. Може бути on-line-посередництво між замовником та юридичною фірмою або надання інструментів для юридичного самообслуговування зі зверненням до професійних юристів. Активізується рух legaltech, метою якого є перегляд традиційних поглядів на вирішення юридичних питань шляхом впровадження е-технологій у правових послугах.
InsurTech	Новітні страхові технології на фінансово-технологічній арені, – це поєднання і взаємопроникнення традиційного поняття страхування з новітніми технологіями за аналогією з поняттям Fintech. Insur Tech дає можливість змінити «правила гри» для страховиків, дозволяючи впроваджувати інновації, підвищувати актуальність пропозицій і

	зростати. Insur Tech отримує фінансування поряд з інвестиціями в FinTech-сектор. Великі можливості InsurTech приховуються не в тому, щоби надати існуючим страховим продуктам цифрову форму, а в тому, щоби докорінно змінити продукт або процес укладення договору на його надання з метою поліпшення якості обслуговування клієнта.
GovTech	ІТ-продукти, рішення, розробки, сервіси для держсектора: створення платформ для колаборації громадян, електронних петицій, краудсорсингу, розширення можливостей електронної ідентифікації (CivicTech), надання е-послуг в освіті, охороні здоров'я, регулюванні, адмініструванні, управлінні хмарними технологіями.
BlockChain	Вибудований за певними правилами безперервний послідовний ланцюжок блоків, що містять інформацію. Блокчейн (спосіб зберігання і узгодження баз даних) був спроектований для побудови децентралізованої (без єдиного керівного центру) фінансової системи, коректність роботи якої може перевірити кожний користувач.
Digitalmarketing	Таргетинговий і інтерактивний маркетинг товарів і послуг, що використовує цифрові технології для залучення і утримання потенційних клієнтів. Головними завданнями цифрового маркетингу є просування бренду і збільшення збуту за допомогою різних методик. Крім мобільних технологій, традиційних телебачення і радіометодів цифрового маркетингу використовують Інтернет і мобільні телефони (SMS і MMS) як основних комунікаційних посередників. Основні заходи цифрового маркетингу: пошукова оптимізація (SEO), пошуковий маркетинг (SEM), контент-маркетинг, маркетинг впливу (influencer marketing), автоматизація створення контенту, маркетинг в електронній комерції, маркетинг соціальних медіа (SMM), прямі розсилки, контекстна реклама, реклама в електронних книгах, програмах, іграх та інших формах цифрової продукції.
CRM&BPM	Система продажу: готові процеси для управління всіма типами угод. CRM об'єднує можливості системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) та системи управління бізнес-процесами (BPM).
Grid-технології	Grid обчислення – це географічно розподілена інфраструктура, яка об'єднує множину різних типів, доступ до яких користувач може отримати з будь-якої точки, незалежно від місця їх розміщення. Grid надає колективний розподілений режим доступу до ресурсів і до зв'язаних з ними послугами в межах глобально-розподілених організацій (підприємства які спільно використовують глобальні ресурси, бази даних, спеціалізоване програмне забезпечення).

Джерело: складено авторами за даними [7-12]

«Цифровізація» управління бізнес-процесами має відбуватися за трьома напрямками: безпечними, стандартизованими та сертифікованими;
 – регламентно-економічним, який передбачає впровадження нових моделей технологічного характеру повинні бути управління бізнес-процесами з

використанням «розумних» речей, промислового Інтернету, блокчейн технологій, їх регламентного забезпечення у відповідності з діючою нормативно-правовою базою соціально-економічних відносин суспільства;

– виробничим, що включає конкретні бізнес-додатки, які відповідають вимогам моделей управління другого напрямку, який базується на технічному забезпеченні та інфраструктурі першого напрямку[7, 8, с.145,9,10,11].

Висновки. Цифрові перетворення в сучасному бізнес-середовищі є складним завданням. Підприємствам, які досягли певного рівня цифрової зрілості, довелося

вирішувати складні культурні, організаційні, технологічні завдання, і лише інтеграція усіх цих факторів зробила ці трансформації успішними.

Для того, щоби стати сьогодні стійкими ринковими лідерами в конкретних сферах економіки, необхідно зосередитися на трьох ключових функціональних видах діяльності, а саме: нарощувати потенціал операційної ефективності підприємства, удосконалювати управління бізнес-процесами в контексті формування і розвитку цифрової операційної стратегії та керувати її реалізацією через перетворення в операційну перевагу її цифрове виконання.

Список літератури:

1. Никифорчин М.Д. Суть та основні поняття операційної ефективності в діяльності підприємства / М.Д. Никифорчин // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2013. – Випуск 3. – С. 88-92.
2. Соолятте А.Ю. Разработка теоретической концепции оценки и повышения операционной эффективности промышленного предприятия / А.Ю. Соолятте, А.Н. Шмелева // Век качества. – 2012. - №4. – 36 с.
3. Ситник Г.В., Архіпов Н.М. Система управління ефективністю операційної діяльності підприємства / Г.В. Ситник, Н.М. Архіпов // Проблеми економіки, Секція: Економіка та управління підприємствами. – 2018. – №1 (35), – С. 223-230.
4. Зайцева О.І. Формування системи управління операційною ефективністю підприємства / О.І. Зайцева // Управління персоналом в умовах знаннєвої економіки: міжнародна колективна монографія / За заг. ред. д.е.н. Г.Г. Савіної. – Херсон, ХНТУ МОН України, Вид-во ПП Вишемирський В.С., 2019. – 135 с. – С.55-72.
5. Зайцева О.І., Жосан Г.В. Впровадження соціально-етичного маркетингу в систему адаптивного управління підприємствами в умовах усвідомленого споживання / О.І. Зайцева, Г.В. Жосан // Науковий вісник ужгородського університету. – Серія «Економіка». – 2018. – Вип. 1(51). – С. 74-78.
6. Зайцева О.І., Жосан Г.В., Бетіна В.О. Стратегічна адаптація підприємства й аналіз методичних підходів до її оцінки в контексті інтеграції України до Європейського Союзу / О.І. Зайцева, Г.В. Жосан, В.О. Бетіна // Науковий журнал «Бізнес-інформ». – №3 (482). – 2018. – С. 348-354.
7. Н.М. Краус, О.П. Голобородько, К.М. Краус. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку / Краус Н.М., Голобородько О.П., Краус К.М. // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2018. – №1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.economy.nayka.com.ua.
8. Burkaltseva, D. D., Kosten, D. G. and Vorobyov, Yu. N. (2017), "Algorithm for the implementation of the program of "digital economy", Zbirka dopovidei na Mizhnarodnii naukovo-praktychnii konferentsii [Conference Proceedings of the International Economic Conference], Innovatsionnye klasteri v tsifrovoy ekonomike: teoriya i praktika [Innovative clusters indigitaleconomy: theory and practice], Polytechnic University, St. Petersburg, Russian, pp. 141–147.
9. Kraus, N. M., and Kraus, K. M. (2017), "Innovative scoreboard of Ukraine", Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia, [Online], available at: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/6-2017-ukr> (Accessed 27 Jun 2017).
10. Kryvoruchko, O. S., Kraus, N. M., and Kraus, K. M. (2017), "Innovative portrait" of the European economic space", Infrastrukturapynku, [Online], available at: <http://market-infr.od.ua/uk/3-2017> (Accessed 28 May 2017).
11. Kryvoruchko, O. S., Kraus, N. M., and Kraus, K. M. (2017), "Innovative landscape" in the coordinates of the world economy", Hlobalnitanashionalniproblemekonomiky, [Online], available at: <http://www.global-national.in.ua/issue16-2017> (Accessed 28 Apr 2017).
12. Kupriyanovskiy, V. P., Dobrynin, A. P., Sinyagov, S. A., and Namiot, D. E. (2017), "An integral model of transformation in digitaleconomy – how to become digital leader", International Journal of Open Information Technologies, vol. 5, no. 1, 26–33.

Reference:

1. Nykyforchyn, M.D. (2013) Sut ta osnovni poniattia operatsiinoi efektyvnosti v diialnosti pidpriemstva. Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Vypusk 3, p. 88-92 [in Ukrainian].
2. Sooliatte, A.Iu., Shmelieva, A.N. (2012) Razrabotka teoreticheskoi kontseptsyyotsenky u povysheniya operatsyonnoi efektyvnosti promyshlennogo predpriyatiya. Vek kachestva, №4, 36 p. [in Russian].

3. Sytnyk H.V., Arkhipov N.M. (2018) Systema upravlinnia efektyvnosti operatsiinoi diialnosti pidpriemstva. Problemy ekonomiky, Sektsiia: Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy, №1 (35), p. 223-230 [in Ukrainian]
4. Zaitseva O.I. (2019) Formuvannia systemy upravlinnia operatsiinoi efektyvnosti pidpriemstva. Upravlinnia pe-rsonalom v umovakh znannievoi ekonomiky: mizhnarodna kolektyvna monohrafiia [Za zah. red. d.e.n. H.H. Savinoi]. Kherson, KhNTU MON Ukrainy, Vyd-vo PP Vyshemyrskyi V.S., 135 p., pp. 55-72 [in Ukrainian] .
5. Zaitseva O.I., Zhosan H.V. (2018) Vprovadzhennia sotsialno-etychnoho marketynhu v systemu adaptivnoho upravlinnia pidpriems-tvamy v umovakh usvidomlenoho spozhyvannia. Naukovyi visnyk uzhhorodskoho universytetu. Seriia «Ekonomika». Vyp. 1(51), p. 74-78 [in Ukrainian] .
6. Zaitseva O.I., Zhosan H.V., Betina V.O. (2018) Stratehichna adaptatsiia pidpriemstva y analiz metodychnykh pidkhodiv do yii otsinky v konteksti intehtatsii Ukrainy do Yevropeiskoho Soiuzu. Naukovyi zhurnal «Biznes-inform», №3 (482), p. 348-354 [in Ukrainian] .
7. N.M. Kraus, O.P. Holoborodko, K.M. Kraus. (2018) Tsyfrova ekonomika: trendy ta perspektyvy avanhardnoho kharakteru rozvytku. Elektronne naukove fakhove vydannia «Efektyvna ekonomika». №1. [Online]. Retrieved from: www.economy.nayka.com.ua [in Ukrainian] .
8. Burkaltseva, D. D., Kosten, D. G. and Vorobyov, Yu. N. (2017), "Algorithm for the implementation of the program of "digitaleconomy", Zbirka dopovidei na Mizhnarodnii nauково-praktychnii konferentsii [Conference Proceedings of the International Economic Conference], Innovatsionnye klasteri v tsifrovoy ekonomike: teoriya i praktika [Innovative clusters indigitaleconomy: theory and practice], PolytechnicUniversity, St. Petersburg, Russian, pp. 141–147 [in Ukrainian] .
9. Kraus, N. M., and Kraus, K. M. (2017), "Innovative scoreboard of Ukraine", Skhidna Yevropa: ekonomika, biznestaupravlinnia, [Online], available at: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/6-2017-ukr> (Accessed 27 Jun 2017) [in English].
10. Kryvoruchko, O. S., Kraus, N. M., and Kraus, K. M. (2017), "Innovative portrait" of the European economic space", Infrastrukturapynku, [Online], available at: <http://market-infr.od.ua/uk/3-2017> (Accessed 28 May 2017) [in English].
11. Kryvoruchko, O. S., Kraus, N. M., and Kraus, K. M. (2017), "Innovative landscape" in the coordinates of the worldeconomy", Hlobalnitanashionalniproblemekonomiky, [Online], available at: <http://www.global-national.in.ua/issuje16-2017> (Accessed 28 Apr 2017) [in English].
12. Kupriyanovskiy, V. P., Dobrynin, A. P., Sinyagov, S. A., and Namiot, D. E. (2017), "Anintegralmodel of transformation in digitaleconomy – howtobecomeditalleader", International Journal of OpenInformation Technologies, vol. 5, no. 1, 26–33 [in English].

УДК: 657.37; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-20-28

*Захарова Н.Ю., к.е.н., доцент
кафедри фінанси, банківська справа та страхування
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного*

ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК ОСНОВА ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Розглянуто підходи щодо класифікації показників, які формуються з внутрішніх джерел інформації для потреб фінансового менеджменту. Охарактеризовано сутність, склад та призначення форм фінансової звітності. Обґрунтовано необхідність поглиблення використання сучасних методів фінансового менеджменту на основі вітчизняної фінансової звітності. Запропоновано взаємозв'язок форм фінансової звітності як джерела інформації для вирішення основних завдань фінансового менеджменту.

Ключові слова: фінансова звітність, фінансовий менеджмент, інформаційне забезпечення, баланс, звіт про фінансові результати, звіт про рух грошових коштів, звіт про власний капітал.

JEL code classification: G22, Q 14

*Zakharova N.Ju., PhD, Ass. Prof.
Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University*

FINANCIAL STATEMENTS AS A BASIS FOR INFORMATION PROVISION OF FINANCIAL MANAGEMENT ENTERPRISES

Abstract. The author points out that modern realities require businesses to respond promptly to changes in the internal and external environment, and on the other, consistent implementation of the chosen development strategy, which is possible only if effective financial management. The realization of all its functions is possible only when using a certain system, which includes organizational, information, analytical support, financial planning and forecasting and financial control. It is on the basis of objective, reliable, complete information with the use of various methods, methods, techniques and means that financial analysis is conducted, which is the basis for making sound management decisions. It is established that the basis of financial management information support consists of various data, which are formed from external and internal sources of information. Among the latter, financial reporting is the most important source of information. The article describes the nature, composition of the financial statements and substantiates the importance of each of the forms for making management decisions on the development of financial and economic activity of enterprises. It is proved that the system of indicators, which is formed on the basis of the financial statements, is applied in the process of development of the financial strategy of the enterprise and the formation of financial policy on various aspects of financial and economic activity, taking into account the results of the assessment of the financial condition and financial results. The necessity to deepen the use of modern methods of financial management on the basis of the national financial statements is substantiated. The author proposes the interrelation of financial reporting forms as a source of information for solving the main problems of financial management, concerning stabilization of its financial condition as a whole and in the context of its individual elements (financial stability, liquidity, profitability and business activity), improvement of the level of financial security, use potential opportunities to improve the quality of management of individual objects, types and areas of activity.

Keywords: financial statements, financial management, information support, balance sheet, income statement, cash flow statement, equity statement.

Постановка проблеми. Сучасні реалії вимагають від підприємств з одного боку оперативного реагування на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища, а з іншого послідовного виконання обраної стратегії розвитку, що можливо лише за умови ефективного фінансового менеджменту. За визначенням І.О. Бланка фінансовий менеджмент – це система принципів і методів розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних з формуванням, розподілом і використанням фінансових ресурсів підприємства і організацією обороту його грошових коштів. При цьому як підсистема управління підприємства він виконує певні функції, а саме управління активами, капіталом, інвестиціями, грошовими потоками, фінансовими ризиками, антикризове фінансове управління при загрозі банкрутства тощо. Реалізація всіх функцій фінансового менеджменту можлива лише при використанні певної системи, що включає організаційне, інформаційне, аналітичне забезпечення, фінансове планування й прогнозування та фінансовий контроль. Саме на основі об'єктивної, достовірної, повної інформації з використанням різноманітних методів, способів, прийомів і засобів проводиться фінансовий аналіз, що є основою прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливість фінансової звітності як інформаційного джерела для прийняття управлінських рішень фінансового характеру неодноразово доведено у працях багатьох науковців, зокрема О.Я. Базилінської, І.О. Бланка, К.В. Васьківської, Ю.М. Воробйова, К.В. Ізмайлової, В.В. Ковальова, Г.О. Крамаренко, Г. Й. Островської, Г.В. Савицької, Р.С. Сайфуліна, О.С. Стоянової, О.М. Терещенко, О.Є. Чорної, І.О. Школьник. Однак, слід відзначити, що враховуючи наявну інформаційну базу, методичний інструментарій фінансового менеджменту не завжди можна використати в повному обсязі. Це пов'язано з тим, що, по-перше, багато аналітичних способів і прийомів фінансового менеджменту мають західне походження і не пристосовані до вітчизняної фінансової звітності, по-друге, розвиток фінансово-економічної системи країни не завжди відповідає законам

ринкової економіки внаслідок впливу ряду політичних, економічних, соціальних та інших факторів, що робить застосування певних методик некоректним.

Мета роботи. Метою статті є характеристика форм фінансової звітності та визначення їх ролі в інформаційному забезпеченні фінансового менеджменту підприємства.

Виклад основного матеріалу. Загалом підсистема інформаційного забезпечення фінансового менеджменту через сукупність спеціальних заходів і процедур забезпечує процес безперервного цільового підбору відповідних даних, які необхідні для здійснення аналізу, прогнозування, планування, організації, координації, мотивації і регулювання, тобто реалізації основних функцій управління фінансово-господарською діяльністю підприємства.

Основу інформаційного забезпечення фінансового менеджменту складають різні дані, які формуються із зовнішніх і внутрішніх джерел інформації.

Слід відзначити, що у літературі деякою мірою різняться підходи щодо класифікації показників, які формуються з внутрішніх джерел інформації для потреб фінансового менеджменту.

За думкою І.О. Бланка система показників інформаційного забезпечення управління фінансами, що формуються із внутрішніх джерел, поділяється на три групи: показники фінансової звітності підприємства, показники управлінського обліку підприємства, нормативно-планові показники, що пов'язані з фінансовим розвитком підприємства [2, с. 31].

І.О. Школьник зазначає, що внутрішні джерела інформації дозволяють сформулювати такі групи показників у структурі системи показників інформаційного забезпечення фінансового менеджменту:

- показники, що характеризують фінансовий стан і результати фінансової діяльності підприємства;
- показники, що характеризують фінансові результати діяльності окремих структурних підрозділів;

– нормативно-планові показники, які використовуються для поточного та оперативного планування і контролю під час здійснення фінансової діяльності [15, с. 26].

Слід відзначити, що перший з наведених підходів більшою мірою характеризує саме джерела надходження інформації, що буде використана для подальшої обробки і прийняття управлінських рішень, тоді як другий – аналітичне спрямування отриманих показників.

Беззаперечним є той факт, що найважливішим джерелом інформації, який формується безпосередньо на підприємстві є фінансова звітність.

Згідно з Законом України «Про бухгалтерський звітність та фінансову звітність в Україні» [11] та НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [8] фінансова звітність – бухгалтерська звітність, що містить інформацію про фінансовий стан та результати діяльності підприємства. Відповідно до визначення сформована і мета складання фінансової звітності – надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансове становище, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства.

Ст. 14 вищезгаданого закону встановлено, що підприємства зобов'язані подавати фінансову звітність органам, до сфери управління яких вони належать, трудовим колективам на їх вимогу, власникам (засновникам) відповідно до установчих документів, якщо інше не передбачено цим Законом [11]. Органам державної влади та іншим користувачам фінансова звітність подається відповідно до законодавства. Основним документом, що регулює ці аспекти є Порядок подання фінансової звітності, затверджений постановою КМУ від 28.02.2000 № 419 [10].

Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 11 липня 2018 р. № 547 фінансова звітність та консолідована фінансова звітність складаються за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського

обліку або міжнародними стандартами фінансової звітності або національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку в державному секторі відповідно до законодавства.

Згідно із НП(С)БО 1 фінансова звітність складається з:

- Балансу (Звіт про фінансовий стан), форма № 1;
- Звіту про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід), форма № 2;
- Звіту про рух грошових коштів, форма № 3;
- Звіту про власний капітал, форма № 4;
- Приміток до фінансової звітності, форма № 5 [8].

П(С)БО 29 «Фінансова звітність за сегментами» закріплено форма №6 «Додаток до Приміток до річної фінансової звітності «Інформація за сегментами».

Для мікропідприємств, малих підприємств, непідприємницьких товариств представництв іноземних суб'єктів господарської діяльності, крім тих, що зобов'язані складати фінансову звітність за міжнародними стандартами, встановлюється скорочена за показниками фінансова звітність у складі балансу та звіту про фінансові результати, форма і порядок складання яких визначаються Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва», затвердженим наказом Міністерства фінансів України від 25 лютого 2000 року № 39.

При цьому, Законом «Про бухгалтерський звітність та фінансову звітність в Україні» подана класифікація підприємств за розмірами, що є основою для визначення складу і порядку подання фінансової звітності окремими суб'єктами господарювання. Відмітимо, що з трьох виділених критеріїв підприємству достатньо відповідати двом з них на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передує звітному [11].

Таблиця 1

Класифікація підприємств відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»

Категорія підприємства	Критерії (на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передуює звітному)		
	Балансова вартість активів	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	Середня кількість працівників
Мікропідприємства	До 350 тис. євро	До 700 тис. євро	До 10 осіб
Малі	До 4 млн. євро	До 8 млн. євро	До 50 осіб
Середні	До 20 млн. євро	До 40 млн. євро	До 250 осіб
Великі	Більше 20 млн. євро	Більше 40 млн. євро	Більше 250 осіб

Відповідно до чинного законодавства підприємства (крім бюджетних установ, мікропідприємств та малих підприємств) подають разом з річною фінансовою звітністю звіт про управління. При цьому він не належить до складу фінансової звітності. У разі подання підприємством консолідованої фінансової звітності подається консолідований звіт про управління.

Звіт про управління містить достовірну фінансову та нефінансову інформацію про діяльність підприємства, його стан та перспективи розвитку та розкриває основні ризики і невизначеності його діяльності. Середні підприємства мають право не відображати у звіті про управління нефінансову інформацію.

Для ефективного фінансового менеджменту важливим в розрізі вищезгаданого звіту є проведення аналізу діяльності, стану та розвитку підприємства, що здійснюється з урахуванням розміру та виду діяльності підприємства, і включає як основні фінансові, так і нефінансові (якщо необхідно) показники діяльності щодо певного виду діяльності, у тому числі інформацію екологічного та соціального характеру, з посиланням на відповідні показники річної фінансової звітності та пояснення щодо сум за відповідними показниками.

Згідно з Методичними рекомендаціями зі складання звіту про управління, що затверджені наказом Міністерства фінансів України №982 від 07.12.2018 р. з метою систематизації та співставності інформації звіт про управління рекомендується формувати за такими напрямками: організаційна структура та опис діяльності підприємства; результати діяльності; ліквідність та зобов'язання; екологічні аспекти; соціальні аспекти та кадрова політика; ризики; дослідження та інновації; фінансові інвестиції; перспективи розвитку; корпоративне управління (складають підприємства - емітенти цінних паперів, цінні папери яких допущені до торгів на фондових біржах або щодо цінних паперів яких здійснено публічну пропозицію).

Відповідно до п.2 Порядку подання фінансової звітності, що затверджений постановою КМУ від 28.02.2000 № 419 звіт про управління слід оприлюднювати в повному обсязі разом із річною фінансовою звітністю й аудиторським звітом на власній веб-сторінці або веб-сайті підприємства [10].

Розглянемо сутність і призначення основних форм фінансової звітності.

Баланс - звіт про фінансовий стан підприємства, який відображає на певну дату його активи, зобов'язання і власний капітал. За його допомогою проводиться:

- оцінка фінансового стану підприємства, зокрема майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності, прибутковості, ділової активності;

- оцінка рівня кредитоспроможності підприємства як позичальника фінансових ресурсів для забезпечення господарської діяльності;

- оцінка рівня підприємницького ризику щодо можливості погашення зобов'язань, здатність до нарощування активів, залучення інвестицій;

- оцінка вірогідності банкрутства підприємства;

- визначення основних пріоритетів якісного фінансового планування, прогнозування, бюджетування;

- обґрунтування пріоритетних напрямів розвитку підприємства за показниками його фінансового стану.

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) - звіт про доходи, витрати, фінансові результати та сукупний дохід. Інформація, що знаходиться у цьому звіті використовується для:

- аналізу отриманих фінансових результатів діяльності підприємства за звітний період та встановлення причин змін у порівнянні з попереднім;

- оцінки ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства в цілому, а також операційної діяльності зокрема;

- аналізу структури доходів і витрат;
- формування політики розподілу і використання прибутку для потреб суб'єкта господарювання;

- обґрунтування основних напрямів збільшення розміру прибутку підприємства та підвищення рівня ефективності його діяльності.

Звіт про рух грошових коштів - звіт, який відображає надходження і вибуття грошових коштів протягом звітного періоду в результаті операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. На його основі проводиться:

- аналіз обсягів надходження і вибуття грошових коштів протягом звітного періоду за

видами діяльності у порівнянні з попереднім періодом;

- аналіз структури надходження і вибуття грошових коштів за видами діяльності;

- аналіз чистого грошового потоку за видами діяльності і в цілому по підприємству;

- оцінка якості управління грошовими потоками підприємства;

- аналіз показників ліквідності, якості, достатності та ефективності грошових потоків підприємства;

- планування руху грошових коштів від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства.

Звіт про власний капітал - звіт, який відображає зміни у складі власного капіталу підприємства протягом звітного періоду. Його використання дозволяє провести:

- аналіз обсягів власного капіталу в цілому по підприємству та за окремими його складовими;

- аналіз змін у структурі власного капіталу та факторів, які на це вплинули;

- аналіз розподілу чистого прибутку підприємства;

- планування змін у власному капіталі.

Примітки до фінансової звітності - сукупність показників і пояснень, які забезпечують деталізацію і обґрунтованість статей фінансової звітності, а також інша інформація, розкриття якої передбачено відповідними НП(С)БО або МСФЗ. На базі цієї форми можна:

- оцінити стан основних засобів і нематеріальних активів у розрізі їх видів на початок і кінець звітного року, зміни у складі та вартості даних видів необоротних активів;

- оцінити розмір капітальних і фінансових інвестицій;

- проаналізувати інші операційні, фінансові доходи, доходи від участі в капіталі, витрати, які обліковуються на рахунках 95 «Фінансові витрати», 96 «Втрати від участі в капіталі», 97 «Інші витрати»;

- встановити розмір грошових коштів, які зберігаються в касі, на поточному та інших рахунках у банку, грошові кошти в до розі та еквіваленти грошових коштів на кінець звітного періоду;

- охарактеризувати види створених забезпечень на підприємстві за відповідними напрямками;

- провести аналіз вартості запасів (у розрізі субрахунків і рахунків) на кінець року, та суми переоцінки товарно-матеріальних цінностей, якщо вона проводилася на підприємстві у відповідному звітному періоді;

- надати характеристику дебіторській заборгованості за суб'єктами, періодами утворення та суми списаної заборгованості;

- отримати інформацію про розміри виявлених у звітному періоді нестач і втрат, суми визнаної заборгованості винних осіб та суми нестач і втрат;

- провести аналіз сум нарахованої амортизації та наведення аналітичних даних по використаних амортизаційних відрахуваннях на будівництво об'єктів, придбання виготовлення основних засобів, інших необоротних матеріальних активів та формування основного стада.

Існує багато методів обробки аналітичних даних, отриманих з фінансової звітності, що використовуються у фінансовому менеджменті. Одними з найпоширеніших є ті, що затверджені Наказом Міністерства фінансів України № 170 від 14.02.2006 р., а саме:

- горизонтальний фінансовий аналіз, який проводиться з метою вивчення динаміки окремих фінансових показників, розрахованих за даними фінансової звітності за певний період часу;

- вертикальний фінансовий аналіз, який базується на порівнянні питомої ваги окремих структурних складових;

- порівняльний фінансовий аналіз, який проводиться для зіставлення планових та фактичних показників, фактичних і нормативних (галузевих, загальних) показників;

- аналіз фінансових коефіцієнтів, який полягає у зіставленні показників звітності та(або) фінансового плану з метою розрахунку коефіцієнтів: коефіцієнт платоспроможності (ліквідності), оцінки оборотності активів, фінансової стабільності підприємства тощо;

- факторний фінансовий аналіз, який проводиться для оцінки впливу окремих чинни-

ків на рівень відповідних результативних показників [6].

Найбільш розповсюдженою з наведених видів є аналіз фінансово стану з використанням фінансових коефіцієнтів, оскільки вони дають високу точність результату за умови їх правильної інтерпретації.

Відомо понад 200 відносних аналітичних показників, які можна розраховувати на основі фінансової звітності. При виборі показників, що будуть розраховуватися, фінансовий аналітик повинен керуватися завданнями і цілями, які потрібно вирішити за допомогою такої оцінки.

Саме фінансова звітність є основою проведення оцінки фінансового стану, що передбачає використання п'яти груп коефіцієнтів: майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності, ділової активності та прибутковості.

Значимо, що фінансові коефіцієнти досить важко інтерпретувати. Тому для одержання висновків про фінансовий стан підприємства необхідно зіставити аналітичні показники із нормативними значеннями чи середніми показниками (по галузі, регіону, найкращим підприємствам тощо). Деякі з отриманих показників необхідно оцінювати в динаміці, а їх розмір характеризувати враховуючи специфіку діяльності підприємства [17, с.177].

Система показників, що формується на основі фінансової звітності застосовується у процесі розробки фінансової стратегії підприємства та формування фінансової політики за різними аспектами фінансово-господарської діяльності з урахуванням результатів оцінки фінансового стану і фінансових результатів. При цьому для вирішення завдань фінансового менеджменту можна запропонувати наступну схему взаємозв'язку із інформацією, отриманою за формами фінансової звітності.

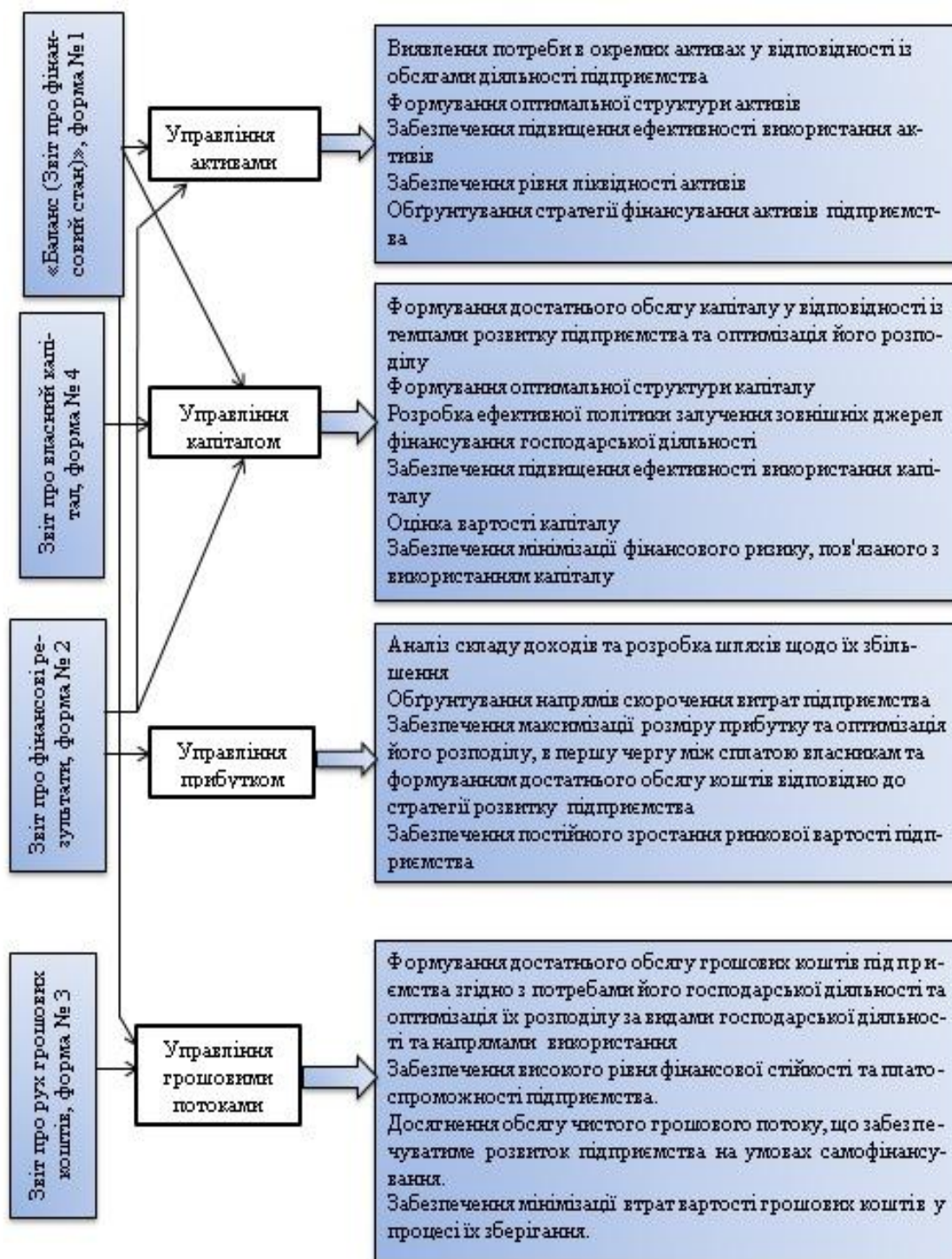


Рис. 1. Форми фінансової звітності як джерело інформації для вирішення основних завдань фінансового менеджменту

Висновки. Фінансова звітність забезпечує повноту, послідовність, цільову спрямованість інформації, що дозволяє охарактеризувати різні аспекти і результати фінансово-господарської діяльності підприємства, які фактично отримані, виявити зміни, що відбуваються у динаміці та структурні зрушення, які спостерігаються на підприємстві та встановити потенційні наслідки, що матимуть вплив на подальший розвиток підприємства. Використання інформації, отриманої з фінансової звітності та обробленої за допомогою сучасних методів, способів і прийомів фінансового менеджменту є основою

вибору, обґрунтування та реалізації найбільш ефективних фінансових рішень у процесі управління. Прийняті на її основі рішення повинні врегулювати основні аспекти, що стосуються фінансово-господарської діяльності підприємства, зокрема стабілізації його фінансового стану в цілому та у розрізі окремих його елементів (фінансової стійкості, ліквідності, прибутковості і ділової активності), підвищення рівня фінансової безпеки, використання потенційних можливостей щодо підвищення якості управління окремими об'єктами, видами та напрямками діяльності.

Список літератури:

1. Базилінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика / О. Я. Базилінська. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 328 с.
2. Бланк І.О. Управління фінансами підприємств / І. О. Бланк, Г. В. Ситник. - К.: Нац. торг.-екоп. ун-т. - 2006. – 780 с.
3. Вороб'єв Ю.Н. Финансовый менеджмент: [Учебное пособие] / Ю.Н. Вороб'єв. – Симферополь: Таврия, 2007. – 632 с.
4. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 768 с.
5. Крамаренко Г. О. Фінансовий менеджмент. 2-ге вид. : [Підручник] / Г. О. Крамаренко, О.Є. Чорна. – К.: Центр учбової літератури. - 2009. – 520 с.
6. Методика аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств державного сектору економіки: Наказ Міністерства фінансів України від 14.02. 2006 р. № 170, зі змінами і доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0332-06>
7. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності: Наказ Міністерства фінансів України від 28.03. 2013 р. № 433, зі змінами і доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=382859&cat_id=293536.
8. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
9. Островська Г. Й. Фінансовий менеджмент : підруч. / Г. Й. Островська. — Тернопіль : Підручники і посібники, 2016. — 512 с.
10. Порядок подання фінансової звітності: Постанова Кабінету Міністрів України від 28.02.2000 р. № 419 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/419-2000-%D0%BF>.
11. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.06.1999 р. № 966 ІV [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
12. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб. пособие / Савицкая Г. В. – 7-е изд., испр. – Мн. : Новое издание, 2002. – 704 с.
13. Финансовый менеджмент: теория и практика: [Учебник] / Под ред. Е. С. Стояновой. – 5-е изд. – М.: Перспектива. – 2002. – 512 с.
14. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. / [Васьківська К. В., Сич О. А.] . – Львів : «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2017. – 236 с.
15. Фінансовий менеджмент: навчальний посібник / За заг. редакцією д-ра екоп. наук І. О. Школьник та канд. екоп. наук В. М. Кремень [І. О. Школьник, В. М. Кремень, С. М. Козьменко та ін.]. – Суми, 2014. – 427 с.
16. Фінансовий менеджмент: [Підручник] / Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А.М. Поддєрьогін. - К: КНЕУ, 2008. – 536 с.
17. Яцух О.О. Фінансовий стан підприємства та методика його оцінки / О.О. Яцух, Н.Ю. Захарова // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського (Серія: Економіка і управління). – Том 29(68).-№3. – 2018. - С. 173-180.

References

1. Bazilinsjka, O. Ja. (2011) Finansovyj analiz: teorija ta praktyka [Financial analysis: theory and practice] K.: Center for educational literature. [in Ukrainian].
2. Blank, I.O.(2006) Upravlinnja finansamy pidpryemstv [Enterprise Finance Management] K.: National University of Trade and Economics. [in Ukrainian].
3. Vorob'yev YU.N. (2007) Finansovyy menedzhment: [Financial management] Simferopol': Tavriya. [in Ukrainian].

4. Kovalev, V.V. (1999) *Vvedeniye v finansovyy menedzhment* [Introduction to financial management] M.: Finance and statistics. [in Russian].
5. Kramarenko, Gh.O., Chorna, O.YE. (2009) *Finansovyy menedzhment*: [Financial management] K.: Center for Educational Literature. [in Ukrainian].
6. *Metodyka analizu finansovo-hospodars'koyi diyal'nosti pidpryemstv derzhavnoho sektoru ekonomiky: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 14.02. 2006 r. № 170, zi zminamy i dopovnennyamy* [Methods of analysis of financial and economic activity of public sector enterprises: Order of the Ministry of Finance of Ukraine from 14.02. 2006 № 170, with changes and addition] Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0332-06> <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0332-06> [in Ukrainian].
7. *Metodychni rekomendatsii shchodo zapovnennia form finansovoi zvitnosti: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 28.03. 2013 r. № 433, zi zminamy i dopovnenniamy* [Methodical recommendations for filling out forms of financial reporting: Order of the Ministry of Finance of Ukraine dated 28.03. 2013 p. №433, with changes and addition] - http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=382859&cat_id=293536. Retrieved from: http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=382859&cat_id=293536. [in Ukrainian].
8. *Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 1 «Zahalni vymohy do finansovoi zvitnosti»: nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 07.02.2013 r. № 73* [National Accounting Standard (Standard) 1 "General Requirements for Financial Statements": Order of the Ministry of Finance of Ukraine dated February 7, 2013, No. 73] - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>. Retrieved from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>. [in Ukrainian].
9. Ostrovs'ka, H. Y. (2016) *Finansovyy menedzhment* [Financial Management] Ternopil' Textbooks and manuals [in Ukrainian]
10. *Poryadok podannya finansovoi zvitnosti: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 28.02.2000 r. № 419* [Procedure for presenting the financial statements: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 28.02.2000 № 419]- <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/419-2000-%D0%BF>. Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/419-2000-%D0%BF>. [in Ukrainian].
11. *Pro bukhhalters'kyy oblik ta finansovu zvitnist' v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 16.06.1999 r. № 966 IV* [On Accounting and Financial Reporting in Ukraine: Law of Ukraine of June 16, 1999 No. 966 IV]- <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14>. Retrieved from: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
12. Savitskaya, G. V. (2002) *Analiz khozyaystvennoy deyatel'nosti predpriyatiya* [Analysis of economic activity of the enterprise] Mn : New edition. [in Belarus].
13. Stoyanova, Ye. S. (2002) *Finansovyy menedzhment: teoriya i praktika* [Financial management: theory and practice] M .: Perspective. [in Russian].
14. Vas'kivs'ka K. V., Sych O. A. (2017) *Finansovyy menedzhment* [Financial Management] Lviv: GALICH-PRESS. [in Ukrainian]
15. Shkolnik, I. O. (2014) *Finansovyy menedzhment* [Financial Management] Sumy. [in Ukrainian].
16. Poddjerjoghin, A. M. (2008) *Finansovyy menedzhment* [Financial Management] K.: KNEU. [in Ukrainian].
17. Yatsuh O.O., Zakharova N.Yu. (2018) *Finansovyy stan pidpryemstva ta metodyka yoho otsinky* [The financial condition of the enterprise and the method of its evaluation] Scientific Notes of the Taurida VI Vernadsky National University (Series: Economics and Management), V. 29 (68), №3, 173-180. [in Ukrainian].

УДК 65.01.005; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-29-34

*Кочетков В.М., д.е.н., професор,
ПВНЗ «Європейський університет»
Трусова Н.В., д.е.н., професор
Демченко І.В., к.е.н., доцент
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного*

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПЛАТІЖНИЙ БАЛАНС ТА ФІНАНСОВУ СТАБІЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ

Анотація. В статті проаналізовано основні фактори, що впливають на стан платіжного балансу та фінансову стабільність України. Сформовані основні фактори, що призвели до зміцнення національної грошової одиниці. Наведені напрями забезпечення фінансової стабільності України.

Ключові слова: платіжний баланс, фінансова стабільність, зовнішньо-економічна діяльність, експорт, імпорт, сальдо.

JEL code classification: F31, F34

*Kochetkov V.M., Doctor of Economics, Professor,
Private higher education institution "European University"
Trusova N.V., Doctor of Economics, Professor
Demchenko I.V., Ph.D., Associate Professor
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University*

INFLUENCE FACTORS ON THE PAYMENT BALANCE AND FINANCE STABILITY OF UKRAINE

Abstract. Formulation of the problem. Increasing the number of external calls and increasing the intensity of their action necessitates the organization of a system of protests and effective response. Strategic priorities for sustainable development are shaped by systemic problems in the national financial system, which require the development of new solutions.

Formulating the goals of the article. Given the central importance of the exchange rate in the process of implementing the exchange rate policy, it is necessary to point out the main factors influencing the balance of payments and the factors that ensure the financial stability of Ukraine.

The main results. The main factors affecting the balance of payments and financial stability of Ukraine are analyzed in the article. The dynamics of the Ukrainian hryvnia against the US dollar is analyzed. The main indicators of financial stability of Ukraine are grouped. The main factors that led to the national currency's downturn were formed. The directions of ensuring the financial stability of Ukraine are given.

Conclusions. The openness of Ukraine's economy makes it vulnerable to the many challenges that operate in the global economic environment, without reducing the adverse effects of systemic internal problems. The development of business activity of the foreign economic sector after the diversification of markets and the effective search for new directions of foreign partnership has led to an increase in both export and import components. The problem of balance of payments deficits remains urgent and is exacerbated periodically, destabilizing monetary policy and causing changes in currency regulation. Moderate devaluation and exchange rate stability is a priority of the NBU and the main lever to stimulate export activity and restore confidence of the population and business in the national currency.

Keywords: balance of payments, financial stability, foreign economic activity, export, import, balance, flow statement, equity statement.

Постановка проблеми. Зростання кількості зовнішніх викликів та посилення інтенсивності їх дії зумовлює необхідність організації системи протидій та ефективного регулювання. Стратегічні пріоритети сталого розвитку формуються під впливом системних проблем у національній фінансовій системі, що вимагає розробки нових рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над проблемою функціонування валютних ринків та формування платіжного балансу країни працювали І.В. Демченко, О.Р. Козакевич, О.В. Тимошенко, О. Дзюблюк та Р. Шпек. Забезпечення курсової стабільності стало предметом дослідження О.Л. Малахової, М.В. Марусина, З.О. Луцишина та О.Ю. Мелиха.

Формулювання цілей статті. З урахуванням центрального значення валютного курсу в процес реалізації валютно-курскової політики необхідно зазначити головні фактори впливу на стан платіжного балансу та чинники, що забезпечують фінансову стабільність України.

Виклад основного матеріалу. Волатильність на валютних ринках країни, зниження золотовалютних резервів та інші несприятливі маркери призводять до зниження ділової активності та падіння експортного потенціалу. Інколи навіть невелика зміна курсу гривні до іноземної валюти змушує людей йти в обмінні пункти та скуповувати її. Політична та економічна криза 2014 року в Україні, яка призвела до відтоку капіталу за кордон, призвела до дуже швидкої девальвації гривні. Ця ситуація продовжувалась до початку 2019 року. Неочікуваним явищем стало зміцнення національної валюти восени, тоді як всі попередні роки гривня в цей період знецінювалась.

Національний банк України та Світовий банк покращили прогноз економіки України на 2019 рік, та роблять висновок, що значних потрясінь не очікується.

Є декілька факторів які призводять до зміцнення гривні:

1) Збільшення закордонних інвестицій. Нерезиденти у 2019 році рекордно збільшили обсяги купівлі облігацій внутрішньої державної позики. Більшість ОПВД, які були придбані іноземцями, були випущені у гривні, що призводить до позитивного впливу на курс валют

2) Позитивна ситуація на зовнішніх ринках України. Сільськогосподарська галузь в 2019 році знову показала рекорд. Валовий збір зерна вже перевищує минулорічне досягнення в 70 млн. тон.

3) Велика кількість українців перестала просто скуповувати іноземну валюту та тримати її вдома. Вони більш частіше кладуть гроші на депозит. За даними Національного банку України найвищі темпи приросту депозитів у гривні зафіксовані в приватних банках (+7,6%). У річному вимірі кошти фізосіб в банках в національній валюті зросли на 15%

4) Явище сезонності зникає з валютного ринку України. За період незалежності громадяни України звикли до певного сезонного фактору. Раніше у весняно-літній період національна валюта укріплювалась, а восени послаблювалась. Цього року гривня не лише обірвала цей цикл, а й досягла рекордної за останні три роки позначки в 24 гривні за долар.

Розглянемо динаміку курсу гривні до 100 доларів за рік.



Рис. 1. Динаміка курсу національної грошової одиниці України за період з 01-10.2019 р.

Перший стрибок курсу гривні в сторону зменшення відбувся в березні. Це пов'язано з нарощенням нерезидентами своїх вкладів в ОВДП, за період з січня по березень поточного року вони збільшились в 3,2 рази. Після збільшення курсу національної валюти у квітні, яке було пов'язане з виборами президента, гривня в травні знову зазнала девальвації. Причиною цього також є купівля ОВДП, та візит місії МВФ у цей період. Також дуже помітним є період з липня по серпень. На цей час припадає збір та реалізація врожаю зернових та маслинних культур, який є рекордний за всі часи незалежності України. У вересні був незначний стрибок у сторону збільшення, який є результатом погашення

Україною пікових заборгованостей перед іноземними позичальниками. У жовтні спостерігалась дуже швидка девальвація. Курс впав на понад 3% за 2 дні, через що НБУ вперше з липня довелося продавати валюту з резервів. У НБУ це пояснили “психологічним фактором”, та продаж населенням та підприємствами так званої “подушкою безпеки”. Просто з побоювань, що якщо не продати валюту зараз, то пізніше доведеться продавати дешевше. Загалом прогноз курсу іноземної валюти на кінець року залишається позитивним, це пов'язано з очікуванням першого траншу від МВФ, з введенням ринку землі та стабільною економічною ситуацією в країні.

Таблиця 1

Показники, що характеризують платіжний баланс та фінансову стабільність України*

Показник	2008	2010	2012	2014	2016	2018
Обсяг золотовалютних резервів України	31 543,20	34 576,40	24 546,19	7 533,33	15 539,33	20 820,43
Обсяг експорту	444859	549365	717347	770121	1174625	1608890
Обсяг імпорту	520588	580944	835394	834133	1323127	1914893
Зовнішньоторгівельний обіг	965447	1130309	1552741	1604254	2497752	3523783
Доходи державного бюджету України	231686,3	240615,2	346054	357084,2	616274,8	928108,3
Сальдо торговельного балансу	-75729	-31579	-118047	-64012	-148502	-306003
Курс 100 доларів США до української гривні	526,72	793,56	799,10	1188,67	2555,13	2720,05

* - складено авторами за даними статистичної звітності

Навіть стислої інформації (Табл. 1) достатньо для розуміння масштабних викликів, які зумовили структурні зміни в реалізації механізмів управління фінансовою системою держави. Окрім перехід валютного регулювання від адміністративного до керовано-плаваючого, а згодом – до вільного курсоутворення, відбулася оптимізація податкового законодавства. Країні за короткий проміжок часу вдалося провести диверсифікацію ринків збуту продукції, що традиційно виготовляється на експорт. Розширення партнерства з Європейським Союзом та ефективний пошук напрямів можливого співробітництва з Китайською Народною Республікою дозволило згладити, а з рештою – практично повністю замінити втрачену частку експорту до Російської Федерації. Відмітимо стабілізацію обсягів золотовалютних резервів країни. З часу переддефолтного стану у 2014 році, коли обсяг золотовалютних резервів складав критичний еквівалент 7,5 млрд. дол, відбулись ефективні кроки щодо залучення іноземних позик за програмами співробітництва з Міжнародним валютним фондом та іншими кредиторами. Як наслідок – поступове збільшення обсягів золотовалютних резервів надало можливість сформувавши регулятору – Національному банку України - гнучкість в управлінні фінансовою системою, забезпечити дію системи важелів по стримуванню девальваційних процесів, а також надало змогу поступово перейти до лібералізації регулювання при проведенні валютних розрахунків.

Разом з тим, національна економіка в цілому та фінансова система України зокрема продовжують перебувати під впливом нових викликів світового масштабу, а також перебувати під впливом системних внутрішніх проблем. Відповідно до теорії конкурентних переваг імпортовані товари та послуги – неодмінна складова ефективного розвитку будь-якої держави. Проте за умов тотальної переваги наукоємних та капіталоемних товарів та виробів, виготовляємих у світовому економічному середовищі за межами України, національна фінансова система відчуває системний тиск. З огляду на вищесказане, відкрита економіка за умов низького рівня роз-

витку національного товаровиробника, стикається з наступними несприятливими моментами:

- несприятливі умови конкурентної боротьби національних товаровиробників з транснаціональними компаніями, фінансові можливості яких значно потужніші;

- переважна частка внутрішнього попиту задовольняють товари та послуги іноземних держав. Ефект зростання індексу споживчої активності, що спостерігається потягом 2019 року економіка не відчує повною мірою саме через переважну кількість на споживчому ринку імпортованих товарів;

- низька інтенсивність процесів створення нових виробничих потужностей та робочих місць, що є однією з причин міграції трудового потенціалу країни;

- підвищений попит на валюту, що має хронічний характер через системний від'ємний стан платіжного балансу.

Наслідки використання плаваючого курсу є вкрай неоднозначними. З одного боку, центральний банк має більші можливості щодо досягнення основних цілей грошово-кредитного регулювання, не обмежуючи його дій обсягами золотовалютних резервів, а також зменшується негативний вплив на економіку і банківську систему короткострокових спекулятивних потоків капіталів. А з другого боку, надмірна волатильність курсу національної валюти в умовах значного рівня залежності національної економіки від масштабів експортно-імпортованих операцій лише сприятиме посиленню макроекономічної нестабільності та диспропорцій у реальному секторі [2].

Разом з тим, слушною є думка про несприятливу тенденцію надмірного зростання сталої золотовалютних резервів в Україні. В далекоглядному майбутньому таку ситуацію можна розглядати лише як фактор «марнотратства», оскільки при припиненні надходження імпортованої продукції та закриття інших каналів зовнішніх надходжень, резервні активи не будуть виконувати свого головного призначення – покриття негативно сальдо платіжного балансу. В умовах фінансово-економічної кризи, нестача фінансових ресурсів у формі золотовалютних резервів, здат-

на відновити національне виробництво за рахунок політики «імпортозаміщення», зменшити рівень імпорту країни, наростити національне господарство та в цілому позитивно впливатиме на економічну конкурентоспроможність України [7].

Розвиваючи такі погляди, відмітимо вирішальне значення фактору часу у прийнятті Урядом та Національним банком України рішень грошово-кредитної політики та конкретних кроків у напрямі зміни вектору регулювання фінансовою системою країни. З урахуванням неоднозначності наслідків тих чи інших заходів, необхідно орієнтуватися на стратегічні цілі розвитку та одночасно приймати до уваги орієнтири країни у світовому економічному середовищі. Разом з тим, забезпечення курсової стабільності – основа раціонального планування та сталого розвитку. Фінансова стабільність одночасно забезпечує активізацію ділової активності та відновлення середньострокового та довгострокового банківського кредитування. До того ж, курсова стабільність відновлює довіру населення та бізнесу до національної грошової одиниці, що знову стає підтримкою фінансово-економічної системи країни.

Поза сумнівом, запровадження режиму більшої гнучкості валютного курсу в Україні супроводжуватиметься меншим втручанням НБУ у процеси на валютному ринку та поступовою заміною основного таргету монетарної політики. При переході до режиму валютного коридору головне завдання НБУ – не допускати значних стрибків курсу внаслідок різких змін напрямів руху капіталу або спекулятивних атак на національну валюту.

При цьому для стимулювання національних виробників, розвитку фондового ринку та застосування суб'єктами валютного ринку похідних фінансових інструментів обмінний курс гривні варто підтримувати дещо заниженим [10]. За умови високої імпортозалежності, яка спостерігається в економіці України в теперішній час, помірна девальвація стимулюватиме ділову активність, сприятиме збільшенню реальної купівельної спроможності та допоможе відновленню експортного потенціалу країни.

Висновки. Проведене дослідження надало підстави для формування наступних висновків:

1. Відкритість економіки України робить її вразливою перед численними викликами, що діють на світовому економічному середовищі, не знижуючи несприятливу дію системних внутрішніх проблем.

2. Розвиток ділової активності зовнішньоекономічного сектору після диверсифікації ринків збуту та ефективного пошуку нових напрямів закордонного партнерства привів до зростання як експорту, так і імпортової компоненти. Проблема дефіциту платіжного балансу залишається актуальною та періодично загострюється, дестабілізуючи грошово-кредитну політику та спричиняючи зміни валютного регулювання.

3. Помірна девальвація та забезпечення курсової стабільності – пріоритетний напрям роботи НБУ та головний важіль стимулювання експортної діяльності та відновлення довіри населення та бізнесу до національної грошової одиниці.

Список літератури:

1. Демченко І.В. Фінансово-кредитний механізм зовнішньоекономічної діяльності // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). - № 2(37), 2018. – с. 5-12. – Режим доступу: URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/7144/1/Збірник%20ТДАТУ%20%2837%292018-1-8.pdf>
2. Дзюблюк О. Регулятивний механізм валютної політики в період кризових явищ на фінансових ринках // Світ фінансів. - № 1, 2013. – с. 7-17.
3. Козакевич О.Р. Вплив фіскальної політики на забезпечення стабільності валютного ринку України // Ефективна економіка. - №12, 2018.
4. Косова Т.Д., Стеблянко І.О. Валютна політика та структура платіжного балансу України: діалектика взаємозв'язку // Економіка та держава. - №2, 2016. – С. 9-12.
5. Луцишин З.О., Мелих О.Ю. Зовнішня стабільність гривні та проблеми її забезпечення в умовах розгортання світової фінансово-економічної кризи // Актуальні проблеми міжнародних відносин. - вип. 84, ч. 2, 2009. – 248-258.
6. Малахова О.Л., Марусин М.В. Стабільність валютного курсу як пріоритет грошово-кредитної політики // Економіка і суспільство. - №3. 2016. – с. 425-432.

7. Тимошенко О.В. Тенденції формування та призначення платіжного балансу та золотовалютних резервів: діалектичні взаємозв'язки // *Ефективна економіка*. - №1, 2018.
8. Трусова Н., Демченко І., Терновський В., Голуб Н., Агеєва І. The variability of risk factors of slowing the financing of agricultural enterprises in Ukraine // *Global Journal of Management And Business Research*. - Volume 16 Issue 9, 2016 – Режим доступу: URL: <https://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/view/2126>
9. Шпек Р. Фіскальне домінування у монетарній політиці України / Роман Шпек, Олексій Блінов // *Політика монетарного розширення на підтримку зростання і розвитку*. – 2016. – С. 107–115. – URL: https://old.razumkov.org.ua/ukr/upload/1475222735_file.pdf.
10. Шпенюк О. Основні напрями валютно-курсової політики України для забезпечення стабільного економічного розвитку // *Економіст*. - №11, 2012. – с. 16-20.

Reference:

1. Demchenko I.V. (2018) Finansovo-kredytnyi mekhanizm zovnishnoekonomichnoi diialnosti. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnogo ahrotekhnolohichnogo universytetu (ekonomichni nauky)*, № 2(37), pp. 5-12. [Online] Retrieved from: URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/7144/1/Zbirny%20TDATU%202%2837%292018-1-8.pdf> [in Ukrainian].
2. Dziubliuk O. (2013) Rehuliatyvnyi mekhanizm valiutnoi polityky v period kryzovykh yavlyshch na finansovykh rynkakh. *Svit finansiv*, № 1, pp. 7-17 [in Ukrainian].
3. Kozakevych O.R. (2018) Vplyv fiskalnoi polityky na zabezpechennia stabilnosti valiutnoho rynku Ukrainy. *Efektivna ekonomika*, №12 [in Ukrainian].
4. Kosova T.D., Steblianko I.O. (2016) Valiutna polityka ta struktura platizhnogo balansu Ukrainy: dialektyka vzaiemozv'язku. *Ekonomka ta derzhava*, №2, pp. 9-12 [in Ukrainian].
5. Lutsyshyn Z.O., Melykh O.Iu. (2009) Zovnishnia stabilnist hryvni ta problemy yii zabezpechennia v umovakh rozghortannia svitovoi finansovo-ekonomichnoi kryzy. *Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn*, vyp. 84, ch. 2, pp. 248-258 [in Ukrainian].
6. Malakhova O.L., Marusyn M.V. (2016) Stabilnist valiutnoho kursu yak priorityet hroshovo-kredytnoi polityky. *Ekonomika i suspilstvo*, №3, pp. 425-432 [in Ukrainian].
7. Tymoshenko O.V. (2018) Tendentsii formuvannia ta pryznachennia platizhnogo balansu ta zolotovaliutnykh rezerviv: dialektychni vzaiemozv'язky. *Efektivna ekonomika*, №1 [in Ukrainian].
8. Trusova N., Demchenko I., Ternovsky V., Holub N., Ahieieva I. (2016) The variability of risk factors of slowing the financing of agricultural enterprises in Ukraine. *Global Journal of Management And Business Research*, Volume 16, Issue 9, Retrieved from: URL: <https://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/view/2126> [in English].
9. Shpek R., Blinov O. (2016) Fiskalne dominuvannia u monetarnii politytsi Ukrainy. *Polityka monetarnoho rozshyrennia na pidtrymku zrostannia i rozvytku*, pp. 107–115. – URL: https://old.razumkov.org.ua/ukr/upload/1475222735_file.pdf. [in Ukrainian].
10. Shpeniuk O. (2012) Osnovni napriamy valiutno-kursovoi polityky Ukrainy dlia zabezpechennia stabilnoho ekonomichnogo rozvytku. *Ekonomist*, №11, pp. 16-20 [in Ukrainian].

УДК 35.073.515.4:728.22; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-35-43

*Рижка Т.В., к. е. н.,
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут
e-mail: rtykm@ukr.net*
*Федорчук О.С., к. п. н., доцент
Хмельницький університет управління та права ім. Леоніда Юзькова
e-mail: fos_40@ukr.net*

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБ'ЄДНАНЬ СПІВВЛАСНИКІВ БАГАТОКВАРТИРНИХ БУДИНКІВ

Анотація. Мета статті полягає у дослідженні особливостей функціонування та фінансового забезпечення об'єднань співвласників багатоквартирних будинків (ОСББ). Вирішення поставлених у статті завдань здійснено за допомогою загальнонаукових і спеціальних методів дослідження: наукового аналізу та синтезу, систематизації, узагальнення та порівняння. У статті розглянуто окремі аспекти функціонування об'єднань співвласників багатоквартирних будинків; окреслено проблеми фінансового забезпечення об'єднання, узагальнено практику формування кошторису, означено основні чинники тарифоутворення, проведено аналіз окремих показників діяльності об'єднання співвласників багатоквартирних будинків

Ключові слова: об'єднання співвласників багатоквартирних будинків, неприбуткові організації, фінансове забезпечення, тарифи, кошторис.

JEL code classification: G27

*Ryzha T., Cand. Econ. Sci.
Khmelnysky cooperative institute of trade and economic
e-mail: rtykm@ukr.net*
*Fedorchuk O., Cand. Pedagog. Sci., Docent
Khmelnysky University of Management and Law, Leohid Yuzkov
e-mail: fos_40@ukr.net*

FINANCIAL SUPPLY OF THE ASSOCIATIONS OF MANUFACTURERS OF MULTIPLE APARTMENT HOUSES

Annotation.

Purpose. The aim of the article is to study the peculiarities of functioning and financial support of the association of co-owners of a multi-apartment building (ACMB).

Methodology of research. The solution of the tasks set in the article, is carried out using general scientific and special research methods: scientific analysis and synthesis, systematization, comparison and generalization.

Findings. The article shows the ACMB functioning specifics; the problems of financial support of the association are outlined, the practice of formation of the budget is generalized, the main factors of tariff formation are defined, the analysis of separate indicators of activity of condominiums is carried out.

Practical value. The efficiency of creation the ACMB as a progressive perspective form of joint ownership and management of a housing stock is substantiated. Reserching the theoretical foundations and practical experience of ACMHs gives grounds for determining the advantages for creating and developing associations of co-owners of multi-apartment buildings, such as: the opportunity to make decisions on the allocation of funds for solving specific problems of the maintenance of residential and non-residential premises and adjoining territory, as well as control over their use; the opportunity to provide high quality services and comfortable living conditions; to react promptly to emergency situations in the electric, heat and water supply sphere, as well as to provide measures for their prevention; to use tax incentives to reduce the amount of fees for services rendered; to effectively implement energy saving measures aimed at saving fuel and energy and financial resources consumed. Attention is focused on the needs for state support, such as: allocation of funds for major repairs of the building before the creation ACMF; transferring of ownership of non-residential condominiums that can be leased; resolution of the issue of transferring the ownership of land plots to

which the houses are located; reduction of tariffs due to additional possibilities of raising funds; Lobbying for self-interest at the local level through association with other ACMHs.

Keywords: association of co-owners of multi-apartment buildings, non-profit organizations, financial support, tariffs, estimates.

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. В Україні здійснюються глобальні ринкові перетворення, які змінили усі сфери національної економіки як матеріальні, так і нематеріальні, промислові, науково-технічні, оборонні тощо. За роки незалежності України у житлово-комунальній сфері накопичилось чимало проблем, пов'язаних із управлінням, експлуатацією, технічним і санітарним утриманням багатоквартирних будинків. Житлово-комунальне господарство залишається однією з найбільш відсталих і низько-ефективних галузей економіки: при значних людських, фінансових і матеріальних ресурсах якість житлових і комунальних послуг залишається незадовільною. А це одна з найбільш важливих галузей, від стану якої залежить якість життя українців.

Одним із основних напрямків впровадження реформ у житловій сфері, розвитку відповідального ставлення мешканців міста до власного житла є: утримання майна багатоквартирних житлових будинків, яке перебуває у власності декількох фізичних та юридичних осіб; захист прав їх співвласників та підвищення відповідальності за експлуатацію; збереження, утримання та ремонт житла; удосконалення системи управління житловим фондом через утворення сучасних замовників житлово-комунальних послуг у вигляді об'єднань співвласників багатоквартирних будинків. Об'єднання співвласників багатоквартирних будинків є новою організаційною формою утримання житла, що відповідає реаліям сьогодення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням особливостей і проблем діяльності об'єднань співвласників багатоквартирних будинків в Україні займалися Н.О. Гура, К. В. Процак, О. П. Просович, Гавриленко В.О. Державне стимулювання об'єднань співвласників багатоквар-

тирних будинків щодо ефективного використання енергетичних ресурсів та енергозбереження досліджувалось Г.В. Дмитренко та ін.

З проблемою ефективної діяльності ОСББ Україна стикається упродовж тривалого періоду. ОСББ – це один із способів утримання будинку та прибудинкової території у належному стані. Тому забезпечення ефективної діяльності ОСББ на сьогодні залишається важливим питанням, що потребує вирішення і визначає напрям подальших досліджень.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є особливості функціонування та фінансового забезпечення об'єднань співвласників багатоквартирних будинків.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Реформування ЖКГ вимагає комплексного підходу, проведення системних заходів з підвищення ефективності його функціонування. Одним з головних шляхів реформування є кардинальна зміна системи надання житлово-комунальних послуг, тобто способів управління житловими багатоквартирними будинками. На сьогодні пріоритетним завданням запровадження дієвих форм управління житловими будинками є створення об'єднань співвласників багатоквартирних будинків (далі – ОСББ), а також запровадження конкурентних умов на ринку житлово-комунальних послуг через реформування існуючих комунальних підприємств та залучення приватних підприємств, які зокрема мають інвестиційний потенціал.

В Україні ОСББ почали створюватися з 2001 року після прийняття відповідного закону. ОСББ – це юридичний орган, який обраний власниками квартир, відповідає за управління, утримання і використання спільного майна і звітує перед кожним мешканцем цього будинку. Має печатку з влас-

ним найменуванням та інші необхідні реквізити, розрахункові рахунки в установах банків [1].

За статистичними даними кількість ОСББ щороку значно зростає (рис. 1).

Станом на 1.01.2018 р. в Україні зареєстровано 27 999 ОСББ, що вдвічі перевищує відповідний показник 2012 р..

За період з 2016 по 2018 рр. середній темп зростання кількості ОСББ по Україні склав 37,71%.

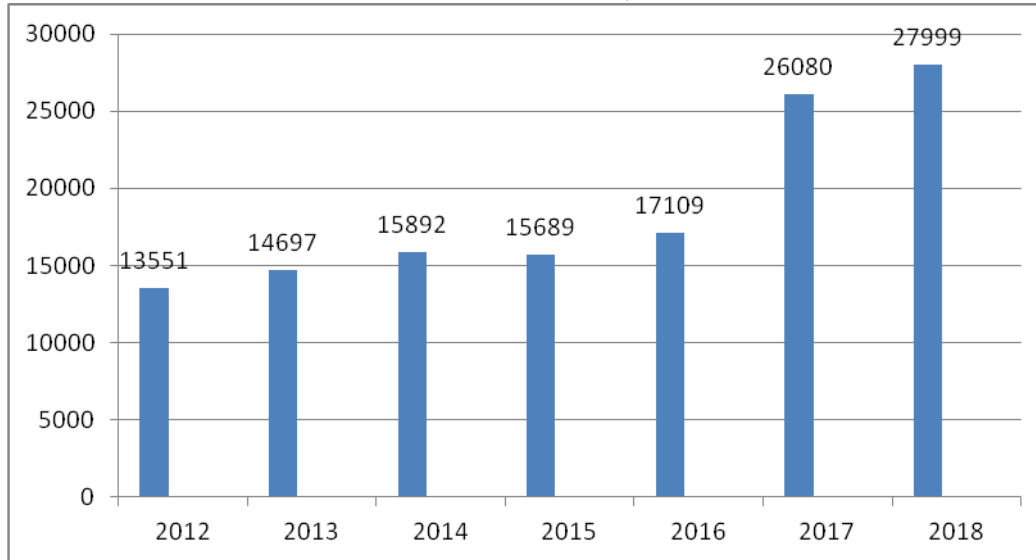


Рис. 1. Кількість об'єднань співвласників багатоквартирного будинку в Україні

Джерело: складено за даними [2]

У Хмельницькій області темп зростання за відповідний період становить 24,94%, питома вага створених у 2018 р. ОСББ дорівнює 2,81%, що є середнім показником у західному регіоні. (табл. 1).

Станом на 1 квітня 2018 р. багатоквартирний житловий фонд Хмельницької області складає 4848 житлових будинків загальною площею 11,2 млн. м². У 828 будинках створено 786 ОСББ, які обслуговують 2,8 млн. м² житла або 25% площі багатоквартирного житлового фонду. 10 приватних підприємств обслуговують 403 житлових будинка (10,5% житлового фонду), 187 ЖБК обслуговують 174 будинка (5,3% житлового фонду) [4].

ОСББ створюється тільки за згодою мешканців, якщо вони бачать у такому об'єднанні доцільність і вигоду. Переважна більшість ОСББ створюється у новобудовах, поточні витрати на утримання яких мінімальні. За даними Міністерства регіонального розвитку, будівництва та ЖКГ

майже дві третини вітчизняного житлового фонду потребує капітального ремонту, частина українських будинків є непридатними для життя [5].

Згідно законодавства України передача не нових будинків ОСББ передбачає проведення капітального ремонту попереднім балансоутримувачем, що на практиці не реалізується і створення ОСББ у цих будинках тягне за собою значні фінансових витрати для жителів багатоповерхівок. Крім того, значні труднощі при створенні ОСББ пов'язані із зношеністю та застарілістю конструктивних елементів та технічного обладнання багатоквартирних житлових будинків; складністю процедури передачі у власність ОСББ прибудинкової території; відсутністю повного комплексу технічної документації багатоквартирного житлового будинку; відсутністю у мешканців будинку необхідних знань щодо особливостей функціонування ОСББ; наявністю

заборгованості за житлово-комунальні послуги; складністю переукладення угод про надання житлово-комунальних послуг з по- стачальниками комунальних послуг; відсутністю коштів на проведення поточного та капітального ремонтів.

Таблиця 1

Кількість об'єднань співвласників багатоквартирного будинку по регіонах

	Назва області	2016 рік	2017 рік	2018 рік	Питома вага за 2018 р. %	Темпи зростання 2018-2016 рр. %
	1	2	3	4	5	6
1	Вінницька	615	739	802	2,86%	23,32%
2	Волинська	474	720	780	2,79%	39,23%
3	Дніпропетровська	1311	2604	2744	9,80%	52,22%
4	Донецька	2858	3552	3782	13,51%	24,43%
5	Житомирська	271	526	577	2,06%	53,03%
6	Закарпатська	312	536	597	2,13%	47,74%
7	Запорізька	537	1352	1417	5,06%	62,10%
8	Івано-Франківська	477	660	807	2,88%	40,89%
9	Київська	502	714	776	2,77%	35,31%
10	Кіровоградська	163	312	333	1,19%	51,05%
11	Луганська	780	836	840	3,00%	7,14%
12	Львівська	1305	2159	2369	8,46%	44,91%
13	Миколаївська	758	1144	1183	4,23%	35,93%
14	Одеська	780	1703	1810	6,46%	56,91%
15	Полтавська	427	703	753	2,69%	43,29%
16	Рівненська	449	798	869	3,10%	48,33%
17	Сумська	374	481	528	1,89%	29,17%
18	Тернопільська	825	1002	1066	3,81%	22,61%
19	Харківська	822	1158	1212	4,33%	32,18%
20	Херсонська	620	1043	1115	3,98%	44,39%
21	Хмельницька	590	720	786	2,81%	24,94%
22	Черкаська	520	807	864	3,09%	39,81%
23	Чернівецька	321	366	395	1,41%	18,73%
24	Чернігівська	277	359	373	1,33%	25,74%
25	м. Київ	741	1086	1221	4,36%	39,31%
	Україна	17109	26080	27999	100,00%	

Джерело: складено за даними [3]

Позитивним у створенні та розвитку об'єднань співвласників багатоквартирних будинків є:

– можливість самостійно приймати рішення щодо спрямування коштів на вирішення конкретних завдань по утриманню житлових і нежитлових приміщень та

прибудинкової території, а також контролю за їх використанням;

– за умови достатніх фінансових надходжень ОСББ здатне забезпечити високу якість послуг та комфортні умови проживання населення (чистоту загальних приміщень будівель, належне облаштування території, належний стан ліфтів та інше);

– за наявності сформованого штату обслуговуючого персоналу ОСББ може здійснювати оперативне реагування на аварійні ситуації у сфері електро-, тепло- та водопостачання, а також забезпечувати заходи для їх попередження;

– при передачі прибудинкової території у довгострокове користування або у власність об'єднання співвласників може отримувати додаткові кошти від здачі в оренду місць загального користування;

– статус неприбутковості ОСББ дає змогу скористатися пільгами в оподаткуванні й таким чином зменшити суму внесків за надані послуги;

– для деяких мешканців ОСББ замість оплати послуг по утриманню будинку та прибудинкової території передбачена можливість зарахувати виконання ними певних видів робіт для потреб даного об'єднання;

– об'єднання співвласників може більш ефективно реалізовувати заходи з енергозбереження, спрямовані на економію спожитих паливно-енергетичних та фінансових ресурсів.

Разом з тим, у своїй діяльності ОСББ доводиться вирішувати чимало проблем, зокрема:

– створення ОСББ у старих будинках, які потребують капітального ремонту, вимагає значних фінансових витрат від жителів цих багатоповерхівок;

– законодавчо-нормативні акти, що регулюють діяльність ОСББ, є недостатньо ефективними. Не врегульовано питання передачі у власність ОСББ земельних ділянок, на яких розташований будинок, та прибудинкових територій;

– доцільність створення ОСББ є економічно виправданою за умови достатньої кількості співвласників, що дозволяє збільшувати суми фінансових надходжень об'єднання та оптимізувати платежі;

– в ОСББ існує проблема несплати необхідної суми коштів частиною мешканців будинків внаслідок високої вартості послуг, відсутності достатнього рівня доходів

населення в умовах кризових явищ та через інші причини.

Таким чином, розвиток об'єднань співвласників багатоквартирних будинків в Україні та їх належне фінансове забезпечення вимагає вдосконалення нормативної бази щодо врегулювання їх діяльності та посиленої уваги суспільства, сприяння з боку органів місцевої влади.

Беручи до уваги специфіку діяльності ОСББ, зокрема статус неприбуткової організації, слід зазначити, що основою його діяльності є фінансове планування надходжень і витрат, тобто розробка кошторису, на основі якого загальними зборами ОСББ затверджуються тарифи та, відповідно, внески та платежі співвласників. Практика свідчить, що фінансове планування є індивідуальним для кожного ОСББ і залежить від житлової площі будинку, наявних приміщень, які можна здати в оренду, розташування будинку (на предмет можливостей використання для реклами), платоспроможності мешканців даного будинку тощо.

Для утримання, обслуговування та ремонту будинку ОСББ має змогу отримувати надходження, визначені статтею 21 Закону України «Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку» [1].

При визначенні величини платежів на утримання будинку і прибудинкової території необхідно виходити з розміру витрат на утримання будинку і прибудинкової території, передбачених кошторисом об'єднання відповідно до статті 10 Закону України «Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку» і затверджених загальними зборами.

Кошторис складається з урахуванням покриття витрат на:

1. Утримання будинку та прибудинкової території;
2. Адміністративні витрати;
3. Інші витрати.
4. Перерахування до спеціальних фондів, зокрема, до резервного фонду (накопичення на ремонт).

Для накопичення коштів на ремонт спільного майна й термінового усунення збитків, що виникли внаслідок аварій або

непередбачених обставин, в обов'язковому порядку створюються ремонтний і резервний фонди ОСББ. Кошти цих фондів акумулюються на рахунку ОСББ у банку й використовуються лише за цільовим призначенням. Перелік і розміри обов'язкових внесків до ремонтного й резервного фондів, а також порядок їх сплати встановлюються самостійно ОСББ (ст. 21 Закону про ОСББ у редакції Закону N 417-VIII (417-19) від 14.05.2015).

При формуванні тарифів ОСББ необхідно звернути увагу на їх відповідність таким вимогам. Тарифи мають:

1) розраховуватися для кожного будинку відповідно до запланованих кількісних показників фактичного надання послуг з урахуванням забезпечення належного санітарно-гігієнічного, протипожежного, технічного стану;

2) формуватися з урахуванням Типового переліку послуг з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій;

3) відповідати розміру економічно обґрунтованих витрат, підтверджених первинними бухгалтерськими документами;

4) затверджуватися виключно загальними зборами членів об'єднання без погодження органами державної влади чи місцевого самоврядування.

При обґрунтуванні витрат на утримання будинку та прибудинкової території, включених до кошторису ОСББ, слід урахувати Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», який визначає методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства і її розкриття у фінансовій звітності.

У наявності повинні бути первинні документи, які фіксують факти здійснення господарських операцій відповідно до ст. 9 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». У ст. 10 Закону про ОСББ ведення діловодства, бухгалтерського обліку та звітності про діяльність об'єднання віднесено до компетенції правління ОСББ [1].

Отже, для документального та нормативного обґрунтування розрахунку тарифу на послуги з утримання будинку та

прибудинкової території ОСББ мають бути такі документи: затверджений загальними зборами ОСББ кошторис; рішення загальних зборів ОСББ про затвердження тарифу на послуги з утримання будинку, споруд та прибудинкової території; розрахунок тарифу на послуги з утримання будинку, споруд і прибудинкової території ОСББ, з розшифруванням усіх його складових; первинні бухгалтерські документи та розрахунки щодо економічного обґрунтування кожної складової розрахунку тарифу на послуги з утримання будинку, споруд і прибудинкової території ОСББ; документи синтетичного й аналітичного бухгалтерського обліку ОСББ щодо фактичного виконання послуг з утримання будинку, споруд і прибудинкової території для мешканців житлового будинку.

Державою передбачено підтримку діяльності ОСББ, так зокрема об'єднання співвласників багатоквартирних будинків можуть брати участь у державних та місцевих програмах фінансування ОСББ, брати кредити, впроваджувати проекти з термомодернізації. Будинки, де створені ОСББ, можуть брати участь в державних та місцевих програмах підтримки і претендувати на фінансування від донорів, залучення кредитів тощо. Наприклад, до таких належить урядова програма «Теплі кредити». Скориставшись нею, можна отримати відшкодування на утеплення багатопверхівок від 40 до 70% вартості. Ключовим питанням для співвласників, які планують проводити утеплення свого будинку, є пошук вигідних умов фінансування для реалізації комплексу енергоефективних заходів.

Державна програма «теплих кредитів», яка відшкодовує частину тіла позики (від 40% до 70%), продовжена на 2019 р. і передбачає виділення 190 млн. гривень, що втричі більше, ніж було освоєно об'єднаннями в 2018 р.

Позитивним є той факт, що державна підтримка ОСББ не вичерпується «теплыми кредитами». Фонд енергоефективності в Україні запрацював у 2018 р. за підтримки ІФС. На реалізацію діяльності Фонду залучено 100 млн. євро грантової допомоги від

Європейського Союзу на 5 років. Зокрема, на діяльність Фонду у 2018 році заплановано 1,6 млрд грн. Передбачається, що Фонд надаватиме не лише фінансову, але й технічну підтримку для ОСББ, а також здійснюватиме оцінку ефективності проведених заходів [6].

Крім державних програм підтримки продовжують діяти місцеві: так, у 2017 р. місцевою владою було профінансовано 155 програм підтримки енергоефективних заходів, що майже вдвічі більше ніж за попередній 2016 р. Анонсована Європейським банком реконструкції та розвитку програма «IQEnergy» передбачає фінансування ОСББ. Наразі тривають пошуки та переговори з потенційними банками-партнерами програми.

У місцевому бюджеті м. Хмельницького на виконання Програми часткового відшкодування відсоткових ставок за залученими кредитами, що надаються фізичним особам, об'єднанням співвласників багатоквартирних будинків та житлово-будівельним кооперативам на заходи з підвищення енергоефективності на 2018-2021 роки, Програми утримання та розвитку житлово-комунального господарства та благоустрою міста на 2017-2020 рр. було виділено 500,0 тис. грн. по загальному фонду та 1350,0 тис. грн. по спеціальному фонду [7]. Це забезпечить зростання призначень на відшкодування відсоткових ставок за залученими кредитами порівняно з попереднім періодом у 5 разів. Річна економія споживання електроенергії становитиме 290,40 тис.кВт. Динаміка кількості заходів з енергозбереження порівняно з попереднім періодом складає 50%.

На виконання Програми енергоефективності, енергозбереження та термомодернізації багатоквартирних житлових будинків м. Хмельницького на 2016-2020 рр., у 2016 р. міським бюджетом було виділено 6094,8 тис. грн. За рахунок цих коштів виготовлено кошторисну документацію та виконані роботи з утеплення фасадів 8-ми житлових будинків і в 5-ти будинках в місцях загального користування проведена заміна вікон на енергозберігаючі.

У 2017 р. на виконання Програми енергоефективності, енергозбереження та термомодернізації багатоквартирних житлових будинків м. Хмельницького на 2016-2020 рр. міським бюджетом було виділено 7001,5 тис. грн. та виконано роботи з утеплення та заміни вікон в 10-ти будинках.

Кращими реалізованими проектами щодо впровадження заходів з енергозбереження та підвищення енергоефективності в житлово-комунальному господарстві міста Хмельницького впродовж 2016-2018 рр. є:

1. Капітальний ремонт, утеплення фасаду житлового будинку на вул. С. Бандери,9. Особливостями проекту є впровадження запропонованих заходів по зниженню витрат співвласників. Вартість проекту складалась з 654,7 тис. грн., виділених із міського бюджету та 540,0 тис. грн. – з коштів ОСББ.

2. Капітальний ремонт, утеплення фасаду житлового будинку у провулку Північному,1. Вартість ремонту складалась з 556,7 тис. грн., які були виділені з міського бюджету, кошти ОСББ становили 167,0 тис. грн.

На виконання заходів «Програми сприяння діяльності ОСББ, розвитку самоорганізації співвласників житла у багатоквартирних будинках міста Хмельницького на 2016-2018 рр.» у 2018 р. виділено 60,0 тис. грн. із загального фонду місцевого бюджету [7]. Відповідно до Програми сприяння діяльності ОСББ до навчання залучено 50 осіб.

Висновки. Досліджено окремі сторони функціонування ОСББ та виявлено, що вони здійснюють фінансову діяльність на засадах неприбутковості за сформованим кошторисом, що затверджується загальними зборами, керуючись затвердженими нормативно-правовими актами. Визначено позитивні риси та означено проблеми функціонування та фінансової діяльності ОСББ.

Проведений аналіз свідчить про значне зростання кількості ОСББ в Україні впродовж останніх семи років.

Практичний досвід підтверджує ефективну фінансову діяльність ОСББ. Виявлено суттєві результати у діяльності ОСББ: скорочення витрат на утримання житла кожному квартирновласнику, поліпшення

технічного стану та терміну експлуатації житлового будинку, поліпшення зовнішнього вигляду будівель і прибудинкових територій. Усе це підтверджує ефективність створення ОСББ як форми спільного володіння та управління житловим фондом.

У результаті дослідження виявлено, що для ефективної діяльності ОСББ необхідно постійно вирішувати питання залучення додаткових коштів та оптимізації витрат. Зокрема, на місцевому рівні гостро стоять питання виділення коштів для проведення капітального ремонту перед створенням ОСББ;

передачі у власність ОСББ нежитлових приміщень, які можна здавати в оренду; зменшення тарифів за рахунок додаткових можливостей залучення коштів (наприклад від розміщення реклами на будівлі, чи здачі в оренду нежитлових приміщень тощо); лобювання власних інтересів на місцевому рівні шляхом об'єднання з іншими ОСББ.

Перспективи подальшого дослідження полягають у визначенні можливостей оптимізації витрат ОСББ із застосуванням методів математичного моделювання та шляхів підвищення комерційної вартості квартир.

Список літератури:

1. Закон України «Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку» [Електронний ресурс] : прийнятий 29 лист. 2001 р. № 2866-III. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/417-19> (дата звернення: 19.07.2017). – Назва з екрана.
2. Україна у цифрах у 2017 році: статистичний збірник / за ред. І.Є. Вернера. – Київ: Державна служба статистики України, 2018. – 241 с.
3. Регіони України 2018 ч. 2: статистичний збірник / за ред. І.Є. Вернера. – Київ: Державна служба статистики України, 2018. – 682 с.
4. Сайт Хмельницької обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.adm-km.gov.ua/?p=37899> (дата звернення: 03.05.2018). – Назва з екрана.
5. Литвин О. В Україні повинні знести тисячі «хрущовок»: що робити мешканцям і які будинки в небезпеці [Електронний ресурс] / О.Литвин. – Режим доступу: <https://www.obozrevatel.com/ukr/economics/v-ukraini-povinni-znesti-tisyachihruschovok-scho-robiti-meshkantsyam-i-yaki-budinki-v-nebezpetsi.htm> (дата звернення: 05.04.2018). – Назва з екрана.
6. Портал про термомодернізацію житлових будинків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://thermomodernisation.org/dzherela-finansuvannia-dlia-osbb-u-2018-rotsi/> (дата звернення: 21.12.2017). – Назва з екрана.
7. Офіційний сайт Хмельницької міської ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://khm.gov.ua/uk/content/pro-byudzhet-mista-hmelnyckogo-na-2018-rik> (дата звернення: 16.01.2018). – Назва з екрана.
8. Tosics I. (2004). Refurbishment of multi-storey housing in Hungary: social, legal and financial Conditions. in Amann. W. (Ed.). Immobilienforschung in Mittel-Ost- und Südost-Europa/Real Estate Research in Central-Eastern and South-Eastern Europe. FGW. Vienna. P. 102–10. Select Housing/Innovation The title of the study (see the title in italics above). available at: www.iibw.at/deutsch/portfolio/portfolio.htm.
9. Yovera A., Dimitrov D., Dimitrova R. (2003). Housing policy: the stepchild of the transition, local government and housing in Bulgaria. in Lux. M. (Ed.). Housing Policy: An End or a New Beginning?. Open Society Institute. Budapest. P. 353–98. available at: http://lgi.osi.hu/publications_datasheet.php?idj223.
10. Kährik A., Kõre J., Hendrikson M., Allesaar I. (2003). From a state controlled to a laissez faire housing system, local government and housing in Estonia. in Lux. M. (Ed.). Housing Policy: An End or a New Beginning? Open Society Institute. Budapest. P. 187–242. available at: http://lgi.osi.hu/publications_datash.php?idj223.
11. Groetelaers D., Ploeger H. (2010). Management of redeveloped industrial areas with mixed use in The Netherlands. Journal of Legal Affairs and Dispute Resolution in Engineering and Construction. ASCE/February. P. 73–81.

References:

1. Zakon Ukrainy «Pro obiednannia spivvlasnykiv bahatokvartyrnoho budynku»: pryiniaty 29 lyst. 2001 roku № 2866-III [Holos Ukrainy – Voice of Ukraine from January 4 2002, № 2]. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/417-19> (accessed 19 July 2017) [in Ukrainian].
2. Ukraina u tsyfrakh u 2017 rotsi: statystychnyi zbirnyk [Ukraine in figures in 2017: Statistical Yearbook]. (2018). – Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [in Ukrainian].
3. Rehiony Ukrainy 2018, ch. 2: statystychnyi zbirnyk [Regions of Ukraine 2018 Part 2: Statistical Yearbook]. – Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [in Ukrainian].
4. Sait Khmelnytskoi oblasnoi derzhavnoi administratsii. Retrieved from <https://www.adm-km.gov.ua/?p=37899> (accessed 03 May 2018) [in Ukrainian].

5. Lytvyn, O. (2018). Ukraini povynni znesty tysiachi «khrushchovok»: shcho robyty meshkantsiam i yaki budynky v nebezpetsi [In Ukraine, they must demolish thousands of «Khrushchev»: what to do to the inhabitants and which houses are in danger]. *Obozrevatel / Novyny ekonomiky – Obozrevatel / News of economy*. Retrieved from <https://www.obozrevatel.com/ukr/economics/v-ukraini-povynni-znesty-tisyachi-hruschovok-scho-robiti-meshkantsyam-i-yaki-budinki-v-nebezpetsi.htm> (accessed 05April 2018) [in Ukrainian].
6. Portal for thermo-modernization of residential buildings [Portal pro termomodernizatsiiu zhytlovykh budynkiv]. Retrieved from <https://thermomodernisation.org/dzherela-finansuvannia-dlia-osbb-u-2018-rotsi/> (accessed 21 desember 2017) [in Ukrainian].
7. Ofitsiyniyi sait Khmelnytskoi miskoi rady [Official site of the Khmelnytsky City Council]. Retrieved from <https://khm.gov.ua/uk/content/pro-byudzheth-mista-hmelnyckogo-na-2018-rik> (accessed 16 janari 2018) [in Ukrainian].
8. Tosics I. (2004). Refurbishment of multi-storey housing in Hungary: social, legal and financial Conditions. in Amann. W. (Ed.). *Immobilienforschung in Mittel-Ost- und Südost-Europa/Real Estate Research in Central-Eastern and South-Eastern Europe*. FGW. Vienna. P. 102–10. *Select Housing/Innovation* The title of the study (see the title in italics above). available at: www.iibw.at/deutsch/portfolio/portfolio.htm.
9. Yovera A., Dimitrov D., Dimitrova R. (2003). Housing policy: the stepchild of the transition, local government and housing in Bulgaria. in Lux. M. (Ed.). *Housing Policy: An End or a New Beginning?*. Open Society Institute. Budapest. P. 353–98. available at: http://lgi.osi.hu/publications_datashheet.php?idj223.
10. Kährik A., Köre J., Hendrikson M., Allesaar I. (2003). From a state controlled to a laissez faire housing system, local government and housing in Estonia. in Lux. M. (Ed.). *Housing Policy: An End or a New Beginning?* Open Society Institute. Budapest. P. 187–242. available at: http://lgi.osi.hu/publications_datash.php?idj223.
11. Groetelaers D., Ploeger H. (2010). Management of redeveloped industrial areas with mixed use in The Netherlands. *Journal of Legal Affairs and Dispute Resolution in Engineering and Construction*. ASCE/February. P. 73–81.

УДК 65.01.005; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-44-50

*Танклевська Н.С., д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки та фінансів,
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»
Зайцева О.І., к.е.н., доцент,
професор кафедри менеджменту, маркетингу і туризму
Херсонського національного технічного університету*

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ В УМОВАХ ЧЕТВЕРТОЇ ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ

Анотація. Обґрунтовано необхідність формування міждисциплінарної концепції управління інвестиційною привабливістю підприємства в умовах четвертої промислової революції. Наголошено, що четверта промислова революція за масштабом та рівнем складності докорінно змінює підходи до ведення бізнесу і пошуку джерел фінансування. Представлено хронологію промислових революцій і соціально-економічні та історичні наслідки від них. Доведено, що екосистеми змінили роль капіталу в процесі нарощування бізнесу в умовах четвертої промислової революції. Визначено групи факторів впливу «Індустрії 4.0» на інвестиційну привабливість підприємства. Представлено авторську інтерпретацію видів інвестиційної привабливості.

Ключові слова: управління, міждисциплінарна концепція, інвестиційна привабливість, четверта промислова революція, «Індустрія 4.0».

JEL code classification: P45, L16.

*Tanklevska N.S., Doctor of Economics, Professor,
head of Economics and finance department,
Kherson state agrarian university
Zaitseva O.I., Ph.D., Ass. Prof.,
Professor of Management, marketing and tourism department
Kherson national technical university*

INVESTMENT ATTRACTIVE MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF THE FOURTH INDUSTRIAL REVOLUTION

Abstract. The necessity of forming an interdisciplinary concept of managing the investment attractiveness of an enterprise in the conditions of the fourth industrial revolution, the scientific and cognitive status of which is still at the stage of formation, is substantiated. It is emphasized that the fourth industrial revolution in scale and complexity is fundamentally changing the approaches to doing business and finding sources of financing. The chronology of the industrial revolutions and the socio-economic and historical consequences of them are presented. It has been proven that ecosystems have changed the role of capital in the process of business growth in the context of the fourth industrial revolution, which is becoming more powerful, influential and historically significant, with a deeper need to rethink the economic, social and political system and to build a humane human-centric model of reaction to change, would help mitigate revolutionary upheavals. The groups of factors of influence of Industry 4.0 on the investment attractiveness of the enterprise are identified. The author's interpretation of the types of investment attractiveness is presented. Emphasis is placed on the fact that awareness of the challenges of the digital economy is only the first step for modern executives and business owners, and the next is to increase the potential of investment attractiveness to meet these challenges.

Keywords: management, interdisciplinary concept, investment attractiveness, fourth industrial revolution, Industry 4.0.

Постановка проблеми. В умовах інтелектуалізації економіки, світового насиченого ринку, інтеграції технологій, глобальної цифровізації та інших наслідків четвертої промислової революції відбувається переосмислення ділової підприємницької культури, що потребує відповідної трансформації науково-практичних підходів до ефективного вкладення коштів у розвиток бізнесу.

На сьогодні багато підприємств знаходяться в жорсткій конкуренції за джерела капіталу, тому, щоб бути максимально інвестиційно привабливими, вони повинні відповідати певним критеріям:

- вести прозору виробничо-комерційну діяльність, мати високий позитивний імідж та низькі репутаційні ризики;
- бути фінансово стійкими, платоспроможними, мати високий рівень інноваційної активності;
- бути конкурентоспроможними на займаних ринках, мати можливість освоєння нових;
- мати високий рівень стратегічного потенціалу підприємства, виробничі потужності по збільшенню випуску продукції, розширення асортиментного портфелю та перспективи диверсифікації;
- мати висококваліфікований персонал, професійні менеджерську, маркетингову та IT- команди.

Означені умови висувають нові вимоги до управління інвестиційною привабливістю підприємств, що потребує відповідного науково-методичного забезпечення та практичного інструментарію, опанування якими ще відбувається досить повільно.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багатоаспектна проблематика питань управління інвестиційною привабливістю знайшла широке відображення у наукових дослідженнях багатьох вчених-економістів. Переконаливим є науково-методичний підхід Н.Ю. Брюховецької до оцінювання інвестиційної привабливості підприємства і визначення недоліків та спірних моментів у деяких існуючих методик [1, с. 110], В.С. Марцин з упевненістю наголошує на необхідності формування механізму регулювання інвес-

тиційною діяльністю в період глобалізації [2, с. 8], І.В. Багрова зацентувала увагу на необхідності вдосконалення математичного апарату оцінювання ризику та ефективності інвестиційного проекту і запропонувала економічний механізм забезпечення надійності інвестиційних проектів [3, с. 29], О.М. Тридід сформував напрями розроблення стратегії інвестиційної привабливості підприємства [4, с. 92-99; 5, с. 79-86].

Така увага до означених економічних категорій обумовлена зростаючою потребою у формуванні міждисциплінарної концепції управління інвестиційною привабливістю підприємства, науково-пізнавальний статус якої ще знаходиться на стадії становлення.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування необхідності формування міждисциплінарної концепції управління інвестиційною привабливістю підприємства в умовах четвертої промислової революції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Четверта промислова революція за абсолютно незаним досі масштабом та рівнем складності докорінно змінює підходи до ведення бізнесу, вибудовування суспільних комунікацій, пошуку джерел фінансування креативних ідей, стартапів та інноваційних продуктів. Спостерігаються глибинні системні зміни у промислових та інформаційних сферах, з'являються дизрупції, загострюється економічна, знаннева та соціальна нерівність, руйнуються усталені системи виробництва, споживання та логістики. Технологічні впливи є настільки потужними, що роблять наше недалеке майбутнє одночасно і дуже перспективним, і сповненим найсильніших економічних, соціальних та гуманітарних загроз.

Промислові революції знаменують важливий поворотний момент в історії, коли нові технології призводили до глибинних трансформацій в економічних системах та соціальних структурах.

Перший докорінний злам суспільного устрою і способу життя людства настав з переходом від збирання до землеробства і подальшого приручення й одомашнення тварин, внаслідок цього, аграрна революція

уможливила виробництво, перевезення і транспортне сполучення, а в подальшому це призвело до розвитку процесів урбанізації.

Після аграрної відбулося кілька промислових революцій, перша з яких викликана початком механічного виробництва, винаходом парового двигуна і появою залізничних шляхів. Передове англійське суспільство перейшло від статичного традиційного до дієвого ринкового з активним підприємницьким класом, вихованим в традиціях протестантської трудової етики і ліберальною політичною системою, в якій держава не пригнічувала економічну активність.

Поява електрики спричинила другу промислову революцію і людство вступило в смугу стрімкого розвитку конвеєрів та масового виробництва. І перетворення провідних країн Європи в гігантські фабрики викликало значні зміни в складі населення, з'явилися нові класи і соціальні групи, відбулися серйозні зміни в політичному устрої і у духовному житті суспільства.

Третю промислову революцію називають «комп'ютерною» або «цифровою», оскільки її рушійними силами стали розвиток напівпровідникових матеріалів, використання великих електронно-обчислювальних машин, поява персональних комп'ютерів та мережі Інтернет.

Враховуючи наукові осмислення перших трьох промислових революцій, людство опинилося на початку четвертої, яка розпочалася внаслідок розвитку сенсорних приладів, цифрових технологій, набагато більш поширеного та швидкісного Інтернету, появи «розумних», здатних до самонавчання машин і штучного інтелекту, а також великих людських пізнавальних можливостей. Важливі наукові відкриття синхронно виникають у різних галузях, вони інтегруються і поширюються набагато швидше й масштабніше, ніж у попередніх революціях, котрі в окремих частинах світу ще розгортаються неоднаково внаслідок знаходження окремих територій та країн у різних технологічних укладах.

Тому четверта промислова революція стає більш могутньою, впливовою та історично значущою, ніж три попередні, з більш гли-

бинною потребою переосмислення економічної, соціальної та політичної системи і вбудовою гуманної людиноцентричної моделі реакції на зміни, яка б дозволила пом'якшувати революційні потрясіння [6, с. 79-86].

Хронологія промислових революцій і соціально-економічні та історичні наслідки від них представлено в таблиці 1.

Масштаби і розмах змін пояснюють, чому сьогодні настільки гостро відчувається брак фінансово-економічної стабільності. Темпи розвитку й поширення інновацій зараз стрімкіші ніж будь коли. Галузі незабаром стануть великими екосистемами і зруйнують традиційну модель бізнесу з її зрозумілими горизонтами. Таку тенденцію ілюструє стрімке зростання онлайн-магазинів, новинних порталів, streaming-сервісів та платформ інтернет-бронювання. Мережеві бренди тепер інтегрують свою діяльність не тільки з ланцюжком власних фірмових магазинів, але й з платформами Amazon, AliExpress, Prom.ua. Apple Pay та інші подібні платформи входять в конкурентний набір для фінансових інститутів, Tencent і Alibaba розширюють свої екосистеми. Тепер це – платформні корпорації, які пов'язують традиційні та цифрові компанії і їх контактні аудиторії в страхуванні, охороні здоров'я, нерухомості та інших галузях з великою перевагою об'єднання мільйонів клієнтів в цих галузях. Неймовірні бізнес-моделі стають реальністю: Facebook – основний медіаплеєр, Uber і Airbnb продають по всьому світу послуги з перевезення і гостювання. Причому власник найпопулярнішого в світі засобу масової інформації Facebook не створює власного контенту, Uber – сама розгалужена структура таксі не має у власності автомобілів, а Airbnb не володіє номерним фондом і не має власної нерухомості. Такі легко керовані завдяки смартфонам екосистеми поєднують людей, ресурси й різні дані та створюють абсолютно нові способи продажу і споживання, гармонізуючи пропозицію та попит. Ці платформи дозволяють досягати неймовірних результативних комбінацій в бізнесі, за прогнозами експертів їх дохід становить 60 трильйонів доларів США до 2025 року, що більше 30%

загальносвітових теперішніх корпоративних доходів і ці тенденції прискорюються.

Таблиця 1

Соціально-економічні та історичні наслідки промислових революцій

Промислова революція	Наслідки
1	2
Аграрна (перша промислова) революція	Перший докорінний злам суспільного устрою і способу життя людства, аграрна революція уможливила виробництво, перевезення і транспортне сполучення та подальший розвиток процесів урбанізації
Друга промислова революція	Початок механічного виробництва, винахід парового двигуна, поява залізничних шляхів. Передове англійське суспільство перейшло від статичного традиційного до дієвого ринкового з активним підприємницьким класом, вихованим в традиціях протестантської трудової етики і ліберальною політичною системою, в якій держава не пригнічувала економічну активність
Третя промислова революція	«Комп'ютерна» або «цифрова» революція, її рушійними силами стали розвиток напівпровідникових матеріалів, використання великих електронно-обчислювальних машин, поява персональних комп'ютерів та мережі Інтернет
Четверта промислова революція	Розвитку сенсорних приладів, цифрових технологій, набагато більш поширений та швидкісний Інтернет, поява «розумних», здатних до самонавчання машин і штучного інтелекту, а також великих людських пізнавальних можливостей. Важливі наукові відкриття синхронно виникають у різних галузях, інтегруються і поширюються набагато швидше й масштабніше, ніж у попередніх революціях

Джерело: складено автором за даними [6-7]

Для подальшої ілюстрації окресленої проблематики можна також порівняти Детройт, як найбільший центр традиційної промисловості 1990 року із сучасною Кремнієвою долиною. Так, сукупна ринкова капіталізація трьох найбільших компаній у Детройті становила 36 мільярдів доларів США, а прибутки 250 мільярдів доларів США. Штат найманих працівників цих компаній становив 1,2 мільйони. Сьогоднішні три найбільші компанії Кремнієвої долини мають значно вищу ринкову капіталізацію – 1,09 трильйонів доларів США і приблизно такі ж самі доходи – 247 мільярдів доларів США, але в 10 разів меншу кількість найманих працівників – 137000 осіб [7].

На теперішній час створення одиниці капіталу вимагає суттєво меншої кількості залучених працівників, ніж 10-20 років тому. Це можливо, оскільки собівартість «цифрового бізнесу» ближчає до нуля. Таким чином, реалії «цифрового» часу полягають у тому, що нові компанії постачають «цифрові» товари та послуги, вартість зберігання, транспортування та відтворення яких практично дорівнює нулю. Очевидним стає те, що компанії, котрі працюють в галузі інноваційних технологій, потребують досить невеликих інвестицій для запуску та процвітання.

Означені екосистеми змінили роль капіталу в процесі нарощування бізнесу в умовах

четвертої промислової революції. Вони породили так звану «економіку на вимогу» або «економіку спільного споживання», яка порушує дискусійне питання: що є найбільш інвестиційно привабливим Інтернет-платформа, «цифровий бізнес» або базовий актив? Таким чином, в контексті порушеного питання, безсумнівною для сучасної економічної науки та практики стає необхідність формування міждисциплінарної концепції управління інвестиційною привабливістю підприємства в реаліях «Індустрії 4.0».

Необхідно зазначити, що у фахових наукових дослідженнях і дотепер не вироблений єдиний узагальнюючий підхід до визначення сутності поняття «інвестиційна привабливість», а також відсутні міждисциплінарні взаємозв'язки з категоріями конкурентоспроможності підприємства, його сталим розвитком і наслідками четвертої промислової революції.

Багатоваріантність у трактуванні інвестиційної привабливості підприємства і надалі ускладнює її діагностику, оскільки різне змістове наповнення сутності поняття зумовлює і різні підходи до її оцінювання та ідентифікації. Однак, усі вчені-економісти доходять до згоди, що інвестиційна привабливість підприємства – це його інтегральна характеристика як об'єкта майбутнього інвестування з позиції перспектив розвитку, ефективності використання ресурсів і активів, їхньої ліквідності, стану платоспроможності, фінансової стійкості. Також доцільно враховувати низку неформалізованих показників, прикладом таких можуть слугувати економіко-географічне положення, галузева належність, інтелектуальний капітал підприємства, лояльність клієнтів, вартість бренда і пізнаванність на ринку, унікальні конкурентні переваги, стадія життєвого циклу підприємства, інноваційність бізнес-процесів, вагомі нематеріальні активи та інші.

Необхідно зазначити, що в умовах четвертої промислової революції на інвестиційну привабливість впливають фактори загальної дії та фактори регіональної (територіальної) дії.

До факторів загальної дії належать:

1) соціально-економічні (загальний розвиток країни та галузей економіки, стан фінансово-кредитної системи, функціонування та прозорість фондового ринку, рівень інфляції, податкова політика);

2) політико-правові (політична ситуація у країні, нормативно-правова база в галузі інвестування);

3) інформаційні (відкритість інформаційних джерел, загальнодержавні процеси цифровізації).

До факторів регіональної (територіальної) дії належать:

1) галузева регіональна структура;

2) розвиток комерційної та дорожньо-транспортної інфраструктури;

3) наявність інвестиційних атракторів (те, що приваблює в регіоні: курортно-рекреаційні ресурси, історичні пам'ятки, локальне ексклюзивне виробництво, традиційні фестивалі та інше);

4) прозорі інформаційні комунікації;

5) наявність ресурсів усіх видів ресурсів (матеріальних, фінансових, інформаційних та інших);

6) сукупний регіональний людський капітал;

7) інвестиційна політика регіону;

8) привабливість регіонального ринку для іноземних інвесторів;

9) рівень діджиталізації соціальних та економічних процесів в регіоні;

10) екологічний стан.

Як вже було зазначено вище інвестиційну привабливість підприємства доцільно розглядати як інтегральну характеристику, яка дає унікальні конкурентні переваги у боротьбі за інвестиційні ресурси на засадах узгодження інтересів власників та інвесторів. Вона багаторівнева і базується на декількох щаблях, а саме рівнях держави, регіону, виду економічної діяльності (галузі) та безпосередньо самого підприємства.

Враховуючи напрацювання попередніх дослідників та авторську інтерпретацію, види інвестиційної привабливості представлені в таблиці 2.

Таблиця 2

Види інвестиційної привабливості

Критерії	Види
1	2
За рівнями оцінювання інвестиційної привабливості	<ul style="list-style-type: none"> – Інвестиційна привабливість макrorівня (державна інвестиційна привабливість, регіональна інвестиційна привабливість, галузева інвестиційна привабливість); – Інвестиційна привабливість мікрорівня (інвестиційна привабливість сфери діяльності об'єкта інвестування, підприємства, проекту, стартапу)
За факторами формування інвестиційної привабливості	<ul style="list-style-type: none"> – Абсолютна (інвестиційна привабливість, за якої між об'єктом інвестування та інвестором не існує ніяких перешкод); – Відносна (інвестиційна привабливість, за якої між об'єктом інвестування та інвестором існують певні групи або бар'єри перешкод)
За періодом оцінювання	<ul style="list-style-type: none"> – Перспективна (інвестиційна привабливість підприємства можлива в майбутніх короткострокових або стратегічних періодах); – Поточна (інвестиційна привабливість на даний момент часу (період оцінювання)); – Потенційна (передбачає оцінювання з метою прогнозування інвестиційної привабливості на майбутнє за умов нарощення інвестиційного потенціалу)
За специфікою галузі	<ul style="list-style-type: none"> – Інвестиційна привабливість виробничих підприємств; – Інвестиційна привабливість підприємств невиробничої сфери (сфери послуг); – Інвестиційна привабливість підприємств «цифрового бізнесу»

Джерело: складено автором за даними [8]

Висновки. Резюмуючи, слід наголосити, що системний моніторинг, аналізування та управління інвестиційною привабливістю дозволить ще й виявити недоліки у комерційно-виробничій діяльності підприємства та усунути їх, а також розробити ефективну інвестиційну політику і у подальшому сприяти реалізації стратегії інвестиційної привабливості підприємства в середовищі «Індустрії 4.0».

Відтак, можна впевнено стверджувати, що найбільшої вигоди від четвертої промис-

лової революції отримують ті учасники ринку, хто забезпечує інтелектуальний та фізичний капітали і це винахідники, розробники, технологи «Інтернету речей», підприємства «цифрового бізнесу», інвестори, а також акціонери так званих «екосистем». Усвідомлення викликів цифрової економіки – перший крок для сучасних лідерів, наступним стає нарощення потенціалу інвестиційної привабливості з урахуванням цих викликів.

Список використаних джерел

1. Брюховецька Н.Ю. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства: визначення недоліків деяких існуючих методик / Н.Ю. Брюховецька, О.В. Хасанова // Економіка промисловості. – 2009. – № 1(44). – С. 110-117.
2. Марцин В.С. Інноваційно-інвестиційна діяльність та шляхи її розвитку в період глобалізації / В.С. Марцин // Проблеми науки. – 2010. – № 2. – С. 8-14.
3. Багорова І.В. Економічний механізм забезпечення надійності інвестиційних проєктів: методологічні засади та їх практичне застосування / І.В. Багорова, Т.С. Яковенко // Вісник економічних наук України. – 2009. – № 1(15). – С. 29-33.
4. Тридід О.М. Розробка інвестиційної стратегії підприємства як напрям забезпечення його інвестиційної привабливості / О.М. Тридід // Управління проєктами та розвиток виробництва: Зб.наук.пр. – Луганськ: вид-во СЛУ ім. В. Даля, 2011. – № 1(37). – С. 92-99.
5. 11. Тридід О.М. Методичний підхід до оцінювання інвестиційної привабливості підприємства / О.М. Тридід, К.В. Орехова // Наука й економіка. – 2009. – №3 (15), Т. 2. – С. 79-86.
6. Шваб Клаус. Четверта промислова революція. Формуючи четверту промислову революцію / пер. з англ. Наталії Якімчук та Ярослава Лебеденка. – Харків: видавництво Hemiro Ltd, 2019. – 416 с.
7. McCloskey, D. 2016. Bourgeois Equality. Chicago: University of Chicago Press. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/B/bo22655327.html>
8. Соболева Г.Г. Сутність управління інвестиційною привабливістю підприємства / Г.Г. Соболева // Східна Європа: економіка, бізнес та управління: Зб.наук.пр. – Дніпро: вид-во ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури». – Вип. 6 (17). – 2018 – С. 342-346.

Reference:

1. Briukhovetska, N.Iu., Khasanova, O.V. (2009) Otsinka investytsiinoi pryvabyvosti pidpryemstva: vyznachennia nedolikh deiakykh isnuuyuchykh metodyk. Ekonomika promyslovosti, № 1(44), p. 110-117 [in Ukrainian].
2. Martsyn, V.S. (2010) Innovatsiino-investytsiina diialnist ta shliakhy yii rozvytku v period hlobalizatsii. Problemy nauky, № 2, p. 8-14 [in Ukrainian].
3. Bahrova, I.V., Yakovenko, T.S. (2009) Ekonomichniy mekhanizm zabezpechennia nadiinosti investytsiinykh proektiv: metodolohichni zasady ta yikh praktychne zastosuvannia. Visnyk ekonomichnykh nauk Ukrainy, № 1(15), p. 29-33 [in Ukrainian].
4. Trydid O.M. (2011) Rozrobka investytsiinoi stratehii pidpryemstva yak napriam zabezpechennia yoho investytsiinoi pryvabyvosti. Upravlinnia proektamy ta rozvytok vyrobnytstva: Zb.nauk.pr. Luhansk: vyd-vo SNU im. V. Dalia, № 1(37), p. 92-99 [in Ukrainian].
5. Trydid O.M., Oriekhova K.V. (2009) Metodychniy pidkhid do otsiniuvannia investytsiinoi pryvabyvosti pidpryemstva. Nauka y ekonomika, №3 (15), T. 2, p. 79-86 [in Ukrainian].
6. Shvab Klaus (2019) Chetverta promyslova revoliutsiia. Formuiuchy chetvertu promyslovu revoliutsiui [per. z anhl. Natalii Yakimchuk ta Yaroslava Lebedenka]. Kharkiv: vydavnytstvo Hemiro Ltd, 416 p. [in Ukrainian].
7. McCloskey, D. (2016) Bourgeois Equality. Chicago: University of Chicago Press. [Online]. Retrieved from: <https://www.press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/B/bo22655327.html> [in English].
8. Sobolieva, H.H. (2018) Sutnist upravlinnia investytsiinoiu pryvabyvistiu pidpryemstva. Skhidna yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia: Zb.nauk.pr. Dnipro: vyd-vo DVNZ «Prydniprovska derzhavna akademiia budivnytstva ta arkhitektury», Vyp. 6 (17), p. 342-346 [in Ukrainian].

УДК 336.77:332.2; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-51-57

*Трусова Н.В., д.е.н., професор
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного*

РЕГУЛЮВАННЯ СЕКТОРА ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

***Анотація.** У статті розглянуто державне регулювання іпотечного кредитування аграрної сфери в Україні та країн ЄС. Встановлено, що іпотечне кредитування під заставу земель сільськогосподарського призначення має відбуватись на пільгових умовах з урахуванням специфіки виробництва сільськогосподарських підприємств, цілей кредиту та місцезнаходження заставної земельної ділянки. Пільгове кредитування має здійснюватися шляхом часткової компенсації відсоткової ставки за іпотечним кредитом за рахунок бюджетних коштів або прямих компенсаційних виплат (дотацій) банківським установам (кредиторам). Іпотечні кредити під об'єкти нерухомості сільськогосподарського виробництва підприємств-позичальників мають надаватися спеціалізованими іпотечними банками. На основі досвіду країн Євросоюзу запропоновано шляхи розвитку іпотечного кредитування сільськогосподарських підприємств в Україні.*

***Ключові слова:** іпотечне кредитування, застava, земельна ділянка, сільське господарство, відсоткова ставка, державне регулювання.*

JEL code classification: G15; G21; G32; G38

*Trusova N.V., D.Sc., Professor
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University*

REGULATION OF THE SECTOR OF FINANCIAL SERVICES MORTGAGE CREDITING OF SUBJECTS AGRARIAN PRODUCTION

***Abstract.** The subject of research is economic relations, in which land plots of agricultural purpose are the collateral for the loan. The aim of the study is to develop theoretical ambushes, scientific and practical recommendations for state regulation of the mortgage lending in agriculture of Ukraine with consideration of foreign experience. The study used the following research methods: abstract-logical (theoretical generalizations and forming conclusions); graphic (for a good image of economic processes and numerical values, and their ratios). It is established that in the vast majority of EU land-mortgage lending occurs in a single-level and two-level model, according to which credits against the pledge of agricultural lands occurs in a opened system of mortgage lending by specialized credit institutions (mortgage banks). Resources for lending of funds accumulated from bonds with fixed interest income that the Bank issues under the provision of the land plots. The interest rate on the loan is fixed from the market value of the land, and the amount of the loan granted is limited by the percentage of its value. The most important component of the regulation of land mortgage relations in agriculture of the EU countries the state is the concessional lending, namely bonificacion % – partial compensation of interest rate on the loan at the expense of budgetary funds. For the development of land mortgage lending in Ukraine it is necessary: to recognize the land capital; to create the infrastructure of the State land mortgage Bank; to provide loans secured agricultural land at a concessional rate of 3-4 %, for a period of not less than 25-30 years, with the possibility of deferred payment, and for the first 1-2 years to provide vacation credit; to reduce lending rates to use bonifaccio; mortgage loans should be granted only to agricultural producers. The suggestions contained in the article have practical value and can be used to develop an effective system of land mortgage lending in agriculture of Ukraine.*

***Keywords:** mortgage lending, pledge, land plot, agriculture, interest rate, state regulation.*

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. В Україні об'єктивна необхідність державного регулювання системи іпотечних відносин на користь суб'єктів аграрного сектора економіки, зумовлена специфічними умовами їх функціонування, зменшенням можливостей до самофінансування сільськогосподарського виробництва. Банківська система України фактично не виконує функції інвестора аграрного сектора зокрема. За наявних умов, сільськогосподарським підприємствам не вигідно брати кредитні кошти в комерційних банках через відсутність можливостей забезпечення боргових зобов'язань під заставу землі, а отже і раціонального використання внутрішніх фінансових ресурсів. Це призводить до послаблення впливу інституційного середовища іпотечного кредитування на фінансовому ринку, в частині виникнення дисбалансу між сукупною ціною цінних паперів і закладних на землі сільськогосподарського призначення, спричиняючи уповільнення потоку довгострокового фінансування аграрного виробництва, стримуючи безперервність відтворювального процесу галузі, а тому і розвиток продовольчого сектора економіки та експортного потенціалу країни.

Аналіз досліджень і публікацій. Ученими досліджено вагомий частину теоретичних, методологічних та прикладних аспектів функціонування механізму іпотечного кредитування аграрного виробництва. Серед них: В.М. Алексійчук, М.Я. Демяненко, О.Є. Гудзь [3], А.Г. Івасенко [2], Г.М. Калетник [4], Я.В. Кардаш [5], Ю.И. Мельніков [9] та ін. Однак у більшості наукових праць проблема створення дієвого регулювання іпотечного кредитування аграрної галузі з боку держави досі залишається невирішеною.

Метою дослідження є обґрунтування напрямів регуляторної політики держави щодо визначення механізмів реалізації іпотечних схем кредитування сільськогосподарських підприємств на засадах європейського досвіду та його застосування в Україні.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Іпотечний ринок є складником регуляторної функції держави і передбачає

багатовекторні напрями взаємодії фінансових, фондових та страхових ринків, враховуючи систему іпотечного кредитування аграрної сфери, яка об'єднує роботу фінансових інститутів на ринку нерухомості об'єктів сільськогосподарського виробництва.

Взаємозв'язок стану ринку нерухомості об'єктів сільськогосподарського виробництва та стану ділової активності фінансових інституцій, спонукає до висновку, що за особливих умов надання послуг іпотечного кредитування в умовах фінансової невизначеності розвитку сільського господарства, перші два види нерухомості не можуть бути, з об'єктивних і суб'єктивних причин повноцінними об'єктами іпотеки, інтерес викликають лише сільськогосподарські підприємства як єдиний майновий комплекс. Це дає змогу прискорити організаційно-економічне обґрунтування та нормативне забезпечення іпотеки в аграрному секторі України, який стрімко розвивається через глобальні виклики світовій продовольчій безпеці [4, с. 59].

Іпотечний механізм утворює взаємозв'язок різних суб'єктів та об'єктів ринку на основі певних принципів, соціально-економічних важелів, методів, норм і процедур, які забезпечують прибутковий рух ресурсів при довгостроковому кредитуванні під заставу нерухомості, яка залишається в користуванні заставодавця або третьої особи [1, с. 28]. При цьому система іпотечного кредитування об'єктів нерухомості сільськогосподарського виробництва зі всіма її елементами формує іпотечний ринок (або ринок іпотечного капіталу в «широкому» значенні). Складовими системи іпотечного кредитування аграрної сфери є окремі підсистеми у взаємодії з внутрішнім і зовнішнім середовищем [6, с. 243].

Внутрішнє середовище іпотечне кредитування об'єктів нерухомості сільськогосподарського виробництва забезпечує відносини між первинними суб'єктами іпотечного кредитування – іпотечним сільськогосподарським підприємством-позичальником і кредитором-іпотекодержателем. Натомість, не є виключенням залучення іншого кредитора у випадку переходу підприємства-позичальника на обслуговування до іншого кредитора, коли останній сплачує першому

кредитору кошти за іпотечним кредитом, а перший кредитор, у свою чергу, передає всі права за договором іншому кредитору. Зовнішнє середовище іпотечного кредитування об'єктів нерухомості сільськогосподарського виробництва створює відносини між кредитором і учасниками вторинного іпотечного ринку (спеціалізованою іпотечною установою, інвесторами тощо) та взаємовідносини

між учасниками вторинного іпотечного ринку [6, с. 245].

Механізм іпотечного кредитування об'єктів сільськогосподарського виробництва на вторинному ринку нерухомості забезпечує можливість збереження високої ліквідності іпотечних кредиторів шляхом сек'юритизації їх активів (рис. 1).

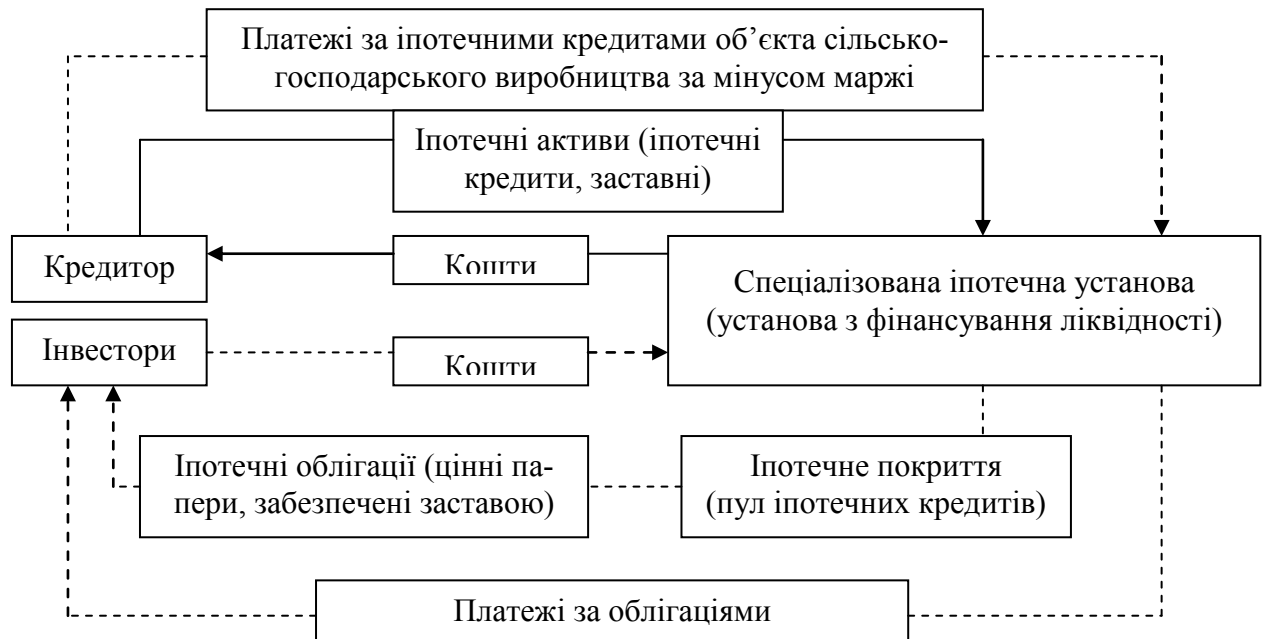


Рис. 1. Механізм іпотечного кредитування вторинного ринку нерухомості об'єкта сільськогосподарського виробництва*

* - Джерело: складено автором

Для сільськогосподарських підприємств як основних учасників ринку іпотеки, величина кредиту має задовольняти такі вимоги [10, с. 6];

- по відношенню до заставної вартості земельної ділянки бути якомога вищою. Різниця між ними показує ту частину грошових коштів, яку повинен мати в наявності заставодатель для отримання кредиту. Виходячи із максимально допустимого розміру позики на рівні 70% від заставної вартості земельної ділянки, підприємство-позичальник має сплатити не менше 30% вартості землі;

- річна величина платежів за кредит у перерахунку на 1 га сільськогосподарських угідь не повинна суттєво перевищувати величину орендної плати. Зазвичай підхід до визначення максимально допустимої величини відсотків за кредитом є досить суб'єктивним,

адже підприємства у переважній своїй більшості не мають вільних засобів, збільшення витрат у одному напрямі призводить до збільшення альтернативних витрат у інших напрямках;

- графік погашення виплат кредиту повинен враховувати специфіку сільськогосподарського виробництва та його циклічність. Тобто найбільш прийнятним є щорічне анuitетне погашення з датою, що припадає на період реалізації сільськогосподарської продукції;

- у термін, на який видається кредит, має бути врахований рівень дохідності сільськогосподарського виробництва у довгостроковому періоді та тривалість повного виробничого циклу;

- процедура оформлення іпотечного кредиту повинна бути стандартизована та раціона-

лізована для запобігання уповільнення процесу видачі кредиту, враховуючи можливість отримання кредиту поблизу діяльності суб'єкта господарювання, що передбачає наявність широкої мережі відділень структур, які надають іпотечні послуги.

Загальна стратегія розвитку іпотечного кредитування аграрного виробництва в більшості країн ЄС направлена на створення розгалуженої інституційної інфраструктури, яка об'єднана в цілісну систему земельних відносин через спеціалізовані інститути –

Фонд інституту земельного кредиту та Земельний (іпотечний) банк, метою створення яких є розробка законодавчої бази для формування цивілізованого ринку землі та відродження іпотечного кредитування [12, с. 197]. Нерідко дана система використовується в якості провідника державної соціально-економічної політики, а методи її проведення в сфері формування й розвитку системи іпотечного кредитування поділяються на групи (рис.2).

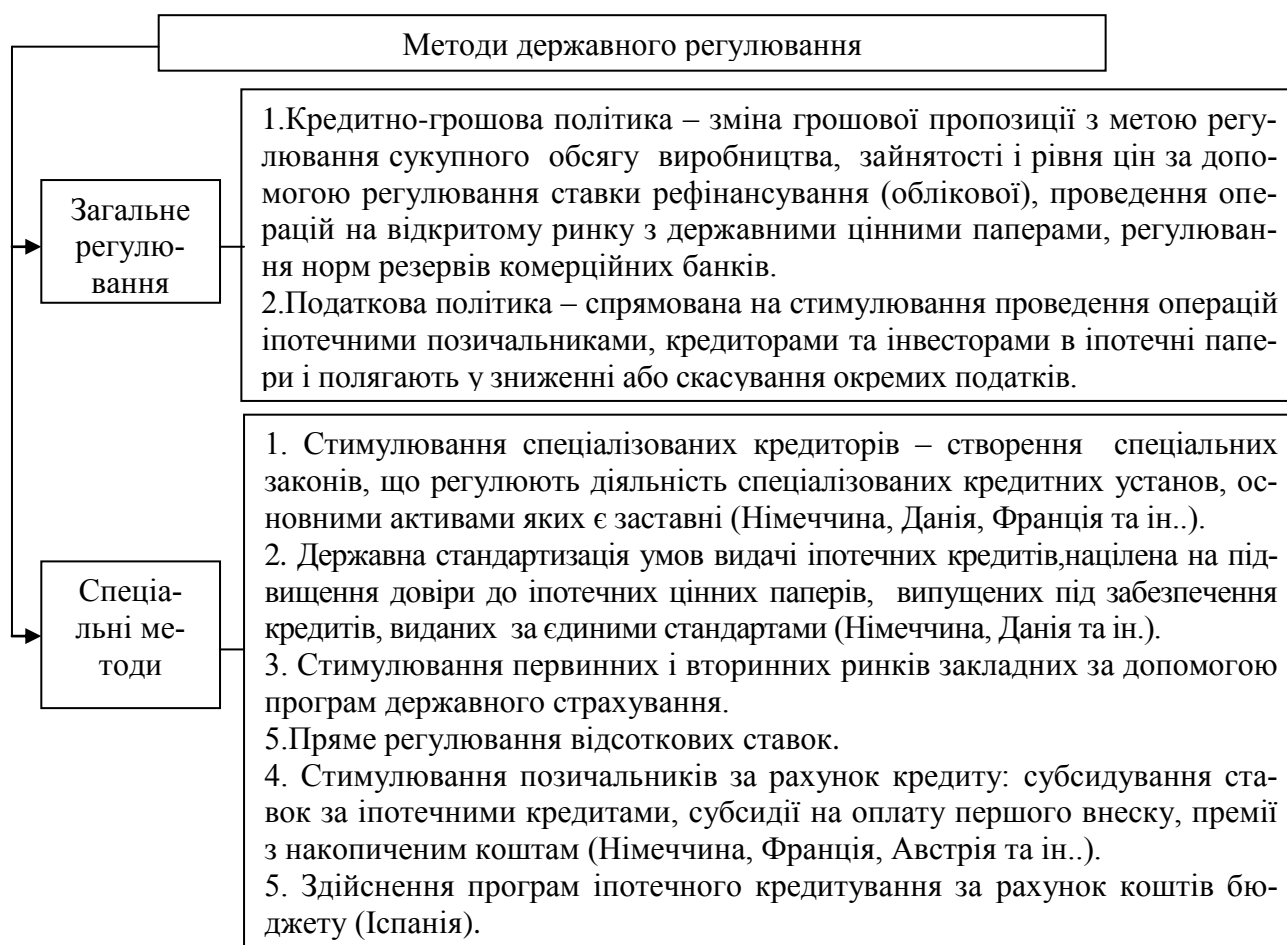


Рис. 2. Методи формування та розвитку системи іпотечного кредитування в аграрній сфері країн Європейського Союзу*

* - Джерело: складено автором за даними [11]

В країнах ЄС при наданні кредиту під заставу земельної ділянки агробізнесу використовуються три рівні компенсаційні виплати: перший рівень застосовується для господарств, які здійснюють свою господарську діяльність у гірських районах (компенсаційні виплати становлять 50%); другий рівень – для

сільськогосподарських підприємств, які у своїй діяльності використовують альтернативні джерела енергії (держава виплачує 14% від банківської кредитної ставки); третій рівень – для усіх інших випадків, які не потрапили під перші два (компенсаційні виплати становлять

36 % від банківської кредитної ставки) [8, с. 33].

Франція є країною представником другого варіанту, в якій сума компенсації залежить від ставки банку а пільгова ставка ні. Такий підхід дає змогу скоротити розмір ставки кредиту банку до 3,8-8,3 %, а коли позичальником є новостворене фермерське господарство – до 2,8-4 %. В свою чергу пільгові ставки є фіксованими на законодавчому рівні, що унеможливує їх коливання. Банки з якими буде співпрацювати фермер, а держава буде робити кредит пільговим, визначається на конкурсних засадах шляхом вибору найбільш прийнятної кредитної ставки бан-

ку, як майбутнього об'єкту боніфікації. При чому, пільгове кредитування у більшості випадків надається за умови участі господарства в певній цільовій програмі. Наприклад програма «Молоді фермери» дає змогу скоротити банківську ставку по кредиту на 8-9 % [2, с. 184].

У кожній країні ЄС інституціональний склад системи іпотечного кредитування фермерських господарств істотно диференційований, і термін надання позики під заставу земель сільськогосподарського призначення довгостроковий, їх характеристика наведена в табл.1.

Таблиця 1

Характеристики диверсифікованості іпотечних установ в країнах ЄС

Країна	Місце іпотечних установ на іпотечному ринку
Німеччина	Німецька іпотечна федерація налічує 24 члени. Окрім іпотечних банків, кредитуванням об'єктів нерухомості аграрної галузі займаються ощадні банки (25%), комерційні банки (14%), державні банки (7,5%).
Греція	67% ринку займають комерційні банки; 29% – спеціалізовані кредитні організації; 4% – єдиний іпотечний банк Греції.
Іспанія	Іпотечна асоціація Іспанії нараховує 42 члени, які утримують 80% іпотечного ринку.
Італія	Будь-який банк, в тому числі і універсальний, можуть займатися іпотечним кредитуванням.
Нідерланди	Універсальні банки – 85%; страхові компанії та пенсійні фонди – 15%
Австрія	Універсальні банки – 25%; іпотечні банки – 9%; ощадні – 29%; кооперативні банки – 26%, Vausparkassen – 7%.

Джерело: складено автором за даними [7]

Разом з тим, терміни кредитного договору в яких земельна ділянка сільськогосподарського призначення виступає заставою залежить від цілей на які надається кредит. Наприклад в Німеччині, якщо позика надається на купівлю сільськогосподарської техніки, термін договору становить 5 років, якщо на побудову нових споруд сільськогосподарського призначення – 20 років, з можливістю відстрочки платежу на 5 років. За 2016 р. загальна сума наданих іпотечних кредитів у Німеччині склала 31,6 млрд. євро, з яких майже 80% складають довгострокові кредити [10, с. 4].

Відсоткова ставка за кредит встановлюється від ринкової вартості земельної ділянки, а сума наданого кредиту лімітується від-

сотком від його вартості. Так, в Німеччині, річний відсоток за кредит складає 3,7-4,3% ринкової вартості земельної ділянки, а загальна сума одержуваного кредиту обмежена законодавством і не може перевищувати 60% вартості земельної ділянки. Разом з тим, найголовнішим компонентом регулювання іпотечних відносин в сільському господарстві країн ЄС з боку держави є пільгове кредитування, а саме боніфікація відсотка – часткова компенсація відсоткової ставки по кредиту за рахунок бюджетних коштів, яка реалізується шляхом субсидіювання частини кредитного відсотка за іпотекою або шляхом субсидіювання самої фінансової кредитної установи, що дає їй можливість надавати

іпотечні кредити за нижчою відсотковою ставкою [10, с. 7].

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Функціонування механізму іпотечного кредитування аграрної сфери в європейських країнах доводить, що для України регулююча функція спеціалізованих державних і недержавних іпотечних структур в інфраструктурі іпотечного ринку має забезпечувати розвиток сільського господарства за такими критеріями:

- Земельний (іпотечний) банк має стати провідною ланкою системи довгострокового іпотечного кредитування, як спеціалізована кредитна структура, що поєднує у собі характеристики кредитора, реалізує державну політику в області розвитку іпотечного кредитування, формує ринок іпотечних цінних паперів, створює основу вторинного ринку для зобов'язань, забезпечених іпотекою, а також здійснює моніторинг іпотечних операцій і надає консалтингові послуги учасникам операцій.

- Спеціалізовані іпотечні банки повинні отримати ліцензію на право здійснення кредитних операцій під заставу землі згідно із вимогами НБУ; створити окремі іпотечні відділення, які згодом можуть перерости у самостійні структури для забезпечення потреб аграрної сфери. Фінансову основу іпотечних структур мають складати власні ресурси та іпотечні облігації. Так, для здійснення іпотечного кредитування державні іпотечні банки можуть акумулювати кошти у вигляді бюджетних субсидій, у депозитах комерційних, ощадних банків, а приватні – залучати довгострокові й короткострокові кредити комерційних банків, страхових компанії та

інших комерційних структур, а також як і державні, випускати іпотечні облігації.

- Інституційні структури, що мобілізують кошти населення (страхові компанії, кредитні спілки, пенсійні та гарантійні фонди, інвестиційні компанії та фонди, інші посередники на фінансовому ринку) мають зайняти важливу нішу у системі іпотечного кредитування аграрної сфери та здійснювати за системою нормативно-правового забезпечення організацію фінансових послуг іпотечного кредитування (реєстрацію, оцінку земель тощо). При чому дублювання інформації щодо земель сільськогосподарського призначення на паперових та електронних носіях є доцільним, враховуючи досвід системи земельного права Німеччини та Швейцарії.

- Земельний (гарантійний) фонд, як орган, що контролює загальний оборот земельних ділянок та купівлю-продаж сільськогосподарських земель має використовувати бюджетні субсидії та кредити для гарантування викупу землі у разі невиконання боржником своїх зобов'язань перед кредитною установою, на засадах укладених угод про співпрацю. Успішність співпраці фонду та банківських установ має регламентуватись за єдиними методичним підходом щодо експертної оцінки застави (землі), при видачі іпотечного кредиту сільськогосподарським підприємствам, із залученням провідних експертів згідно списку затвердженого Земельним (гарантійним) фондом. Це дозволить використовувати іпотечний кредит як ефективний інструмент фінансування інвестиційної діяльності на засадах запровадження державної підтримки у вигляді компенсації частини витрат, направлених на виплату відсотків за іпотечними кредитами.

Список використаних джерел

1. Евтухов А.Т. Ипотека – механизм эффективного использования ресурсов. – Луцк: Волын. областная типография, 2001. – 52 с.
2. Ивасенко А.Г. Сравнительный анализ отечественного и зарубежного опыта кредитования обеспечения использования земли / А. Г. Ивасенко, В.В. Казаков // Вестник Томского государственного университета. – 2014. – № 378. – С. 184-190.
3. Іпотечне кредитування в аграрному секторі економіки України: моногр./ М.Я.Демяненко, В.М. Алексейчук, О.Є. Гудзь. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005. – с. 87.
4. Калетник Г.М. Іпотечне кредитування в сільському господарстві України / Г.М. Калетник // Економіка АПК. – 2013. - №7. – С.58-63.
5. Кардаш Я.В. Державна підтримка фермерських господарств / Я.В. Кардаш // Фермер України. – 2010. - №12. – С. 32-34.

6. Квіт Н.М. Поняття та структура системи іпотечного кредитування // Н.М. Квіт / Форум права. – 2017. - №1. – С. 242-251.
7. Кривенко В.Г. Іпотечне кредитування: світовий досвід та реалії для України / В.Г. Кривенко // Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). – 2016. – №4(43). – С. 30-35.
8. Кузьмин И. Финансово-кредитное обеспечение сельского хозяйства в развитых странах / И. Кузьмин // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2017. – № 1. – С. 31-34.
9. Мельников Ю.И. Зарубежный опыт государственной финансово-кредитной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей / Ю.И. Мельников, Л.А. Скорова // Финансовые исследования. – 2013. – № 6. – С. 11-15.
10. Миндрин А., Селени Л., Виноградов С. Ипотека земель сельскохозяйственного назначения в странах Европейского Союза / А. Миндрин, Л. Селени, С. Виноградов // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2016. - №3. – С.3-9.
11. Сучасний стан та майбутнє іпотечного кредитування в Україні. – [Електронний ресурс] . – Ресурс доступу: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/3c37bccd4f1a5ad5dd66716fdabbe13b.pdf>
12. Чепка В.В. Іпотечне кредитування в сільському господарстві / В.В. Чепка// Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2015. – Випуск 5. – С. 196-200.

References

1. Evtuhov, A.T. (2001). Mortgage - the mechanism of efficient use of resources. Lutsk: Volyn regional printing house
2. Ivasenko, A.G., Kazakov, V.V. (2014). Comparative analysis of domestic and foreign lending to ensure the use of land. *Bulletin of Tomsk State University*, №378, 184-190
3. Demianenko, M. Ya., Alekseychuk, V.M. , Gudzh` O.Ye. (2005). Mortgage lending in the agrarian sector of Ukraine's economy, Kyiv: IAE NNC
4. Kaletny`k ,G.M. (2013). Mortgage lending in agriculture of Ukraine. *Economy of agro industrial complex*, №7, 58-63.
5. Kardash, Ya.V. (2010). State support of farms. *Farmer of Ukraine*, №12, 32-34.
6. Kvit, N.M. (2017). The concept and structure of the mortgage lending system. *The forum is right*, №1, 242-251.
7. Kry`venko, V.G. (2016). Mortgage lending: world experience and realities for Ukraine. *Scientific Herald of the National University of the State Tax Service of Ukraine (Economics, Law)*, №4(43), 30-35.
8. Kuzmin, I. (2017). Financial and credit support of agriculture in developed countries. *International Agricultural Journal*, №1, 31-34.
9. Melnikov, Yu.I., Skorova, L.A. (2013). Foreign experience of state financial and credit support for agricultural producers. *Financial research*, №6, 11-15.
10. Mindrin, A., Seleni, L., Vinogradov, S. (2016). Mortgage of agricultural land in the European Union. *International Agricultural Journal*, №3, 3-9.
11. Current state and future of mortgage lending in Ukraine, from <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/3c37bccd4f1a5ad5dd66716fdabbe13b.pdf>.
12. Chepka, V.V. (2015). Mortgage lending in agriculture. *Bulletin of Uzhgorod National University*, Vol. 5, 196-200.

УДК: 658.155:33.021; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-58-65

Чернодубова Е.В.

к.е.н., доцент, кафедра фінанси і банківська справа
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля,
e-mail: ella.cher.lg@gmail.com

Мартинов А.А.

к.е.н., доцент, кафедра фінанси і банківська справа
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля,
e-mail: pubrealin@ukr.net

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДИВІДЕНДНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. В статті розглянуто основні підходи до визначення ефективної дивідендної політики. Визначено чинники, що впливають на ефективність дивідендної політики підприємств. Обґрунтовано вплив дивідендної політики на прибутковість підприємств. Розкрито методичні засади оцінки ефективності дивідендної політики підприємств. Запропоновано критерії вибору дивідендної політики з урахуванням існуючих обмежень (правових, організаційно-управлінських, фінансових, інвестиційних).

Ключові слова: підприємство, прибутковість, дивідендна політика, ефективність, критерії вибору.

JEL code classification: G32

Chernodubova E.V., PhD, Ass. Prof.

Department of Finance and Banking
V. Dahl East Ukrainian National University
e-mail: ella.cher.lg@gmail.com

Martynov A.A., PhD, Ass. Prof.

Department of Finance and Banking
V. Dahl East Ukrainian National University
e-mail: pubrealin@ukr.net

BASIC APPROACHES TO DETERMINING THE EFFICIENCY OF THE DIVIDEND POLICY OF ENTERPRISES

Abstract. The article examines the main approaches to determining effective dividend policy. The factors influencing the efficiency of dividend policy of enterprises are determined. The influence of dividend policy on profitability of enterprises is substantiated. Methodical principles of estimation of efficiency of dividend policy of enterprises are outlined. Development and implementation of effective dividend policy is one of the main directions of increasing the profitability of enterprises in market conditions of management. The tendencies of enterprise development in recent years have shown the presence of financial problems: lower profitability, high level of financial risks, tax burden and inflation. This is due, first of all, to the lack of efficiency of the financial mechanism. In the financial mechanism dividend policy acts as a financial leverage to ensure the profitability of the enterprise in the context of adapting to changes in the external and internal environment. To substantiate the feasibility of developing and implementing dividend policy at enterprises, it should be considered in the aspect of the influence of dividend processes on the profitability of enterprises.

The paper proposes that the following steps be taken into account in the formation of the dividend policy of the enterprise: consideration of the main factors influencing the dividend policy of the enterprise (investment opportunities, possibilities of formation of financial resources, level of taxation, achieved profitability indicators, shareholder composition); choice of type of dividend policy in accordance with the financial strategy of the enterprise and taking into account existing restrictions (legal, organizational, managerial, financial, investment). Effective dividend policy of the

enterprise allows to ensure strategic development of the enterprise, maximizing its market value. Prospects for further exploration in this area are the development of measures to improve the dividend policy of the company, aimed at increasing the market value of shares (including redemption, shredding, consolidation of shares).

Key words: innovation policy, enterprise, profitability, innovative profit, innovative potential.

Постановка проблеми. Розробка і реалізація ефективної дивідендної політики є одним з основних напрямів підвищення прибутковості підприємств в ринкових умовах господарювання. Тенденції розвитку підприємств за останні роки показали наявність фінансових проблем: зниження прибутковості, високий рівень фінансових ризиків, податкового навантаження та інфляції. Це пов'язано, насамперед, з недостатньою ефективністю фінансового механізму. У фінансовому механізмі дивідендна політика виступає фінансовим важелем забезпечення прибутковості підприємства в контексті пристосування до змін зовнішнього і внутрішнього середовища. Для обґрунтування доцільності розробки і реалізації дивідендної політики на підприємствах слід розглянути її в аспекті впливу дивідендних процесів на прибутковість підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В економічній літературі розкриття окремих аспектів формування дивідендної політики підприємств знайшло відображення в працях А.М. Хіл Лафуєнта, М.В. Романовського, А.І. Вострокнуптової, Ж. Перара, А.Ф. Іонові, Р. Брейлі, І.А. Бланка, Р.О. Костирко, Н.Б. Проценко, Ф. Лі Ченга, М. Стельмаха [1-12]. Незважаючи на значний інтерес до формування дивідендної політики підприємств з боку вчених, слід підкреслити, що відомі методичні підходи до оцінки ефективності дивідендної політики не носять комплексний характер і практично не стосуються питань оцінки впливу дивідендної політики на прибутковість підприємств.

Метою статті є розвиток теоретичних і методичних положень з оцінки ефективності дивідендної політики підприємств в ринкових умовах господарювання.

Викладення основного матеріалу. Дивідендна політика узгоджується з політикою самофінансування. В сучасних умовах зрос-

тання інфляції, хронічного бюджетного дефіциту і високого рівня оподаткування зростає роль самофінансування як вимушеної, об'єктивно обумовленої міри виходу з кризи. Тому рішення щодо величини відсотка прибутку підприємства, що капіталізується, є дуже важливим з фінансової точки зору, оскільки від нього залежить вартість підприємства [1, с. 18]. Основними формами капіталізації прибутку є: використання на виробничий розвиток, реінвестування чистого грошового потоку від інвестицій, здійснення дивідендних виплат у формі нових акцій, спрямування суми депозитного відсотка на приріст депозитного внеску.

Мета дивідендної політики полягає у забезпеченні інтересів власників, які мають можливість отримувати економічні вигоди від володіння акціями компанії шляхом отримання дивідендів, а також за рахунок зростання вартості акцій і капіталізації компанії. Відповідно до Податкового кодексу України «дивіденди – платіж, що здійснюється юридичною особою – емітентом корпоративних прав чи інвестиційних сертифікатів на користь власника таких корпоративних прав, інвестиційних сертифікатів та інших цінних паперів, що засвідчують право власності інвестора на частку (пай) у майні (активах) емітента, у зв'язку з розподілом частини його прибутку, розрахованого за правилами бухгалтерського обліку» [2].

Складність формування дивідендної політики підприємства пов'язана з двома прямо протилежними економічними інтересами інвесторів - одержання високих доходів (дивідендів) у поточному періоді або значне збільшення їх доходів у перспективному періоді через зростання ринкової вартості акцій. З одного боку, виплата дивідендів повинна забезпечити захист інтересів власника і створити передумови для зростання курсової ціни акцій; з іншого боку, максимізація виплати дивідендів скорочує частку прибутку, ре-

інвестованого в розвиток виробництва, обумовлює необхідність залучення більш дорогих джерел фінансування та призводить до послаблення контролю через зростання числа акціонерів. Згідно з теорією М. Міллера і Ф. Моділі'яні форма доходу за акціями (дивіденди чи доходи від капіталу) не має значення для акціонерів тільки за умов рівності податкового режиму за цими формами.

За останніх 50 років на розвинених ринках на фоні зростання показників ринкової капіталізації спостерігається зниження кількості підприємств, що виплачують дивіденди. В умовах фінансової кризи тенденція до зменшення виплат дивідендів стала очевидною. Проте дивіденди як компенсація акціонерам за депозит грошової маси є необхідним елементом для підтримки та збільшення вартості підприємства на ринку акцій [1, с. 18]. В Україні стимули до зростання частини прибутку, що розподіляється через дивіденди, знижуються через недосконалість податкового механізму. Проблема подвійного оподаткування полягає в тому, що прибуток, що підлягає розподілу, оподатковується податком двічі: перший раз - при нарахуванні податку на прибуток (дохід) підприємства; другий - при оподаткуванні дивідендів.

Формування дивідендної політики підприємства має ряд особливостей [3, с. 303-307; 4, с. 411-412; 5, с. 278-282]:

1. Термін «дивідендна політика» пов'язаний з розподілом прибутку в акціонерних товариствах. Однак принципи і методи розподілу прибутку можуть бути застосовані не тільки до акціонерних товариств, але і до підприємств будь-якої організаційно-правової форми діяльності (у цьому випадку змінюватись буде тільки термінологія - замість термінів «акція» і «дивіденд» будуть використовуватись терміни «пай», «внесок» і «прибуток на внесок»), механізм розподілу прибутку залишиться таким самим.

2. Основними чинниками формування політики виплати дивідендів є: 1) розмір підприємства – крупні підприємства і компанії, акції яких котируються на біржі, виплачують дивіденди в більшому числі випадків; 2) рентабельність підприємства – від високорентабельних підприємств частіше вимагають

виплати дивідендів; 3) розмір заборгованості – підприємства, що мають велику заборгованість, замість виплати дивідендів віддають перевагу погашенню боргу; 4) ліквідність підприємства – виплата дивідендів передбачає наявність ліквідних коштів, тому в умовах розробки багатьох інвестиційних проектів виплата значних дивідендів не доцільна; 5) стадія життєвого циклу підприємства. Наприклад, здійсненню додаткової емісії акцій для реалізації програми реконструкції підприємства повинен передувати достатньо довгий період стійко високих виплат дивідендів, що призведе до істотного підвищення курсу акцій і збільшення суми позикових коштів, отриманої в результаті розміщення додаткових акцій. У період технічного переозброєння й модернізації виробництва, освоєння нових видів продукції й нових технологій зростають потреби підприємства у фінансових ресурсах, що призводить до зниження частки дивідендів у розподілі прибутку.

3. Прийняття рішення про розмір дивідендів у випадку отримання підприємством збитку пов'язано з наступними обставинами [3, с. 307]: по-перше, у підприємства практично завжди є потреба в розширенні виробничих потужностей або можливості участі в нових інвестиційних проектах; по-друге, нестабільність виплати дивідендів або різка зміна їх величини може призвести до зниження курсової вартості акції.

4. Інформація щодо зростання дивідендів понад очікуваний рівень свідчить інвесторам підприємства про очікуване зростання прибутку і підвищення показника прибутковості власного капіталу підприємства; інформація щодо зниження дивідендів – про прогнозне зниження прибутку, погіршення фінансового стану підприємства і зниження ціни акцій. Тому дуже низький рівень дивідендних виплат може призвести до масового продажу акцій акціонерами та поглинання організації іншою компанією.

Підґрунтям формування дивідендної політики є такі правила:

Правило 1. Обмеження зростання дивідендів темпами зміни прибутків (рис. 1).

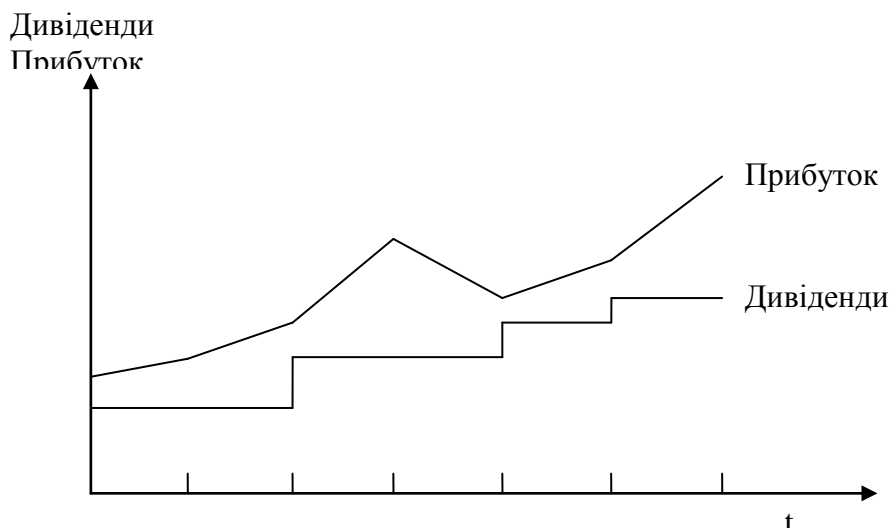


Рис. 1. Графічна інтерпретація взаємозв'язку між змінами прибутку і дивідендів підприємства [5, с. 279]

Взаємозв'язок між змінами прибутку і дивідендів проявляється у наступних закономірностях: при збільшенні прибутків зростання дивідендів менше, ніж зростання прибутків; при зменшенні прибутків дивіденди знижуються повільніше, чим прибутки.

Слід зазначити, що більш стійка залежність спостерігається між дивідендами і потоками грошових коштів, які відображають спроможність компанії сплачувати дивіденди, чим від прибутку, який може змінюватися в залежності від методів бухгалтерського обліку [6, с. 701].

Правило 2. Більша ризиковість доходів від капіталу, отриманого від реінвестування прибутку, ніж дивідендів. Реінвестування прибутку є більш дешевою формою фінансування для підприємства в порівнянні з випуском нових акцій і дозволяє зберігати існуючу систему контролю власників за його діяльністю. В той же час доходи від капіталу, отримані від реінвестування прибутку, характеризуються більшим ризиком і невизначеністю, ніж дивіденди.

Правило 3. Врахування результатів конвертації потенційних акцій у звичайні. Так, якщо облігації конвертуються в звичайні акції, скорочуються витрати на виплату відсотків по облігаціях і чистий прибуток товариства зростає на цю величину за вирахуванням податкової економії, яка має місце при обігу

облігацій, оскільки витрати на виплату відсотків по облігаціях зменшують податкову базу і податок на прибуток [3, с. 317].

Дивідендна політика визначає розміри формування власних фінансових ресурсів, відповідно і темпи виробничого розвитку підприємства на основі самофінансування, впливає на прибутковість, фінансову стійкість, вартість капіталу і ринкову вартість підприємства.

При визначенні можливого приросту прибутку враховуються всі витрати (доходи), що відносяться до конвертованих цінних паперів і договорів, які акціонерне товариство перестав здійснювати у випадку конвертації в звичайні акції всіх конвертованих цінних паперів. Витратами, що відносяться до конвертованих цінних паперів, можуть бути [3, с. 317]:

дивіденди за привілейованими акціями, які відповідно до умов їх випуску можуть бути конвертовані в звичайні акції;

відсотки, що виплачуються за власними конвертованими облігаціями;

різниця між ціною розміщення конвертованих цінних паперів і номінальною вартістю, якщо вони були розміщені за ціною нижче за номінальну вартість.

Доходами, що відносяться до конвертованих цінних паперів, можуть бути суми списання різниці між ціною розміщення конвер-

тованих цінних паперів і номінальною вартістю, якщо вони були розміщені за ціною вище номінальному вартості. При розрахунку можливого приросту прибутку величина вищенаведених витрат зменшується на суму цих доходів [3, с. 317].

Формування дивідендної політики підприємства передбачає ряд етапів [3, с. 304]:

- врахування основних факторів, що впливають на дивідендну політику підприємства

(інвестиційних можливостей, можливостей формування фінансових ресурсів, рівня оподаткування, досягнутих показників прибутковості, складу акціонерів);

- вибір типу дивідендної політики відповідно до фінансової стратегії підприємства та з урахуванням існуючих обмежень (правових, організаційно-управлінських, фінансових, інвестиційних) (табл. 1).

Таблиця 1

Обмеження вибору дивідендної політики підприємства [3, 6, 7]

Група обмежень	Характеристика умов зниження дивідендів
Правові	Акціонерне товариство не має права приймати рішення про виплату дивідендів та здійснювати виплату дивідендів за простими акціями у разі, якщо: звіт про результати розміщення акцій не зареєстровано у встановленому законодавством порядку; власний капітал товариства менший, ніж величина статутного капіталу, резервного капіталу та перевищення ліквідаційної вартості привілейованих акцій над їх номінальною вартістю; поточні дивіденди за привілейованими акціями не сплачено повністю; товариство має зобов'язання про викуп акцій
Організаційно-управлінські	«роздрібнення» права власності, поява нових акціонерів за умов виплати високих дивідендів, використання додаткової емісії акцій як джерела фінансування, перевага інвесторів з високим рівнем доходу до політики низьких дивідендів і реінвестування, що дозволяє оптимізувати оподаткування їх доходів
Інвестиційні	інвестування прибуткового підприємства; функціонування підприємства на ранніх стадіях життєвого циклу; активізація інвестиційної діяльності підприємства в період ухвалення інвестиційних програм підприємства, спрямованих на розширене відтворення основних засобів прискорена реалізація інвестиційних проектів
Фінансові	низька прибутковість підприємства, відсутність стабільного доходу; недостатній рівень ліквідності підприємства, відсутність достатнього розміру коштів для дивідендних виплат в грошовій формі; висока вартість залучення додаткового акціонерного капіталу; висока вартість позикового капіталу; відсутність доступу до зовнішніх джерел фінансування; високий показник відношення боргових зобов'язань до акціонерного капіталу; дефіцитний грошовий потік, що відображає обмежену здатність підприємства виплачувати дивіденди; високий рівень ризику діяльності підприємства; укладення кредитних договорів, які лімітують виплату дивідендів

Критеріями вибору дивідендної політики підприємства є: економічні інтереси інвесторів; очікувана прибутковість; зростання ринкової вартості підприємства. В практиці управління фінансами розрізняють наступні основні методи формування дивідендної політики: консервативний; компромісний (помірний); агресивний. Кожен з цих методів дозволяє розробити певний тип дивідендної політики: залишкова політика дивідендних виплат, політика стабільного розміру дивідендних виплат, політика мінімального стабільного розміру дивідендів з надбавкою в окремі періоди, політика стабільної норми дивідендної виплати, політика постійного зростання розміру дивідендів;

- розробку механізму розподілу прибутку відповідно до обраного типу дивідендної

політики. Механізм розподілу прибутку передбачає таку послідовність дій: обов'язкові відрахування в резервний (не менш 5%) та інші обов'язкові фонди спеціального призначення (якщо вони передбачені статутом підприємства) із суми чистого прибутку; спрямування частини чистого прибутку на повернення позик, викуп облігацій і виплату дивідендів за привілейованими акціями; реалізація вибраного типу дивідендної політики шляхом розподілу на цілі виробничого розвитку і споживання; розподіл загального фонду споживання на виплату дивідендів і фонд споживання персоналу підприємства;

- оцінку ефективності дивідендної політики (табл. 2).

Таблиця 2

Методичний підхід до комплексного аналізу ефективності дивідендної політики підприємства [8, с. 202-204; 9, с. 475-481; 10, с. 240-241; 11, с. 513]

Показники	Методика розрахунку	Позначення
Дивідендний дохід	$ДД = \frac{D_p}{V_{APn}}$	ДД – дивідендний дохід; D _p – величина дивідендів за рік; V _{APn} – ринкова ціна акції на початок року
Загальна прибутковість звичайних акцій	$ДВ = \frac{V_{APk} - V_{APn}}{V_{APn}} + \frac{D_p}{V_{APn}} = КД + ДД$	ДВ – дохідність вкладень у власний капітал; D _p – величина дивідендів за рік; V _{APn} – ринкова ціна акції на початок року; V _{APk} – ринкова ціна акції на кінець року; КД – капіталізований дохід компанії
Коефіцієнт дивідендних виплат	$K_{ДВ} = \frac{D_A}{П_{ЧА}}$	K _{ДВ} – коефіцієнт дивідендних виплат; D _A – сума дивіденду, виплаченого на одну акцію; П _{ЧА} – чистий прибуток на одну просту акцію
Базовий прибуток на акцію	$П_{ЧБА} = \frac{П_{ЧБ}}{КПА}$	П _{ЧБ} – базовий чистий прибуток звітного періоду КПА – середньозважена кількість звичайних акцій, що знаходяться в обігу протягом звітного періоду
Показник прибутку на одну акцію	$П_{ЧА} = \frac{ЧП - D_{ПА}}{КПА} = \frac{П_{ПА}}{КПА}$	П _{ЧА} – чистий прибуток на одну просту акцію; ЧП – величина чистого прибутку, отриманого в аналізованому періоді; D _{ПА} – сума дивідендів, виплачена в аналізованому періоді за привілейованими акціями; КПА – середньорічна кількість простих акцій в обігу; П _{ПА} – прибуток для власників простих акцій
Рівень дивідендних виплат на одну звичайну (просту) акцію	$П_{ДПА} = \frac{ФДВ - ФВП}{КПА},$	П _{ДПА} – рівень дивідендних виплат на одну просту акцію; ФДВ – фонд дивідендних виплат, сформований відповідно до вибраного типу дивідендної політики; ФВП – фонд виплат дивідендів власникам привілейованих

		акцій; КПА – кількість простих акцій, емітованих акціонерним товариством
Норма дивіденду	$H_{ДН} = \frac{D_A}{B_{АН}}$ $H_{ДФ} = \frac{D_A}{B_{АР}}$	НДН – номінальна норма дивіденду; НДФ – фактична норма дивіденду; ДА – дивіденд на одну акцію; ВАН – номінальна вартість однієї акції; ВАР – ринкова вартість однієї акції

Висновки. Ефективна дивідендна політика підприємства дозволяє забезпечити стратегічний розвиток підприємства, максимізувати його ринкову вартість. Перспективами подальших розвідок у даному напрямку є розробка конкретних заходів з удосконалення дивідендної політики підприємства, направлених на збільшення ринкової вартості акцій (в тому числі, викуп, подрібнення, консолідація акцій).

Список літератури:

1. Хил Лафуенте А.М. Финансовый анализ в условиях неопределенности / А.М. Хил Лафуенте: пер. с исп.; под ред. Е.И. Велеско, В.В. Краснопорошина, Н.А. Лепешинского. – Мн.: Тэхналогія, 1998. – 150 с. – (Новые математические модели и методы в управлении).
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI (2755-17) // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 13, 13-14, 15-16, 17. – Ст. 112.
3. Ионова А.Ф. Финансовый анализ: [учебник] / А.Ф. Ионова, Н.Н. Селезнева. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. – 624 с.
4. Корпоративные финансы: [учебник для вузов. Стандарт третьего поколения] / под ред. М.В. Романовского, А.И. Вострокнутовой. – СПб.: Питер, 2011. – 592 с. – (Серия "Учебник для вузов").
5. Перар Ж. Управление финансами: с упражнениями / Ж. Перар: пер. с фр. – М: Финансы и статистика, 1999. – 360 с.
6. Брейли Ричард. Принципы корпоративных финансов / Ричард Брейли, Стюарт Майерс: пер. с англ. – М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 1997. – 1120 с.
7. Закон України "Про акціонерні товариства" від 17.09.2008 р. № 514-VI зі змінами // Відомості Верховної Ради України. – 2008. – № 50-51. – Ст. 384.
8. Бланк И.А. Управление прибылью / И.А. Бланк. – К.: "Ника-Центр", 1998. – 544 с. – (Серия "Библиотека финансового менеджера"; Вып. 2).
9. Костирко Р.О. Финансовый анализ: [навч. посіб.] / Р.О. Костирко. – Х.: Фактор, 2007. – 784 с.
10. Проценко Н.Б. Методичні аспекти удосконалення механізму управління податковими платежами підприємств / Н.Б. Проценко, Б.А. Писаренко // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – Міжнародний збірник наукових праць. – Економічні науки. – 2010. – Вип. 1(16). – С. 235-243.
11. Ченг Ф. Ли. Финансы корпораций: теория, методы и практика / Ченг Ф.Ли, Джозеф И. Финнерти: пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 686 с.
12. Стельмах М. Дивідендна політика: зарубіжний корпоративний досвід і українські реалії / М. Стельмах // Економічний аналіз. – 2010. – Вип. 7. – С. 202-205.

References:

1. Khil Lafuyente A.M. (1998) Finansovyy analiz v usloviyakh neopredelennosti [A.M. Khil Lafuyente: per. s isp.; pod red. Ye.I. Veles'ko, V.V. Krasnoproschina, N.A. Lepeshinskogo]. *Mn.: Tekhnologiya*, 150 p. (Novyye matematicheskiye modeli i metody v upravlenii).
2. Podatkovyy kodeks Ukrayiny vid 02.12.2010 r. № 2755-VI (2755-17). *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny* (2011). № 13-14, 15-16, 17.
3. Ionova A.F. (2006) Finansovyy analiz: [uchebnik] / A.F. Ionova, N.N. Selezneva. M.: TK Velbi, *Izd-vo Prospekt*, 624 p.
4. Korporativnyye finansy (2011) [uchebnik dlya vuzov. Standart tret'yego pokoleniya] [pod red. M.V. Romanovskogo, A.I. Vostroknutovoy]. *SPb.: Piter*, 592 p. (Seriya "Uchebnik dlya vuzov").
5. Perar Z.H. (1999) Upravleniye finansami: s upravleniyami. [per. s fr.] *M: Finansy i statistika*, 360 p.
6. Breyli Richard (1997) Printsipy korporativnykh finansov [per. s angl. M.: ЗАО "Olimp-Biznes", 1120 p.
7. Zakon Ukrayiny "Pro aktsionerni tovarystva" vid 17.09.2008 r. № 514-VI zi zminamy (2008) *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny*, № 50-51, p. 384.
8. Blank I.A. (1998) Upravleniye pribylyu. K.: "Nika-Tsentr", 544 p. (Seriya "Biblioteka finansovogo menedzhera"; Vyp. 2).
9. Kostyrko R.O. (2007) Finansovyy analiz: [navch. posib.]. *KH.: Faktor*, 784 p.
10. Protsenko N.B. (2010) Metodichni aspekty udoskonalennya mekhanizmu upravlinnya podatkovymy platyzhamy

pidpryemstv. *Problemy teorii ta metodolohiyi bukhhalters'koho obliku, kontrolyu i analizu. Mizhnarodnyy zbirnyk naukovykh prats'. Ekonomichni nauky*, Vyp. 1(16), p. 235-243.

11. Cheng F. Li. (2000) *Finansy korporatsiy: teoriya, metody i praktika* [per. s angl.] M.: INFRA-M, 686 p.
12. Stel'makh M. (2010) *Dyvidendna polityka: zarubizhnyy korporatyvnyy dosvid i ukrayins'ki realiyi. Ekonomichnyy analiz*, Vyp. 7, p. 202-205.

МАРКЕТИНГ

JEL Code Classification: M30, M39; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-66-71

Voronianska O.V. PhD in Economics., Associate Professor
o.voronyanska@tsatu.edu.ua

Arestenko T.V., PhD in Economics., Associate Professor
Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University

Yakushik I.D.

PJSC «Higher Educational Institution

«Interregional Academy of Personnel Management»

METHODICAL APPROACHES TO DEFINING MARKETING ACTIVITY

Abstract. Different approaches to the formation of a system of indicators for evaluating the effectiveness of marketing activities are identified. We find that differences in approach are driven by focus, industry, purpose, and marketing reach. Emphasis is placed on the need to calculate the costs of marketing activities and the effectiveness of these costs in relation to their risk.

Keywords: Marketing activity, indicators, efficiency, marketing innovation, risk of costs.

УДК: 658.8.003.13

Воронянська О.В., к.е.н., доцент

Арестенко Т.В., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

Якушик І.Д.

ПАТ «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна академія управління персоналом»

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. Визначено різні підходи до створення системи показників для оцінки ефективності маркетингової діяльності. Виявлено, що відмінності у підходах виникають через напрямок, галузь, мету та охоплення маркетингової діяльності. Підкреслюється, що необхідно розраховувати витрати на маркетингову діяльність та ефективність цих витрат через їх ризикованість.

Формулювання цілей дослідження. Контроль витрат вимагає від компаній та торговельних організацій оцінити ефективність виконання заходів, пов'язаних з вивченням ринкової ситуації, збуту товарів, створенням бази клієнтів та ін. У такій ситуації дуже важливо визначити методологічні підходи до розробки системи показників оцінки ефективності маркетингової діяльності, а також чинників, що впливають на цей процес.

Висновки та рекомендації щодо подальших досліджень. Узагальнюючи існуючі підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності, необхідно передбачити методологічні підходи, які базуватимуться на аналізі, галузі, галузі аналізу, галузі застосування, стратегічній орієнтації. Слід зазначити, що не існує єдиного підходу до проведення такого аналізу і не створено єдиної системи показників, яка могла б використовуватись у будь-якому випадку. В рамках вдосконалення підходів до оцінки ефективності маркетингової діяльності зазначимо необхідність врахування як дохідної, так і витратної частин. Рекомендовано включити в систему показників ефективності маркетингової діяльності долю на ринку.

Для подальшого вдосконалення маркетингової діяльності та її оцінки краще проаналізувати не лише фінансові та економічні показники, а й показники, пов'язані зі стійким зростанням підприємств та організацій.

Ключові слова: маркетингова діяльність, показники, ефективність, інновації в маркетинг, ризикованість витрат.

Analysis of recent research and publications. Scientists and business process practices have clearly recognized the necessity to assess the effectiveness of marketing activities in general, the use of marketing tools and marketing efforts to stimulate product sales. His vision for evaluating the effectiveness of marketing activities was formulated in his writings by foreign scholars: G. Asssel, B. Benssassan, O.A. Volkova, V.M. Kalishenko, Robert S. Kaplan, F. Kotler, David P. N. Norton, V. Sudnik, Paul U. Ferris, C. Fleischer. A range of domestic scientists also took part in the definition of systems of indicators of evaluation of the effectiveness of marketing activities: O.Yu. Bochko, V.P. Zaliznyuk, O.V. Kendiukhov, A. Savchuk, T.M. Serdyuk, O.O. Radko O.O. Romanov and others. However, the ambiguity of approaches to the development of systems of indicators for evaluating marketing activities prompts further scientific research.

Generation of article goals. The purpose of the article is to justify the methodological approaches to determining the effectiveness of marketing activities of enterprises in the context of increasing costs for marketing activities and increasing competition among producers and enterprises that sell products using all possible channels.

Presentation of the main material. Marketing activity contains not only a creative but also a financial component which involves a number of costs associated with the retention of personnel and other operational activities. The set of techniques that motivate a client to buy includes advertising in the media, on boards, in the Internet, the production and distribution of booklets and flyers, the creation of personal Internet sites, the organization of promotions, fairs, product tests, and more. Of course, there is a necessity to determine the effectiveness of these marketing activities.

Different systems of indicators of evaluation of marketing activities are considered in the scientific literature. However, there is no single approach to determining the economic efficiency of individual marketing activities or a coherent strategy.

Bochko O.Yu., referring to Kotler F., gives the following system of indicators for evaluation of the effectiveness of marketing activities:

- amount of turnover and number of clients;
- volume of orders received and number of clients;
- amount of received orders and number of clients;
- turnover and amount of available orders;
- turnover and goods in stock;
- turnover and amount of received orders;
- turnover and number of claims;
- amount of received and available orders;
- turnover and number of sales personnel;
- turnover and number of sellers;
- advertising costs and turnover;
- advertising costs and company profits.

Kalishenko V.M. prefers creation of indicators for assessment of marketing activities effectiveness based on different approaches: from the point of view of a marketing management concept, in accordance with a horizon of management activities, taking into account an internal state and an external situation.

The first set of indicators combines four components:

1. Improvement of production – usage of production capacities, reduction of production costs, production volume, cost of goods;
2. Intensification of commercial activity – sales volume, market coverage;
3. Marketing itself – consumer needs, consumer satisfaction, consumer loyalty, product quality, price, service;
4. Socio-ethical marketing – welfare of society; consumer satisfaction; efficiency of usage of personnel, natural, raw materials, energy resources; profitability of the company.

The second group involves creation of indicators for time factors:

1. Operational – revenue, profit, expenses for marketing communications;
2. Tactical – sales, efficiency of marketing communications, crater of sales;
3. Strategic – market share, brand image, customer lifetime value.

The third group is divided into internal and external features:

1. Internal, which are also divided into current ones (lack of goods, untimely shipment, receivables, stock rotation) and final ones (net profit / income, sales profitability, margin per production unit, return on assets, asset rotation).

2. External. Current: consumer satisfaction, product quality, loyalty, product awareness. Ultimate: market share, customer retention, comparative sales of new products, revenues per customer, market growth.

Volkova O.A. proposes to create a system of indicators for assessment of marketing activities effectiveness based on a rating assessment which is based on the usage of a balanced system of indicators. The proposed system contains four groups of selected indicators: financial, client, internal processes, training and growth.

The group of financial indicators includes an increase of:

- market shares,
- profit,
- profitability of sales,
- increasing marketing costs effectiveness.

Client indicators include:

- growth of customer number,
- growth of customers number who prefer the ratio of "price-quality"
- growth of customer loyalty and profitability of advertising.

Indicators that reflect internal processes include:

- decrease of average cost of goods,
- maximum production capacity,
- decrease of marketing spending,
- improvement of product quality,
- optimization of assortment and price offer.

The indicators that focused on education and growth are:

- growth of sales staff efficiency,
- advanced training of a marketing department staff,
- provision of faster growth of productivity in comparison to wage growth,
- decrease in personnel turnover,
- growth of staff awareness about enterprise objectives.

Zalizniuk V.P. has somewhat different view on methodical approaches to determining marketing activities effectiveness. Evaluating the effectiveness of marketing activities, it was pro-

posed to combine quantitative and qualitative indicators into two groups: effectiveness of product flow management and effectiveness of business units.

The first group includes the following indicators: profitability of sales, coefficient of foraging on finished products, coefficient of advertising efficiency and means of sales stimulation, coefficient of capacity utilization, sales (market share), profitability of marketing investments.

In the second group, the following indicators are combined: product profitability, labor productivity, profit, return on assets, unit costs, coefficient of new equipment development, coefficient of new products development.

A slightly different approach is proposed by Savchuk A. The following division of indicators for the trading companies is proposed: results of marketing activities and effectiveness of marketing activities.

The results indicators include: market share of an enterprise, relative market share of an enterprise, coefficient of change in sales, dynamics of a number of customers, dynamics of a number of loyal customers, ratio of demand, the coefficient of purchases completeness.

The group of indicators of marketing activities effectiveness includes: effectiveness of the sales, profitability of marketing investments, profitability of trade turnover, efficiency of retail space usage and size of an average check.

V. Sudnik reduces analysis of marketing management efficiency at the enterprise to calculation of dynamics of the following indicators: share of profit from a commercial activity of the enterprise, volume of shipped products, volume of products demand (market capacity), costs of a marketing service, competitiveness factor of the enterprise.

Paul U. Ferris with co-authors tend to identify financial and economic indicators that reflect current and long-term activity of marketing services. They give the following advantages:

- net profit;
- profitability of sales - ROS;
- return on investment - ROI;
- economic profit - EVA;
- payback;
- net present value - NPV;
- internal returns - IRR;

- return on investment in marketing - ROMI.

Return on investment (ROI) and economic profit (EVA) are indicators that show current situation while net present value (NPV) and internal rate of return (IRR) reflect development of long-term projects.

The ROI is considered by the authors as important since in their view investments in marketing are risky but related to the further development of a company. Therefore, it is considered that the costs are justified if this indicator is positive. Together with the ROMI indicator the following indicators are calculated:

- ratio of profitability of additional marketing costs;
- income attributed to a marketing account;
- ratio of profitability of a total marketing budget;
- profitability of additional investment in marketing (ROIMI).

Despite the importance of calculating marketing activities effectiveness, there are some difficulties in selection of actual data which is connected with growth of volumes of sales under influence of marketing techniques and, as a consequence, an increase of incomes and profits of enterprises and trade organizations.

It should be kept in mind that running costs may have sometimes a prolonged effect and affect sales volumes in the future.

The authors of the balanced system of indicators believe that the growth of corporate incomes is possible only through a growth strategy that can be reflected by the following indicators:

- target customers due to which profitable growth will occur;
- consumer value propositions that will encourage clients to expand business with the company with increased profits;
- innovative projects (products, services, processes);
- investing in people and systems to increase efficiency of processes and create differentiated value propositions.

As we see, the authors, in addition to financially-economic indicators, which are certainly very important, consider it appropriate to focus on indicators aimed at creation of a qualitatively different internal and external environment,

which is extremely necessary in a violent competitive confrontation. That marketing activity plays a crucial role in shaping a new strategy and therefore costs associated with implementation of plans and objectives of marketing services should be evaluated in terms of their effectiveness.

In developing the above approach to assessing the effectiveness of marketing activities, it is proposed to assess marketing activity as a separate strategic organizational unit which should be considered from the point of view of steady growth within the entire enterprise or organization. To evaluate the effectiveness of marketing activities as a separate functioning unit, it is necessary to do with the help of following indicators:

- additional investment and working capital for each additional monetary unit of sale;
- additional investments in support of existing capital assets for each additional monetary unit of sale;
- additional investment in new capital assets for each monetary unit of sale;
- net profit;
- percentage of amortization calculated on sales;
- tax rate;
- level of payment of dividends;
- additional debt growth for each additional monetary unit of the received income.

There are some differences in assessment of marketing activities effectiveness with involvement of the Internet. Ravikovich I.E. offers the following indicators:

- cost of purchasing and installing Internet marketing tools (Internet technologies);
- costs for updating and supporting existing marketing activities with involvement of the Internet;
- cost of conducting communication lines and related software;
- expenses for training or advanced training of personnel in the marketing department;
- salary for employees of the marketing department;
- payment for hosting and domain;
- unpredictable costs (standby costs);
- cost of auxiliary tools and materials;
- amortization deductions;

- additional costs for involvement of third-party services in implementation of the Internet marketing tools (product promotion).

As you can see, the author offers only an expense part of indicators without taking into account an additional sales volume from usage of the Internet marketing, therefore without the revenue part of the system of indicators.

Conclusions. Summarizing existing approaches to assessing marketing activities effectiveness, it is necessary to provide methodologi-

cal approaches that will be based on analyzes, industry, scope of analysis, field of application, strategic orientation. It should be noted that there is no single approach for conducting such an analysis and a single system of indicators that could be used in any case was not created.

In order to further improve the marketing activity and its evaluation, it is better to analyze not only financial and economic indicators but also indicators related to the steady growth of enterprises and organizations.

Список літератури:

1. Ассэль Генри. Маркетинг: принципы и стратегия: учебник для вузов. Москва: ИНФРА-М, 1999. 804 с.
2. Бенсуссан Б., Фляйшер К. Стратегический и конкурентный анализ: Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе. Москва: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2015. 541 с.
3. Бочко О.Ю. Визначення рівня ефективності маркетингової діяльності на короткостроковий період. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Логістика, 2016. № 846. С. 21-24. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL_2016_846_6
4. Внедрение сбалансированной системы показателей. Horvath & Partners. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2008. 478 с.
5. Волкова О.А. Анализ эффективности маркетинговой деятельности. Вестник Самарского государственного экономического университета. 2009. № 12(62). С. 36-40.
6. Залізнюк В.П. Критеріальні показники ефективності маркетингової стратегії експортної діяльності промислового підприємства. Mechanism of Economic Regulation. 2015. № 4. С. 182-192.
7. Калышенко В.М. Эффективность маркетинговой деятельности и возможности ее оценки. Экономика и управление народным хозяйством: Экономические науки. 2017. № 2(147). С.55-59.
8. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей. Москва: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004. 416 с.
9. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. Москва: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004. 320 с.
10. Кендюхов О. В. Маркетингова стратегія підприємства: бренд-підхід до визначення ефективності : монографія. Донецьк: ДонУЕП, 2009. 184 с.
11. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. Санкт-Петербург: Нева, 2003. 224 с.
12. Савчук А. Ефективність маркетингової діяльності підприємства. Вісник КНТЕУ. 2015. №5, С. 27-38.
13. Радько О. О. Оцінка ефективності маркетингових стратегій підприємств. URL: http://www.rusnauka.com/7_NND_2009/Economics/43165.doc.htm.
14. Романов, О. О. Маркетингова діяльність підприємства: інструменти, критерії результативності. Вісник Хмельницького національного університету. 2009. № 2. Т. 1 С. 127–133.
15. Сердюк, Т. М. Система показників ефективності маркетингового управління товарними потоками. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 6, Т. 4. С. 182–186.
16. Судник В. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия. Справочник экономиста. Маркетинг – 2004. - №8. URL: https://www.profiz.ru/se/8_2004/ocffmdpp/
17. Феррис Поль У., Бендл Нейл Т., Пфайфер Філіпп І. Маркетингові показники: Більше 50 показників, які важливо знати кожному керівнику. Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2009. 480 с.

References:

1. Assjel Genri. (1999). Marketing: principy i strategija: uchebnik dlja vuzov. Moskva: INFRA-M [in Ukrainian].
2. Bensysan B., Fliayshner K. (2015). 5Stratehicheskij i konkurentnyi analiz: Metody i sredstva konkurentnoho analiza v biznese. Moskva: BINOM. Laboratoriya znaniy. [in Ukrainian].
3. Bochko O.Yu. (2016). Vyznachennya rivnya efektyvnosti marketyngovoyi diyalnosti na korotkostrokovy period. Visnyk Natsyonalnogo universytetu "Lvivska politekhnika". Logistuka, 846, 21-24. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL_2016_846_6 [in Ukrainian].
4. Vnedrenie sbalansirovannoy sistemy pokazateley.(2008). Horvath & Partners. Moskva: Alpina Biznes Buks [in Ukrainian].
5. Volkova O.A. (2009). Analiz effektivnosti marketingovoy deyatelnosni. Vesnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta.. 12(62). 36-40. [in Ukrainian].

6. Zaliznyuk V.P. (2015). Kriterialni pokaznyky efektyvnosti marketyngovoi strategiyi eksportnoi diyalnosti promyslovogo pidpryemstva.. Mechanism of Economic Regulation. № 4. 182-192. [in Ukrainian].
7. Kalyshenko V.M. (2017)/ Efektivnost marketingovoi deyatelnosti i vozmozhnosti eyo otsenki. *Ekonomika i upravlenie narodnym khozyaistvom: Ekonomicheskie nauki*. 2(147). 55-59. [in Ukrainian].
8. Kaplan Robert C., Norton Deivyd P. (2004). Organizatsiya, orientirovannaya na stratehiyu. Kak v novoy diznes-srede preuspevayut organizatsiy, primenyayushchie sbalansirovannyyu sistemu pokazatelei. *Moskva: ZAO «Olimp-Biznes»* [in Ukrainian].
9. Kaplan Robert C., Norton Deivyd P. (2004). Sbalansirovannaya sistema pokazatelei. Ot strategiy k drystviyu. *Moskva: ZAO «Olimp-Biznes»* [in Ukrainian].
10. Kendjuhov O. V. (2009). Marketyngova strategija pidpryemstva: brend-pidhid do vyznachennja efektyvnosti : monografija. *Donec'k: DonUEP* [in Ukrainian].
11. Kotler F. (2003). Marketing ot A do Ya: 80 kontseptsiy, kotorye dolzhen znat kazhdy menedzher. *Sankt-Peterburg: Neva*,. 224 [in Ukrainian].
12. Savchuk A. (2015). Efektyvnist markeningovoi diyalnosti pidpriemstva. *Visnyk KNTEU*. 5, 27-38. [in Ukrainian].
13. Radko O. O. (2009). Ocinka efektyvnosti marketyngovyh strategij pidpryemstv. Retrieved from: http://www.rusnauka.com/7_NND_2009/Economics/43165.doc.htm.
14. Romanov, O. O. (2009). Marketingova diyalnist pidpriemstva: instrumenty, kriteriyi rezultativnosti. *Visnyk Khmelnytskogo Natsionalnogo Universytetu*. 2. T. 1 127–133. [in Ukrainian].
15. Serdyuk, T. N. (2011), "System performance marketing management product flow," *Visnyk Khmelnytskogo Natsionalnogo Universytetu*, 6, T. 4, 182–186. [in Ukrainian].
16. Sudnik V. (2004). Otsenka efektyvnosti marketingovoy diyaknosti predpriyatiya. *Spravochnik ekonomista. Marketing* .8. Retrieved from: https://www.profiz.ru/se/8_2004/oceffmdpp/ [in Ukrainian].
17. Ferris Pol U., Bendl Nril T., Pfaimer Filipp I. (2009). Marketyngovi pokaznyky: Bilshe 50 pokaznykiv, yaki vazhlyvo znaty kozhnomu kerivnyku. *Dnipropetrovsk: Balans Biznes Buks*, 480 [in Ukrainian].

УДК 339.138; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-72-79

*Куліш Т.В., к.е.н., доцент
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного,
tvkulish@gmail.com*

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ ПЛОДОВО-ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ

***Анотація.** Необхідність дослідження поведінки споживача на ринку плодово-ягідної продукції викликана мінливими умовами ринкової кон'юнктури. Мета дослідження полягає у вивченні базових аспектів споживання свіжої плодово-ягідної продукції, визначити уподобання до асортименту та місць купівлі. Результати опитування дозволяють сформулювати модель поведінки споживача на ринку плодово-ягідної продукції та визначити рекомендації товаровиробникам щодо зміцнення ефективних маркетингових інструментів реалізації продукції, що сприятиме та зростанню прибутковості підприємств.*

***Ключові слова:** маркетингові дослідження, ринок плодово-ягідної продукції, поведінка споживача опитування, респонденти, анкета.*

JEL code classification: Q13

*Kulich T.V., PhD degree, Ass. Prof.,
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
tvkulish@gmail.com*

MARKETING RESEARCH OF CONSUMER BEHAVIOR IN THE MARKET OF FRUIT PRODUCTS

***Setting objectives.** The need to study consumer behavior in the market for fruit and berry products is caused by the changing conditions of the market environment.*

***The purpose of the study** is to study consumer behavior in the market of fruit and berry products. Research objectives: to estimate the level of demand for fresh fruit and berry products; to study basic aspects of consumption of fresh fruit and berry products and to determine their preferences for the range and places of purchase of these products, to examine consumer motivations of the population in choosing fresh fruit and berry products; to advise producers on effective tools for selling fruit and berry products.*

The object of the study is consumer behavior in the market for fruit and berry products.

***Research results.** In order to study consumer behavior in the market of fruit and berry products, a questionnaire was conducted for the population of the region. The size of the representative quota sample was 250 respondents, differing by gender, age and social principle. The questionnaire was used for the survey. Questionnaire data were processed using the Excel and SPSS computer software. The results of the survey allow us to study the basic aspects of consumption of fresh fruit and berry products and to form a model of consumer behavior in the market.*

***Conclusions.** As a result, the research identified recommendations for producers on effective marketing tools for the sale of fruit and berry products, which will increase the profitability of enterprises. All these measures will help to ensure the competitiveness of domestic products both in the domestic and foreign markets.*

***Key words:** marketing research, market of fruit and berry products, consumer behavior, survey, respondents, questionnaire.*

Постановка проблеми. Ринкові умови поставили перед виробниками плодів нові завдання по виявленню тенденцій кон'юнктури ринку, чинників, що впливають на поведінку споживачів, і розробці адекватних заходів підсилення впливу на них.

Для більш детального аналізу рівня споживання плодів і ягід та визначення ролі свіжих плодів в раціоні населення, а також переваг щодо місця їх придбання доцільно проведення анкетного опитування. Це дозволить визначити споживчі мотивації населен-

ня при придбанні плодів, сформувані модель поведінки споживача на ринку плодів та розробити ефективну маркетингову програму реалізації продукції з врахуванням всіх важливих аспектів споживання плодової продукції населенням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання теорії, методики і практики функціонування ринку плодів досліджували вітчизняні вчені: В.С. Демко [1], Д.Г. Легеза [2], Н.П. Матвійчук [18], С. Радченко [6], Т.А. Маркіна, В.А. Рудьєв. Питання маркетингових досліджень ринку розкрито в працях А.О. Старостіної [4], М.К. Малхотри [5], Є.В. Крикавського, А.В. Войчака, Е.П. Голубкова, Г.А. Черчиля та ін. Але значна частина питань, пов'язаних з дослідженням поведінки споживачів на ринку плодів, потребують подальших досліджень.

Формулювання цілей статті. Головною метою проведення дослідження є вивчення поведінки споживачів на ринку плодово-ягідної продукції. Задачі дослідження: оцінити рівень попиту на свіжу плодово-ягідну продукцію; вивчити базові аспекти споживання свіжої плодово-ягідної продукції та визначити їх уподобання до асортименту та місць купівлі даної продукції, дослідити споживчі мотивації населення при виборі свіжої плодово-ягідної продукції; надати рекомендації товаровиробникам щодо ефективних інструментів реалізації плодово-ягідної продукції.

Об'єктом дослідження є поведінка споживачів на ринку плодово-ягідної продукції.

Виклад основного матеріалу. В якості цільових груп при проведенні польових дос-

ліджень виділено населення Запорізької області. Обсяг вибірки склав 250 респондентів, що різняться за гендерним, віковим та соціальним принципом. Метод опитування – інтерв'ю. Для опитування була використана анкета, яка включала 21 питання загального, пошукового, комунікативного та заключного характеру:

Дані анкетного опитування оброблялися за допомогою комп'ютерної програми Excel та SPSS. В ході обробки та аналізу первинної інформації використовувалися статистичні методи групування та класифікації. Отримані в результаті дослідження результати були оформлені в таблиці, графіки та діаграми.

При дослідженні основну частку респондентів становили жінки (75 %), так як в більшості випадків саме жінки відповідають за харчування своїх родин. За віковим складом більше 50 % респондентів відносились до вікової категорії від 23 до 50 років. Зазначимо, що в балансі харчування респондентів плодово-ягідна продукція займає 3 місце, після хлібобулочних виробів та овочів. Щодо частоти споживання продукції, то більшість респондентів (35 %) споживають плодово-ягідну продукцію 2-3 рази на тиждень, 30% респондентів – споживають щодня, інші - по мірі можливості.

Рівень споживання плодово-ягідної продукції безпосередньо залежить від кількості членів в родині, а саме менше 5 кг плодів та ягід споживають переважно самотні люди, від 5 до 10кг. – споживають щомісячно всі сім'ї незалежно від кількості членів. Понад 10 кг. плодів та ягід споживають щомісячно сім'ї з трьох або більше осіб.

Таблиця 1

**Споживання плодів і ягід залежно від кількості членів родини
(% від числа респондентів, що дали відповідь на запитання)**

Кількість членів в родині, чол.	Обсяг плодів і ягід, що споживаються в родині щомісячно, кг		
	менше 5	від 5 до 10	понад 10
1	45	26	12
2	28	32	18
3 і більше	18	42	30

Джерело: складено автором

В результаті дослідження визначили, що більшість населення надають перевагу споживанню плодів та ягід в сезон збору урожаю. а саме влітку – це черешня, полуниця, абрикос, персик, слива, а починаючи з осені яблука і груші аж до нового врожаю. Також слід зазначити, що більшість респондентів надають перевагу саме вітчизняній продукції (більше 70 %), біля 20 % надають перевагу імпортним плодам в залежності від їх виду та в не сезон вітчизняної продукції.

Зазначимо, що плоди та ягоди закупаються населенням у сезон збору урожаю, як для споживання так і для виробництва домашніх заготовок. При цьому обсяг закупок плодово-ягідної продукції безпосередньо залежить від кількості членів родини, рівня

доходу та наявності дітей дошкільного віку [2, с.18].

Основний обсяг заготівель у домашніх умовах припадає на родини, у складі яких налічується 3 або більше членів і складає 70%, при чому 40% респондентів цієї групи заготовляють щорічно понад 30 кг плодової продукції.

Найчастіше респонденти купують такі види вітчизняних плодів: яблука – 45%, абрикос – 20 %, персик – 15%, груші – 8%, слива – 6 %; ягід: черешня – 42 %, полуниця – 32%, малина – 26 %.

При дослідженні споживчих переваг респондентів визначили основні чинники, які впливають на вибір продукції.

Таблиця 2

Оцінка споживчих переваг при придбанні плодово-ягідної продукції респондентами

Місце	Критерій	% до числа опитаних
1	Смакові якості	95%
2	Гарний вигляд	85%
3	Екологічно чиста продукція	80%
4	Термін придатності до вживання	75%
5	Продукція українських виробників	72%
6	Доступна ціна	64%
7	Зручна упаковка	45%
8	Плодово-ягідна продукція відсортована та відкалібрована	45%
9	Регіон вирощування	32 %
10	Сорт продукції	15 %
11	Система знижок при купівлі	8 %

Джерело: складено автором

У процесі дослідження визначено, що більша частина респондентів приділяє увагу смаковим якостям (95%) та гарному вигляду продукції (85%). Важливим критерієм є екологічність продукції (80 %), саме тому більшість респондентів віддають перевагу вітчизняним товаровиробникам (72 %), так як мають більшу довіру до них, ніж до імпортерів [7, с.55].

Рівень цін має суттєве значення для більш ніж 60 % респондентів, однак знижки при купівлі не має суттєвого значення (менше 10 % респондентів), так як за знижками реалізують в основному неліквідну плодово-

ягідну продукцію. Отже, населення при купівлі плодово-ягідної продукції більш за все звертає увагу на якість продукції, ніж ціновим факторам, що необхідно враховувати при виробництві продукції. Ринок потребує продукції, яка відповідає не тільки державним і міжнародним стандартам, а й вимогам споживачів.

При прийнятті рішення про купівлю плодово-ягідної продукції для населення досліджуваної області має значення й місце торгівлі. Нами було запропоновано обрати 3 види купівлі плодової продукції, якими найчастіше користуються респонденти. Вибір місця

купівлі залежить від соціального статусу респондентів. Основними споживачами плодово-ягідної продукції на місцевому ринку є працівники (12%), підприємці (10%), пенсіонери (9%) студенти (5%). Вибір такого типу ринку пояснюється зручністю місця розташування, низьким рівнем цін, можливістю знижок при купівлі та дегустація на ринку смакових якостей плодів.

Отже, 36% опитуваних купують плодово-ягідну продукцію на місцевих ринках, 22% – у магазинах, 10% – в пунктах оптової торгівлі. Слід зазначити, що 12% респондентів споживають продукцію власного виробництва, при цьому 10% з них – жителі сільської місцевості.

Небажання респондентів купувати плодово-ягідну продукцію в магазині пояснюється високим рівнем цін, відсутністю широкого асортименту вітчизняної продукції та не достатньою свіжістю продукції. В нашій області ще недостатньо розвинута фірмова торгівля,

особливо плодово-ягідною продукцією, що віддаляє споживачів від виробника продукції і ставить його у залежність від посередників. Тому при формуванні каналів розподілу продукції товаровиробникам плодово-ягідної продукції необхідно звернути увагу на можливість створення власної фірмової торгівлі під власним брендом, що значно підвищить імідж місцевих товаровиробників [2, с.18].

➤ При дослідженні готовності платити постачальникам більше за продукцію, яка відрізняється покращеними споживацькими властивостями визначили, що споживачі часто готові платити вищу ціну за продукцію, яка б була помита (46% опитаних респондентів), відкалібрована (46%) та упакована (38%). За кордоном постачання продукції не відкаліброваної та не запакованої у торгові мережі практично не зустрічається. Умови упакування продукції, її калібрування та, в багатьох випадках, миття є беззаперечними вимогами ринку [6].

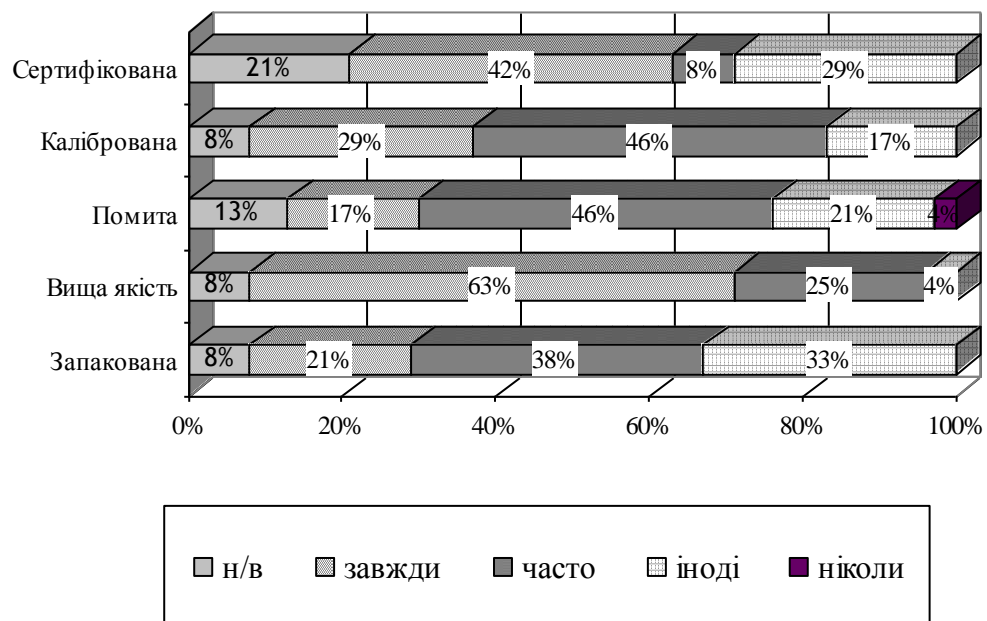


Рис. 1 Готовність респондентів додатково сплачувати постачальникам за плодово-ягідну продукцію у доробленому вигляді

Джерело: складено автором

Беззаперечними передумовами для збільшення обсягів реалізації плодово-ягідної продукції у торгових точках, буде розширення асортименту продукції (75% респон-

дентів), пропонування продукції, яка відкалібрована та відсортована (67%), помита та має зручну упаковку (по 42%).

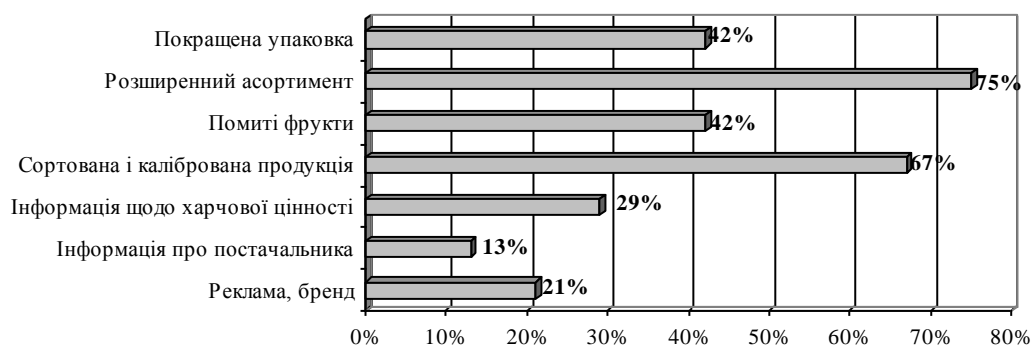


Рис. 2 Можливі способи заохочення споживачів купувати плодово-ягідну продукцію

Джерело: складено автором

В результаті проведеного дослідження визначили, що для більшості споживачів (75%) є важливим розширення асортименту плодово-ягідної продукції на ринку, 45% опитуваних респондентів вважають необхідним супроводження інформацією щодо харчової цінності та можливих рецептів приготування плодово-ягідної продукції та зазначення постачальника на упаковці є важливим для 39 % опитуваних, так як населення віддає перевагу вітчизняним товаровиробникам. Ці основні критерії можуть сприяти збільшенню обсягів продажу плодово-ягідної продукції.

На думку опитуваних, якісна плодово-ягідна продукція потребує реклами. При купівлі плодово-ягідної продукції респонденти в основному спираються на поради родичів і друзів 33%, місцеве телебачення -20 %, зовнішня реклама – 18 %, друковані видання – 15 %, виставки та ярмарки - 12% респондентів вважають необхідним маркетинговим інструментом, що дозволить представити свою продукцію широкому колу потенційних споживачів.

Тому вмiле користування маркетинговими інструментами має важливе значення для товаровиробників плодово-ягідної продукції:

- пакування плодоовочевої продукції: використання оригінальної упаковки не тільки значно зменшить пошкодження фруктів

та ягід під час транспортування та складування, але й сприятиме кращому вигляду товару та надасть інформацію споживачеві про продукт, місце та дату його виробництва, корисні властивості та способи приготування [2, с. 258];

- впровадження власної торгової марки: якісний товар повинен мати своє ім'я. Реалізація продукції під своєю етикеткою з адресою і контактними даними господарства сприяє збільшенню продажів і залученню нових клієнтів;

- зберігання плодово-ягідної продукції дозволить реалізувати продукцію за найвищими цінами, коли попит перевищує пропозицію;

- надання плодоовочевій продукції доданої вартості (заморозка, сушка), що може виявитися ефективним інструментом, особливо при реалізації такої продукції до мережі супермаркетів;

- подовження виробничого сезону багатьох видів плодоовочевої продукції, що сприятиме створенню потенціалу значного підвищення загальної прибутковості підприємства [3, с. 20];

- запровадження культур, що мають нішу, тобто специфічних культур, що дозволить реалізовувати продукцію до мережі HoReCa.

- стимулювання збуту — короткострокові заходи із залучання покупців: знижки, безкоштовні зразки, дегустація, семплінг, стимулювання торгових посередників.
- участь у виставках та ярмарках, що дозволить представити свою продукцію широкому колу потенційних споживачів.

Таблиця 3

Модель поведінки споживача на ринку плодово-ягідної продукції

№	Критерії	250 респонденти, %
1	Стать:	
	Чоловіки	25
	Жінки	75
2	Вік:	
	14-22	16
	23-40	38
	41-54	32
	55 і більше	14
3	Соціальний клас:	
	Студент / Школяр	29
	Працівник	41
	Безробітний	5,5
	Підприємець	10
	Пенсіонер	13,5
4.	Кількість членів в родині:	
	1	12
	2	34
	3 і більше	54
4	Частота придбання молочних продуктів:	
	Щодня	30
	2-3 рази на тиждень	35
	1 раз на тиждень	17
	По мірі можливості	18
5	Місце проживання:	
	Місто	88
	Смт	6
	Село	4
6	Споживчі переваги (% до числа опитуваних)	95%
	Смакові якості	85
	Гарний вигляд	80
	Екологічно чиста продукція	75
	Термін придатності до вживання	72
	Продукція українських виробників	64
	Доступна ціна	45
Зручна упаковка		
	Готовність споживачами платити більше за продукцію	
	Сертифікована	8
	Помита	46
	Калібрована	46
	Вища якість	25
	Запакована	38

Джерело: складено автором

Висновки. 1. Рівень споживання плодів безпосередньо залежить від кількості членів сім'ї. Найбільше споживають плодово-ягідну продукцію сім'ї з трьох або більше осіб, які купують продукцію не тільки для власного споживання, але й домашніх заготовок.

2. Більшість населення надають перевагу споживанню плодів та ягід в сезон збору урожаю, а саме влітку – це черешня, полуниця, абрикос, персик, слива, а починаючи з осені яблука і груші аж до нового врожаю.

3. Визначено, що для споживачів найважливішими критеріями при купівлі плодово-ягідної продукції є смакові якості (95%), гарний вигляд продукції (85%), екологічність продукції (80%), рівень цін (60%).

4. Споживачі часто готові сплачувати вищу ціну на продукцію, яка б була помита (46% опитаних), відкалібрована (46%) та упакована (38%). Тому товаровиробникам доцільно звернути увагу на дані критерії при реалізації плодово-ягідної продукції.

5. На думку опитуваних, якісна плодова продукція потребує реклами. Впливовими рекламними носіями для респондентів є поради родичів і друзів (33%), місцеве телебачення (20%), зовнішня реклама (18%), дру-

ковані видання – (15%), виставки та ярмарки. Також доцільно проводити у своїх пунктах продажу акції з просування плодово-ягідної продукції, вирощеної місцевими виробниками. Деякі з зазначених акцій: роз'яснювальні бесіди, наглядна агітація, передсвятковий розпродаж (зниження цін), окремий стенд і дегустація.

6. Беззаперечними передумовами для збільшення обсягів плодово-ягідної продукції, за словами більшості респондентів, буде розширення асортименту продукції (75% респондентів), пропонування продукції, яка відкалібрована та відсортована (67%), помита та має зручну упаковку (по 42%).

Отже, в сучасних ринкових умовах постає необхідність забезпечення населення якісною плодово-ягідною продукцією, наявністю широкого асортименту продукції, а також продукцією з доданою вартістю. У товаровиробників є всі можливості забезпечити ці вимоги, а використання ефективних маркетингових інструментів при реалізації продукції дозволить сприятимуть забезпеченню конкурентоспроможності вітчизняної продукції як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках.

Список літератури:

1. Демко В.С. Маркетингове дослідження ринку плодів та ягід України [Текст] / В.С. Демко, Т. В. Куліш., В. Б. Мітков.. // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2017. – № 1-2 (33-34). – С. 253–259.
2. Легеца Д.Г. Проблеми формування оптової торгівлі плодоовочевої продукції [Текст] / Д.Г. Легеца // Проблеми та перспективи сталого розвитку АПК: матер. міжнар. наук.-практ. конф. Економічні науки. – 2015. – Т. 3- С. 17-20.
3. Матвійчук Н.П. Аналіз ринку плодово-ягідної продукції України [Текст] / Н.П. Матвійчук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2017. - Випуск 12, частина 2. – с. 18-23.
4. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: Підручник [Текст] / А.О Старостіна. – К.: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012 – 480 с.
5. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования: практ. руководство: пер. с англ. / Нэреш К. Малхотра. – 4-е изд.: – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 1200 с.
6. Усі світові ягідні тенденції. Пропозиція - Головний журнал з питань агробізнесу URL: :<https://propozitsiya.com/ua/usivitovi-yagidni-tendenciyi>
7. Darya Legeza, Thomas Brunner, Yukilay Kerimova, Tatyana Kulish, Anastasia Konovalenko A model of consumer buying behavior in relation to eco-intelligent products in catering / Darya Legeza// Innovative marketing (Business Perspectives). -2019. - T.15R.1 p. 54-65.
8. Albaum, G. and Smith, S.M. (2012), Why People Agree to Participate in Surveys. In L. Gideon (ed.),The Handbook of Survey Methodology in Social Sciences. New York: Springer Verlag
9. Kramer M.R., Porter M.E. (2006, December), Strategy & Society: The link between Competitive Advantages and Corporate Social Responsibility, Harvard Business Review, 84(12).
10. Macht, J. (1999), The new market research, Inc, 20(10), pp. 86–94.
11. Mc Daniel, C. and Gates, R. (2002), Marketing Research: The impact of the Internet (5th edn), Cincinnati, OH: South-Western.

12. Баланси споживання продукції / Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.org/uk>

References

1. Demko V.S. (2017) Marketing research of the market of fruits and berries of Ukraine, *Collection of scientific works of TDAU (economic sciences)*. - Melitopol - no. 1-2 (33-34), pp. 253-259.
2. Legeza D.G. (2015) The Problems of Forming Wholesale Trade in Fruit and Vegetable Products, *Problems and prospects for sustainable development of agroindustrial complex: Mater. international. Research Practice Conf. Economic sciences* -no. 3, pp. 17-20.
3. Matviychuk N.P. (2017) Analysis of the market of fruit and berry products of Ukraine, *Scientific Bulletin of Uzhgorod National University* – no 12, part 2, pp. 18-23.
4. Starostina A. O. (2012), *Marketynhovi doslidzhennya natsionalnykh i mizhnarodnykh rynkiv* [Marketing research of national and international markets]: textbook, K.: of "Lazaryt-Polygraph", 480 p
5. Malhotra, K. Nareh (2007), *Marketynhovi doslidzhennya* [Marketing research]: RUF. MANUAL: Translated with English, Vol.4, Moscow: OOO "Y.D. Williams", 1200 p.
6. Usi svitovi yahidni tendentsii. Propozytsiia - Holovnyi zhurnal z pytan ahrobiznesu URL: :<https://propozitsiya.com/ua/usi-svitovi-yahidni-tendenciyi>
7. Legeza D., Brunner T., Kerimova Y., Kulish T., Konovalenko A. (2019) A model of consumer buying behavior in relation to eco-intelligent products in catering, *Innovative marketing (Business Perspectives)*. –no. 15R.1, pp. 54-65.
8. Churchill G. (2007), *Marketynhovi doslidzhennya* [Marketing research]: Translated with English, Vol.5, SPb.: Peter., - 704 p.
9. Albaum, G. and Smith, S.M. (2012), Why People Agree to Participate in Surveys. In L. Gideon (ed.), *The Handbook of Survey Methodology in Social Sciences*. New York: Springer Verlag
10. Kramer M.R., Porter M.E. (2006, December), Strategy & Society: The link between Competitive Advantages and Corporate Social Responsibility, *Harvard Business Review*, 84(12).
11. Macht, J. (1999), *The new market research*, Inc, 20(10), pp. 86–94.
12. Mc Daniel, C. and Gates, R. (2002), *Marketing Research: The impact of the Internet* (5th edn), Cincinnati, OH: South-Western.

УДК 346.009; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-80-87

*Серських Н.С., к.е.н., доцент
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
nserskykh@tsatu.edu.ua*

КОНТРАКТ ЯК ФОРМАЛЬНА ПРОЦЕДУРА В КОНСАЛТИНГОВІЙ ПРАКТИЦІ

Анотація. У роботі поставлено проблему контрактної взаємодії у практичному консалтингу. Висвітлено основні підходи до практики укладання контракту на консалтингові послуги. Проаналізовано фактори, що впливають на якість консалтингової послуги та на довгострокові взаємовідносини між консультантом та клієнтом. Окреслено функції контракту на надання консалтингових послуг, наведено типову структуру контракту на надання консалтингових послуг.

Ключові слова: консалтинг, консалтингова послуга, агросервіс, контракт, функції контракту

JEL code classification: M19, K23

*Serskykh N.S., PhD, Ass. Prof.
Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University
nserskykh@tsatu.edu.ua*

CONTRACT AS A FORMAL PROCEDURE IN CONSULTING PRACTICE

Abstract. The problem of contractual interaction in practical consulting is put into practice. The main approaches to the practice of concluding a contract for consulting services are highlighted. The factors influencing the quality of consulting services and the long-term relationship between the consultant and the client are analyzed. The functions of the contract for the provision of consulting services, the typical contract structure for consulting services are outlined.

The article is devoted to the development of the consulting services market. Consulting belongs to intangible services and occupies a leading position in the sales structure of developed countries. In today's economic context, consulting services are of particular importance because they are one of the most dynamic activities in the information services sector. Consulting means professional assistance and support for management innovation in agricultural enterprises. Consulting in agrarian service is aimed at: increasing competitiveness; expansion of product range; project management; customer relations management; organization of business processes; development and implementation of modern production and sales management techniques using the Internet; diversification of activities; development of agrarian enterprise brand strategy; brand management. The most important feature of consulting is the very close cooperation between clients and consultants, which is due to the high personalization of consulting services.

Studies have shown that consulting in agrarian services should address issues that are primarily about enhancing the competitiveness of agrarian enterprises. For effective work, consultants need to develop long-term partnerships with clients through the provision of high quality services. One of the important conditions for the development of such relations is the conclusion of a contract for the provision of consulting services. Clearly documented terms of cooperation and stated client expectations will facilitate close contact between providers and consumers of consulting services and will ensure the success of consulting projects.

Keywords: consulting, consulting service in agroservice, consulting contract, contract for the consulting services, contract functions.

Постановка проблеми. Останнім часом в Україні в рамках співробітництва з міжнародними фондами розвивається ринок консалтингових послуг. Розвиток ринку напряду впливає на посилення значення професійних навичок провайдерів консалтингових послуг, зокрема управлінських, економічних, юридичних тощо. У зв'язку з недосконалістю законодавчої бази з регулювання даного ринку питання систематизації контрактів на ринку послуг є актуальними. Великого значення набуває також уміння консультантів вести переговори, домовлятися та володіти навичками складання документів про наміри та відповідальність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед іноземних та вітчизняних вчених, чий дослідження присвячені консалтингу та консалтології, особливої уваги заслуговують роботи Е. Бейча, Р. Маклахліна, А. Посадського, Е. Уткіна, Б. Андрушківа, О. Бетехтіна, В. Верби, Т.Кальної-Дубінюк та ін. Наукові доробки в галузі правовідносин з торгівлі послугами належать А. Мірзояну, А. Рум'янцеву, Р. Шульзі та ін. Нажаль, питанням укладання контрактів в консалтингу приділено, на наш погляд, недостатньо уваги.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення основних підходів до практики укладання контрактів на консалтингові послуги, виділити загальні функції контракту, розробити його структуру.

Виклад основного матеріалу. Останніми роками посилюється роль управлінського консультування в економіці України і, як зазначають І. Проданова та У. Бережницька, «важливою рушійною силою соціально-економічного розвитку національної економіки є консалтингові підприємства» [1]. Послуги консультативного характеру в сучасних економічних умовах набувають особливого значення. Вони, разом з інформаційно-діловими послугами, є одним із найбільш динамічних видів діяльності у секторі інформаційних послуг [2]. Консалтинг відноситься до нематеріальних послуг та займає провідні позиції в структурі продажів розвину-

тих країн.

➤ Під консалтинговою послугою розуміють інтелектуальний продукт, яким володітиме клієнт після завершення консультування [3, с.15]. На основі аналізу дефініції консалтинг вважаємо, що консалтинг в агро-сервісі – це вид професійної діяльності, яка полягає в наданні інтелектуальних послуг сільськогосподарським товаровиробникам (переважно на комерційній основі) з метою впливу на функціонування та розвиток підприємств за рахунок впровадження інноваційних знань, навичок та технологій. Консалтинг в агросервісі покликаний забезпечити надання професійних консультаційних послуг у всіх процесах, пов'язаних із виробництвом, зберіганням, переробкою, дистрибуцією, просуванням сільськогосподарської продукції та доведенням її до кінцевого споживача.

Консалтингова діяльність означає професійну допомогу і підтримку менеджмент-інновацій в аграрних підприємствах, а консультанти, відповідно – це фахівці, які надають цю допомогу. Консультування в аграрному сервісі може бути спрямоване на:

- підвищення конкурентоспроможності;
- розширення товарного асортименту;
- управління проектами;
- управління відносин з клієнтами;
- організація бізнес-процесів;
- розробка та впровадження сучасних методик управління виробництвом та продажами за допомогою мережі Інтернет;
- диверсифікація діяльності;
- розробка стратегії бренду аграрного підприємства;
- управління брендом.

Найважливішою особливістю консалтингу є тісна кооперація між клієнтами та консультантами, яка обумовлена високою персоналізацією консалтингових послуг. Клієнт бере безпосередню участь у створенні цінності консалтингової послуги.

В рамках дослідження, що проводилось у січні-лютому 2019 року, були опитані експерти-консультанти (виробники консалтингових послуг) та власники сільськогосподарсь-

ких підприємств (споживачі консалтингових послуг) з метою моделювання їх взаємовідносин на Інтернет-ринку консалтингових послуг. Зокрема, серед запитань, поставлених респондентам, були такі: «Від чого, на Вашу думку залежить якість консультаційної послуги?» та «Що, на Вашу думку, є основою довгострокових відносин між консультантом та клієнтом?».

На рисунку 1 представлено результати ан-

кетування виробників та споживачів консалтингових послуг. На думку більшості власників сільськогосподарських підприємств (79%) якість консультаційної послуги залежить від професіоналізму консультанта. Цей фактор є важливим для майже 95% консультантів. Довіра та взаєморозуміння між консультантом та клієнтом є однаково важливими як для виробників, так і для споживачів послуг.

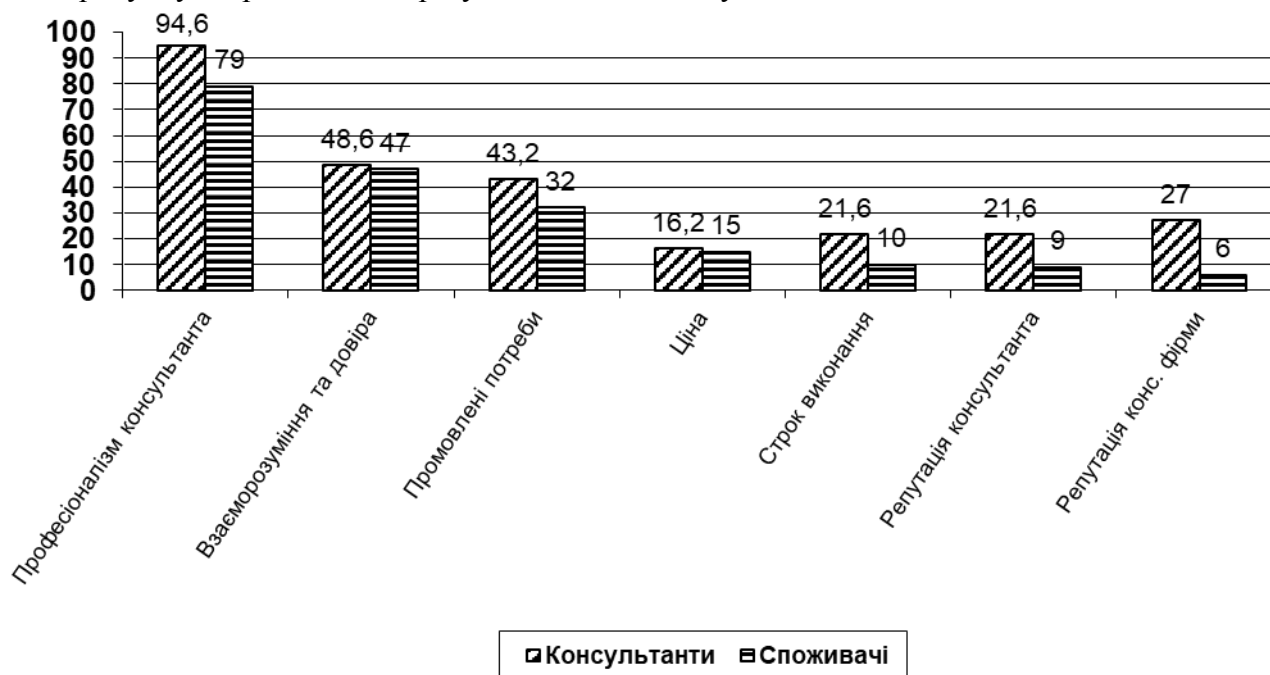


Рис. 1 Фактори, які впливають на якість консультаційної послуги, % відповідей
Джерело: власні дослідження автора

На думку 43% експертів та 32% споживачів послуг, від того, наскільки добре клієнти усвідомлюють власні очікування, залежить якість послуги. Для експертів важливими також є власна репутація (22%) та репутація консалтингової фірми (27%), тоді як незначний відсоток споживачів вважають ці фактори значущими. Варто зауважити, що майже однакова кількість опитаних вважають, що якість послуги залежить від її ціни.

Відносини між виробником та споживачем консалтингової послуги це, насамперед, відносини між людиною та людиною. В рамках концепції маркетингу відносин, доведено, що компаніям більш вигідно формувати лояльність існуючих клієнтів, ніж завойовувати нових, крім цього, великого значення набуває також індивідуальний персоналізо-

ваний підхід до клієнтів [4]. На наш погляд, клієнтоорієнтованість в консалтинговому бізнесі є запорукою створення довгострокових взаємовідносин, оскільки іноді, єдиною конкурентною перевагою в умовах сучасного ринку є рівень обслуговування.

Довгострокові відносини з консультантами, на думку споживачів послуг, на 68% залежать від ступеня задоволеності результатом послуги, на 58% від якості послуги та 47% від взаємної довіри. Для 15% опитаних наявність довгострокових відносин пов'язана з укладанням договору або контракту та готовності звертатися до консультанта повторно. Від якості послуги та ступеню задоволеності клієнта результатом послуги, на думку більшості консультантів (70%), залежать довгострокові відносини консультан-

та та клієнта. Важливим фактором цих відносин деякі консультанти вважають взаємну

довіру (43%) та укладання договору або контракту (16%) (рис. 2).

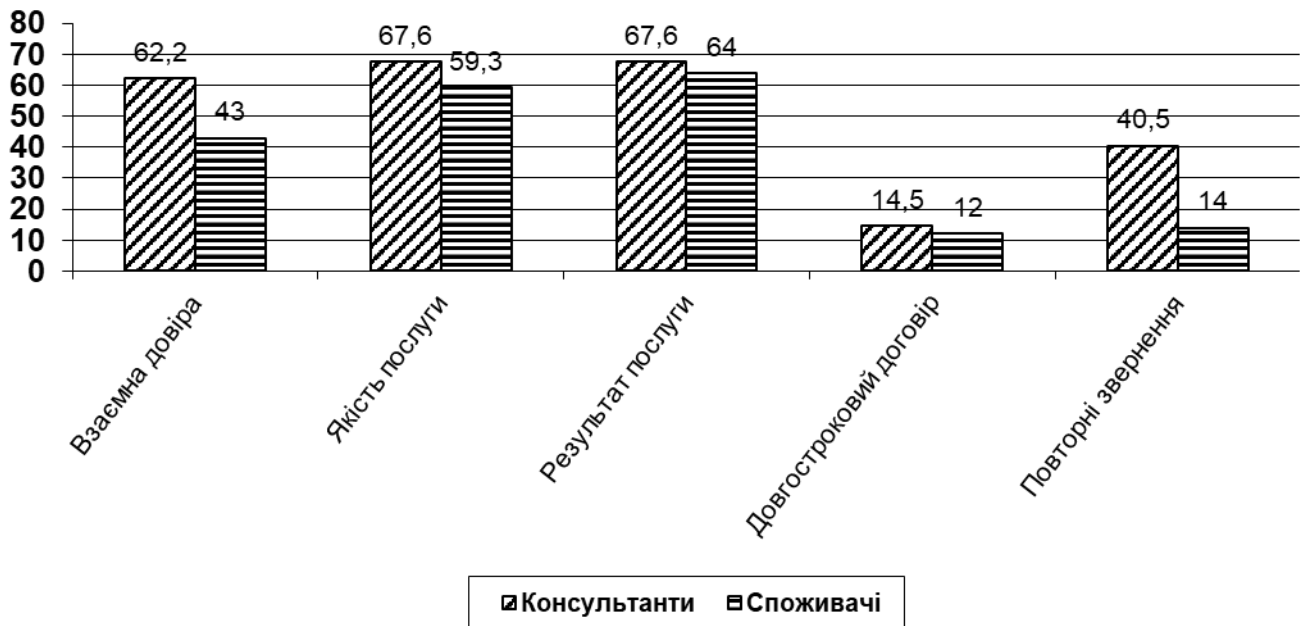


Рис. 2. Вплив факторів на довгостроковість відносин між консультантами та споживачами послуг, % відповідей

Джерело: власні дослідження автора

Дослідження засвідчило, що чітко усвідомлені та, особливо, промовлені потреби клієнтів значно впливають на взаємовідносини виробників та споживачів консалтингових послуг. Крім того, ці потреби та очікування клієнтів разом із пропозиціями консультантів мають бути задокументовані в контракті разом з умовами, строками реалізації та ціною послуги. Послуга, яку продає консультант або консалтингова фірма, також впливає на стосунки між консультантом та клієнтом та загальну роль консультанта в будь-якому проекті. Консалтингова фірма демонструє свій досвід за допомогою документально підтвердженої кваліфікації персоналу. Така документація може включати інформацію про освіту та одержані ступені, досвід роботи в консалтингу, досвід роботи в інших організаціях, публікації, професійні нагороди та відзнаки, а також гарантію якості роботи. Консультант часто виступає не тільки експертом, але й керівником або посередником при виконанні певного замовлення або членом команди, що надає консультації. Консультант часто тісно співпрацює з одним або

кількома людьми з клієнтської організації. Консультант підтримує добрі стосунки, виконуючи саме ту роль, яку очікує клієнт. На додаток до успішного завершення проектів, консультанти можуть підвищити свою експертну цінність, отримавши додаткові рекомендації від клієнтів.

Деякі фірми продають послуги консультантів одночасно з продуктом. Таким продуктом може бути програмне забезпечення, база даних, засоби захисту рослин, агроінженерні машини тощо. Послуги, які надають консультанти, включають застосування продукту в організації клієнта, встановлення продукту на обладнання клієнта та/або навчання клієнта щодо використання продукту. Наступні послуги включають модернізацію продукту до нових версій, пристосування продукту до особливо складних проблем, а також застосування продукту в нових частинах організації. Роль консультанта зазвичай включає роботу з клієнтом для отримання максимальної користі від продукту.

Клієнти є джерелом життєвої сили будь-якої консалтингової фірми. Способи, якими

можна завоювати постійних клієнтів, різні і залежать від розміру та типу консалтингової фірми. Деякі великі фірми стверджують, що вони настільки відомі і компетентні, що клієнти шукають їх самі. Приватним консультантам, як правило, доводиться активно рекламувати свої послуги, щоби залишатися в бізнесі. Часто маркетинг консалтингових послуг схожий на маркетинг продуктів, але деякі маркетингові методи особливо важливі для консультантів. Одним із дієвих маркетингових можливостей для консультантів є особисті контакти.

Консультанти можуть зробити багато дій, щоби налагодити робочі стосунки зі своїми клієнтами. Ці дії стосуються, насамперед, гарного маркетингу, грамотного менеджменту та задоволення очікувань клієнта. На наш погляд, проекти повинні починатися з письмової пропозиції. Пропозиція має містити стислий виклад мети проекту, завдання, необхідні для досягнення мети, тривалість виконання завдань, характеристику консультанта, який буде працювати над проектом, бюджет і обговорення будь-яких особливих вимог або ризиків. Важливо, щоби консультант надав відверте представлення того, що має очікувати від проекту клієнт. Пропозиція є дорожньою картою для реалізації проекту. Якщо все зміниться, особливо якщо проект не прогресує, як планувалося, консультант повинен повідомити клієнта якомога швидше, щоби не було сюрпризів. Письмова пропозиція є одним з формальних документів для співпраці консультантів та клієнтів.

Характер проекту визначає взаємодію між консультантом і клієнтом при розвитку проекту. Деякі проекти включають офіційні щомісячні або кварталні звіти про хід їх виконання. Вони також можуть передбачати тісну співпрацю на території клієнта. Інші проекти можуть включати нечасті контакти або зустрічі. Хороша ідея для консультанта ініціювати стільки неформальних контактів, скільки клієнту зручно підтримувати інформування та залучення клієнта. Проекти, які продемонстрували свою відповідність потребам клієнта, збережуть зацікавленість клієнта, будуть реалізовані і призведуть до подальшої співпраці.

Поряд із завершенням проекту, консультантам часто доводиться вивчати способи, якими вони можуть допомогти клієнту. Це включає такі послуги, пов'язані з проектом, як надання допомоги клієнту в одержанні знань або навчанні. Інакше кажучи, це планування майбутнього проекту для надання тих же послуг. У будь-якому випадку консультанти повинні намагатися допомогти клієнту розвивати проект. Процес розбудови успішних проектів разом із клієнтом – це хороший спосіб встановити довгострокові відносини.

Однією з найважливіших умов побудови довгострокових відносин між консультантами та клієнтами є контракт. В умовах нашої країни культура укладання контрактів на консалтингові послуги ще не набула достатнього розповсюдження, багато домовленостей залишаються «на словах». Можливо, це пов'язано з недоліками правового регулювання відносин, які виникають під час надання консалтингових послуг. Як зазначає Р.Шульга, поняття послуги – це складна категорія [5], зокрема, через неузгодженість понять «торгівля послугами» та «надання послуг».

З економічної точки зору послуга – це невідчутна та нематеріальна ціннісна акція або діяльність, спрямована на задоволення особистих, колективних або суспільних потреб, вартість якої створюється за участю покупця.

Як зазначалось, в консалтинговій діяльності особливе значення приділяється домовленостям між консультантом та споживачем консалтингової послуги, які мають бути задокументовані у формі контрактів. Інакше кажучи, контракт – є обов'язковою формальною процедурою консалтингової діяльності, який є системою домовленостей про особливості процесу надання консалтингової послуги.

Український енциклопедичний юридичний словник наводить декілька трактувань поняття «контракт», з яких, на наш погляд, доцільно застосовувати наступне: «Контракт це: договір на виконання робіт, поставок, надання послуг тощо з визначенням ціни та строків» [6, с. 614]. Тобто, контракт є основним нормативним документом, який регулює

професійну діяльність консультантів у консалтинговій практиці. На сьогодні найбільш розгорнуті форми контрактів на консалтингові послуги застосовують міжнародні організації: Світовий банк, Світова організація торгівлі, Міжнародна організація праці та ін. В Україні застосовуються типові договори на надання консультаційних (інформаційних) послуг, які розробляються юридичними фірмами для кожного конкретного підприємства.

Стандартний контракт на надання консалтингової послуги, як правило, включає такі підрозділи: назва документу, дата та місце підписання, загальні дані про консультанта та клієнта (ПІБ, дані про вид діяльності, ліцензії та сертифікати), а також загальні положення – предмет контракту, передбачені види виконуваних робіт; права, обов'язки та відповідальність консультанта; права,

обов'язки та відповідальність клієнта; строки виконання робіт, графік роботи; розмір та умови оплати праці консультанта; умови внесення та оплати змін, інші умови; механізми розв'язання конфліктів; порядок розірвання договору; строк дії договору; юридичні адреси сторін.

В залежності від запиту та очікувань клієнта до змісту та структури контракту можуть бути внесені зміни в кожному конкретному випадку, що свідчить про клієнтоорієнтований підхід маркетингу відносин. Контракт вважається укладеним, якщо його підписали обидві сторони із зазначенням юридичних адрес.

В наукових працях не вказуються функції, які виконує контракт на надання консалтингових послуг, тому ми вважаємо доцільним навести перелік функцій, які, на нашу думку, може виконувати даний документ (табл.1).

Таблиця 1

Функції контракту на надання консалтингових послуг

Функція	Сутність та структурні підрозділи контракту
Регулююча	Загальне регулювання відносин між замовником та виконавцем консалтингової послуги (опис виконаних робіт, умови дії та припинення відносин)
Правова	Функція, що визначає законність документу та правові взаємовідносини (права та обов'язки сторін, відповідальність сторін, умови конфіденційності, правові підстави, за якими діють сторони, тощо)
Інформаційна	Контракт має містити інформацію про сторони, що його укладають, про юридичні адреси сторін, банківські реквізити, предмет та об'єкт консультування, зміст консультації, ліцензії, освіту та досвід консультанта тощо.
Організаційна	Документ має окреслювати основні організаційні питання взаємодії сторін: строки виконання робіт, порядок здачі, приймання робіт, гарантійні терміни, порядок та умови оплати, тощо.
Стимулююча	Порядок оплати та розмір винагороди консультанта, задокументовані в контракті, містять елементи матеріального (основна оплата, премії, доплати) та нематеріального (умови праці, безпека трудової діяльності, представницькі витрати) стимулювання консультанта.

Джерело: розробка автора

Висновки. Консалтинг в аграрному сервісі покликаний вирішувати важливі питання, які стосуються, в першу чергу, підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств в сучасних ринкових умовах. Для ефективно роботи консультанти мають розвивати довгострокові партнерські відносини з клієнтами за рахунок побудови взаємної довіри, забезпечення повторних звернень, надання послуг високої якості тощо. Однією з

важливих умов розвитку таких відносин є формальна процедура консалтингової практики – контракт на надання консалтингових послуг. Чітко задокументовані умови співпраці та заявлені очікування клієнта, на наш погляд, допомагатимуть встановленню тісного контакту між провайдером та споживачами консалтингової послуги та забезпечуватимуть успішність консалтингових проєктів.

Список літератури:

1. Проданова І.І. Бережницька У.Б. Становлення та формування ринку консалтингових послуг у регіоні Науковий вісник НЛТ України, Вип. 22.6, 2012 с.241-249
2. Бакушевич І., Мартиняк І. Маркетингові комунікації у сфері інформаційно-комунікаційних послуг та їх вплив на зміни кон'юнктури транскордонних ринків / І. Бакушевич, І. Мартиняк // Маркетинг в Україні – 2013. - №1. - С.24-33.
3. Кропивко М.Ф. Управлінський консалтинг. Навчальний посібник / М.Ф. Кропивко, Т.П. Кальна-Дубінюк, М.Ф. Безкровний та ін. // М.:Агроконсалт. – 2004 р. – 344 с.
4. Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Маркетинг відносин як сучасна концепція маркетингу / О.С. Борисенко, Ю.В. Фісун // Інфраструктура ринку. – 2017. – Випуск 7. - С. 107-113.
5. Шульга Р.Р. Категорія «Торгівля послугами»: сутність та проблеми застосування у господарському законодавстві України / Р. Р. Шульга // Форум права. - 2010. - № 4. - С. 976-981.
6. Шемшученко Ю.С. Великий енциклопедичний юридичний словник К.:Юридична думка. - 2012. – 1020 с.
7. Бейч Э. Консалтинговый бизнес / Э. Бейч / Пер. с англ. – СПб.: Питер. – 2006. – 272 с.
8. Schein, E. H. The concept of client from a process consultation perspective: A guide for change agents / E. H. Schein // Journal of Organizational Change Management. – 1997. – №10(3). – P. 202–216.
9. McLachlin, R. D. Factors for consulting engagement success / R. D., McLachlin // Management Decision. – 1999. – №37(5)ю – р. 394–404.
10. Уткин Э. А. Консалтинг / Э. Уткин. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем» - изд-во «Экмос». – 1998. – 354 с.
11. Посадский А.П. Основы консалтинга: Пособие для преподавателей экономических и бизнес-дисциплин / А.П. Посадский. – М.: 1999. – 240 с.
12. Андрушків Б. Стратегія розвитку консалтингу в системі управління інноваційним розвитком підприємства / Б. Андрушків [и др.] // Вісник Приазовського державного технічного університету : зб. наукових праць / ПДТУ. – Маріуполь, 2016. – Вип. 32, Т. 1. – С. 141–149. – (Серія : Економічні науки).
13. Бетехтін О.В. Пріоритети розвитку консалтингових послуг в Україні / О.В. Бетехтін // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – №8. – С.56-57.
14. Верба В.А., Решетняк Т.І. Організація консалтингової діяльності: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2000. – 244 с.
15. Кальна-Дубінюк Т. П. Обґрунтування теоретичних аспектів в консалтингу / Т.П. Кальна-Дубінюк // Вісник аграрної науки. – 2008. – №12. – С.75-76.

References

1. Prodanova I.I., Berezhnitska U.B. (2012) Stanovlennia ta formuvannia rynku konsaltnhovykh posluh u rehioni. *Naukovyi visnyk NLT Ukrainy*, Vyp. 22.6, pp. 241-249.
2. Bakushevych I., Martyniak I. (2013) Marketynhovi komunikatsii u sferi informatsiino-komunikatsiinykh posluh ta yikh vplyv na zminy koniunktury transkordonnnykh rynkiv. *Marketynh v Ukraini*, №1, pp. 24-33.
3. Kropyvko M.F. (2004) Upravlinskyi konsaltnyh. Navchalnyi posibnyk. М.:Ahrokonсалt, 344 p.
4. Borisenko O., Fisun Y. (2017) Marketing vidnosin yak suchasna koncepciya marketingu. *Infrastruktura rinku*, Vyp.7, pp. 107-113.
5. Shulga R.R. Kategoriya «Torgivlya poslugami»:sutnist ta problemi zastosuvannya u gospodarskomu zakonodavstvi Ukraini (2010). *Forum prava*, № 4, pp. 976-981.
6. Shemshuchenko Y. (2012). Velikij enciklopedichnij yuridichnij slovník. K.:Yuridichna dumka, 1020 p.
7. Beich E. (2006) Konsaltnhovy biznes , Per. s anhl. – SPb.: Pyter, 272 p.
8. Schein, E. H. (1997). The concept of client from a process consultation perspective: A guide for change agents. *Journal of Organizational Change Management*, 10(3), pp. 202–216.

9. McLachlin, R. D. (1999). Factors for consulting engagement success. *Management Decision*, 37(5), pp. 394–404
10. Уткін Э. А. (1998) *Консалтинг*. М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем» - изд-во «Экмос», 354 с.
11. Posadskyi A.P. (1999) *Osnovy konsaltingha: Posobye dlia prepodavatelei ekonomicheskikh y biznes-dystsiplin*. М., 240 с.
12. Andrushkiv B. (2016) *Stratehiia rozvytku konsaltingu v systemi upravlinnia innovatsiinym rozvytkom pidpriemstva*. B. Andrushkiv [y dr.]. *Visnyk Pryazovskoho derzhavnoho tekhnichnoho universytetu : zb. naukovykh prats*, Vyp. 32, T. 1, pp. 141–149.
13. Betekhtin O.V. (2010) *Priorytety rozvytku konsaltingovykh posluh v Ukraini*. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, №8, pp. 56-57.
14. Verba V.A., Reshetniak T.I. (2000) *Orhanizatsiia konsaltingovoi diialnosti: Navch. posibnyk*. – К.: KNEU, 244 с.
15. Kalna-Dubiniuk T. P. (2008) *Obhruntuvannia teoretychnykh aspektiv v konsaltingu*. *Visnyk ahrarnoi nauky*, №12, pp. 75-76.

УДК: 65.014.1:001.891.3; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-88-95

*Трусова Н.В., д.е.н., професор
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
Якушик І.Д., д.е.н., професор*

ПАТ «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна академія управління персоналом»

ФУНКЦІОНАЛЬНІСТЬ МЕХАНІЗМУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЙОГО ІНСТРУМЕНТАРІЙ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ АГРОБІЗНЕСУ

У статті розглянуто функціональність механізму маркетингової діяльності та його інструментарій, який забезпечує інноваційний розвиток суб'єктів агробізнесу, через специфічність модифікації засобів виробництва. Розкрито сутність інновацій як процесу. Доведено, що підвищення ефективності впровадження інновацій в господарський процес забезпечує функціональність механізму маркетингової діяльності суб'єктів, створює умови стабілізації конкурентоспроможності та додаткові індикатори позитивного економічного ефекту від задоволення споживчих потреб на ринку нововведень. Запропоновано методичний підхід до оцінки результативності механізму маркетингової діяльності.

***Ключові слова:** механізм маркетингової діяльності, інновації, аграрний маркетинг, суб'єкти агробізнесу, сільське господарство.*

JEL code classification: Q13; Q55; R11

*Trusova N.V., d.e.s., Prof.
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
Yakyshik I.D., d.e.s., Prof.
PJSC «Higher Educational Institution «Interregional Academy of Personnel Management»*

THE FUNCTIONALITY OF THE MARKETING MECHANISM ACTIVITIES AND ITS INSTRUMENTS IN THE SYSTEM OF AGRO BUSINESS INNOVATIVE DEVELOPMENT

***Abstract.** The article deals with the functionality of the marketing mechanism and its tools, which provides innovative development of agribusiness entities, due to the specificity of modification of the means of production. The purpose of the mechanism of marketing activity as a holistic system of marketing tools, which ensure a regular process of rational behavior of agribusiness subjects and are constantly in a state of adaptation to market conditions of management in the external environment, is substantiated. The system of marketing tools defines the process of formation, organization, implementation and control of marketing activities, aimed at improving the performance of the subjects, their market stability, maximizing the coordination of the flexibility of functioning in the marketing environment. It is proved that in each functional subsystem of the mechanism of marketing activity there are indicators that act as key and most clearly demonstrate the real state of innovative development of the economic process of the subjects. Increasing the efficiency of introducing innovations into the economic process provides the functionality of the mechanism of marketing activity of the entities, creates conditions for stabilization of competitiveness and additional indicators of a positive economic effect of meeting consumer needs in the market of new introductions. Synthetic indicators have been developed for comprehensive diagnostics of economic stability of agricultural enterprises in the regions, taking into account the factors-symptoms of innovative development: gross regional product, demand for agricultural products, credit security, investments, innovations, new technologies, and price index market, financial capabilities of agribusiness entities. A methodological approach to the evaluation of the effectiveness of the mechanism of marketing activity is proposed.*

***Keywords:** mechanism of marketing activity, innovative development, agrarian marketing, subjects of agribusiness, agriculture.*

Постановка проблеми. Мінливість бізнес-клімату в аграрному секторі економіки відзначається зростаючою конкуренцією на сучасному етапі інноваційного розвитку та ставить перед кожним господарюючим суб'єктом проблему вибору тактики і стратегії маркетингової діяльності в умовах бурхливого світового економічного простору. Об'єктивність поглибленого дослідження інституційних особливостей взаємозв'язку господарського й економічного механізмів та їх трансформаційних перетворень у маркетинговий, із поглибленим вивченням функціональності інструментів останнього, викликана чимало запитань щодо можливостей поєднання сукупності форм, методів та важелів забезпечення та регулювання маркетингової діяльності суб'єктів агробізнесу в органічній системі інноваційних нововведень. Створення передумов отримання конкурентних переваг допомагає зменшити рівень ризику, визначити зміни у навколишньому середовищі, сформулювати стратегії та обґрунтувати рішення, підвищити імідж підприємств та їх ефективність діяльності. В зв'язку з цим, виникає необхідність у виробленні на цій основі специфіки реалізації механізму маркетингової діяльності суб'єктів агробізнесу в галузі сільського господарства.

Аналіз досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розробку теорії механізмів зробили відомі вчені, такі як: В.Я. Амбросов, К.М. Білоус, О. Гетьман, С.М. Кваша, Л.О. Ломовський, Т.Г. Маренич та інші. В наукових працях обґрунтовано наукові підходи до визначення маркетингового механізму. Проте, за відсутності єдиної концепції цього дослідження простежується безсистемність характеру теоретично-методологічних засад щодо зародження теорії механізму маркетингової діяльності та його зв'язку із потребами економічного зростання на інноваційній основі, породжуючи зміни у системі економічного стимулювання виробництва.

Метою дослідження є імплементація теоретичних та методологічних положень функціонування механізму маркетингової діяльності суб'єктів агробізнесу та запровадження нової платформи методичного підходу до оцінки результативності використання мар-

кетингових інструментів з метою підвищення економічного ефекту від задоволення споживчих потреб на ринку інновацій.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Діяльність суб'єктів агробізнесу рідко відбувається на маркетингових засадах, що негативно позначається на конкурентоспроможності продукції на зовнішніх ринках. Ця та інші проблеми можуть бути вирішені завдяки трансформації господарського механізму діяльності сільськогосподарських підприємств у маркетинговий. Крім того, організація діяльності господарюючих суб'єктів на маркетинговій платформі сприяє максимальній реалізації сильних та посиленню слабких сторін; використанню можливостей для забезпечення потреб покупця і отримання прибутку; прогнозуванню діяльності підприємства, враховуючи вплив чинників маркетингового середовища, в умовах якого воно функціонує; повному забезпеченню потреб споживачів (тобто, організовані та індивідуальні споживачі, що мають специфічні характеристики купівельної поведінки); стимулюванню розширення ринків збуту; підвищенню конкурентоспроможності продукції, налагодженню зв'язків з постійними партнерами; впровадженню інноваційних технологій та поліпшенню фінансового стану [4, с. 167].

Механізм маркетингової діяльності є особливим процесом впливу на бізнес-клімат аграрного ринку, який володіє потенційними можливостями переорієнтації виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції на повне забезпечення потреб та практичну діяльність агроформувань. На нашу думку, впровадження даного механізму на засадах маркетингового підходу дозволяє оперативно адаптуватись до ринкового середовища і забезпечити конкурентоспроможність та інноваційний розвиток агротоваровиробників.

Необхідно зазначити, що використання елементів і засобів маркетингу в аграрному секторі економіки має певну специфіку, пов'язану з особливостями самого сільського господарства та галузі в цілому через залежність від природно-кліматичних умов, вплив агробіологічних чинників, низьку еластичність попиту, сезонність виробництва. Все це

вимагає пошуку дієвих маркетингових інструментів, які уможливають функціональність агропідприємств на ринку інновацій в нових умовах господарювання. Але, маркетинг вимагає критичного підходу щодо спеціалізації і концентрації виробництва, обмеження виробництва невигідної та максимальне сприяння нарощування обсягів високоякісної конкурентоспроможної продукції. Остання функціональна ознака виконання маркетингових вимог ускладнюється через обов'язковість застосування у сільськогосподарському виробництві сівозмін. Реальна структура посівних площ в Україні для регіонів, районів та підприємств має відповідати оптимальній (50-55% - зернові та зернобобові, 10-12 – цукровий буряк, 10-12 – соняшник, 20-25% - кормові у загальній площі) [5, с. 78].

Методологія системного аналізу дозволяє спиратись на новий концептуальний підхід щодо оцінки маркетинговою діяльністю суб'єктів аграрного бізнесу як мікроекономічної системи, яка забезпечує перехід до функціональних підсистем останніх, враховуючи інтеграцію, взаємодію і постійний процес відтворення стійких конкурентних переваг: інноваційної, технологічної, інвестиційної, виробничої, фінансово-економічної, інтелектуальної, включаючи керуючу підсистему [7, с. 147]. Відповідно, побудова механізму маркетингової діяльності у взаємодії суб'єктів аграрного бізнесу дозволяє підвищити рівень інтенсивності обмінних процесів, а також зменшити ступінь невизначеності прийняття рішень щодо підвищення ефективності раціональної поведінки на ринку інновацій.

Вважаємо, що призначення механізму маркетингової діяльності, як цілісної системи інструментів маркетингу полягає у забезпеченні закономірного процесу раціональної поведінки суб'єктів агробізнесу та постійно перебувають в стані адаптації до ринкових умов господарювання в зовнішнього середовища. Система інструментів маркетингу ви-

значає процес формування, організації, реалізації та контролю маркетингової діяльності, спрямована на підвищення результативності роботи суб'єктів, їх ринкової стійкості, максимального забезпечення координованості дії, гнучкості функціонування в маркетинговому середовищі.

Розглядаючи механізм маркетингової діяльності на ринку інновацій як взаємодію системи і середовища, стає очевидним значення факторів-симптомів інноваційного розвитку суб'єктів агробізнесу, поряд з макроекономічними, зовнішньоекономічними, виробничими та іншими чинниками. Необхідно відзначити, що в кожній функціональній підсистемі механізму маркетингової діяльності є індикатори, які виконують роль ключових та найбільш наочно демонструють реальний стан інноваційного розвитку господарського процесу суб'єктів.

Для оцінки компонентів механізму маркетингової діяльності суб'єктів агробізнесу на регіональному рівні в контексті їх інноваційного розвитку в Україні нами було застосовано дві групи індикаторів. Перша група використовується для діагностики динамічного тренду економічного зростання регіонів у взаємозв'язку з введенням інновацій для розвитку суб'єктів аграрної сфери. Друга охарактеризує внутрішній ресурсний потенціал суб'єктів господарювання для нарощування інновацій та можливості подолання кризової нестачі внутрішніх джерел. Секторальна діаграма демонструє так звані «синтетичні індикатори», розроблені для комплексної діагностики економічної стабільності господарюючих суб'єктів аграрного виробництва в регіонах, враховуючи фактори-симптоми інноваційного розвитку: валового регіонального продукту, попиту на продукцію сільського господарства, кредитного забезпечення, інвестицій, інновацій, нових технологій, індексу цін на споживчому ринку, фінансових можливостей суб'єктів агробізнесу (рис. 1).

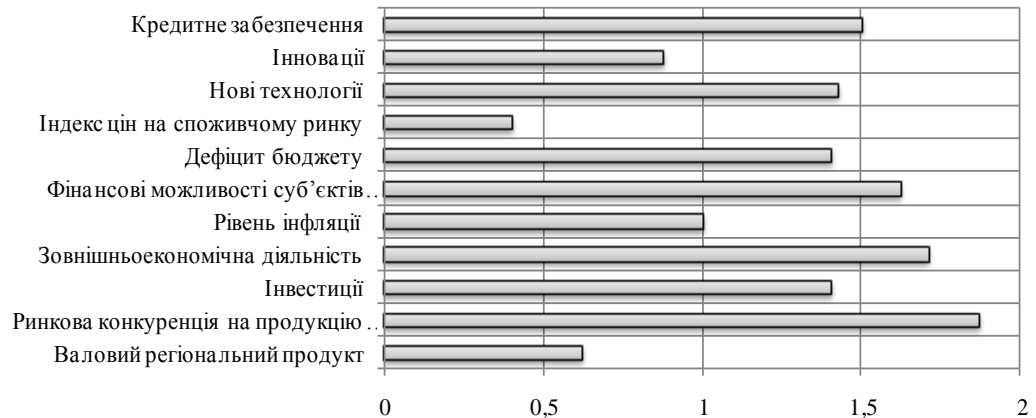


Рис. 1. Секторальна діаграма складових механізму маркетингової діяльності суб'єктів агробізнесу на регіональному рівні

Джерело: розраховано автором

В країнах ЄС величина індикатора валового регіонального продукту (ВРП) на одного суб'єкта агробізнесу перевищує 17,0 тис. дол. США. При чому рівень інноваційного розвитку визначається граничними межами індикатора у розрахунку на одного суб'єкта

агробізнесу як орієнтовного на ефективність інновацій, відповідно від 2,0 тис. дол. США, в межах 3,0 – 9,0 тис. дол. США та понад 9,0 тис. дол. США [3, с. 168]. Величина цього показника в регіонах України представлена на рис. 2.

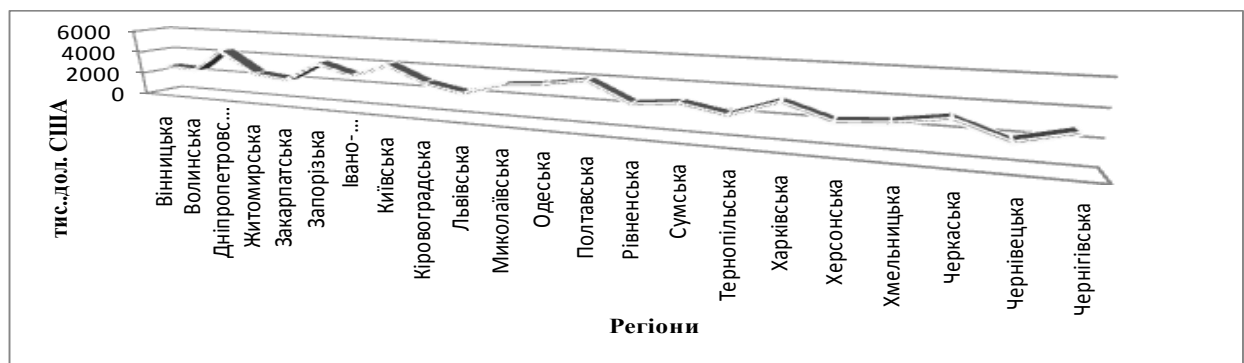


Рис. 2. Обсяги інновацій на одного суб'єкта агробізнесу в регіонах України в 2018 р., тис. дол. США

Джерело: розраховано автором за даними [2]

Дивергенція індикаторів інноваційної впливу на економічну стабільність регіонів проявляється значно сильніше, ніж при розгляді індикатора ВРП на одного суб'єкта агробізнесу. Так, частка інноваційних суб'єктів аграрного виробництва в 2012-2018 рр. має тенденцію різкої негативної зміни у Київському регіоні (від 25,0% до 7,0%). При цьому,

9 із 22 регіонів не змогли подолати граничні межі індикатора частки інноваційно-активних суб'єктів. Це відноситься до Херсонської, Тернопільської, Хмельницької, Івано-Франківської, Сумської, Вінницької, Львівської, Рівненської та Закарпатської регіонів (рис. 3).

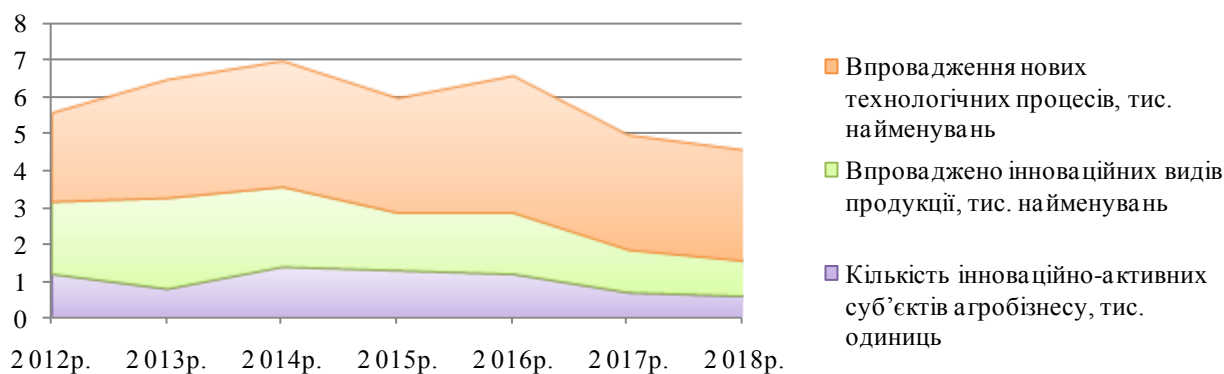


Рис. 3. Інноваційність суб'єктів агробізнесу в середньому на один регіон України

Джерело: розраховано автором за даними [2]

Негативна ситуація окреслюється і питомою вагою реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої продукції. Граничні межі цього показника нижче від стійкого і безпечного розвитку. Так, в 2018 р. значні зміни даного показника характерні для Полтавського та Дніпропетровського регіонів, відповідно 13% та 0,5%. В середньому на один регіон у 2012 р. припадало 1,2 тис. інноваційно-активних суб'єктів агробізнесу, але у 2018 р. їх кількість зменшилась до 600 одиниць. Відбулось зменшення питомої ваги впровадження інновацій з 20% до 12,2%. При збільшенні новітніх технологічних процесів в сферу виробничо-вдтворювальної діяльності (з 2,4 тис. до 3,0 тис. найменувань), кількість новітніх інноваційних видів продукції не користується попитом на споживчому ринку, а тому, в середньому на один регіон вона скоротилась з 2,0 тис. до 1,0 тис. найменувань. Це вказує про нераціональний розподіл дотаційних джерел регіонального бюджету між суб'єктами агра-

рного бізнесу та його дефіцитність для забезпечення багатокомпонентної системи інноваційного розвитку, яка повинна мати дієвий механізм маркетингової діяльності та стратегію нарощування інновацій.

Результативність існуючого механізму маркетингової діяльності передбачає методичний підхід, який уможливує кількісну оцінку якісних параметрів його функціональності на основі наукових принципів кваліметрії. Кваліметрія – це наука про вимірювання якості об'єктів, яка вивчає та реалізує методи і засоби кількісної оцінки якості [1]. На основі класичних кваліметричних моделей було розроблено факторно-критеріальну модель оцінювання результативності механізму маркетингової діяльності суб'єктів агробізнесу (рис.4).

Абсолютний показник оцінки результативності механізму маркетингової діяльності суб'єктів агробізнесу (P) визначається сумою факторів:

$$P = \sum_{i=1}^3 m_i F_i, \quad (1)$$

де, $i = 1...3$ – кількість факторів; m_i – вагомість i -го фактору (визначається експертним методом, $m_i = 0...1$, з умовою норму-

вання $\sum_{i=1}^3 m_i = 1$; F_i – i -ий фактор, що впливає

на інтегральний стан та визначається станом

окремих складових механізму маркетингової діяльності та їх взаємоузгодженістю.

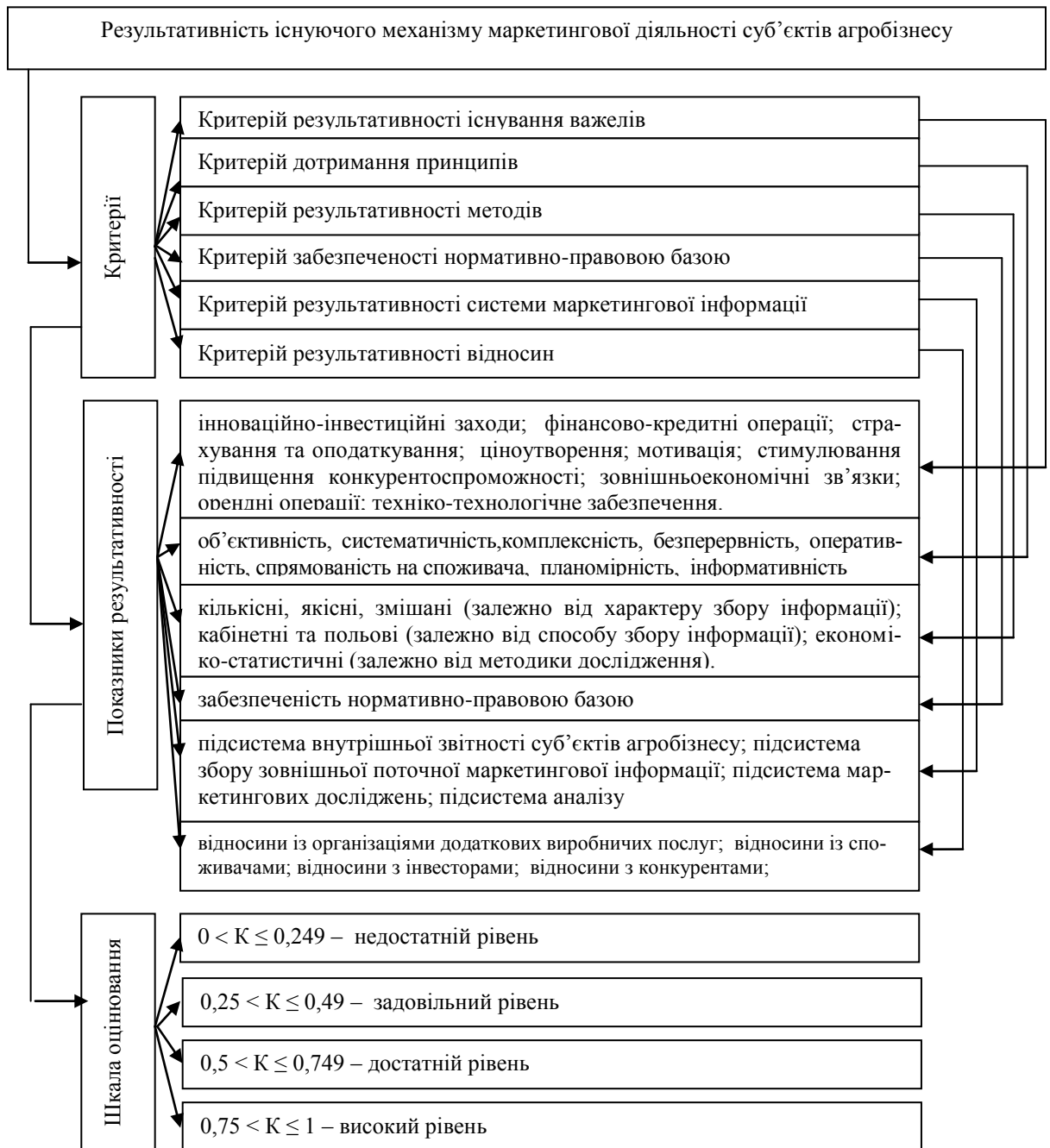


Рис. 4. Факторно-критеріальна модель оцінювання результативності механізму маркетингової діяльності суб'єктів агробізнесу

Джерело: удосконалено автором на основі [1; 6]

У свою чергу кожен з факторів F_i характеризується сумою критеріїв, які мають відповідні коефіцієнти проявлення K_i :

$$F_i = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n K_i, \quad (2)$$

З урахуванням рис. 4 та формул ((1)-(2)) маємо:

$$P = m_1(K_1) + m_2(K_2) + m_3(K_3) + m_4(K_4) + m_5(K_5) + m_6(K_6), \quad (3)$$

Розробка факторно-критеріальної моделі оцінювання передбачає визначення експертами вагомості фактора шляхом ранжування. В ролі експертів обираються працівників підприємств галузі сільського господарства. З методів експертних оцінок використовується метод рейтингу (метод оцінної класифікації) та метод бальних оцінок. Для оцінки показників (K_i) запропоновано шкалу (рис.4).

Виходячи з даних досліджень пріоритетність критеріям оцінки результативності механізму маркетингової діяльності суб'єктів агробізнесу в регіоні надана у такій послідовності: перше місце – критерій результативності відносин (24%); друге – критерій результативності існування важелів (20%) та критерій дотримання принципів (20%); третє – критерій результативності системи маркетингової інформації (15%); четверте – критерій результативності нормативно-правової бази (11,7%), п'яте – критерій результативності методів (9,3%). Таким чином, найбільший вплив на інтегральний показник стану результативності механізму маркетингової діяльності суб'єктів аграрного виробництва має критерій результативності відносин. За шкалою оцінювання усі показники знаходяться на достатньому рівні від 0,5 до 0,749, окрім показника результативності важелів (задовільний рівень).

За результатами розрахунків стан результативності механізму маркетингової діяльності господарюючих суб'єктів галузі сільського господарства в регіоні оцінюється на рівні

59%. Але такий рівень показника свідчить про те, що існуючий механізм все ж характеризується недосконалістю і потребує покращень.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Підводячи підсумок, необхідно зазначити, що для забезпечення конкурентних переваг нашої країни, особливої актуальності набуває перехід економіки на інноваційний шлях розвитку. У зв'язку з цим формування інноваційних принципів розвитку суб'єктів аграрного виробництва є доцільним на засадах активізації інноваційної маркетингової діяльності в цілому. Створення сприятливого підґрунтя для впровадження новачій у виробництві, а також посилення адаптаційних можливостей аграріїв до змін зовнішнього середовища в умовах глобалізаційних процесів у світі спонукає розвивати інноваційних розвиток в маркетинговій діяльності.

Застосування маркетингових інструментів у діяльності суб'єктів агробізнесу має сприяти підвищенню ефективності господарських процесів та стійкого економічного стану в регіонах України. Комплекс маркетингових інструментів необхідно спрямовувати на споживчий ринок із необхідністю переконання населення у певному інноваційному продукті. Оскільки кожен з них несе власне змістовне навантаження, визначаючи, таким чином, сферу застосування і індивідуальну ефективність, і, одночасно з цим формуючи синергетичний ефект нововведень.

Список використаних джерел:

1. Азгальдов Г.Г., Райхман Э.П. О квалиметрии. - М.: Издательство стандартов, 1973. – 172 с. [Електронний ресурс]. URL: http://www.labrate.ru/azgaldov/azgaldov_raikhman_about_qualimetry-1973.pdf
2. Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.org/en/operativ/menu/menu_e/cg.htm.
3. Маїсєєнко І., Марченко О. Фінансово-економічний менеджмент підприємства / І. Маїсєєнко, О. Марченко. – Львів: ВД «Інжек», 2011. – 268 с.
4. Маркетингові аспекти управління інноваційним розвитком: монографія / за ред. проф. С.М. Ілляшенко. – Суми: Друкарський дім «Папірус». – 2014. – 480 с.
5. Матеріально-технічне забезпечення сільського господарства України: посібник / Ю.О. Лупенко, О.В. Захарчук, О.В. Вишневецький та ін.; за ред. Ю.О. Лупенко та О.В. Захарчука. – Київ: ННЦ ІАЕ. – 2015. – 144 с.
6. Педченко Н.С. Кваліметрія при оцінюванні фінансового потенціалу підприємства / Н.С. Педченко // Вісник Львівської комерційної академії. Серія «Економічна». – 2014. – Вип. 45. – С. 46-49. [Електронний ресурс]. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vca_ekon_2014_45_11
7. Цимбалюк Ю.А., Харенко А.О. Комплекс маркетингу сільськогосподарських підприємств Ю.А. Цимбалюк, А.О. Харенко // Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. – 2016. – Вип. 89. Ч. 2. – С. 146-157.

References:

1. Azgaldov, G.G., Raykhman, E.P. (1973). About qualimetry. *Moscow: Izdatelstvo standartov*. Retrieved from: URL: http://www.labrate.ru/azgaldov/azgaldov_raikhman_about_qualimetry-1973.pdf
2. State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from: URL: https://ukrstat.org/en/operativ/menu/menu_e/cg.htm.
3. Maisieienko, I., Marchenko, O. (2011). Financial and economic management of the enterprise. *Lviv: VD «Inzhnek»*.
4. Illiashenko, S.M. (2014). Marketing aspects of innovative development management. *Sumy: Printing House «Papyrus»*.
5. Lupenko, Yu.O., Zakharchuk, O.V., Vyshnevskiy, O.V. (2015). Material and technical support for agriculture in Ukraine. *Kiev: SIC IAE*.
6. Pedchenko, N.S. (2014). Qualimetry in assessing the financial potential of an enterprise. *Bulletin of the Lviv Commercial Academy. Economy Series*, 45, p. 11.
7. Tymbaliuk, Yu.A., Kharenko, A.O. (2016). Complex marketing of agricultural enterprises. *Collection of scientific papers of the Uman National University of Horticulture*, Vol. 89 (2), pp. 146-157.

ЕКОНОМІКА

УДК: 336; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-96-107

Васильченко О.О., ст. викладач,
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
Баєва О.І., к.е.н, доцент,
Національний фармацевтичний університет

ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ТА КРАЇН ЄС

Анотація. Стаття присвячена проблемі оцінки економічної активності населення України та країн ЄС. Розглянуто динаміку економічно активного населення України та країн ЄС, рівень безробіття у цих країнах. Оцінено попит на робочу силу в Україні по галузях народного господарства. Зроблено акцент на визначення місця України серед країн ЄС за станом безробіття

Ключові слова. Економічна активність населення. Зайнятість. Рівень зайнятості. Безробіття. Рівень безробіття. Економічно неактивне населення.

JEL code classification: F29, F16

Vasylchenko O.O., Senior Lecturer,
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
Baeva O.I., Associate Professor,
National Pharmaceutical University

ESTIMATION OF ECONOMIC ACTIVITY OF POPULATION OF UKRAINE AND EU COUNTRIES

Abstract. The issue of economic activity of the population is one of the key in the study of the mechanism of functioning of the labor market at the macro level. It is emphasized that, despite the considerable elaboration of this problem, there is a need to compare the state of the labor market in Ukraine with the labor market of the European Union countries. The study draws attention to the need to use scientifically based models to predict the main indicators of employment and unemployment in the development of managerial decisions in the labor market of Ukraine and EU countries.

The analysis of the dynamics of economic activity of the population of Ukraine over the last five years shows a gradual decrease in the number of economically active population of Ukraine as a whole and in working age. It was found that during the analyzed period, the employment rates did not change at all. The unemployment rate in the country during this period also remains unchanged. At the same time, the highest unemployment rate occurs among the population over 45 and those with higher education.

The authors have identified, that the largest share of those registered in the state employment service is occupied by workers of the processing industry, wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles, as well as employees of agriculture, forestry and fisheries, which indicates that there is a stable demand for labor in these areas of activity.

Comparison of the employment rate of the population in Ukraine and the EU countries made it possible to conclude that in all EU Member States there is a positive tendency to decrease the unemployment rate in the country. However, the unemployment rate in Ukraine is one of the highest among EU countries. The study emphasizes the need for structural transformation of the Ukrainian economic system, which will allow to increase the efficiency of use of economically active population.

Keyword: economic activity of the population, employment, employment rate, unemployment, unemployment rate, economically inactive population.

Постановка проблеми. Оцінювання рівня розвитку функціонування ринку праці України сьогодні нагальне потребує проведення комплексного статистичного аналізу його основних показників. Серед ключових позицій дослідження слід виділити, перш за все, аналіз динаміки основних показників економічної активності, що передбачає оцінювання фактичної зміни рівнів, виявлення тенденцій і закономірностей їх розвитку. Поряд із цим існує потреба порівняння ситуації на ринку праці в Україні та країнах Європейської Співдружності, оскільки наша країна впевнено тримає курс на подальше інтегрування до економічного середовища, що сформоване цими країнами. При цьому підвищується роль використання науково обґрунтованих моделей для прогнозування основних показників зайнятості та безробіття населення, що дасть змогу отримати статистично значимі оцінки досліджуваних процесів на майбутні періоди часу, які можуть бути використані органами державного управління для розроблення дієвих управлінських рішень у сфері розвитку ринку праці України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У 2003 році Україна приєдналася до Спеціального стандарту поширення даних (ССПД) Міжнародного валютного фонду, в рамках якого поряд з іншими показниками щоквартально оприлюднюються показники зайнятості та безробіття населення, заробітної плати і доходів, методологія яких відповідає стандартам МОП. Зазначені дані використовують для оцінки економічних політик країн, підтримки діяльності міжнародних фінансових ринків, проведення правильної кредитної політики [1].

Показники економічної активності населення використовують для: аналізу соціально-економічної ситуації в країні, зокрема для характеристики стану ринку праці; здійснення розрахунків макроекономічних показників, а також міжнародних порівнянь; забезпечення вимог спеціального стандарту поширення даних, розробленого МВФ; моніторингу ефективності реалі-

зації державної політики на ринку праці; розробки й оцінки виконання державних програм зайнятості та програм соціально-економічного розвитку та ін.

Теоретико-методологічні та практичні аспекти дослідження ринку праці знайшли відображення в роботах вітчизняних науковців: З.П. Бараннік, Д.П. Богині, Е.М. Лібанової, Л.С. Лісогор, Н.О. Парфенцевої, В.М. Петюха, С.І. Пірожкова, В.Г. Саріогло, А.В. Хмелюк. Незважаючи на широкий спектр наукових праць, існує потреба в дослідженні економічної активності населення України, проведенні порівняльного аналізу процесів зайнятості з іншими державами світу, передусім із країнами-членами ЄС.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є проведення аналізу динаміки економічної активності населення в Україні та країнах ЄС. Дослідження основних показників зайнятості та безробіття дасть змогу порівняти рівень розвитку українського ринку праці та розвинених держав Європи, а також оцінити перспективи його функціонування у майбутньому та розробити систему інструментів оптимізації національної стратегії щодо підвищення ефективності зайнятості населення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як визначено в економічній літературі, економічно активним вважається частина населення у віці, встановленому для вимірювання економічної активності населення, що забезпечує у розглянутий період пропозиція робочої сили для виробництва товарів і послуг. У різних країнах світу застосовуються різні вікові критерії. У більшості країн встановлюється тільки нижня межа, як правило, це 15 років. В даний час – це особи у віці від 15 до 74 років (і в Україні – від 15 до 70 років) [2]. У чисельність економічно активного населення включаються особи, зайняті економічною діяльністю, та безробітні.

Аналіз розпочнемо зі характеристики економічної активності населення в Україні протягом 2014-2017 рр. (таблиця 1).

Таблиця 1

**Динаміка економічної активності населення України
протягом 2014-2017 рр., тис. осіб***

Показники	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2017 рік у % до 2014 р.
Економічно активне населення					
у віці 15-70 років	19920,9	18097,9	17955,1	17 854,4	89,63
у працездатному віці	19035,2	17396,0	17303,6	17 193,2	90,32
Зайняте населення					
у віці 15-70 років	18073,3	16443,2	16276,9	16 156,4	89,39
у працездатному віці	17188,1	15742,0	15626,1	15 495,9	90,15
Безробітне населення					
у віці 15-70 років	1847,6	1654,7	1678,2	1 698,0	91,90
у працездатному віці	1847,1	1654,0	1677,5	1 697,3	91,89
Економічно неактивне населення					
у віці 15-70 років	12023,0	10925,5	10934,1	10 945,0	91,03
у працездатному віці	7617,7	6920,6	7039,3	6 845,8	89,87
Рівень економічної активності, відсотків до всього населення відповідної вікової групи					
у віці 15-70 років	62,4	62,4	62,2	62,0	x
у працездатному віці	71,4	71,5	71,1	71,5	x

* Джерело: [2]-[4]

Дані таблиці 1 дозволяють побачити поступове зменшення кількості економічно активного населення України як в цілому, так й у працездатному віці. У 2017 році порівняно зі 2014 роком спостерігається її зменшення на 10 %. Така ж динаміка спостерігається й по кількості зайнятого населення країни. Водночас, має місце зменшення кількості безробітних протягом 2014-2015 рр. й подальше їх збільшення у 2016-2017 рр. Хоча відмічаємо загальне зменшення кількості безробітних за період, що аналізується, майже

на 8 %. По економічно неактивному населенню мають місце коливання як у бік її зменшення, так й у бік зростання. Якщо ж розглядати показники рівня економічної активності населення країни, то можна побачити, що на протязі 2014-2017 рр. він залишається майже незмінним: по загальній віковій групі він становить майже 62 %, по працездатному населенню – біля 71%.

Динаміку рівня зайнятості населення (за методологією МОП) представимо на рис.1.

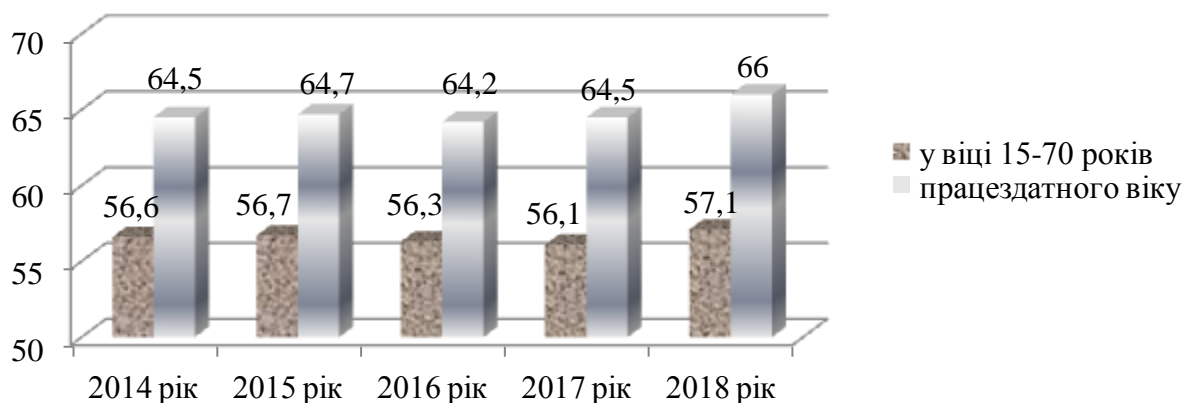


Рис. 1. Рівень зайнятості населення (за методологією МОП), % [2]- [5]

За рис.1 відмічаємо, що на протязі усього періоду, що аналізується, коливань по показниках рівня зайнятості майже не відбулося.

Рівень безробіття населення (за методологією МОП) представимо на рис. 2.

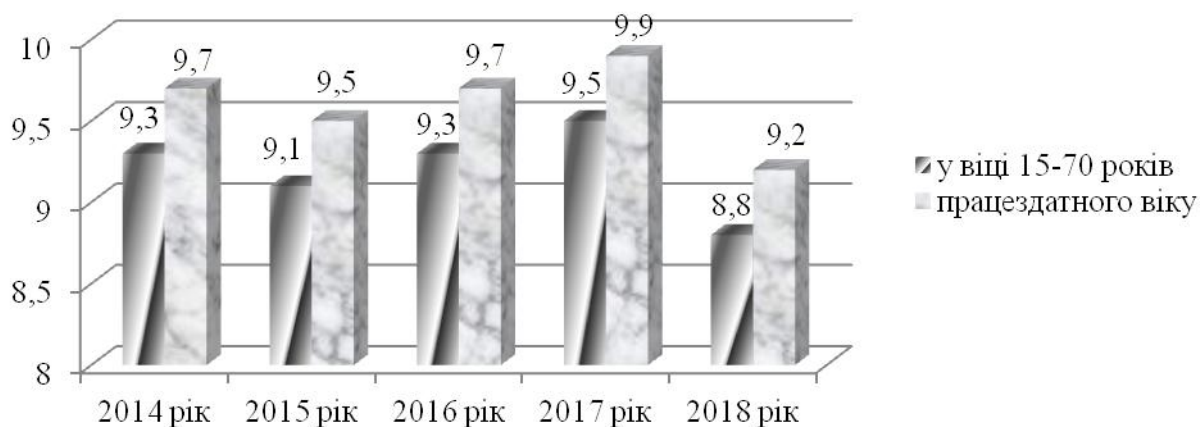


Рис. 2. Рівень безробіття населення (за методологією МОП), (у % до економічно активного населення відповідного віку) [2]-[5]

По рис. 2 бачимо, що рівень безробіття в Україні протягом 2014-2017 рр. залишається майже незмінним: для населення у віці 15-70 років рівень безробіття знаходиться в межах 9,5-9,9%, а для населення працездатного віку – в межах 9,1-9,5%. Проте відмічаємо, що найвищий рівень безробіття в Україні має місце у 2017 році. Однак, у 2018 році має місце зниження рівня безробіття на 0,7 %

порівняно аз попереднім роком, й він є найменшим за останні п'ять років.

Станом на 1 травня 2019 року кількість безробітних в Україні становила 311 тис. осіб, з них чоловіки становили – 130 тис. осіб (або 42%), жінки – 181 тис. осіб (або 58%) [6].

Розподіл зареєстрованих безробітних за віком та за рівнем освіти станом на 1 травня 2019 р. представимо на рис. 3.

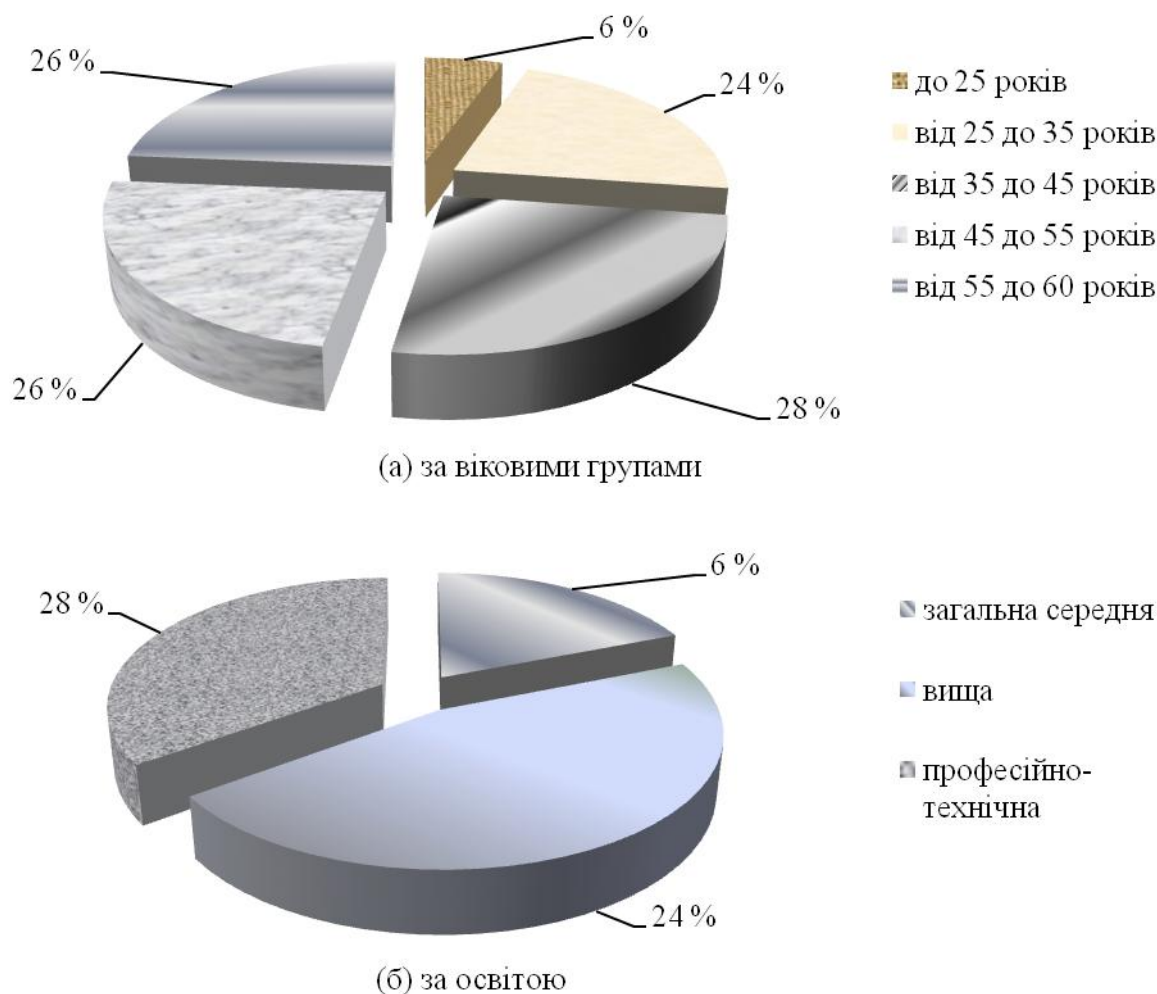


Рис. 3. Розподіл зареєстрованих безробітних станом на 1 травня 2019 р. [5]-[6]

Отже, за рис. 3 спостерігаємо, що за віковими групами: 30% зареєстрованих безробітних були у віці до 35 років; 28% – у віці від 35 до 45 років; 42% – у віці понад 45 років. Також бачимо, що за освітою: 46% зареєстрованих безробітних мали вищу освіту, 35% – професійно-технічну, 19% – загальну середню освіту.

Дані статистичної звітності дозволяють також з'ясувати стан безробіття за видами економічної діяльності та за професійними групами.

Так, за видами економічної діяльності: серед зареєстрованих безробітних 19% раніше були зайняті у сільському, лісовому та рибному господарстві, 17% – у сфері торгівлі; 15% – у державному управлінні, обороні, обов'язковому соціальному страхуванні, 15% – у переробній промисловості.

За професійними групами, серед зареєстрованих безробітних переважають робітники з обслуговування, експлуатації устаткування та машин (16%); працівники сфери торгівлі та послуг (16%); вищі державні службовці, керівники (15%) та представники найпростіших професій (15%) [6].

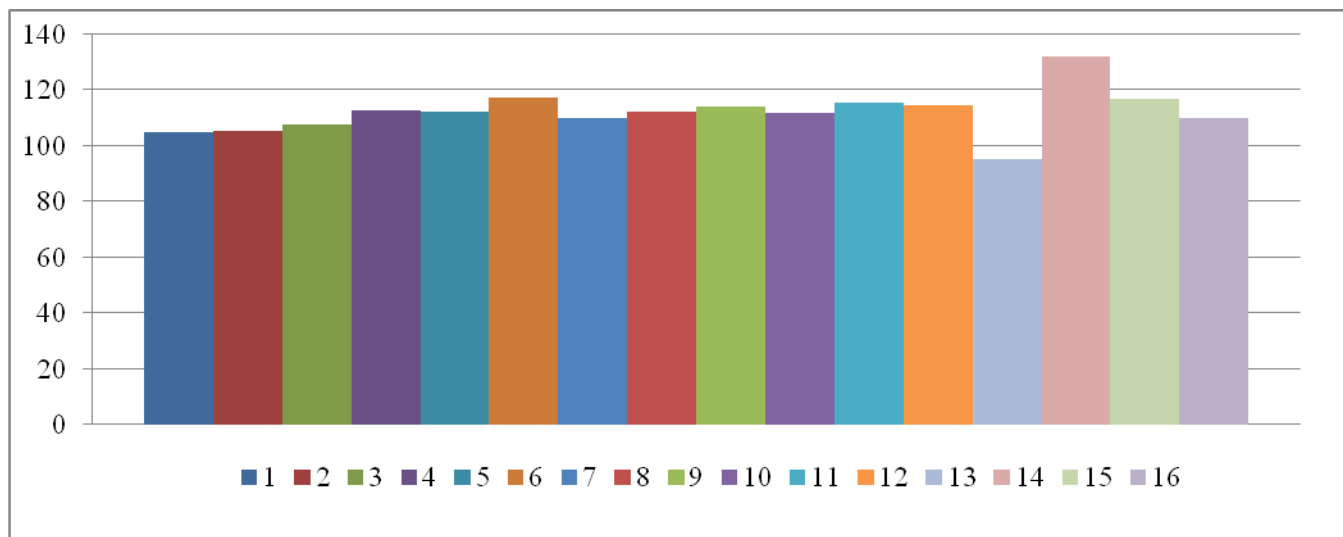
Як відомо, будь-який ринковий механізм має перш за все два основних елементи – попит та пропозицію. Для ринку праці пропозицією виступає усе економічно активне населення: як зайняте, так й безробітне, оскільки до останніх належать ті особи, які знаходяться у пошуках роботи й намагаються її знайти.

Але попит на робочу силу пред'являють роботодавці, які мають свою думку щодо рівня освіти, кваліфікації, досвіду роботи та інших якостей осіб, яким вони мають намір запропонувати робочі місця.

На нашу думку, попит на робочу силу в Україні мажуть характеризувати дані щодо кількості вакансій, зареєстрованих в державній службі зайнятості.

На 1 січня 2019 році ця кількість вакансій становила 1114045, що на 10,1 % більше, ніж на 1 січня 2018 року [6].

Рисунок 4 дозволить побачити темпи зростання кількості вакансій, зареєстрованих в державній службі зайнятості за видами економічної діяльності у 2018 році порівняно зі 2017 роком.



1- сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство; 2- добувна промисловість і розроблення кар'єрів; 3 - переробна промисловість; 4 - постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря; 5 - водопостачання; каналізація, поводження з відходами; 6 – будівництво; 7 - оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів; 8 - транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність; 9 - тимчасове розміщування й організація харчування; 10- операції з нерухомим майном; 11 - професійна, наукова та технічна діяльність; 12 - діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування; 13 - державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування; 14 – освіта; 15 - охорона здоров'я та надання соціальної допомоги; 16 - надання інших видів послуг

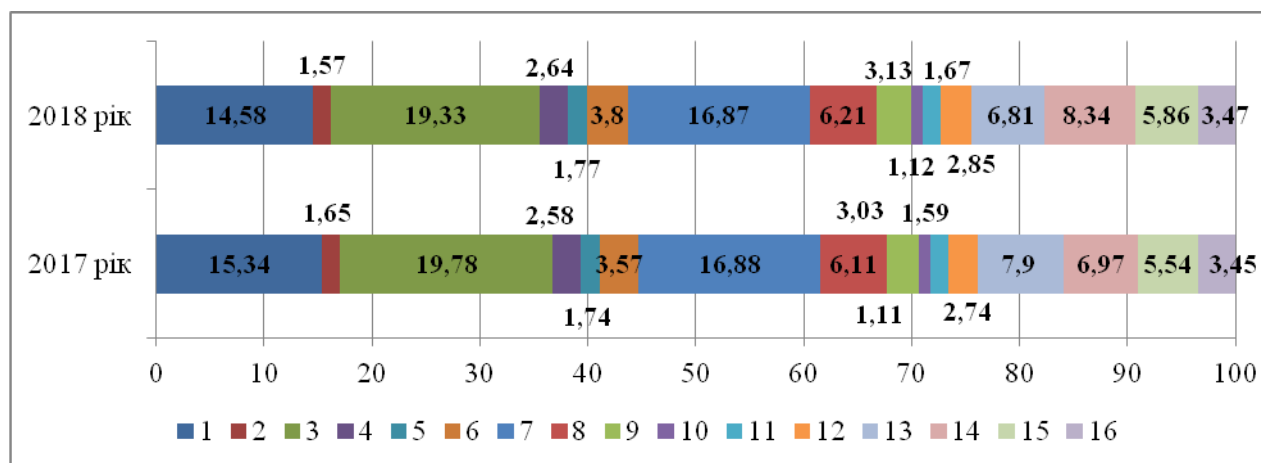
Рис 4. Темпи зростання кількості вакансій, зареєстрованих в державній службі зайнятості за видами економічної діяльності, 2018р. у % до 2017 р. [6]

По рис. 4 відмічаємо, що найвищий показник темпу зростання кількості вакансій, зареєстрованих в державній службі зайнятості за видами економічної діяльності у 2018 році порівняно зі 2017 роком має місце у сфері освіти, найменший – у державному управлінні й обороні.

Рисунок 5 дозволяє розглянути структуру кількості вакансій, зареєстрованих в державній службі зайнятості за видами

економічної діяльності у 2018 році.

Рис. 5 свідчить, що найбільшу питому вагу в загальній кількості вакансій, зареєстрованих в державній службі зайнятості, займають: переробна промисловість (19,5 %), оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів (16,8 %) та сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство (біля 15 %).



1 - сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство; 2 - добувна промисловість і розроблення кар'єрів; 3 - переробна промисловість; 4 - постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря; 5 - водопостачання; каналізація, поводження з відходами; 6 - будівництво; 7 - оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів; 8 - транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність; 9 - тимчасове розміщення й організація харчування; 10 - операції з нерухомим майном; 11 - професійна, наукова та технічна діяльність; 12 - діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування; 13 - державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування; 14 - освіта; 15 - охорона здоров'я та надання соціальної допомоги; 16 - надання інших видів послуг

Рис. 5. Структура кількості вакансій, зареєстрованих в державній службі зайнятості за видами економічної діяльності, % [6]

На 1 травня 2019 року кількість вакансій, заявлених роботодавцями до державної служби зайнятості, у порівнянні з 1 травня 2018 року, зросла на 8% та становила 91 тис. одиниць. Крім того, у базі даних служби зайнятості містилася інформація про 31 тис. пропозицій роботи, отриманих з інших джерел.

Станом на 1 травня 2019 року на одну вакансію в середньому по Україні претендувало 3 безробітних (станом на 1 квітня 2018 року – 4 особи) [6].

Зупинимось далі на порівняльному аналізі динаміки основних показників ринку праці в Україні та країнах-членах ЄС. Аналіз доцільно проводити за показниками економічної активності населення, розрахованими згідно з методологією Міжнародної організації праці. Зазначений підхід дає змогу використовувати міжнародну методологію отримання даних про зайнятість та безробіття населення, тобто співвідношення окремих показників між державами буде статистично коректним. Слід зазначити, що порівняння

між Україною та країнами-членами ЄС необхідно проводити за якісними показниками, передусім за рівнем зайнятості та рівнем безробіття, які дають змогу оцінити кількісні зрушення у структурі робочої сили й ефективність функціонування ринків праці окремих держав та провести їх зіставлення.

У таблиці 2 представлено зміну рівня зайнятості населення в Україні та країнах ЄС за 2010 рік та за період 2014-2017 рр.

Таблиця 2

**Рівень зайнятості населення в Україні та країнах Європейського Союзу
(у % до економічно активного населення)***

	2010 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	Відхилення (+,-) 2017 року від	
						2010 року	2016 року
Усе населення:							
Україна	58,4	56,6	56,7	56,3	56,1	-2,3	-0,2
Євросоюз (28 країн)	51,9	51,7	52,2	52,8	53,5	1,6	0,7
Австрія	57,5	57,3	57,2	57,5	57,9	0,4	0,4
Бельгія	49,6	48,9	48,8	49,0	50,0	0,4	1
Болгарія	47,9	48,0	49,1	49,3	51,9	4	2,6
Греція	46,7	38,1	39,0	39,9	40,9	-5,8	1
Данія	59,6	58,1	58,4	59,6	58,7	-0,9	-0,9
Естонія	50,4	56,6	58,3	58,6	60,0	9,6	1,4
Ірландія	53,5	54,4	55,7	57,0	57,8	4,3	0,8
Іспанія	47,8	44,5	45,9	47,0	48,1	0,3	1,1
Італія	44,2	42,8	43,1	43,7	44,2	0	0,5
Кіпр	60,2	53,5	53,0	53,3	54,8	-5,4	1,5
Латвія	47,4	52,8	54,1	54,6	55,5	8,1	0,9
Литва	46,7	52,6	53,8	55,6	56,3	9,6	0,7
Люксембург	55,2	56,6	56,0	55,2	56,0	0,8	0,8
Мальта	47,3	50,9	51,5	52,5	53,7	6,4	1,2
Нідерланди	62,2	59,6	60,0	60,2	60,9	-1,3	0,7
Німеччина	55,2	57,4	57,4	58,5	58,9	3,7	0,4
Польща	50,0	51,2	51,9	52,8	53,7	3,7	0,9
Португалія	54,6	50,7	51,3	52,0	53,7	-0,9	1,7
Румунія	51,1	51,1	50,8	50,6	52,2	1,1	1,6
Словаччина	50,5	51,5	52,8	54,2	55,1	4,6	0,9
Словенія	54,9	52,1	52,2	52,1	54,6	-0,3	2,5
Сполучене Королівство	57,5	58,8	59,4	59,9	60,2	2,7	0,3
Угорщина	44,7	49,5	51,0	52,8	53,9	9,2	1,1
Фінляндія	54,9	53,8	53,4	53,4	53,8	-1,1	0,4
Франція	51,5	50,3	50,3	50,3	50,5	-1	0,2
Хорватія	46,5	43,3	44,2	44,6	45,8	-0,7	1,2
Чеська Республіка	54,2	55,7	56,4	57,6	58,5	4,3	0,9
Швеція	57,8	59,6	60,0	60,4	61,2	3,4	0,8

*Джерело: [18]

Таблиця 2 дає можливість побачити, що у 2017 році порівняно зі 2010 роком найбільше скорочення рівня зайнятості населення спостерігалось в Греції – на 5,8 в. п., на Кіпрі – на 5,4 в. п. та в Україні – на 2,3 в. п.

Водночас у 25 країнах-членах ЄС рівень зайнятості населення зріс. Найбільш

інтенсивне зростання досліджуваного показника спостерігалось в Естонії, Литві, та Угорщині (майже на 10 в.п.). Аналіз динаміки досліджуваного показника починаючи з 2010 року пояснюється необхідністю оцінювання змін на ринках

праці країн-членів ЄС та України після світової економічної кризи 2009 р.

Порівняно зі 2016 роком зменшення рівня зайнятості спостерігаємо лише в Україні та Данії. Проте це зменшення є незначним (0,2 та 0,9 в.п. відповідно). У той же час найбільше зростання рівня зайнятості у 2017 році порівняно зі 2016 роком відмічаємо у Болгарії та Словенії (2,6 та 2,5 в.п. відповідно)

Отже, як свідчить таблиця 2, за період 2010-2017 рр. більшість країн Європейського Союзу досягла позитивних зрушень у сфері зайнятості населення. На нашу думку, зменшення рівня зайнятості населення в Україні пов'язане з кризовими явищами, які відбулися в країні впродовж 2014 р.: окупація Криму, військові дії на території Донецької і Луганської областей, скорочення виробництва у багатьох видах економічної діяльності. Серед факторів, які негативно впливають на зайнятість населення в Україні, необхідно також виділити скорочення чисельності економічно активного населення, зростання питомої ваги громадян старших вікових груп та масовий відтік робочої сили за межі країни у пошуках більш високооплачуваної роботи.

Поряд зі зайнятістю населення важливо дослідити зміну рівня безробіття за методологією МОП (таблиця 3).

Згідно з даними табл. 3, робимо висновок, що по всіх країнах-членах ЄС відмічається позитивна тенденція до зменшення рівня безробіття в країні. Виключення становлять Греція, Італія та Кіпр, в яких підвищення рівня безробіття у 2017 році порівняно зі 2010 роком становило відповідно 8,8 в.п., 2,8 в.п.

та 4,8 в.п. Проте, порівняно зі 2016 роком спостерігаємо зменшення рівня безробіття по всіх країнах-членах ЄС крім України, в якій величина цього показника, хоча і незначно, але зросла (на 0,2 в.п.).

Таблиця 3 дозволяє також побачити, що Україна посідає 6 місце серед країн-членів ЄС за рівнем безробіття, хоча у 2016 році – 10 місце, а у 2010 – 19 місце!

Висновки. Одним із найважливіших показників функціонування національного ринку праці є показник економічної активності населення, який об'єктивно відображає соціально-економічний стан суспільства в поточному періоді та використовується для розробки соціальних програм та коригування всієї соціальної політики держави загалом.

Поточну ситуацію на ринку праці України можна охарактеризувати як напружену. Також слід враховувати, що динаміка ринку праці є більш інерційною внаслідок певної затримки у реагуванні попиту та пропозиції робочої сили. Тому в подальшому спад економічного виробництва, дезорганізація відносин з торговельними партнерами та продовження військових дій на сході України, беззаперечно, призведуть до ще більшого напруження на національному ринку праці України.

Аналіз основних тенденцій на ринках праці країн-членів ЄС та України дав змогу оцінити ступінь залучення вітчизняної робочої сили до економічної діяльності впродовж останніх років порівняно з іншими державами Європи.

Таблиця 3

Рівень безробіття населення в Україні та країнах Європейського Союзу (у % до економічно активного населення)*

	2010 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	Відхилення (+,-) від	
						2010 року	2016 року
Усе населення:							
Україна	8,2	9,3	9,1	9,3	9,5	1,3	0,2
Євросоюз (28 країн)	9,6	10,2	9,4	8,6	7,6	-2	-1
Австрія	4,8	5,6	5,7	6,0	5,5	0,7	-0,5
Бельгія	8,3	8,5	8,5	7,8	7,1	-1,2	-0,7
Болгарія	10,3	11,4	9,2	7,6	6,2	-4,1	-1,4
Греція	12,7	26,5	24,9	23,6	21,5	8,8	-2,1

Данія	7,5	6,6	6,2	6,2	5,7	-1,8	-0,5
Естонія	16,7	7,4	6,2	6,8	5,8	-10,9	-1
Ірландія	14,6	11,9	10,0	8,4	6,7	-7,9	-1,7
Іспанія	19,9	24,5	22,1	19,6	17,2	-2,7	-2,4
Італія	8,4	12,7	11,9	11,7	11,2	2,8	-0,5
Кіпр	6,3	16,1	15,0	13,1	11,1	4,8	-2
Латвія	19,5	10,8	9,9	9,6	8,7	-10,8	-0,9
Литва	17,8	10,7	9,1	7,9	7,1	-10,7	-0,8
Люксембург	4,6	6,0	6,5	6,3	5,6	1	-0,7
Мальта	6,9	5,8	5,4	4,7	4,6	-2,3	-0,1
Нідерланди	5,0	7,4	6,9	6,0	4,9	-0,1	-1,1
Німеччина	7,0	5,0	4,6	4,1	3,8	-3,2	-0,3
Польща	9,7	9,0	7,5	6,2	4,9	-4,8	-1,3
Португалія	12,0	14,1	12,6	11,2	9,0	-3	-2,2
Румунія	7,0	6,8	6,8	5,9	4,9	-2,1	-1
Словаччина	14,5	13,2	11,5	9,7	8,1	-6,4	-1,6
Словенія	7,3	9,7	9,0	8,0	6,6	-0,7	-1,4
Сполучене Королівство	7,8	6,1	5,3	4,8	4,4	-3,4	-0,4
Угорщина	11,2	7,7	6,8	5,1	4,2	-7	-0,9
Фінляндія	8,4	8,7	9,4	8,8	8,6	0,2	-0,2
Франція	9,3	10,3	10,4	10,1	9,4	0,1	-0,7
Хорватія	11,8	17,2	16,1	13,4	11,1	-0,7	-2,3
Чеська Республіка	7,3	6,1	5,1	4,0	2,9	-4,4	-1,1
Швеція	8,6	7,9	7,4	6,9	6,7	-1,9	-0,2

*Джерело: [18]

Окреслені тенденції дають змогу говорити про необхідність структурної трансформації української економічної системи, що дасть змогу підвищити ефективність використання наявного економічно активного населення. Дослідження динаміки безробіття в Україні

та країнах-членах ЄС дає змогу виявити наявність можливостей щодо зниження частки тимчасово незайнятих громадян у майбутні періоди часу за умови проведення ефективної політики сприяння зайнятості населення.

Список літератури.

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Економічна активність населення України 2017: Стат.збірник / Державна служба статистики України: Державна служба статистики України, 2018. - 205 с.
3. Економічна активність населення України у 2015 році: [статистичний збірник] / Державна служба статистики України. – Київ, 2016. – 201 с.
4. Економічна активність населення України у 2016 : [статистичний збірник] / Державна служба статистики України. – Київ, 2017. – 23 с.
5. Як змінився ринок праці в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://robotodavets.org.ua/2018/12/12/>
6. Аналітична та статистична інформація/ Державна служба зайнятості [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dcz.gov.ua/analytics/68>
7. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. Кодекс законів про працю України та інше законодавство про працю. – К. : Праця, 1997. – 288 с.
9. Молодь України: від освіти до праці: [монографія] / С. Оксамитна, О. Виноградов, Л. Малиш, Т. Марценюк. – Київ: ВПЦ НАУКМА, 2010. – 202 с.
10. Моторин Р.М. Міжнародна економічна статистика: Підручник/ Р.М. Моторин. – К. : КНЕУ, 2004. – 324 с.
11. Офіційний сайт Євростату [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>.

12. Seasonal and Non-seasonal Exponential Smoothing [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://documentation.statsoft.com/STATISTICA>
13. Підгорний А.З. Міжнародна статистика : навчальний посібник / А.З. Підгорний, О.Г. Милашко, О.П. Русєва. – Одеса : ОНЕУ, 2012. – 162 с.
14. Підгорний А. З. Статистичні методи в управлінні розвитком регіону : монографія // А. З. Підгорний, О. В. Самоєнкова, О. Г. Милашко та ін. – Одеса : ФОРП Гуляєва В. М., 2016. – 218 с.
15. Пономаренко І.В. Аналіз динаміки економічної активності населення в Україні та країнах ЄС / І.В. Пономаренко. – Економіка і суспільство. – 2017 – Випуск 8. С. 838-843
16. Ринок праці у 2016 році : [статистичний збірник] / Державна служба статистики України. – Київ, 2017. – 30 с.
17. Сидорова А.В. Статистика внешнеэкономической деятельности / А.В. Сидорова. – Донецьк : ДонГУ, КИТИС, 1998. – 200 с.
18. Соціальні наслідки Євроінтеграції України. Ринок праці / І. Петрова. – Київ: FES Ukraine, 2012 – 20 с.
19. Стан економіки України у 2017 році.. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/>
20. Статистика ринку праці: міжнародні стандарти та національний досвід: [навч. посіб.] / за ред. Власенко Н.С., Григорович Н.В., Рубльової Н.В. – К. : ТОВ "Август Трейд", 2006. – 320 с. іл. – Бібліогр. : с. 315–320.
21. Статистичний щорічник України за 2016 рік. За ред.. І.С. Вернера. – Державна служба статистики України – 611 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
22. Україна. – 2017: Статистичний збірник. – Державна служба статистики України – К.: 2018 р. – 228 с.
23. Україна в цифрах: статистичний збірник. /За ред.. І.С. Вернера. – Державна служба статистики України – 240 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
24. Україна та Європа: результати міжнародного порівняльного соціологічного дослідження [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://i-soc.com.ua/>

References:

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [Online]. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
2. Ekonomichna aktyvnist naselennia Ukrainy 2017: Stat.zbirnyk (2018) *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy*, 205 p. [in Ukrainian].
3. Ekonomichna aktyvnist naselennia Ukrainy u 2015 rotsi: [statystychnyi zbirnyk] (2016) *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Kyiv*, 201 p. [in Ukrainian].
4. Ekonomichna aktyvnist naselennia Ukrainy u 2016 : [statystychnyi zbirnyk] (2017) *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Kyiv*, 23 p. [in Ukrainian].
5. Iak zminyvsia rynek pratsi v Ukraini [Online]. Retrieved from: <https://robotodavets.org.ua/2018/12/12/> [in Ukrainian].
6. Analitichna ta statystychna informatsiia/ Derzhavna sluzhba zainiatosti [Online]. Retrieved from: <https://www.dcz.gov.ua/analytics/68> [in Ukrainian].
7. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [Online]. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua>. [in Ukrainian].
8. Kodeks zakoniv pro pratsiu Ukrainy ta inshe zakonodavstvo pro pratsiu (1997) *K.: Pratsia*, 288 p. [in Ukrainian].
9. Molod Ukrainy: vid osvity do pratsi: [monohrafiia] (2010) [S. Oksamytna, O. Vynohradov, L. Malysch, T. Martseniuk]. *Kyiv: VPTs NaUKMA*, 202 p. [in Ukrainian].
10. Motoryn R.M. (2004) *Mizhnarodna ekonomichna statystyka [Pidruchnyk]. K.: KNEU*, 324 p. [in Ukrainian].
11. Ofitsiyni sait Yevrostatu [Online]. Retrieved from: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/> [in Ukrainian].
12. Seasonal and Non-seasonal Exponential Smoothing [Online]. Retrieved from: <http://documentation.statsoft.com/STATISTICA> [in English].
13. Pidhornyi A.Z. *Mizhnarodna statystyka (2012) [navchalnyi posibnyk]* [A.Z. Pidhornyi, O.H. Mylashko, O.P. Rusieva] *Odesa: ONEU*, 162 p. [in Ukrainian].
14. Pidhornyi A. Z. (2016) *Statystychni metody v upravlinni rozvytkom rehionu : monohrafiia* [A. Z. Pidhornyi, O. V. Samotoienkova, O. H. Mylashko ta in.] *Odesa : FOP Hul'iaieva V. M.*, 218 p. [in Ukrainian].
15. Ponomarenko I.V. (2017) *Analiz dynamiky ekonomichnoi aktyvnosti naselennia v Ukraini ta krainakh YeS. Ekonomika i suspilstvo*. Vypusk 8, p. 838-843 [in Ukrainian].
16. Rynok pratsi u 2016 rotsi : [statystychnyi zbirnyk] (2017) *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Kyiv*, 2017, 30 p. [in Ukrainian].
17. Sydorova A.V. (1998) *Statystyka vneshneekonomicheskoi deiatelnosti [navch. pidr.]*. *Donetsk : DonHU, KYTYS*, 200 p. [in Russian].
18. Petrova I. (2012) *Sotsialni naslidky Yevrointehratsii Ukrainy. Rynok pratsi. Kyiv: FES Ukraine*, 20 p. [in Ukrainian].
19. Stan ekonomiky Ukrainy u 2017 rotsi. [Online] Retrieved from: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/> [in Ukrainian].
20. Statystyka rynku pratsi: mizhnarodni standarty ta natsionalnyi dosvid (2006) [navch. posib.] [za red. Vlasenko N.S., Hryhorovych N.V., Rublovoi N.V.] *K. : TOV "Avhust Treid"*, 320 p., Bibliohr., pp. 315–320. [in Ukrainian].
21. Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2016 rik. [Za red.. I.Ie. Vernera]. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy*, 611 p. [Online]. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
22. *Ukraina. – 2017: Statystychnyi zbirnyk. (2018) Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. K.: 2018 r.*, 228 p. [in Ukrainian].

23. Ukraina v tsyfrakh: statystychnyi zbirnyk. (2018) [Za red.. I.le. Verner]. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy*, 240 p. [Online] Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].

24. Ukraina ta Yevropa: rezultaty mizhnarodnoho porivnialnoho sotsiologichnoho doslidzhennia [Online]. Retrieved from: <http://i-soc.com.ua/> [in Ukrainian].

УДК: 330.101; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-108-114

Кальченко С.В., д.е.н, проф.
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ НА ЗАСАДАХ КООПЕРАЦІЇ

Анотація. В статті досліджено теоретичні та методологічні аспекти розвитку експортоорієнтованої діяльності селянських господарств на засадах кооперації. Обґрунтовано необхідність розвитку диверсифікованої обслуговуючої кооперації як запоруки конкурентоспроможного функціонування малих форм аграрного виробництва. Сформульовано базові принципи організації експортоорієнтованого розвитку селянських господарств на принципах кооперації. Розроблено алгоритм формування системи коопераційних утворень на базі селянських господарств, яка орієнтована на зовнішній ринок.

Ключові слова: кооперація, зовнішньоекономічна діяльність, селянське господарство, ефективність, аграрне виробництво, глобальна економіка.

JEL code classification: D 100; D 130; D 190

Kalchenko S.V., Doctor of Economics, prof.
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

PROVISION OF EXPORT-ORIENTED ACTIVITIES OF THE AGRICULTURAL HOLDINGS ON THE BASIS OF COOPERATION

Abstract. Introduction One of the promising areas of economic activity for the domestic peasantry is the foreign markets for agricultural products, both in raw materials and in finished form. Cheap labor, soil fertility are the natural advantages of farms, which potentially allow them to be in a better position than their foreign counterparts. Under these conditions, the issue of consolidation of peasant farms in the form of integration entities of cooperative-corporate types becomes especially relevant. The purpose of this article is to study the theoretical and methodological aspects of ensuring the export-oriented economic activity of the farms on the principles of service cooperation, taking into account global and national socio-economic trends and processes. Results. The results of the study proved the relevance of ensuring the development of export-oriented economic activities of domestic peasant farms on the basis of cooperation. The structure of the State Target Concept is analyzed development programs for the agricultural sector until 2020 for appropriate governmental measures. A plan for the development of an export-oriented network of service cooperatives based on peasant farms has been developed. Conclusions. The study analyzed the theoretical and practical aspects of the process of creating cooperative associations based on peasant farms in order to further ensure their export-oriented economic activity. The article substantiates the need for a systematic approach to the study of the current state and prospects of development of the service cooperative on the basis of the small-scale sector of agricultural production. The main problems, the presence of which hinders the process of cooperative construction in the system of peasant farms, are formulated. A plan for the development of an exported network of serving cooperatives was developed, based on representatives of small forms of agricultural production. The results of practical implementation of a set of measures to stimulate the development of the foreign economic vector of economic activity of the small-scale agricultural sector are substantiated.

Keywords: cooperation, foreign economic activity, peasant economy, efficiency, agrarian production, global economy

Постановка проблеми. Однією з особливостей сучасного розвитку вітчизняних селянських господарств є суперечливе поєднання значного потенціалу для свого подальшого функціонування в якості суб'єкта аграрного виробництва та проблем організа-

ційного, інформаційного та інфраструктурного характеру, які стримують процес перетворення сімейних форм сільськогосподарського виробництва на повноцінних учасників аграрних відносин. Одним з перспективних напрямків економічної діяльності для вітчиз-

зняного селянства є зовнішні ринки сільськогосподарської продукції як у сировинному, так і в готовому вигляді. Дешева робоча сила, родючість ґрунтів є природними перевагами селянських господарств, які потенційно дозволяють їм знаходитися у більш виграшному становищі, порівняно із закордонними конкурентами. За цих умов набувають особливої актуальності питання консолідації селянських господарств у формі інтеграційних утворень кооперативно-корпоративного типів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти розвитку кооперативних відносин на базі малих форм аграрного виробництва знайшли своє відображення в працях Ю.О. Лупенко, М.І. Туган-Барановського, О.В. Чаянова та ін. Проблематика забезпечення експортоорієнтованого функціонування селянських господарств та роль державних інститутів в даному процесі вивчалася в працях Л.В. Забуранної, О.І. Коблянської, І.В. Свиноуса та ін. Разом із цим, на нашу думку, потребують подальшого дослідження питання, пов'язані із обґрунтуванням напрямків та перспектив експортоорієнтованого функціонування сімейних форм аграрного виробництва в системі кооперативних об'єднань.

Мета статті – дослідження теоретичних та методологічних аспектів забезпечення експортоорієнтованої економічної діяльності селянських господарств на принципах обслуговуючої кооперації з урахуванням глобальних та національних соціально-економічних трендів і процесів.

Основні результати дослідження. Оцінюючи перспективи розвитку кооперації на базі селянських господарств як засобу забезпечення експортоорієнтованого функціонування даного сегменту аграрного виробництва, слід враховувати специфіку кооперативного утворення взагалі, а також особливості формування подібних структур на базі дрібнотоварного сектору аграрного виробництва.

Згідно чинного законодавства, кооперація являє собою систему кооперативних організацій, створених з метою задоволення економічних, соціальних та інших потреб своїх членів [2]. Як бачимо, дана форма діяльності може носити всеохоплюючий характер, не

тільки забезпечуючи вирішення суто економічних питань для селянських господарств, а й сприяючи розвитку сільських територій в цілому

На цей аспект вказував М.І. Туган-Барановський, вбачаючи у кооперативному русі засіб національно-культурної консолідації українського суспільства, створення економічних підвалин для формування єдиної свідомої спільноти[6].

На важливості належного теоретико-методологічного забезпечення розвитку обслуговуючої кооперації в системі селянських господарств наголошує Ю.О. Лупенко. Під його керівництвом співробітниками ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААНУ було розроблено рекомендації з організації економічних відносин в умовах внутрішньогосподарської кооперації; управління майном спільної часткової власності, створення акціонерних товариств в АПК; практичні посібники зі створення і діяльності сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу (СОК), зернового, машино-технологічного, молочарського СОК, стратегічні напрями розвитку підприємництва і кооперації в сільському господарстві на період до 2020 року; інвестиційний проект створення сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу; методичні рекомендації з формування системи кооперативних відносин; методичні рекомендації з організації молочарських обслуговуючих кооперативів[4].

Разом із цим слід відмітити, що у тексті Концепції Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року з 24 напрямків лише 5 в тій або іншій мірі відносяться до стимулювання розвитку кооперації в системі селянських господарств або підтримки експортоорієнтованої діяльності вітчизняних аграріїв. Перш за все, це заходи, пов'язані із забезпеченням ефективного функціонування кооперативних утворень на базі селянських господарств. До них, на нашу думку, слід віднести наступні напрями державної програми:

підтримка фермерських господарств, малих і середніх виробників сільськогосподарської продукції та створених ними сільськогосподарських кооперативів;

стимулювання створення та функціонування об'єднань виробників сільськогосподарської продукції, зокрема через делегування повноважень саморегульним організаціям в агропромисловому комплексі[5].

Разом із цим слід відмітити, що забезпечити створення та подальше ефективне функціонування кооперативних структур на базі селянських господарств виключно зусиллями аграріїв практично неможливо, оскільки вони не володіють належними навиками в сфері міжгосподарського будівництва, а також недостатньо обізнані в галузі нормативно-правового регулювання діяльності обслуговуючих кооперативів. Зазначені обставини обумовлюють необхідність наявності відповідного інформаційного забезпечення, яке має носити постійний безперервний характер.

Враховуючи це, надзвичайно актуальним, на нашу думку, є запровадження комплексу заходів, спрямованих на створення елементів інформаційно-консультаційної інфраструктури для представників малих форм аграрного виробництва. В даному напрямку у державній програмі присутні два положення:

розширення діяльності сільськогосподарських дорадчих служб, орієнтованих на безпосередню роботу з сільським населенням з метою адаптації дрібних та середніх сільськогосподарських виробників до конкурентних умов господарювання;

здійснення прикладних наукових та науково-технічних розробок[5].

Третій вектор завдань державної програми відноситься безпосередньо до проблематики виходу на світовий ринок. Нажаль, в даному аспекті присутній лише один напрямок, причому у досить звуженому вигляді, а саме: запровадження системи консультацій бізнесу в режимі реального часу щодо вирішення питань торгівлі на ринку ЄС[5].

На нашу думку, даний підхід суттєво обмежує комерційну активність вітчизняних аграріїв, орієнтуючи їх лише на один сегмент світового ринку продовольства, який, до того ж, вже є поділеним між розвиненими країнами. Більш привабливими, на нашу думку, є продовольчі ринки країн Африки та Азії, які приховують в собі значний споживчий потенціал.

В цілому аналізуючи наведені напрямки, слід відмітити, що у випадку реального втілення в життя наведених положень можна було б очікувати позитивних змін як в аграрній галузі в цілому, так і в сфері малого та середнього аграрного виробництва зокрема. Проте необхідно зазначити, що ці цілком розумні та обгрунтовані наміри протягом 2015-2020 років на практиці були реалізовані у незначній мірі. Підвищення рівня активності дорадницьких служб або збільшення кількості міжгосподарських об'єднань кооперативно-корпоративного типів практично не спостерігалось. Останній аналогічний проект мав назву «Рідне село» та не здобув реальних результатів, продемонструвавши лише низький рівень обізнаності пересічного селянина в сфері організації кооперативного будівництва.

Як свідчили результати аналізу опитувань голів кооперативних організацій України, що проводилися в рамках круглих столів Державної ініціативи «Рідне село», стан та перспективи функціонування переважної більшості кооперативів, не тільки виробничих, а й споживчих, залежить від невеликої кількості осіб (ініціативної групи), при тому, що основна маса членів не бажає, або не може ефективно приймати участь у формуванні організаційно-управлінських рішень.

Доводиться визнати, що практичний досвід створення кооперативних утворень на селі довів наявність невирішених проблем, які виникли 100 років тому, але так і не були розв'язані за теперішніх умов. У переважній більшості вони мають організаційний характер та пов'язані із самим процесом створення та забезпечення подальшого існування зазначених інтеграційних утворень.

1. Дефіцит кадрів. В даному випадку слід розглядати, понад усе два аспекти. По-перше, створення кооперативної організації має покладатися на ініціативну групу (від двох до п'яти осіб), члени якої особистим прикладом повинні цікавити потенційних членів до особистої участі в її діяльності. Необхідно не тільки наочно довести конкретну практичну користь від членства в обслуговуючому кооперативі, а й добитися від перших членів усвідомлення необхідності своєї активної співпраці. По-друге, забезпечення

ефективної економічної діяльності кооперативного об'єднання (налагодження збуту продукції, надання сервісних послуг тощо) потребує специфічних професійних навичок, які передбачають розуміння самої природи даного суб'єкта господарювання, його завдань та принципів відмінностей від класичної підприємницької одиниці.

2. Агресивне конкурентне середовище. Якщо на початку виникнення та становлення кооперативного руху на Україні проблема полягала мінімізації монополізму дрібних сільських крамарів, то за сучасних умов ситуація принципово змінилася. Для вітчизняного АПК характерним є монополія переробників, трейдерів, фірм, які займаються наданням сервісних послуг, виробляють та реалізують сільськогосподарську техніку, засоби захисту рослин тощо. Позитивно вплинути на ситуацію, що склалася, селянське господарство самотужки неспроможне.

3. Мобільність населення та наявність державної системи соціального захисту. За

сучасних умов удосконалення системи інфраструктурного та соціального забезпечення населення знизило рівень мотивації до заняття аграрним бізнесом серед мешканців сільських територій. По-перше, глобалізація інформаційного простору створила можливість для альтернативних форм самореалізації сільського населення (комп'ютерні послуги, копірайтинг, консалтингові послуги тощо). За цих умов фізична праця в аграрній сфері є менш привабливою для високоінтелектуального індивідуума. По-друге, наявність державних соціальних виплат (пенсії, субсидії, компенсації), навіть у існуючих незадовільних розмірах, дозволяють літнім селянам відповідним чином коригувати свою фізичну участь у підсобних господарствах. З метою оцінки сильних та слабких сторін при реалізації заходів щодо забезпечення експортоорієнтованого функціонування селянських господарств нами було проведено відповідне дослідження (табл.1).

Таблиця 1

SWOT – аналіз перспектив реалізації Програми розвитку експортоорієнтованої кооперативної діяльності на базі селянських господарств*

<p>Внутрішні сильні сторони Програми:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Реалізація Програми сприяє підвищенню професійних навичок члена господарства, їхньому індивідуальному самовдосконаленню. 2. Програма передбачає вирішення економічних та соціальних проблем кожного члена кооперативу. 3. Цілі Програми входять до переліку завдань регіональних соціально-економічних проектів. 4. Запровадження Програми підвищить рівень конкурентоспроможності селянських господарств в системі аграрного виробництва. 	<p>Внутрішні слабкі сторони Програми:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Відсутність практичного досвіду створення та розвитку кооперативних організацій. 2. Регіональна дезінтеграція, низький рівень самоорганізації серед селянських господарств. 3. Відсутність відповідного кваліфікаційного забезпечення для організації зовнішньоекономічної діяльності. 4. Проблеми організації зберігання та первинної переробки сільськогосподарської сировини.
<p>Зовнішні можливості Програми:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Налагодження співпраці представників аграрного виробництва, наукової спільноти та владних інститутів на регіональному рівні. 2. Отримання організаційної та інформаційної підтримки. 3. Можливість встановлення сталих зовнішньоекономічних бізнесових зв'язків. 4. Інституціоналізація кооперативних організацій в системі регіональних соціально-економічних відносин. 	<p>Зовнішні загрози Програми:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сильні конкурентні позиції закордонних компаній на власних ринках, наявність державної підтримки. 2. Монополізація системи сервісних послуг в сфері сільського господарства. 3. Недосконала правова підтримка підприємницького вектору розвитку селянських господарств. 4. Економічна нестабільність на загальнонаціональному та регіональному рівнях.

*Розробка автора

Як бачимо, процес кооперативного будівництва на базі селянських господарств, у випадку своєї реалізації дозволяє досягти суттєвих позитивних змін не тільки в еко-

номічному, а й в соціальному аспектах. Разом із цим очевидно, що він має здійснюватися поступово з чітким визначенням проміжних цілей та завдань. В процесі дослі-

дження розроблено поетапний план стратегії розвитку обслуговуючої кооперації на основі малих форм аграрного виробництва, метою якого є вихід на зовнішні ринки (табл.2).

Слід відмітити поступовість реалізації запропонованих заходів, їх відповідність меті та завданням відповідного етапу. Приймаючи до уваги специфіку здійснення економічної діяльності в селянських домогосподарствах, особливо в господарствах споживчо-товарної та споживчої груп, доцільно, на нашу думку, використовувати поняття «внутрішній експорт» та «зовнішній експорт».

Запропоновані дефініції відображають складнощі із організацією збутової діяль-

ності з боку дрібнотоварного сектору, оскільки функціонування переважної більшості даного типу виробників обмежене регіоном проживання селянської родини, а обраний напрям виробничої діяльності обумовлюється особистими потребами (споживчі господарства) та наявністю і активністю місцевих логістичних центрів (споживчотоварні та товарні господарства). Аналізуючи стан та перспективи діяльності зазначених груп аграріїв, доцільно в даному аспекті використовувати термін «внутрішній експорт», маючи на увазі спроможність (або відсутність) конкретного господарства до реалізації виробленої продукції, товарів та послуг на загальнонаціональному рівні.

Таблиця 2

План розвитку експортоорієнтованої мережі обслуговуючих кооперативів на основі селянських господарств*

Мета	Завдання	Найменування заходів
I етап		
Створення диверсифікованої системи обслуговуючих кооперативів на основі малих форм аграрного виробництва	Забезпечення створення великої кількості регіональних та місцевих обслуговуючих кооперативів, формування їхньої стратегії на коротко-середньо-та довгостроковий період	Проведення тематичних навчальних семінарів – тренінгів для представників малого аграрного виробництва на базі регіональних науково-навчальних центрів. Створення спеціалізованих курсів з метою підготовки фахівців для організації кооперативної діяльності в аграрній сфері. Налагодження співпраці між кооперативними організаціями та представниками місцевої влади
II етап		
Опрацювання внутрішнього експорту, закріплення на загальнонаціональному ринку сільськогосподарської сировини	Розширення асортименту та ринків збуту продукції, посилення стандартів якості.	Розширення переліку послуг, які надаються членам кооперативу в рамках реалізації продукції. Створення пунктів зберігання та первинної переробки сільськогосподарської сировини. Надання правової та інформаційно-консультативної допомоги.
III етап		
Вихід на зовнішній ринок, набуття сталих позицій	Встановлення бізнес-контактів із закордонними партнерами, адаптація продукції до загальнонаціональних стандартів якості.	Забезпечення лобювання інтересів національних кооперативних об'єднань у вітчизняних та міждержавних інтеграційних утвореннях. Брендування власної продукції за регіональними харчосмаковими критеріями.

*Розробка автора

Прогнозується, що в процесі практичної реалізації запропонованих заходів будуть досягнуті наступні результати:

- збільшення кількості селянських господарств, які функціонують на товарних за-

садах (приватні підприємці та сімейні фермерські господарства);

- поживлення процесу кооперативного будівництва на селі (основними формами мають бути збутові, сервісні та інформацій-

но-консультаційні);

- поглиблення взаємовигідної співпраці між представниками малих форм аграрного виробництва (перш за все, селянських господарств) та регіональних науково-навчальних центрів в напрямку вирішення проблеми кадрового забезпечення та формування елементів інформаційно-консультаційної інфраструктури;

- підвищення рівня доходів сільського населення, підвищення статусності аграрної галузі для молоді, уповільнення процесів депопуляції на селі.

Висновки. В процесі дослідження було проаналізовано теоретичні та практичні аспекти процесу створення кооперативних об'єднань на базі селянських господарств з метою подальшого забезпечення їхньої ек-

портоорієнтованої економічної діяльності. В статті обґрунтовано необхідність системного підходу до вивчення сучасного стану та перспектив розвитку обслуговуючої кооперації на базі дрібнотоварного сектору аграрного виробництва. Сформульовано основні проблеми, наявність яких стримує процес кооперативного будівництва в системі селянських господарств. Розроблено план розвитку експортоорієнтованої мережі обслуговуючих кооперативів, основою для яких є представники малих форм аграрного виробництва. Обґрунтовано результати практичної реалізації комплексу заходів щодо стимулювання розвитку зовнішньоекономічного вектору економічної діяльності дрібнотоварного сектору аграрного виробництва.

Список літератури:

1. Забуранна Л.В., Ярмоленко Ю.О. Потенціал провадження платформи агроцифрової кооперації для конвергенції регіонів у процесі сталого розвитку Економіка АПК. 2019. № 3. С. 87
2. Закон України «Про кооперацію» № 1087-IV від 10.11.2003р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1087-15> (дата звернення 11.09.2019).
3. Закон України «Про особисте селянське господарство» № 742 від 15.05.2003р. URL: <http://konesh.ru/zakon-ukrayini-pro-osobiste-selyanseke-gospodarstvo-stranica-4.html> (дата звернення 6.09.2019).
4. Лупенко Ю.О. Науково-методологічне забезпечення розвитку економіки сільського господарства України Економіка АПК, 2018, № 10 С.6-14.
5. Розпорядження Кабінету міністрів України Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2022 року» № 1437 від. 30.12.2015р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1437-2015-p> (дата звернення 10.09.2019).
6. Туган-Барановский М.И. Социальные основы кооперации. М.. Экономика. 1989. – 496с. (Экон. наследие).
7. Чаянов А. В. Краткий курс кооперации. М.: Кооперативное товарищество. 1925. 80с
8. Чаянов А.В. Природа крестьянского хозяйства и земельный режим. Труды Всерос. съезда Лиги аграрных реформ. 1918. М. С.4-5.
9. Челинцев А.Н. Теоретические основания организации крестьянского хозяйства. Харьков. 1919. 178с
10. Mishenin, Y., Valentynov, V., Maslak, O., Koblianska, I. (2017) Modern transformation in small-scale agricultural commodity production in Ukraine. Marketing and management of innovation, 4, 358–366.
11. Varchenko, O., Svytnous, I., Grynchuk, Y. and at (2018). The strategy of developing agricultural supply chain in terms of food security in Ukraine. International Journal of Supply Chain Management. 7(5). 657-666.

References:

1. Ziburanna L.V., Yarmolenko YU.O. (2019) The potential of agro-digital cooperation platform for regional convergence in the process of sustainable development. *APK economy*, 3, p. 87 [in Ukrainian].
2. Zakon Ukrayiny «Pro kooperatsiyu» [The Law of Ukraine «About cooperation»] 2003. № 1087-IV Available at: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1087-15> (accessed 11 September 2019) [in Ukrainian].
3. Zakon Ukrayiny «Pro osobyste selyans'ke hospodarstvo» [The Law of Ukraine «On Personal Peasant Farming»] (2003), № 742. Available at: <http://konesh.ru/zakon-ukrayini-pro-osobiste-selyanseke-gospodarstvo-stranica-4.html> (accessed 4 September 2019) [in Ukrainian].
4. Lupenko YU.O. (2018) Naukovo-metodolohichne zabezpechennya rozvytku ekonomiky sil'skoho hospodarstva Ukrayiny [Scientific and methodological support for the development of the agricultural economy of Ukraine]. *APK economy*, vol. 10, pp. 6-14 [in Ukrainian].
5. Rozporyadzhennya Kabinetu ministriv Ukrayiny «Pro skhvalennya Kontseptsii Derzhavnnoi tsil'ovoyi prohramy rozvytku ahrarnoho sektoru ekonomiky na period do 2022 roku» [Ordinance of the Cabinet of Ministers of Ukraine «On Approving the Concept of the State Target Program for the Development of the Agricultural Sector of the Economy for the Period up to 2022»] (2015), № 1437. Available at: <http://konesh.ru/zakon-ukrayini-pro-osobiste-selyanseke-gospodarstvo-stranica-4.html> (accessed 10 September 2019) [in Ukrainian].
6. Tugan-Baranovskiy M.I. (1989) Sotsial'nyye osnovy kooperatsii [Social foundations of cooperation] [in Russian].

7. Chayanov A. V. (1925) *Kratkiy kurs kooperatsii* [Short course of cooperation] [in Russian].
8. Chayanov, A. V (1918) *Priroda krest'yanskogo khozyaystva i zemel'nyy rezhim* [The nature of the farm and land regime] [in Russian].
9. Chelintsev A.N. (1919) *Teoreticheskiye osnovaniya organizatsii krest'yanskogo khozyaystva* [Theoretical foundations of the organization of peasant farming]. [in Russian].
10. Mishenin, Y., Valentynov, V., Maslak, O., Koblianska, I. (2017) Modern transformation in small-scale agricultural commodity production in Ukraine. *Marketing and management of innovation*, 4, pp. 358–366 [in Ukrainian].
11. Varchenko, O., Svytnous, I., Grynchuk, Y. and at (2018). The strategy of developing agricultural supply chain in terms of food security in Ukraine. *International Journal of Supply Chain Management*, 7(5), pp. 657-666 [in Ukrainian].

УДК 334.73; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-115-121

Кальченко С. В., д. е. н., доцент

Демко В. С., аспірантка

Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В ЗАПОРІЗЬКІЙ ОБЛАСТІ

Анотація. В статті досліджено теоретичні та прикладні засади розвитку сфери туризму на території Запорізької області. Проаналізовано рекреаційний потенціал Запорізької області та характер його використання. Доведено необхідність стимулювання розвитку форм сільського туризму. Сформульовано основні напрямки ефективного функціонування регіонального туристичного бізнесу в Запорізькій області. Обґрунтовано необхідність розвитку нових форм та напрямків туристичної діяльності в регіоні.

Ключові слова: туристична діяльність, стратегія розвитку, фестивальний туризм, аграрний туризм, ресурсний потенціал.

JEL code classification: D10, D13; D,19

Kalchenko S.V.,

Doctor of Economics, Associate Professor

Demko V.S., PhD student

Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

STRATEGIC DIRECTIONS OF THE TOURIST INDUSTRY DEVELOPMENT IN THE ZAPORIZHZHYA REGION

Abstract. Introduction. Under the current conditions, the problem of ensuring the socio-economic development of the regions is of particular importance, given the prolonged crisis situation of the national economy. In our opinion, special attention should be paid to the forms and types of tourism, the functioning of which has hitherto been insufficiently widespread and the basis of which is rural households. Some aspects of the regional policy to promote tourism development need to be further explored, given its multifaceted nature and the place of small businesses in the service sector. The purpose of this article is to develop and substantiate the strategic foundations for the development of the tourism industry in the Zaporizhzhya region, taking into account the socio-economic and cultural importance of a number of its varieties. Results. The results of the study proved the need to change approaches to the regional policy of promoting tourism in the Zaporizhzhya region. It is proved that the historical, cultural and natural-climatic potential of the region is not used enough. The main aspects of the Strategy for the development of tourism in the Zaporizhzhya region for the period 2020-2025.

The strategy is based on the principles of the factor-rotational concept of economic development, according to which the key to effective functioning of business entities at the present stage is to improve the skills of employees on the basis of active creation, processing and practical use of information material. Also, the scientific basis was the provision of the concept of socially responsible business. Conclusions. The paper outlines the strategic directions of the state policy of promoting the development of tourist activities in the Zaporizhzhya region. The proposed measures are based on the principles of socially responsible business conduct as a form of expression of the concept of sustainable development of society. The necessity of expanding the directions of tourist activity, the resource base of which is rural households (rural green tourism, ecological tourism, gastronomic tourism, etc.) has been proved. The importance of proper information support for the development of tourist activity in the region and the creation of a network of regional laboratories to study the local features of the functioning of the tourism industry are substantiated.

Keywords: tourism, development strategy, festival tourism, agrarian tourism, resource potential.

Постановка проблеми. В сучасних умовах економічного розвитку регіонів набуває особливого значення, враховуючи тривалий

кризовий стан національної економіки, дистанціювання представників державних інституцій від вирішення системних проблем соціуму та бізнес-середовища, перекладання цих завдань на управлінців місцевого рівня. Необхідність розробки дієвих заходів стимулювання підприємницької активності обумовлює обов'язковість детального вивчення наявного ресурсного потенціалу (природно-кліматичний, соціально-культурний, людський, матеріально-технічний, фінансовий тощо), як основи для відбудови існуючих та розвитку нових напрямків господарської діяльності. Враховуючи зазначені обставини, дослідження стратегічних напрямків розвитку туристичної діяльності на території Запорізької області є надзвичайно актуальною. Особливу увагу, на нашу думку, необхідно приділяти формам та видам туризму, функціонування яких дотепер мало недостатньо масовий характер і основою яких є сільські домогосподарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Специфіка розвитку туристичної галузі як складової національної економіки, зокрема, сучасні проблеми функціонування національного аграрного туризму висвітлювалися в роботах Л.В. Забуранної, М.Й. Маліка, Я.М. Надворняк та ін. Особливості здійснення економічної діяльності сільськими домогосподарствами, беручи до уваги їх соціально-економічну природу, знайшли своє відображення в роботах І.В. Коблянської, І.В. Свиноуса, О.В. Чайнова та ін. Разом з цим, на нашу думку, потребують подальшого вивчення окремі аспекти регіональної політики сприяння розвитку туристичної діяльності, враховуючи її багатогалузевий характер та місце малих форм господарювання в даному напрямку сфери послуг.

Мета статті – розробка та обґрунтування стратегічних засад розвитку туристичної галузі в Запорізькій області, беручи до уваги соціально-економічне та культурне значення цілої низки її різновидів.

Основні результати дослідження. Необхідно відмітити, що існуючі регіональні програми стимулювання розвитку туризму, поперше, спрямовані на використання наявного ресурсного потенціалу, а, по-друге, розглядають його лише у курортно-рекреаційній та

історико-культурній площинах. В останньому випадку увага акцентується лише на пам'ятках загальнонаціонального масштабу (козацький острів Хортиця та Кам'яна могила).

Аналізуючи зміст «Стратегії регіонального розвитку Запорізької області на період до 2020 року», прийнятою та реалізованою Запорізькою обласною державною адміністрацією, необхідно відмітити, що в якості рекреаційних ресурсів розвитку туристичного бізнесу в Запорізькій області наводяться курорт державного значення Бердянськ, місто Приморськ та селище Кирилівка, як курортні центри. Відмічається також факт існування близько 500 оздоровчих закладів, а також 30 садіб зеленого туризму[8].

Якщо не брати до уваги зелені садиби, переважна більшість курортних закладів була створена ще за радянських часів, а сьогодні їх діяльність спрямована на підвищення рівня сервісу та удосконалення матеріально-технічної бази. Характеризувати даний тип розвитку як інтенсивний можна лише по відношенню до застарілого обладнання, в той час як даний процес є банальною заміною зношених основних засобів тими, які використовуються на даний момент.

Єдиним новим напрямком туристичної діяльності в регіоні, на нашу думку, можна вважати садибний туризм, сприяння розвитку якого є особливо важливим, враховуючи селоутворюючу та селотворюючу роль сільських домогосподарств, що є ресурсною основою даного напрямку господарської діяльності. Водночас темпи розбудови зазначеної форми туризму є досить повільними, а сам процес практично не відслідковується регіональними статистичними органами.

Так, результати стратегічного аналізу соціально-економічного розвитку Запорізької області свідчать про високий рівень тінізації бізнесу у сфері туризму. Зазначається, зокрема, що статистичні дані не відповідають реальній інформації щодо обсягів туристичного потоку в області, а також кількості юридичних та фізичних осіб, які працюють у цій сфері. [7]

Незважаючи на те, що даний процес призводить до негативних соціально-економічних наслідків (недоотримання коштів у центра-

льний та місцевий бюджети, недофінансування інфраструктурних проєктів тощо), відкритим залишається питання залучення зазначених юридичних та фізичних осіб до процесу регіонального розвитку. Їх роль у формуванні дохідної та витратної частин місцевих бюджетів мізерна, вони функціонують в умовах «дикого ринку» чистої конкуренції.

Аналогічно було здійснено аналіз історико-культурної складової туристичного потенціалу Запорізької області. В «Стратегії регіонального розвитку Запорізької області на період до 2020 року» увага акцентується переважно на значенні острова Хортиця, його місця в історії рідного краю, починаючи з давньоруських часів. Вказується також факт знаходження на території області 25 музейних закладів (23 з них комунальні), у тому числі, музеї 2-х національних заповідників. Крім цього, існує 8436 пам'яток історії та культури, з них 6654 – пам'ятки археології, 1725 – історії, 37 – монументального мистецтва; 20 – науки і техніки. До Списку історичних населених місць України включено 6 населених пунктів: Запоріжжя, Бердянськ, Мелітополь, Токмак, Оріхів, Гуляйполе. [8]

Дослідження свідчать, що переважна більшість наявних об'єктів культурної спадщини та історико-культурної інфраструктури були створені до 1991 р. і сучасний стан функціонування історико-культурного туризму в Запорізькій області потребує суттєвого поліпшення. На необхідності нарощення туристично-рекреаційного потенціалу регіону наголошується в «Проекті стратегії соціально-економічного розвитку Запорізької області до 2027 року».

В даному документі, зокрема, сформульовано наступні напрямки:

- розвиток туристичних продуктів та мереж;
- туристична промоція області, підтримка інноваційних проєктів, культурно-мистецьких заходів, що формують імідж регіону;
- просування історико-культурного туризму[7].

Незважаючи на численні організаційні проблеми, за рахунок сприятливих природно-кліматичних умов та наявного інфраструктурного забезпечення протягом 2014-2018

років на території Запорізької області спостерігалось зростання показників діяльності туристичного бізнесу. Згідно статистичних даних, щорічно регіон в середньому відвідувало від 15 до 16 тисяч осіб. Суттєво зріс обсяг туристичного збору. Зокрема, у 2018 р. даний показник збільшився порівняно з минулим роком на 33%.

Як свідчать дослідження, туристична галузь Запорізької області має значний потенціал для подальшого розвитку. Разом з цим, на нашу думку, необхідним є внесення суттєвих змін до організаційних підходів щодо розробки державних заходів сприяння ефективного функціонування регіонального туризму. Враховуючи зазначені обставини, нами розроблено основні аспекти Стратегії розвитку туристичної діяльності в Запорізькій області на період 2020-2025 рр.

В основу стратегії закладено принципи факторно-ротаційної концепції економічного розвитку, у відповідності до яких запорукою ефективного функціонування господарюючих суб'єктів на сучасному етапі є підвищення кваліфікаційного рівня працівників на основі активного створення, обробки та практичного застосування інформаційного матеріалу. Науковою базою дослідження слугували також положення концепції соціально-відповідального ведення бізнесу, яка передбачає встановлення взаємовигідних зв'язків між представниками регіонального бізнесу, місцевими владними інститутами та громадою з метою забезпечення соціального миру та злагоди в суспільстві.

Слід відзначити, що процес залучення туристів, перш за все, передбачає креативний підхід до здійснення економічної діяльності, в рамках якого можливим є створення нових туристичних об'єктів, які не обов'язково культурно пов'язані з місцевою історією. Саме тому основні зусилля по розвитку туристичного потенціалу, пропонуємо спрямувати на сільський зелений туризм, екологічний туризм, фестивальний туризм, гастрономічний туризм, рекреаційний туризм (табл.1).

На даний момент переважна більшість наведених різновидів (зокрема, екологічний та гастрономічний туризм) займає незначний відсоток у загальній структурі туристичних

послуг. Ця ситуація є об'єктивним наслідком стратегії, яку обрали юридичні та фізичні особи, зайняті у даному виді підприємницької діяльності. Зокрема, суб'єкти приватного бізнесу основну увагу в підприємницькій активності звертають на рекреаційну складову. При цьому необхідно відмітити, що практична реалізація відбувається саме в напрямку відпочинку і розваг, а не рекреації в класич-

ному вигляді, тобто оздоровлення, відновлення затрачених сил. Функціонування державних або відомчих оздоровчих закладів має більш виважений в рекреаційному плані характер, проте суттєво залежить від фінансування та (у випадку відомчого підпорядкування) галузевої спеціалізації головної структури.

Таблиця 1

Стратегічні напрями та прогнозовані результати державної політики сприяння розвитку видів туристичної діяльності в Запорізькій області*

Сфера діяльності	Стратегічні напрями	Прогнозовані результати
Сільський зелений туризм	збільшення кількості зелених садиб	створення нових робочих місць, популяризація сільської місцевості, відродження сільської місцевості
	відновлення культурно-історичних, природних, архітектурних пам'яток регіону	підвищення туристичного потоку в регіоні
	відновлення об'єктів соціальної інфраструктури	зростання національних та іноземних туристичних потоків
	покращення якості туристичних послуг, адаптація до європейських стандартів гостинності	поліпшення соціально-економічного статусу сільських територій
	інформаційне забезпечення розвитку туризму	підвищення популярності сільського зеленого туризму на внутрішньому та зовнішньому туристичному ринку
	підготовка висококваліфікованих кадрів	поглиблення співробітництва з закладами вищої освіти, підвищення організаційного рівня ведення туристичного бізнесу
Екологічний туризм	окультурення природних зон	покращення екологічного середовища регіону
	створення екологічно чистих ділянок для відпочинку	оздоровлення населення
	залучення місцевих жителів до охорони навколишнього середовища	покращання природоохоронної діяльності
	створення нових екологічних маршрутів	збільшення національного і іноземного туристичного потоку, популяризація краю, створення нових робочих місць
	екологічне навчання	формування екологічної свідомості серед населення
Фестивальний туризм	організація проведення щорічних масових культурних заходів	збільшення національного і іноземного туристичного потоку, популяризація іміджу краю, створення нових робочих місць, нові надходження до місцевих бюджетів
	підтримка традицій національних меншин	підвищення культурного рівня населення, популяризація іміджу краю

	проведення культурних галузевих заходів	реклама галузі та конкретних виробників, економічний, соціальний розвиток регіону
	проведення масових навчальних заходів (форуми, тренінги, семінари)	підвищення освітнього та компетентнісного рівня працівників туристичної сфери
Гастрономічний туризм	створення нових гастрономічних маршрутів та турів	популяризація іміджу краю, підвищення рівня інформаційного забезпечення регіонального туризму
	створення гастрономічних майстерень, туристичних об'єктів в регіоні	підвищення рівня матеріально-технічного забезпечення туристичної галузі
	проведення професійних майстер класів, змагань	підвищення кваліфікаційного рівня працівників туристичного бізнесу
Рекреаційний туризм	забезпечення збільшення кількості санаторно-курортних закладів	зростання чисельності вітчизняних та закордонних туристів, збільшення кількості висококваліфікованих робочих місць
	створення, відновлення та підтримка природних лікувально-оздоровчих місць відпочинку	поліпшення екологічної ситуації в регіоні, підвищення рівня екологічної відповідальності населення
	формування місцевих зон відпочинку	розвиток малого та середнього бізнесу в регіоні

**Джерело: авторська розробка*

Зазначені обставини обумовлюють важливість активної участі регіональних державних інститутів у стимулюванні диверсифікованого розвитку місцевого туризму, зокрема його малих форм. Здійснення належних заходів щодо забезпечення ефективного функціонування зазначених напрямків, на нашу думку, дозволяє очікувати відповідних результатів, як в економічній, так і в соціальній площинах.

Слід відмітити, що практична реалізація наведених заходів, сприяння розвитку регіонального туризму дозволяє досягти не тільки суто економічних результатів (підвищення ефективності функціонування галузі, зростання надходжень до місцевого та центрального бюджету тощо). Важливою складовою є досягнення також і гуманітарних цілей, формування у населення національно-патріотичної свідомості, яка базується на історичних подіях рідного краю, розуміння необхідності індивідуальної екологічної відповідальності і, перш за все, набуття належних компетентнісних навиків, необхідних для успішного ведення туристичної діяльності.

Остання обставина обумовлює актуаль-

ність формування на базі регіональних науково-навчальних центрів мережі наукових лабораторій з питань вивчення місцевої специфіки здійснення туристичної діяльності, моніторингу сучасного стану, виявлення проблем розвитку та розробки рекомендацій щодо їх усунення.

Лабораторія здійснюватиме моделювання різних форм та методів організації туристичної та рекреаційної діяльності, проводитиме моніторинг регіонального розвитку туристичного бізнесу згідно організаційно-правової та галузевої диференціації. Потенційними клієнтами лабораторії є суб'єкти малого аграрного виробництва, орієнтовані на диверсифікацію господарської діяльності, вітчизняні та закордонні туристичні компанії. При необхідності Лабораторія може розробляти відповідні розділи регіональних програм розвитку малого та середнього бізнесу. Особливий інтерес результати досліджень лабораторії представлятимуть для місцевих селянських господарств, враховуючи потенційні негативні наслідки загострення конкурентної боротьби за земельні ресурси. Бенефіціарами лабораторії будуть фізичні та юридичні особи, які здійснюють туристичну

діяльність у приморській зоні південного сходу України. В лабораторії будуть створені додаткові робочі місця та залучатимуться фахівці університету з метою розробки наукового обґрунтованих рекомендацій за результатами досліджень або моніторингу.

Слід відзначити, що основою конкурентоспроможного функціонування усіх форм та напрямків туристичного бізнесу в сучасних умовах є наукове обґрунтування їх діяльності. Це, в свою чергу, обумовлює необхідність відповідного інформаційного та кадрового забезпечення. В результаті зазначених обставин робота лабораторії здійснюватиметься на засадах самоокупності.

Висновки. В сучасних умовах забезпечення розвитку туристичної галузі є важливим напрямом регіональної соціально-економічної політики. Ефективна експлуатація природно-кліматичного та історико-культурного потенціалу дозволяє суттєво підвищити рівень підприємницької активності, стимулюватиме наповнення місцевого та центрального бюджетів, позитивно впливатиме на рівень добробуту населення, уповільнюватиме процеси депопуляції.

Слід відмітити, що розвиток даного напрямку підприємницької діяльності в Запорізькій області ускладнюється низьким рівнем диверсифікації, намаганням підприємців у переважній більшості застосовувати відомі рекреаційні моделі, недостатнім рівнем активності регіональних владних інститутів. Враховуючи зазначені обставини, в роботі сформульовано стратегічні напрями державної політики сприяння розвитку видів туристичної діяльності в Запорізькій області.

В основу запропонованих заходів покладені принципи соціально відповідального ведення бізнесу, як форма вираження концепції сталого розвитку суспільства. Доведено необхідність поширення напрямів туристичної діяльності, ресурсною основою яких є сільські домогосподарства (сільський зелений туризм, екологічний туризм, гастрономічний туризм тощо). Обґрунтовано важливість належного інформаційного забезпечення розвитку туристичної діяльності в регіоні та створення мережі регіональних лабораторій дослідження місцевих особливостей функціонування сфери туризму.

Список літератури:

1. Забуранна Л.В. Зарубіжний досвід розвитку сільського зеленого туризму. Економіка АПК. 2011. № 6. С.178-183.
2. Забуранна Л.В. Сільський аграрний туризм як чинник розвитку сільських територій. Економіка АПК. 2010. № 8. С.100-106.
3. Закон України «Про особисте селянське господарство» № 742 від 15.05.2003р. URL: <http://konesh.ru/zakon-ukrayini-pro-osobiste-selyanseke-gospodarstvo-stranica-4.html> (дата звернення 4.09.2019).
4. Кудла Н.Є. Шляхи підвищення якості сільського туризму. Економіка АПК. 2012. № 5. С.116-122.
5. Малік М.Й. Забуранна Л.В. Сільський аграрний туризм як чинник розвитку сільських територій. Економіка АПК. 2012. № 5. С.110-115.
6. Надворняк Я.М. Тенденції розвитку економіки туризму Івано-Франківської області. Економіка АПК. 2012. № 1. С.84-89.
7. Стратегічний аналіз соціально-економічного розвитку Запорізької області (оновлений) <https://www.zoda.gov.ua/news/45047/informatsiya-shodo-rozrobki-proektu-strategiji-2027-ta-planu-zahodiv-na-2021-2023-roki-z-jiji-realizatsiji.html> (дата звернення 16.10.2019).
8. Стратегія регіонального розвитку Запорізької області на період до 2020 року. Запоріжжя. 2015. С.15-17
9. Чаянов А.В. Природа крестьянского хозяйства и земельный режим. Труды Всерос. съезда Лиги аграрных реформ. 1918. М. С.4-5.
10. Mishenin, Y., Valentynov, V., Maslak, O., Koblianska, I. (2017) Modern transformation in small-scale agricultural commodity production in Ukraine. *Marketing and management of innovation*, 4, 358–366.
11. Varchenko, O., Svytnous, I., Grynchuk, Y. and at (2018). The strategy of developing agricultural supply chain in terms of food security in Ukraine. *International Journal of Supply Chain Management*. 7(5). 657-666.

References:

1. Zabuрана, L.V. (2011) Zarubizhnyy dosvid rozvytku sil's'koho zelenoho turyzmu [Foreign experience in the development of rural green tourism]. *APK economy*, № 6, pp. 178-183 [in Ukrainian].
2. Zabuрана, L.V. (2010) Sil's'kyu ahrarnyy turyzm yak chynnyk rozvytku sil's'kyu terytoriy [Rural agricultural tourism as a factor in the development of rural territories]. *APK economy*, № 8, pp. 100-106 [in Ukrainian].
3. Zakon Ukrayiny «Pro osobyste selyans'ke hospodarstvo» [The Law of Ukraine "On Personal Peasant Farming"] (2003), № 742. Available at: <http://konesh.ru/zakon-ukrayini-pro-osobiste-selyanseke-gospodarstvo-stranica-4.html> (accessed 4 September

2019) [in Ukrainian].

4. Kudla, N.E. (2012). Shlyakhy pidvyshchennya yakosti sil's'koho turyzmu [Ways to improve the quality of rural tourism] *APK economy*, № 5, pp. 115-122 [in Ukrainian].

5. Malik M.Y. Zaburna L.V. (2012). Sil's'kyy ahramnyy turyzm yak chynnyk rozvytku sil's'kyy terytoriy [Rural agricultural tourism as a factor in the development of rural territories]. *APK economy*, № 1. Pp. 84-89 [in Ukrainian].

6. Nadvornyyak, Ya.M. (2012) Tendentsiyi rozvytku ekonomiky turyzmu Ivano-Frankivs'koyi oblasti [Trends in tourism economy development in Ivano-Frankivsk region]. *APK economy*, № 1, pp. 84-89 [in Ukrainian].

7. Stratehichnyy analiz sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku Zaporiz'koyi oblasti (onovlenyy) [Strategic analysis of socio-economic development of Zaporizhzhya region (updated)] <https://www.zoda.gov.ua/news/45047/informatsiya-shodo-rozrobki-proektu-strategiji-2027-ta-planu-zahodiv-na-2021-2023-roki-z-jiji-realizatsiji.html> (accessed 16 October 2019) [in Ukrainian].

8. Stratehiya rehional'noho rozvytku Zaporiz'koyi oblasti na period do 2020 roku (2015). [Strategy of regional development of Zaporizhzhia region till 2020], pp. 15-18 [in Ukrainian].

9. Chayanov, A. V (1918) Priroda krest'yanskogo khozyaystva i zemel'nyy rezhim [The nature of the farm and land regime] [in Russian] [in Ukrainian].

10. Mishenin, Y., Valentynov, V., Maslak, O., Koblianska, I. (2017) Modern transformation in small-scale agricultural commodity production in Ukraine. *Marketing and management of innovation*, 4, pp. 358–366 [in Ukrainian].

11. Varchenko, O., Slynous, I., Grynchuk, Y. and at (2018). The strategy of developing agricultural supply chain in terms of food security in Ukraine. *International Journal of Supply Chain Management*, 7(5), pp. 657-666 [in Ukrainian].

УДК: 334.73; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-122-128

*Збарський В.К., д. е. н., професор
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Грибова Д.В., докторант
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного*

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ У ПРИМОРСЬКИХ РЕГІОНАХ СТЕПОВОЇ ЗОНИ УКРАЇНИ

Анотація. В статті досліджено теоретичні та прикладні аспекти розвитку туристичної галузі у приморських регіонах зони Степу України. Визначено основні проблеми ефективного функціонування регіонального туризму та сформульовано концептуальні засади забезпечення розвитку даного галузевого напрямку. Одними з базових принципів є багатокладність, диверсифікація та науково обґрунтована організація підприємницької діяльності.

Ключові слова: туризм, регіональний розвиток, концепція, зелена садиба, ресурсний потенціал.

JEL code classification: D 100, D 130, D 190

*Zbarsky V.K., Doctor of Economics, Professor
National University of Bioresources
and nature management of Ukraine
Gribova D.V., doctoral student
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University*

CONCEPTUAL PRINCIPLES OF PROVIDING THE DEVELOPMENT OF TOURISM SPHERE IN THE PRIMORSKY REGIONS OF THE STEPPEN ZONE OF UKRAINE

Abstract. Introduction. Under current conditions, it is especially important to ensure the development of the tourism industry as a factor to stimulate the socio-economic development of the regions, attract direct and indirect investments from domestic and foreign sources, etc. For the coastal regions of the steppe zone of Ukraine, the peculiarities of this process are the development of new sectorized directions (agrotourism) and the awareness of the need for proper infrastructure and information support as a guarantee of further competitive functioning of the economic entity. The purpose of this article is to develop a conceptual framework for a strategy to ensure the effective functioning of the tourism industry in the coastal regions of the steppe zone of Ukraine. Results. The results of the study proved the need to transform conceptual approaches to state regulation of regional tourism. The basic character of the concept of sustainable development as a methodological basis for the development of a state policy strategy in the field of regional tourism is substantiated. The concept of tourism development in the coastal regions of the steppe zone of Ukraine is formulated; its structural elements, tasks and projected results are defined. Conclusions. The importance of the development of tourist activity in the coastal regions of the steppe zone of Ukraine is substantiated. The necessity to optimize the strategic principles of state policy to ensure the effective functioning of this sectorized direction on the principles of multifaceted and diversification has been proved. The conceptual bases of tourism development in the coastal regions of the steppe zone of Ukraine are formulated, the starting potential of regional tourism development is analyzed, the main goals and ways of their achievement are determined. The necessity to create a proper system of information and human resources as an integral part of competitive functioning of business units engaged in the tourism business is substantiated.

Keywords: tourism, regional development, concept, green estate, resource potential.

Постановка проблеми. За сучасних умов набуває особливої актуальності забезпечення

розвитку туристичної галузі як фактору стимулювання соціально-економічного розвитку регіонів, залучення прямих та опосередкованих інвестицій з вітчизняних та закордонних джерел тощо. Для приморських регіонів степової зони України особливостями даного процесу є освоєння нових галузевих напрямків (агротуризм) та усвідомлення необхідності належного інфраструктурного та інформаційного забезпечення як запоруки подальшого конкурентоспроможного функціонування господарюючого суб'єкта.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика розвитку туризму як однієї з форм самореалізації селянських господарств знайшла своє відображення в працях Л.В. Забуранної, М.Й. Маліка, Я.М.Надворянка, Н.Є. Кудла та ін. Особливості державного регулювання сфери середнього та малого бізнесу розглядалися в роботах С.В. Кальченко, І.В. Коблянської, І.В. Свиноуса, О.В. Чаянова тощо. Разом із цим, на нашу думку, потребують подальшого вивчення питання, пов'язані із обґрунтуванням стратегії розвитку туристичної галузі як складової національної економіки.

Мета статті – розробка концептуальних основ стратегії забезпечення ефективного функціонування туристичної галузі в приморських регіонах степової зони України.

Основні результати дослідження. Методологічною основою були принципи сталого розвитку суспільства, згідно яких організація економічної діяльності та характер використання ресурсного потенціалу за теперішніх умов має враховувати інтереси майбутніх поколінь. Це є особливо актуальним відносно до сфери туризму, оскільки головним ресурсом у будь-якій формі надання даних послуг є природні ресурси, стан яких необхідно зберігати.

Структура концепції програми забезпечення регіонального розвитку туристичної діяльності обумовлюється соціально-економічним значенням галузевого напрямку, його місцем в процесі розбудови сільських територій.

Основні розділи Концепції представлені наступним чином.

1. Стартові умови та оцінка стану функціонування регіонального туризму.

2. Стратегічні цілі та пріоритети розвитку туристичної галузі.

3. Основні напрями реалізації стратегічних цілей.

4. Механізм реалізації концепції розвитку регіонального туризму.

В процесі формування першого розділу Концепції особливо важливе значення мають результати аналізу наявного інформаційного матеріалу. Головною метою програми є активізація процесу туристичного освоєння приморського регіону степової зони України.

Стартовий потенціал розвитку регіонального туризму можна структурувати наступним чином:

– ресурсний потенціал (соціально-культурний, природно-кліматичний, демографічний, економіко-регіональний);

– потенціал сприяння економічному розвитку (національно-культурний, виробничий, глобалізаційний, науково-інноваційний, інфраструктурний);

– потенціал сприяння соціальному розвитку (морально-психологічний, соціально-культурний, нормативно-правовий).

Аналізуючи сучасний стан та особливості функціонування туристичного бізнесу приморського регіону Запорізької, Донецької та Херсонської областей, слід відмітити наступні аспекти розвитку даної галузі.

1. Загальний високий рівень підприємницької активності обумовлений віддачею інвестиційних коштів при концентрації на розважальній спеціалізації туризму. В переважній більшості діяльність об'єктів передбачає надання клієнтам послуг в сфері активного відпочинку, розвиток санаторно-курортного напрямку є порівняно незначним.

2. Створення нових туристичних об'єктів не носить системного закономірного характеру. В різних випадках причинами є необхідність цільового освоєння фінансових коштів, неможливість інших форм використання майнових об'єктів та ін. Нагальною є проблема кадрового забезпечення туристичного бізнесу, як в плані менеджменту, так і на рівні виконавців специфічних функцій (аніматори, туристичні оператори екскурсоводи тощо).

3. Окремим перспективним напрямком є сільський туризм, принципи функціонування

якого недостатньо визначені у вітчизняному нормативно-правовому полі. Особисті селянські господарства, на базі яких можливо створювати зелені садиби як організаційно-економічну основу для подальшої туристичної діяльності, не є підприємницькими одиницями. Також стан сільського туризму практично не аналізується органами регіональної статистики, що відповідним чином впливає на можливість моніторингу даного галузевого напрямку та обґрунтування перспективних шляхів його подальшого розвитку.

4. Недостатній рівень співпраці регіональних і місцевих владних інститутів та представників туристичного бізнесу призводить до того, що даний галузевий напрямок представлено в програмі розвитку малого та середнього бізнесу лише на прикладі одиничних об'єктів. Запорукою успішної реалізації туристично-рекреаційного потенціалу приморського регіону степової зони України є наявність комплексу проектів, які передбачатимуть стимулювання диверсифікованого розвитку даного виду економічної діяльності в усіх організаційно-правових формах.

У другому розділі Концепції формуються стратегічні цілі та пріоритети забезпечення ефективного функціонування регіонального туризму. Цілі розвитку розглядаються як в якісному, так і в кількісному аспектах, що, в свою чергу, передбачає застосування комплексу орієнтирів, індикаторів та нормативів.

В межах поставленої мети планується забезпечення досягнення наступних цілей:

- стимулювання диверсифікованого розвитку туристичного бізнесу на базі сільських домогосподарств (аграрний туризм, етнотуризм, екотуризм тощо);
- створення системи інфраструктурного забезпечення розвитку регіонального туризму в сільській місцевості (транспорт, зв'язок тощо);
- надання належної інформаційно-

консультативної допомоги суб'єктам туристичного бізнесу щодо організації їхньої діяльності, враховуючи організаційно-правову та галузеву специфіку;

- забезпечення міжгосподарської співпраці суб'єктів регіонального туристичного бізнесу на системній основі із формуванням утворень кооперативного та кластерного типів;

- активна участь представників туристичного бізнесу в процесах розробки та реалізації регіональних програм сприяння розвитку малого та середнього підприємництва.

Визначеність цілей має бути узгодженою з науково обґрунтованими результатами аналізу які наведені у першому розділі. В якості головних цільових установок для розвитку туризму приморського регіону степової зони України розглядаються наступні:

1. Забезпечення високого рівня доходів осіб, зайнятих в сфері регіонального туризму як запоруки його подальшого розвитку, і цільовими показниками є показники життєдіяльності (дохід на 1 особу, тривалість життя та ін.), а цільовими нормативами - загальнодержавні та світові соціальні стандарти.

2. Забезпечення належних темпів зростання кількості туристичних об'єктів у приморському регіоні степової зони України, а також диверсифікації їхньої діяльності за умов підвищення рівня її конкурентоспроможності.

3. Забезпечення адаптації рівня якості надання туристичних послуг до загальноєвропейських стандартів (проживання, харчування, розваги та ін.).

4. Підвищення рівня кадрового забезпечення суб'єктів туристичного бізнесу (питома вага осіб із вищою, в т.ч. профільною освітою серед менеджменту господарюючого суб'єкта).

В рамках третього розділу виділяються наступні основні напрями реалізації стратегічних цілей, що визначає Концепція (табл.1).

Таблиця 1

Напрямки реалізації цілей Концепції розвитку туризму у приморських регіонах степової зони України *

Завдання	Потенційно можливі напрямки реалізації проєктів
Диверсифікація розвитку туристичного бізнесу на базі сільських домогосподарств	<ul style="list-style-type: none"> - розширення галузевої спеціалізації туристичних об'єктів; - сприяння багатокладному розвитку регіонального туризму; - стимулювання креативного використання наявного ресурсного потенціалу при обранні форми та напрямку туристичної діяльності;
Створення системи інформаційного забезпечення розвитку регіонального туризму в сільській місцевості	<ul style="list-style-type: none"> - сприяння процесу підвищення рівня кваліфікації працівників, зайнятих в сфері регіонального туризму, на базі інформаційно-консультаційних центрів; - підтримка практики обміну досвідом представників закордонних туристичних фірм на базі семінарів-тренінгів; - розробка типових моделей ведення туристичної діяльності для різних організаційно-правових та галузевих умов на базі регіональних бізнес-інкубаторів
Забезпечення міжгосподарської співпраці суб'єктів регіонального туристичного бізнесу	<ul style="list-style-type: none"> - стимулювання процесу формування інтеграційних утворень на базі суб'єктів туристичної діяльності за організаційно-правовою та галузевою ознаками; - сприяння організації на базі суб'єктів туристичного бізнесу об'єднань кооперативно-корпоративного типу, метою яких є надання своїм членам інформаційно-консультаційних та сервісних послуг; - стимулювання створення та функціонування міжгосподарських утворень за участю регіональних науково-навчальних центрів з метою забезпечення ефективної науково обґрунтованої економічної діяльності суб'єктів туристичного бізнесу
Активна участь представників туристичного бізнесу в процесах розробки та реалізації регіональних програм	<ul style="list-style-type: none"> - залучення представників регіонального туристичного бізнесу до участі в регіональних програмах розбудови сільських територій; - налагодження постійної взаємовигідної співпраці із представниками туристичного бізнесу в процесі розробки та реалізації регіональних програм розвитку малого та середнього підприємництва

*Дослідження автора

Механізми забезпечення реалізації Концепції являють собою цілеспрямовані дії організаційних структур на суб'єкти туристичної діяльності з метою досягнення намічених цілей.

Зокрема, на нашу думку, доцільним є здійснення наступних організаційних заходів:

- проведення моніторингу сучасного стану та особливостей функціонування суб'єктів туристичного бізнесу в регіоні, враховуючи організаційно-правову та галузеву диференціацію;

- здійснення оцінки перспектив розвитку туристичної галузі на принципах багатокладності та диверсифікації підприємницької активності;

- активізація процесу створення міжгосподарських об'єднань за участю регіональних науково-навчальних центрів з метою дослідження сучасних проблем вітчизняної туристичної галузі та підготовки кадрів для подальшої роботи в сфері туризму на Україні та за її межами;

- розробка та реалізація цільових регіональних програм, спрямованих на стимулювання розвитку сфери туризму на принципах багатокладності та багатогалузевості;

- популяризація сільського туризму як форми альтернативної самозайнятості для селянських господарств, враховуючи можливі негативні наслідки процесів лібералізації земельних відносин.

Очікувані результати:

- розвиток туристичного бізнесу регіону та суміжних галузей сфери послуг;

- розвиток інфраструктури регіону;
- розширення спектру туристичних послуг, покращення їхньої якості;
- збільшення кількості вітчизняних та закордонних туристів;

- підвищення рівня ефективності функціонування туристичної галузі в регіоні;

- збільшення обсягів інвестицій в економіку регіону;

- уповільнення темпів депопуляції в системі сільських територій.

Розглядаючи перспективи практичної реалізації Концепції регіонального розвитку туристичної діяльності, нами розглядаються наступні сценарії (табл.2). Зокрема планується, що в результаті активної співпраці суб'єктів туристичного бізнесу із представниками регіональних науково-навчальних центрів суттєво зросте кваліфікаційний рівень менеджменту господарюючих одиниць, причому за рахунок профільності наданих освітніх послуг.

Ще одним суттєвим резервом розвитку туристичного бізнесу в регіоні є активізація процесу розбудови мережі зелених садиб. Попит на даний вид туристичних послуг серед місцевого населення та приїжджих туристів є досить стабільним і продовжує зростати. Прогнозується, що за умови формування належної системи інформаційно-консультативного забезпечення, а також створення типових моделей садибних комплексів питома вага даного виду туристичних послуг в загальній структурі буде підвищуватися.

Таблиця 2

Сценарії реалізації Концепції розвитку туризму у приморських регіонах степової зони України*

Найменування показників	Сценарії		
	Оптимістичний	Реалістичний	Песимістичний
Питома вага зелених садиб в загальній структурі туристичних послуг, %	35	22	6
Питома вага туристичних послуг в діяльності селянських господарств, %	20	10	5
Рівень рентабельності (збитковості) туристичного бізнесу, %	90	65	25
Питома вага сільського населення в загальній кількості працівників туристичного бізнесу, %	70	50	35
Рівень безробіття сільського населення, %	15	30	50
Доля осіб з вищою освітою серед керівників туристичних об'єктів, %	75	50	20
в. т.ч. з профільною вищою освітою, %	50	25	10

*Дослідження автора

Таким чином в основі стратегії ефективного розвитку туризму в системі приморських регіонів зони Степу України, на нашу думку, мають закладатися принципи концепції сталого розвитку суспільства, забезпечення розбудови сільських територій як інфраструктурної та ресурсної бази даного процесу. Специфіка організації туристичного бізнесу, широкий спектр послуг обумовлюють його багатокладний та диверсифікований характер, що, в свою чергу, сприятиме підвищенню рівня зайнятості місцевого населення та уповільненню депопуляції на селі.

Невід'ємною складовою конкурентоспроможного функціонування туристичних об'єктів є науково обґрунтована організація господарської діяльності, адекватна оцінка наявного ресурсного потенціалу, ефективності його використання, а також планування перспектив подальшого розвитку. За цих умов набуває особливої значущості забезпе-

чення ефективної співпраці представників туристичного бізнесу із регіональними науково-навчальними центрами.

Висновки. В роботі обґрунтовано важливість розвитку туристичної діяльності в приморських регіонах степової зони України. Доведено необхідність оптимізації стратегічних засад державної політики забезпечення ефективного функціонування даного галузевого напрямку на принципах багатокладності та диверсифікації. Сформульовано концептуальні основи розвитку туризму у приморських регіонах степової зони України, проаналізовано стартовий потенціал розвитку регіонального туризму, визначено основні цілі та шляхи їх досягнення. Обґрунтовано необхідність створення належної системи інформаційного та кадрового забезпечення як невід'ємних складових конкурентоспроможного функціонування підприємницьких одиниць, зайнятих в туристичному бізнесі.

Список літератури:

1. Забуранна Л.В. Зарубіжний досвід розвитку сільського зеленого туризму. Економіка АПК. 2011. № 6. С.178-183.
2. Забуранна Л.В. Сільський аграрний туризм як чинник розвитку сільських територій. Економіка АПК. 2010. № 8. С.100-106.

3. Закон України «Про особисте селянське господарство» № 742 від 15.05.2003р. URL: <http://konesh.ru/zakon-ukrayini-pro-osobiste-selyanseke-gospodarstvo-stranica-4.html> (дата звернення 4.09.2019).
4. Кудла Н.Є. Шляхи підвищення якості сільського туризму. Економіка АПК. 2012. № 5. С.116-122.
5. Малік М.І. Забуранна Л.В. Сільський аграрний туризм як чинник розвитку сільських територій. Економіка АПК. 2012. № 5. С.110-115.
6. Надворняк Я.М. Тенденції розвитку економіки туризму Івано-Франківської області. Економіка АПК. 2012. № 1. С.84-89.
7. Чаянов А.В. Природа крестьянского хозяйства и земельный режим. Труды Всерос. съезда Лиги аграрных реформ. 1918. М. С.4-5.
8. Kalchenko, S. (2013) Current development prospects of farm households. *Actual Problems of Economics*. 12 (150), 147-152
9. Mishenin, Y., Valentynov, V., Maslak, O., Koblianska, I. (2017) Modern transformation in small-scale agricultural commodity production in Ukraine. *Marketing and management of innovation*, 4, 358–366.
10. Varchenko, O., Svynous, I., Grynchuk, Y. and at (2018). The strategy of developing agricultural supply chain in terms of food security in Ukraine. *International Journal of Supply Chain Management*. 7(5). 657-666.

References:

1. Zaburanna, L.V. (2011) Zarubizhnyy dosvid rozvytku sil's'koho zelenoho turyzmu [Foreign experience in the development of rural green tourism]. *APK economy*, № 6, pp. 178-183 [in Ukrainian].
2. Zaburanna, L.V. (2010) Sil's'kyy ahrarnyy turyzm yak chynnyk rozvytku sil's'kyy terytoriy [Rural agricultural tourism as a factor in the development of rural territories]. *APK economy*, № 8, p. 100-106 [in Ukrainian].
3. Zakon Ukrayiny «Pro osobyste selyans'ke hospodarstvo» [The Law of Ukraine "On Personal Peasant Farming"] (2003), № 742. Available at: <http://konesh.ru/zakon-ukrayini-pro-osobiste-selyanseke-gospodarstvo-stranica-4.html> (accessed 4 September 2019) [in Ukrainian].
4. Kudla, N.E. (2012). Shlyakhy pidvyshchennya yakosti sil's'koho turyzmu [Ways to improve the quality of rural tourism] *APK economy*, № 5, pp. 115-122 [in Ukrainian].
5. Malik M.Y. Zaburna L.V. (2012). Sil's'kyy ahrarnyy turyzm yak chynnyk rozvytku sil's'kyy terytoriy [Rural agricultural tourism as a factor in the development of rural territories]. *APK economy*, № 1, pp. 84-89 [in Ukrainian].
6. Nadvornyyak, Ya.M. (2012) Tendentsiyi rozvytku ekonomiky turyzmu Ivano-Frankivs'koyi oblasti [Trends in tourism economy development in Ivano-Frankivsk region]. *APK economy*, № 1, pp. 84-89 [in Ukrainian].
7. Chayanov, A. V (1918) Priroda krest'yanskogo khozyaystva i zemel'nyy rezhim [The nature of the farm and land regime] [in Russian].
8. Kalchenko, S. (2013) Current development prospects of farm households. *Actual Problems of Economic*, 12 (150), pp. 147-152 [in Ukrainian].
9. Mishenin, Y., Valentynov, V., Maslak, O., Koblianska, I. (2017) Modern transformation in small-scale agricultural commodity production in Ukraine. *Marketing and management of innovation*, 4, pp. 358–366 [in Ukrainian].
10. Varchenko, O., Svynous, I., Grynchuk, Y. and at (2018). The strategy of developing agricultural supply chain in terms of food security in Ukraine. *International Journal of Supply Chain Management*, 7(5), pp. 657-666 [in Ukrainian].

УДК: 351.439.02; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-129-137

Ковальова О. В.

к.е.н., старший науковий співробітник

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», м. Київ

helen_kovaliova@ukr.net

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ СТРУКТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Анотація. Мета дослідження – проведення економічного аналізу формування продовольчої безпеки України в умовах структурних трансформацій. Проаналізовано ресурсну базу формування продовольчої безпеки. Зроблені висновки про рівень самозабезпеченості України основними видами продовольства, калорійність і структуру харчування, споживання більшості мікро- та мікроелементів. Запропоновано напрями подальших досліджень та конкретних дій щодо стимулювання виробництва та просування продукції з підвищеним вмістом на одиницю корисних речовин.

Ключові слова: продовольча безпека, структурна трансформація, рівень самозабезпеченості видами продовольства, коефіцієнт імпортозалежності, структура харчування, товарна ємність аграрного ринку

JEL code classification: O13, P11, Q18

Kovalova O.V.

PhD, Senior Researcher

National Science Center "Institute of Agrarian Economy", Kyiv

ECONOMIC ANALYSIS OF THE PROVISION OF NATIONAL FOOD SAFETY IN THE CONDITIONS OF STRUCTURAL TRANSFORMATION

Abstract. The purpose of the study is to conduct an economic analysis of the formation of Ukraine's food security in the context of structural transformations.

The analysis of agricultural production as a resource base for the formation of food security of the country is analyzed. Conclusions have been made about the transformation of the structure of agricultural production towards a large commodity producer by individual industries. The positive impulse to increase production efficiency of agricultural production, increase of quality of manufactured products, increase of commodity capacity of agricultural market is emphasized.

It is proved that the level of self-sufficiency of Ukraine by the main types of food is sufficient. There is an increase in production of crop production. The livestock industry is showing a downturn. Structural reorientation of production potential, coupled with changes in purchasing power, has a direct impact on changing the paradigm of food consumption in Ukraine's population. There is a tendency to increase the calorie content as well as the consumption of most micro- and microelements. At the same time, the structure of nutrition is still far from rational.

Due to the inclusion in the concept of food system of positions of rationality and structure of nutrition, the general conclusion was made about the necessity of further research and introduction of concrete actions for stimulating production and promotion of products with high content per unit of useful substances, products of animal husbandry, horticulture and berry, fisheries and aquaculture.

Key words: food security, structural transformation, level of self-sufficiency by types of food, coefficient of import dependence, structure of nutrition, commodity capacity of agricultural market

Постановка проблеми. Агропромисловий комплекс має величезне значення і є однією з пріоритетних і життєво важливих галузей економіки, перш за все, в забезпеченні продовольчої безпеки країни. Україна є однією з небагатьох країн Європи, аграрне виробництво якої в повному обсязі здатне задовольнити внутрішній попит практично на всі види продовольчих товарів. Величезний потенціал та конкурентні переваги агропромислового сектору економіки України, які не мають аналогів у Європі, дають підстави вести мову про безумовні перспективи економічного зростання, підвищення національного добробуту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблеми формування продовольчої безпеки є актуальними, у тому чи іншому контексті представлені у працях вітчизняних науковців П.І. Гайдуцького [1], В.Г. Андрійчука [2], Н. Вдовенко [3], І.Г. Кириленка [4], Ю.М. Лопатинського [5], Ю.О. Лупенка [6], П.М. Макаренка [7], Т.О. Осташко [8], О.О. Прутської [9], О.В. Собкевич [10], П.Т. Саблука [11] та інших, а також іноземних дослідників Безу С. [17], Бейліс К. [16, 18], Ленца Е.С. [18], Майкельсона Н. [18], Ногейри Л. [16], Пена-Левано Л.М. [19], Тайнера У.Э. [19], Тахерипура Ф. [19], Фан Л. [16], Холдена С.Т. [17], Чжоу Ю. [18] та інших. Переважають оцінки з точки зору моделей сталого розвитку економіки і аграрного сектору, ми ж вважаємо за необхідне здійснити структурний аналіз чинників формування продовольчої безпеки.

Метою дослідження є проведення економічного аналізу формування продовольчої безпеки України в умовах структурних трансформацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. За роки ринкових трансформацій агропромисловий сектор зазнав значних змін за активізації ряду структурних драйверів економічного зростання, серед яких експорт сільськогосподарської продукції виявився значимим. Беручи до уваги галузі агропродовольчого (агропромислового) сектору, а це: сільське господарство; заготівля, зберігання, транспортування, переробка й реалізація сільськогосподарської сировини та виготовлених із неї харчових продуктів, зрос-

тання та конкурентність в глобальному вимірі здебільшого властива (з позицій обсягу валютної виручки) першій його складовій. Друга складова має окремі одиничні виключення (наприклад, олія, м'ясо птиці).

Економічні оцінки показали національні особливості формування продовольчої безпеки. Зокрема, тривалий період основним виробником сільськогосподарської продукції були господарства населення. Проти вже у 2011 році сільськогосподарські підприємства вперше за останні 15 років вийшли на лідируючі позиції, забезпечивши 52,0% валової продукції сільського господарства України. Дане зростання було зумовлене не тільки приростом в сегменті продукції рослинництва, але також значний прогрес структурно був відзначений і в сегменті продукції тваринництва. Якщо раніше частка сільськогосподарських підприємств у виробництві продукції тваринництва становила близько 20-25%, то в 2011 р вона склала вже 40,6%. Змінюється також і середній розмір суб'єктів господарювання. Трансформація структури сільськогосподарського виробництва в сторону велико-товарного виробника за окремими галузями є до певної межі позитивним імпульсом не тільки до збільшення виробничої ефективності аграрного виробництва, а й також веде до підвищення якості виробленої продукції поряд зі збільшенням товарної ємності аграрного ринку.

Ресурсну базу для формування продовольчої безпеки складає виробництво сільськогосподарської продукції, яке в останні роки значно змінилося за обсягами і за продуктовою структурою. Починаючи з кінця 90-х років ХХ ст., коли розпочалася активна трансформація колективних сільськогосподарських підприємств у формування ринкового типу, відповідно до кон'юнктури ринкового попиту на сільськогосподарські культури почала кардинально змінюватися структура їх виробництва (табл. 1).

Спостерігаємо нарощування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, але переважно в рослинництві – тваринницька галузь демонструє спад. Подібна структурна переорієнтація виробничого потенціалу наряду з зміною купівельної спроможності мала прямий вплив на зміну парадигми спо-

живання харчових продуктів населенням України.

Таблиця 1

Зміни у розвитку сільськогосподарського виробництва в Україні*

Показники	Значення показників по роках								
	2001	2005	2005 +, - до 2001	2010	2010 +, - до 2001	2015	2015 +, - до 2001	2016	2016 +, - до 2001
Виробництво сільськогосподарських культур, тис. тонн									
Культури зерно- ві та зернобобо- ві	39706	38016	-1691	39271	-435	60126	20420	66088	26382
Буряк цукровий фабричний	15575	15468	-107	13749	-1825	10331	-5244	14011	-1563
Соняшник	2251	4706	2456	6772	4521	11181	8931	13627	11376
Картопля	17344	19462	2119	18705	1361	20839	3496	21750	4407
Культури ово- чеві	5907	7295	1388	8122	2216	9214	3307	9415	3508
Культури пло- дові та ягідні	1106	1690	584	1747	640	2153	1047	2007	901
Виробництво продукції тваринництва, за видами									
М'ясо (у забій- ній масі), тис. тонн	1517	1597	-1804	2059	-1342	2323	-1078	2324	-1077
Молоко, тис. тонн	13444	13714	-5399	11249	-7865	10615	-8498	10382	-8732
Яйця, млн шт	9668	13046	-450	17052	3556	16783	3287	15100	1604
Вовна, тонн	3266	3195	-19885	4192	-18888	2270	-20810	2072	-21008
Мед, тонн	60043	71462	14351	70873	13762	63615	6504	59294	2183

*Сформовано та розраховано за даними Державної служби статистики України.

Ще у 2000 році раціон характеризувався ознаками висококалорійної вуглеводистої дієти, споживання хлібних продуктів та цукру спостерігались на значному рівні – 124,9 кг/особу/рік та 36,8 кг/особу/рік. Вже у 2018 році дані показники зменшились на 20,3% та

19,0%. Натомість зросло споживання м'яса та м'ясних продуктів на 61,0%, яєць – на 65,7%, овочів – на 61,2%, плодів та ягід – на 97,3%. Тобто спостерігається якісна зміна раціону споживання населення України (табл. 2).

Таблиця 2

Споживання основних продуктів харчування, кг/особу/рік*

	2000	2005	2010	2014	2015	2016	2017	2018
М'ясо та м'ясні продукти вкл. субпродукти і жир- сирець	32,8	39,1	52,0	54,1	50,9	51,4	51,7	52,8
Молоко та молочні продук- ти	199,1	225,6	206,4	222,8	209,9	209,5	200,0	197,7
Яйця, шт	166	238	290	310	280	267	273	275
Хлібні продукти (хліб та макаронні вироби у перерахунку на борош- но; крупи, борошно, бобові)	124,9	123,5	111,3	108,5	103,2	101,0	100,8	99,5
Картопля	135,4	135,6	128,9	141,0	137,5	139,8	143,4	139,4
Овочі та баштанні продо- вольчі культури	101,7	120,2	143,5	163,2	160,8	163,7	159,7	163,9
Плоди, ягоди та виноград (без переробки на вино)	29,3	37,1	48,0	52,3	50,9	49,7	52,8	57,8
Риба та рибні продукти	8,4	14,4	14,5	11,1	8,6	9,6	10,8	11,8
Цукор	36,8	38,1	37,1	36,3	35,7	33,3	30,4	29,8
Олія	9,4	13,5	14,8	13,1	12,3	11,7	11,7	11,9

*Сформовано та розраховано за даними Державної служби статистики України.

Аналіз свідчить, що структурні трансформації в аграрному секторі України в цілому не мали негативного впливу на продовольчу безпеку країни – за виключенням тваринни-

цького напрямку. Рівень самозабезпеченості України основними видами продовольства (рис. 1) достатній.

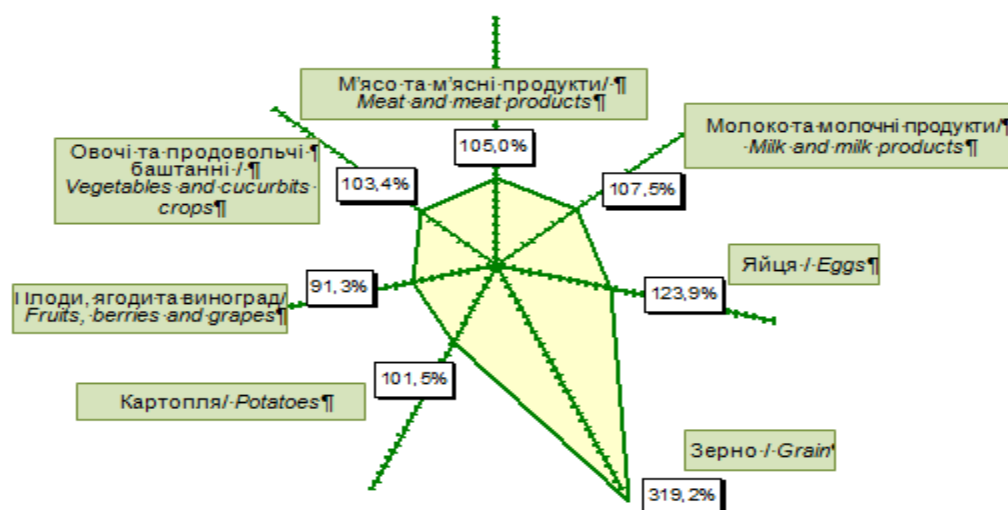


Рис 1. Рівень самозабезпеченості основними видами продовольства у 2018 році, виробництво до внутрішнього використання на території України*

* за даними Державної служби статистики України.

Спостерігається тенденція до збільшення калорійності, так і споживання більшості мікро- та мікроелементів (табл. 3). При цьому

сама структура харчування досі залишається далекою від раціональної.

Таблиця 3

Середньодобове споживання населенням основних мікро- та макроелементів у складі продуктів харчування*

	2000	2005	2010	2014	2015	2016	2017	2018
Калорійність, ккал	2661	2916	2933	2939	2799	2742	2707	2706
Протеїн, г	78,6	86,0	87,5	89,2	84,3	84,1	84,3	84,3
Жири, г	71,7	89,7	99,2	97,9	92,0	90,5	89,9	90,8
Кальцій, мг	825	927	893	953	904	901	874	872
Залізо, мг	19,4	20,5	20,5	21,1	20,2	20,1	20,2	20,2
Ретинол, мкг	1004	1156	1088	1164	1093	1086	1044	1034
Еквівалент бета-каротину, мкг	1472	1735	2035	2300	2260	2298	2241	2297
Еквівалент ретинолу і бета-каротину (RET+ 1/6 В-CARQ), мкг	1249	1446	1427	1549	1470	1470	1419	1418
Тіамін, мг	1,81	1,90	1,88	1,92	1,83	1,81	1,81	1,80
Рибофлавін, мг	2,27	2,51	2,55	2,70	2,56	2,55	2,49	2,60
Ніацин, мг	16,8	17,9	18,8	19,2	18,4	18,6	18,6	18,6
Аскорбінова кислота, мг	100	111	121	133	130	132	133	136

*Сформовано за даними Державної служби статистики України.

Аналіз продовольчої ситуації в країні відповідно до міжнародної методології Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО), яка оперує показниками IDR (import dependency ratio) і SSR (self-sufficiency ratio) [15] де IDR – коефіцієнт імпортозалежності, дає розуміння того, скільки з наявних внутрішніх ресурсів імпортується, а скільки виходить від власного виробництва. Якщо значення IDR дорівнює 100-м, то це означає, що 100% поставок даного товару в країні залежать від імпорту. SSR – коефіцієнт самозабезпеченості, дає оцінки самозабезпеченості провадження стосовно внутрішнього використання. Якщо значення SSR дорівнює 100-м, то це означає, що 100% поставок в країні припадають на місцеве виробництво. В контексті продовольчої безпеки SSR

часто розглядають як ступінь, в якій країна покладається на вітчизняне виробництво. Чим більше коефіцієнт, тим вище самозабезпеченість. По більшості видів продовольства показник самозабезпеченості – вище 100%. Навіть за такими імпортозалежними продуктами, як плоди, ягоди та виноград показник самозабезпеченості – не нижче 80% (розрахунки проводились не до рівня науково обґрунтованих норм, а до рівня споживання – за купівельною спроможністю населення, що не виключає необхідності зміни структури споживання харчових продуктів до більш збалансованої). Балансові показники (табл. 4) і динаміка показників за основними харчовими продуктами (табл. 5) в основному задовільні.

Таблиця 4

Балансові показники основних харчових продуктів, тис. т

Вид продукції		2000	2005	2010	2014	2015	2016	2017	2018
м'ясо та м'ясні продукти	Виробництво	1663	1597	2059	2360	2323	2324	2318	2355
	Імпорт	38	325	378	201	158	182	233	283
	Експорт	163	82	48	218	245	303	351	399
молоко та молочні продукти	Виробництво	12658	13714	11249	11133	10615	10382	10281	10064
	Імпорт	50	112	273	357	78	105	132	180
	Експорт	1100	1901	956	527	464	434	835	807
яйця	Виробництво	508	753	985	1131	969	872	896	932
	Імпорт	2	5	7	7	11	5	7	4
	Експорт	0	1	75	147	126	112	155	186
зернові і зернобобові культури	Виробництво	24459	38016	39271	63859	60126	66088	61917	70057
	Імпорт	1010	226	175	263	190	240	255	280
	Експорт	1330	12650	14239	33423	38338	41451	42499	42940
картопля	Виробництво	19838	19462	18705	23693	20839	21751	22208	22504
	Імпорт	11	5	30	40	17	27	24	28
	Експорт	1	6	8	17	15	5	18	22
овочі та баштанні продовольчі культури	Виробництво	6195	7606	8873	10323	9792	9998	9721	9940
	Імпорт	29	100	311	225	95	136	129	188
	Експорт	30	150	335	294	212	224	444	434
плоди, ягоди і виноград	Виробництво	1966	2133	2154	2435	2539	2385	2458	3039
	Імпорт	179	860	1130	856	588	732	819	878
	Експорт	88	305	353	350	324	283	291	331
цукор	Виробництво		2139	1805	2053	1459	2021	2043	1754
	Імпорт		177	90	7	4	5	7	3
	Експорт		154	65	40	153	505	617	594
олії	Виробництво		1437	3101	4926	4581	5409	6277	6243
	Імпорт		264	319	223	160	219	239	259
	Експорт		900	2850	4578	4253	5104	5988	5986

*Сформовано та розраховано за даними Державної служби статистики України.

Таблиця 5

Динаміка показників продовольчої безпеки за основними харчовими продуктами, %

Вид продукції	Показник, %	2000	2005	2010	2014	2015	2016	2017	2018
м'ясо та м'ясні продукти	коефіцієнт імпортозалежності	2,5	17,7	15,8	8,6	7,1	8,3	10,6	12,6
	коефіцієнт самозабезпеченості	108,1	86,8	86,2	100,7	103,9	105,5	105,4	105,2
молоко та молочні продукти	коефіцієнт імпортозалежності	0,4	0,9	2,6	3,3	0,8	1,0	1,4	1,9
	коефіцієнт самозабезпеченості	109,0	115,0	106,5	101,6	103,8	103,3	107,3	106,6
яйця	коефіцієнт імпортозалежності	0,4	0,7	0,8	0,7	1,3	0,7	0,9	0,5
	коефіцієнт самозабезпеченості	99,6	99,5	107,4	114,1	113,5	114,0	119,8	124,3
зернові і зернобобові культури	коефіцієнт імпортозалежності	4,2	0,9	0,7	0,9	0,9	1,0	1,3	1,0
	коефіцієнт самозабезпеченості	101,3	148,5	155,8	208,0	273,6	265,7	314,7	255,7
картопля	коефіцієнт імпортозалежності	0,1	0,0	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
	коефіцієнт самозабезпеченості	99,9	100,0	99,9	99,9	100,0	99,9	100,0	100,0
овочі та баштанні продовольчі культури	коефіцієнт імпортозалежності	0,5	1,3	3,5	2,2	1,0	1,4	1,4	1,9
	коефіцієнт самозабезпеченості	100,0	100,7	100,3	100,7	101,2	100,9	103,3	102,5
плоди, ягоди і виноград	коефіцієнт імпортозалежності	8,7	32,0	38,6	29,1	21,0	25,8	27,4	24,5
	коефіцієнт самозабезпеченості	95,6	79,4	73,5	82,8	90,6	84,2	82,3	84,7
цукор	коефіцієнт імпортозалежності		8,2	4,9	0,3	0,3	0,3	0,5	0,3
	коефіцієнт самозабезпеченості		98,9	98,6	101,6	111,4	132,9	142,6	150,8
олії	коефіцієнт імпортозалежності		33,0	56,0	39,1	32,8	41,8	45,3	50,2
	коефіцієнт самозабезпеченості		179,4	544,0	862,7	938,7	1 032,3	1 188,8	1 209,9

*Сформовано та розраховано за даними Державної служби статистики України.

Висновки. Україна є однією з країн світу, аграрне виробництво якої в повному обсязі здатне задовольнити внутрішній попит практично на всі види продовольчих товарів. Показники забезпечення продовольчої безпеки в Україні по більшості харчових продуктів є задовільними. Проте, з огляду на тренд зміни концепції трактування поняття продовольчої безпеки до його розширення до поняття про-

довольчої системи за рахунок включення позицій раціональності харчування, його структури, що вимагає подальших досліджень та запровадження конкретних дій щодо стимулювання виробництва та просування продукції з підвищеним вмістом на одиницю корисних речовин (так звані «супер фуд»), продукції тваринництва, садівництва та ягідництва, рибництва та аквакультури.

Список літератури:

1. Аграрна реформа в Україні / П.І. Гайдуцький, П.Т. Саблук, Ю.О. Лупенко та ін. ; за ред. П.І. Гайдуцького. - Київ: ННЦ ІАЕ, 2005. - 424 с.
2. Андрійчук В.Г. Агропромислові формування нового типу в контексті стратегії розвитку вітчизняного сільського господарства. / В.Г. Андрійчук // Економіка АПК. - 2013. - № 1. - С. 3–15.
3. Вдовенко Н.М. Глобальні пріоритети сталого виробництва сільськогосподарської продукції. / Н.М. Вдовенко // Innovative solutions in modern science. - 2016. - № 4 (4). - С. 3–17.
4. Кириленко І.Г. Аграрна реформа в Україні: надбання, проблеми. / І.Г. Кириленко // Економіка АПК - 2005. - № 5. - С. 8–14.
5. Лопатинський Ю.М. Трансформація аграрного сектора: інституціональні засади. / Ю.М. Лопатинський. - Чернівці : Рута, 2006. - 344 с.
6. Лупенко Ю.О. Теоретико-методологічні аспекти управління продуктивністю аграрного виробництва. / Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Вітвіцький В.В. - Київ : ННЦ «ІАЕ», 2017. - 92 с.
7. Макаренко П.М. Моделі аграрної економіки. / П.М. Макаренко. - Київ: ННЦ ІАЕ, 2005. - 682 с.
8. Осташко Т.О. Аграрні трансформації в перехідних економіках: перспективи для України / Т. О. Осташко // Економіка і прогнозування. - 2003. - № 1. - С. 59–69.
9. Прутська О.О. Сільське господарство США: висновки для України : монографія. / О.О. Прутська. - Вінниця : ТОВ «Фірма Планер», 2012. - 160 с.
10. Ресурсний потенціал аграрної сфери: проблеми та завдання ефективного використання : аналіт. доп. / О.В. Собкевич, В.М. Русан, А.Д. Юрченко, О.В. Ковальова та ін. - Київ : НІСД, 2013. - 76 с.
11. Саблук П.Т. Нова економічна парадигма формування стратегії національної продовольчої безпеки України у XXI столітті. / П.Т. Саблук // Економіка АПК. - 2001. - № 4. - С. 13–19.
12. Соціоекономічна модернізація аграрного сектора України (концептуальні положення) / В. Геєць, В. Юрчишин, О. Бородіна, І. Прокопа. // Економіка України. - 2011. - № 12. - С. 4–14.
13. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка. 2-е вид., переробл. і доповн. – Київ : ННЦ ІАЕ, 2012. - 218 с.
14. Україна 2030: Доктрина збалансованого розвитку. - Львів: Кальварія, 2017. - 168 с.
15. FAO Statistical Pocket Book [Online] – Available at: <http://www.fao.org/3/i2493e/i2493e06.pdf>.
16. Baylis K. Agricultural Market Liberalization and Household Food Security in Rural China / Baylis K., Fan L., Nogueira L. // American Journal of Agricultural Economics. – 2019. – Vol. 101, Is. 1. – Pp. 250-269.
17. Holden S.T. Exchange asymmetries in productive assets: Tools, fertilizer or cash? / Holden S.T., Bezu S. // World Development. – 2019. – Vol. 115. – Pp. 269-278.
18. Lentz E.C. A Data-Driven Approach Improves Food Insecurity Crisis Prediction / Lentz E.C., Michelson H., Baylis K., Zhou Y. // World Development. – 2019. – Vol. 122. – Pp. 399-409.
19. Pena-Levano L.M. Climate Change Interactions with Agriculture, Forestry Sequestration, and Food Security / Pena-Levano L.M., Taheripour F., Tyner W.E. // Environmental & Resource Economics/ - 2019. - Vol. 74, Is. 2. – Pp. 653-675.

References:

1. Hajduts'kyj P.I., Sabluk, P.T. & Lupenko, Yu.O. (2005). Ahrarna reforma v Ukraini. Kyiv: NNTs IAE [in Ukrainian].
2. Andriychuk, V.H. (2013). Agro-industrial formation of a new type in the context of the strategy of development of domestic agriculture. *Ekonomika APK*, 1, 3-15 [in Ukrainian].
3. Vdovenko, N.M. (2016). Global priorities for sustainable agricultural production. *Innovative solutions in modern science*, 4(4), 3-17 [in Ukrainian].
4. Kyrylenko, I.H. (2005). Agrarian reform in Ukraine: property, problems. *Ekonomika APK*, 5, 8-14 [in Ukrainian].
5. Lopatyns'kyj, Yu.M. (2006). Transformatsiia ahrarnoho sektora: instytutsional'ni zasady. *Chernivtsi : Ruta* [in Ukrainian].
6. Lupenko, Yu.O., Malik, M.J. & Vitvits'kyj, V.V. (2017). Teoretyko-metodolohichni aspekty upravlinnia produktyvnistiu ahrarnoho vyrobnytstva. Kyiv: NNTs IAE [in Ukrainian].
7. Makarenko, P.M. (2005). Modeli ahrarnoi ekonomiky. Kyiv: NNTs IAE [in Ukrainian].
8. Ostashko, T.O. (2003). Agrarian Transformations in Transition Economies: Prospects for Ukraine. *Ekonomika i prohnozuvannia*, 1, 59-69 [in Ukrainian].

9. Pruts'ka, O.O. (2012). Sil's'ke gospodarstvo SShA: vysnovky dlia Ukrainy. *Vinnytsia : TOV "Firma Planer"* [in Ukrainian].
10. Sobkevych, O.V., Rusan, V.M., Yurchenko, A.D. & Koval'ova, O.V. (2013). Resursnyj potentsial ahrarnoi sfery: problemy ta zavdannia efektyvnoho vykorystannia. Kyiv : NISD [in Ukrainian].
11. Sabluk, P.T. (2001). A new economic paradigm for shaping Ukraine's national food security strategy in the 21st century. *Ekonomika APK*, 4, 13-19 [in Ukrainian].
12. Heiets', V., Yurchyshyn, V., Borodina, O. & Prokopa, I. (2011). Socio-economic modernization of the agrarian sector of Ukraine (conceptual provisions). *Ekonomika Ukrainy*, 12, 4-14 [in Ukrainian].
13. Lupenko, Yu.O. & Mesel'-Veseliak, V.Ya. (2012). Stratehichni napriamy rozvytku sil's'koho gospodarstva Ukrainy na period do 2020 roku. Kyiv: *NNTs IAE* [in Ukrainian].
14. Ukraina 2030: Doktryna zbalansovanoho rozvytku. (2017). *L'viv: Kal'variia* [in Ukrainian].
15. FAO Statistical Pocket Book. Available at: <http://www.fao.org/3/i2493e/i2493e06.pdf>.
16. Baylis, K., Fan, L. & Nogueira L. (2019). Agricultural Market Liberalization and Household Food Security in Rural China. *American Journal of Agricultural Economics*, 101(1), 250-269. [in United Kingdom].
17. Holden, S.T. & Bezu, S. (2019). Exchange asymmetries in productive assets: Tools, fertilizer or cash? *World Development*, 115, 269-278. [in USA].
18. Lentz, E.C., Michelson, H., Baylis, K., & Zhou, Y.A (2019). Data-Driven Approach Improves Food Insecurity Crisis Prediction. *World Development*, 122, 399-409. [in USA].
19. Pena-Levano, L.M., Taheripour, F. & Tyner, W.E. (2019). Climate Change Interactions with Agriculture, Forestry Sequestration, and Food Security. *Environmental & Resource Economics*, 74(2), 653-675. [in Germany].

УДК: 351:68:002.8; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-138-145

Ортіна Г.В.,

доктор наук з державного управління, доцент
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

КОНСТРУКТИВНА ВЗАЄМОДІЯ БІЗНЕСУ ТА СТРУКТУР ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ ЯК ОСНОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню проблем взаємодії суб'єктів реального сектору економіки. Розглянуто проблеми міжгалузевих економічних зв'язків, як «мезоекономіки» які відіграють роль сполучної ланки між макроекономікою і мікроекономікою. Доведено, що взаємодія суб'єктів економічної діяльності має вигляд комплексу взаємопов'язаних заходів, спрямованих на встановлення найбільш всебічної та ефективної узгодженості дій суб'єктів господарювання, органів державної влади, органів місцевого самоврядування та фінансових структур. Визначено та обгрунтовано пріоритетні напрями реалізації антикризової стратегії реального сектору економіки за умов глобалізації.

Ключові слова: економічні суб'єкти, стейкхолдери, антикризова стратегія, державна політика, фактори виробництва, глобалізація.

JEL code classification: H32, H39

Ortina G.V.,

Doctor of Science in Public Administration,
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

STRUCTURAL INTERACTION OF BUSINESS AND GOVERNMENT AUTHORITY STRUCTURE AS THE BASIS OF THE REAL ECONOMY FUNCTION

Abstract. In today's context, the importance of interaction between economic agents is increasing dramatically. The emergence of qualitatively new industries, increasing the differentiation and specialization of individual industries, the development of small businesses, the deepening of the international division of labor - all this leads to the search for new ways to improve the effectiveness of interaction between economic agents

This article focuses on the interaction problems research of the real economy agents. The problems of inter-sectoral linkages are reviewed. These problems play the role of a link between macroeconomics and microeconomics. It is proved that interaction of subjects of economic activity is a complex of interrelated measures aimed at establishing the most comprehensive and effective coherence of the actions of economic entities, state authorities, local governments and financial institutions. The priority directions of implementation of the anti-crisis strategy of the real economy in the conditions of globalization are determined and grounded. It has been established that the anti-crisis strategy is a product of the joint work of stakeholders on the basis of common values, a coherent assessment of the threats to economic security, and the awareness of mutually acceptable interests.

The new anti-crisis strategy, at its core, contains values different from the traditional pre-crisis development strategy. The main value of a traditional anti-crisis strategy is to maintain stability, a new one is change, to monitor crisis processes and to implement a system of anti-crisis management measures. At the same time, it is obvious that in a situation where a large part of society is interested in maintaining stability and is not ready for real changes, which are always crisis-oriented, the implementation of a new anti-crisis strategy in the real sector of the economy will depend on how much they share these values are its main agents - public authorities, business, society and, based on this, whether they can mobilize their resources.

Keywords: economic agents, stakeholder, anti-crisis strategy, public policy, factors of production, globalization.

Постановка проблеми. У сучасних умовах значення взаємодії економічних суб'єктів різко зростає. Поява якісно нових галузей виробництва, збільшення диференціації та спеціалізації окремих виробництв, розвиток малого бізнесу, поглиблення міжнародного поділу праці - все це зумовлює пошук нових шляхів підвищення ефективності взаємодії економічних суб'єктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемою взаємодії економічних суб'єктів реального сектору економіки на теоретичному та практичному рівнях досліджували такі вітчизняні вчені, як: Л. Антонова, В. Бакуменко, Л. Барановський, О. Белов, Х. Берне, І. Бінько, М. Болдуєв, Б. Бузан, О. Власюк, В. Волошин, В. Геєць, Б. Грієр, О. Дацій, Х. Моргензан, П. Ноак, О. Новикова, Л. Олвей, Я. Орленко, Г. Ортіна, С. Пирожков, Г. Пастернак - Таранущенко, В. Пономаренко, В. Пономарьов, П. Пригунов, В. Сенчагов, В. Сідак, А. Сухоруков, В. Шлемко, та інші.

Метою статті є – процес взаємодії економічних суб'єктів реального сектора економіки.

Виклад основного матеріалу. Ефективність реалізації антикризової стратегії у реальному секторі економіки багато в чому залежить від ефективності взаємодії суб'єктів виробничої діяльності, яке завжди мало вирішальне значення при використанні обмежених ресурсів в інтересах задоволення потужності інтересів повинен бути покладений корпоративний принцип і принцип партнерства.

Більшість економістів вважає необхідною інституційну модернізацію, засновану на укладенні «контракту» між державою і групами суспільства, коаліціями, зацікавленими у захисті прав і свобод громадян, гарантії прав власності, розвитку конкуренції. Розуміння цілей основних учасників розвитку дає змогу підійти до формування партнерства. Взаємодії можна досягнути в тому випадку, якщо для кожного з можливих учасників мета взаємодії буде адресно інтерпретована.

Крім того, в структурі формування інтересів відносно власності зазвичай виділяють дві групи суперечливих інтересів. Це безпо-

реб суспільства.[4] В процесі розвитку економіки взаємодія наповнювалася новим змістом, розширювалися його рамки і обсяг, зростала складність спільно вирішуваних завдань. Реінтеграція, що припускає відновлення колишніх схем, обсягів і форм зв'язків, вже неможлива, необхідний новий тип інтеграції та новий механізм співпраці. Основою цього механізму має стати збереження вже створених і впровадження нових організаційних форм за участю вітчизняного та зарубіжного капіталу, а також використання нових різновидів територіальної організації продуктивних сил.

Розглядаючи проблеми міжгалузевих економічних зв'язків, деякі вчені визначають їх поняттям «мезоекономіка» і вважають, що вони відіграють роль сполучної ланки між макроекономікою і мікроекономікою.

Перехід до соціально-орієнтованої ринкової економіки передбачає формування стійкої системи економічного і соціального партнерства різних суб'єктів економічної діяльності.[9] Партнерство виступає принципом взаємодії, необхідним для узгодження економічних і соціальних інтересів суб'єктів економічної діяльності.

Можна виділити, як мінімум, чотири основні групи соціально - економічних інтересів: галузеві (відомчі) інтереси, регіональні інтереси, корпоративні інтереси, інтереси соціальних груп населення. В основу

середні інтереси власне виробництва і група майнових інтересів власників. Виробничі структури володіють власними інтересами і динамікою розвитку, для яких майнова приналежність стає гальмуючим фактором. Виникає необхідність обмеження майнових прав власності з метою розвитку підприємства як виробничої організації. Закономірним результатом дозволу протиріччя інтересів є відділення підприємницьких функцій від власності. Таким чином, теоретично неспроможним виявляється поняття тотожності інтересів підприємства як виробничої одиниці і його формальних власників. Мають місце різні комбінації накладення і сумісності інтересів, що обумовлені рівнем розвитку інституційних факторів виробництва. Практи-

чною формою втілення теоретичної необхідності комбінації інтересів є формування контрактної економіки, що забезпечує створення інструментів публічного контролю над приватними інтересами, організаційно-правові механізми забезпечують досягнення інституалізації приватного інтересу і надання йому властивості розвивати суспільний прогрес і економічне зростання.

Виходячи з перерахованих цілей різних суб'єктів економічної діяльності, з'являється можливість організувати реалізацію цих функцій з метою забезпечення сталого розвитку реального сектора економіки і задоволення приватних інтересів суб'єктів економічної діяльності. Завдання полягає в узгодженні інтересів за допомогою діяльності управління.

Під взаємодією економічних суб'єктів у реальному секторі економіки слід розуміти узгоджені дії економічних суб'єктів з досягнення цілей сталого розвитку, а також взаємний вплив їх дій на досягнення своїх цілей – задоволення інтересів.

Можна виділити принципи взаємодії економічних суб'єктів, які доцільно розглядати у трьох аспектах: правовому, економічному і науковому. Правовий аспект обумовлений необхідністю дотримання єдиних і обов'язкових для всіх економічно і політично незалежних суб'єктів досягнутих угод щодо взаємодії, що не суперечать існуючому законодавству.[1] Економічний аспект зумовлений браком досвіду організації взаємодії економічних суб'єктів в умовах ринку і багатоукладної економіки.[5] До наукових принципів прийнято відносити системний підхід, передбачення, адаптацію, постійне вдосконалення. Вони є загальними принципами взаємодії економічних суб'єктів.

Існують певні вимоги до організації ефективної взаємодії економічних суб'єктів. При організації взаємодії необхідно враховувати умови, в яких воно буде здійснюватися, і, виходячи з цих умов, визначати всі інші вимоги. Однією з найважливіших умов є активна конкуренція за ринки, ресурси, підтримку органів влади і управління. Високий динамізм і нерівномірність розвитку економіки, зумовлюють і таку вимогу до взаємодії економічних суб'єктів, як гнучкість. Стій-

кість, безперервність і гнучкість є важливими складовими ефективності взаємодії економічних суб'єктів. Відсутність будь-якої складової може значно знизити якість взаємодії. При цьому будь-яка стійка, безперервна і гнучка взаємодія економічних суб'єктів не буде ефективною, якщо для вирішення спільних завдань немає достатньої кількості сил і засобів.[12] Ця вимога до взаємодії економічних суб'єктів також впливає з принципу повноти обліку наявних можливостей і визначається в кожному конкретному випадку, виходячи з реальних обставин. Ефективність взаємодії, багато в чому, залежить від ступеня його централізації і цілеспрямованості, які, у свою чергу, впливають з такого принципу взаємодії, як стійкість управління та координація спільних дій. [10]

Одним із способів узгодження інтересів суб'єктів економічної діяльності в промисловості є діяльність щодо ключових питань розвитку території та способів трансформації конфліктів і проблем в цілі і завдання діяльності органів влади та управління на довгострокову перспективу, тобто розробка та реалізація антикризової стратегії у реальному секторі економіки.[6] Елементи успішного партнерства між органами влади і управління та підприємствами реального сектору економіки наведені в таблиці 1.

Антикризова стратегія має розроблятися усіма учасниками, що впливають на розвиток території, за активної ролі органів влади і управління.[2] Органи влади та управління за допомогою розробки та реалізації антикризової стратегії в реальному секторі економіки використовують механізм відкритої взаємодії з бізнесом і громадськістю, механізм зворотного зв'язку. Коли мова йде про партнерство та взаємодію різних суб'єктів економічної діяльності в довгостроковій перспективі, іноді використовується термін “стратегічний альянс”.

Особливий інтерес представляють питання взаємодії підприємств реального сектора економіки з банками та іншими фінансовими структурами. Співставлення вимог до взаємодії підприємств реального сектора економіки з банками з його фактичним станом, можна виділити наступні напрямки розвитку взаємодії: розробка методів формування та

підтримання взаємодії; адаптація методів оцінки ризиків відповідно до системи взаємодії; вдосконалення оцінки ефективності взаємодії; розробка пропозицій щодо оцінки резервів вдосконалення управління взаємодією.[11] Такий підхід є алгоритмом організації взаємодії і може використовуватися не тільки при організації взаємодії між фінансовими структурами і підприємствами, а й при організації взаємодії між різними суб'єктами економічної діяльності в реальному секторі економіки.

Методи організації взаємодії суб'єктів економічної діяльності мають вигляд комплексу взаємопов'язаних заходів, спрямованих на встановлення найбільш всебічної та ефективної узгодженості дій суб'єктів господарювання, органів державної влади, органів місцевого самоврядування, фінансових структур з метою розв'язання економічних проблем розвитку території та забезпечення сталого розвитку реального сектора економіки.[8] Схема організації взаємодії у розрізі «суб'єкти - передумови - напрями – результат» представлена на рис. 1.

На рисунку 2. наведено решітка взаємодії із зазначенням цільового діапазону, як компромісного варіанту досягнення цілей кожного зазначеного у схемі суб'єкта економічної діяльності, при цьому цілі кожного суб'єкта, безумовно, не досягаються на 100 відсотків, але узгодження цілей дає змогу забезпечити необхідний для розвитку регіону результат організації взаємодії: здійснення цільових структурних зрушень, підвищення ступеня керованості реального сектора економіки, партнерство різних рівнів

управління, підвищення конкурентоспроможності продукції, стійкість розвитку реального сектора економіки, підвищення інвестиційної та інноваційної активності.[3]

В якості інструментарію організації взаємодії суб'єктів економічної діяльності можуть виступати такі форми, як спільна розробка правових документів у реальному секторі економіки, співфінансування інфраструктури кооперації, організаційна підтримка створенню ініціативних груп, організаційна підтримка, створення умов взаємодії, ініціація розробки цільових програм, інтеграція проектів державно-приватного партнерства в цільові програми, співфінансування інфраструктури наукових досліджень.[7]

Невід'ємною умовою антикризового функціонування реального сектору економіки є конструктивна взаємодія бізнесу та структур державної влади.

Таким чином, в сучасній економіці, особливо в умовах глобалізації, на перше місце виходять кластери – системи взаємодії фірм та організацій, значимість яких, як цілого, перевищує просту суму складових частин.[6] Взаємозв'язок і обмін усередині кластера і поза ним зазвичай впливає більше на зростання продуктивності, ніж масштаби діяльності окремих фірм, тому зусилля органів державної влади і управління повинні бути спрямовані не на вдосконалення роботи компаній, а на розвиток взаємин: між постачальниками і споживачами факторів виробництва, між кінцевими споживачами та виробниками товарів, між самими виробниками та урядовими інститутами.

Таблиця 1.

Елементи партнерства між суб'єктами економічної діяльності в реальному секторі економіки

Сфери	Органи державної влади	Виробнича структура	Інфраструктура	Асоціації	Співзачи (проміжні та кінцеві)	Партнерство
Стратегічне управління	Розробка стратегії розвитку регіону, галузевих та цільових програм	Розробка та реалізація стратегії розвитку підприємства	Розробка і реалізація стратегії розвитку інфраструктурних компаній	Внутрішньогалузева і міжгалузєва координація, експертиза стратегій розв'язок	Експертиза та підготовка пропозицій	Органи влади та управління враховують цілі підприємств
Фінанси	Надання бюджетних преференцій на реалізацію державного регулювання реального сектора економіки	Реалізація проектів з паливним бюджетним фінансуванням, що сприяють реалізації функцій влади у сфері зайнятості, наповнення бюджету, екології та ін	Забезпечення реалізованих проектів необхідною інфраструктурою із залученням бюджетного фінансування	Лобювання проектів в органах державної влади, експертиза нормативних та розпорядчих документів	Експертиза та підготовка пропозицій	Консолідація державних і недержавних фінансових ресурсів для досягнення цілей партнерства
Кооперація	Адміністративна та інформаційна підтримка кооперації, співфінансування інфраструктури	Встановлення і розвиток операційних зв'язків	Сприяння у налагодженні і розвитку операційних зв'язків	Координація галузевої та міжгалузєвої кооперації	Формування замовлення на кооперативні послуги, співфінансування проектів кооперації	Зниження витрат підприємств реального сектору економіки в рамках партнерства
Інновації та інвестиції	Формування сприятливого інноваційного клімату. Співфінансування об'єктів інфраструктури	Реалізація інвестиційних та інноваційних проектів	Забезпечення реалізованих проектів необхідною інноваційною інфраструктурою	Участь з вироблення заходів і правил державної підтримки	Формування замовлення на продукцію	Реалізація інноваційної та інвестиційної політики
Кадри	Формування державного замовлення	Формування замовлення, співфінансування	Забезпечення проектів кадрами	Участь у виробленні кадрових політик	Формування замовлення на підготовку кадрів	Реалізація кадрової політики

Джерело: Згруповано автором

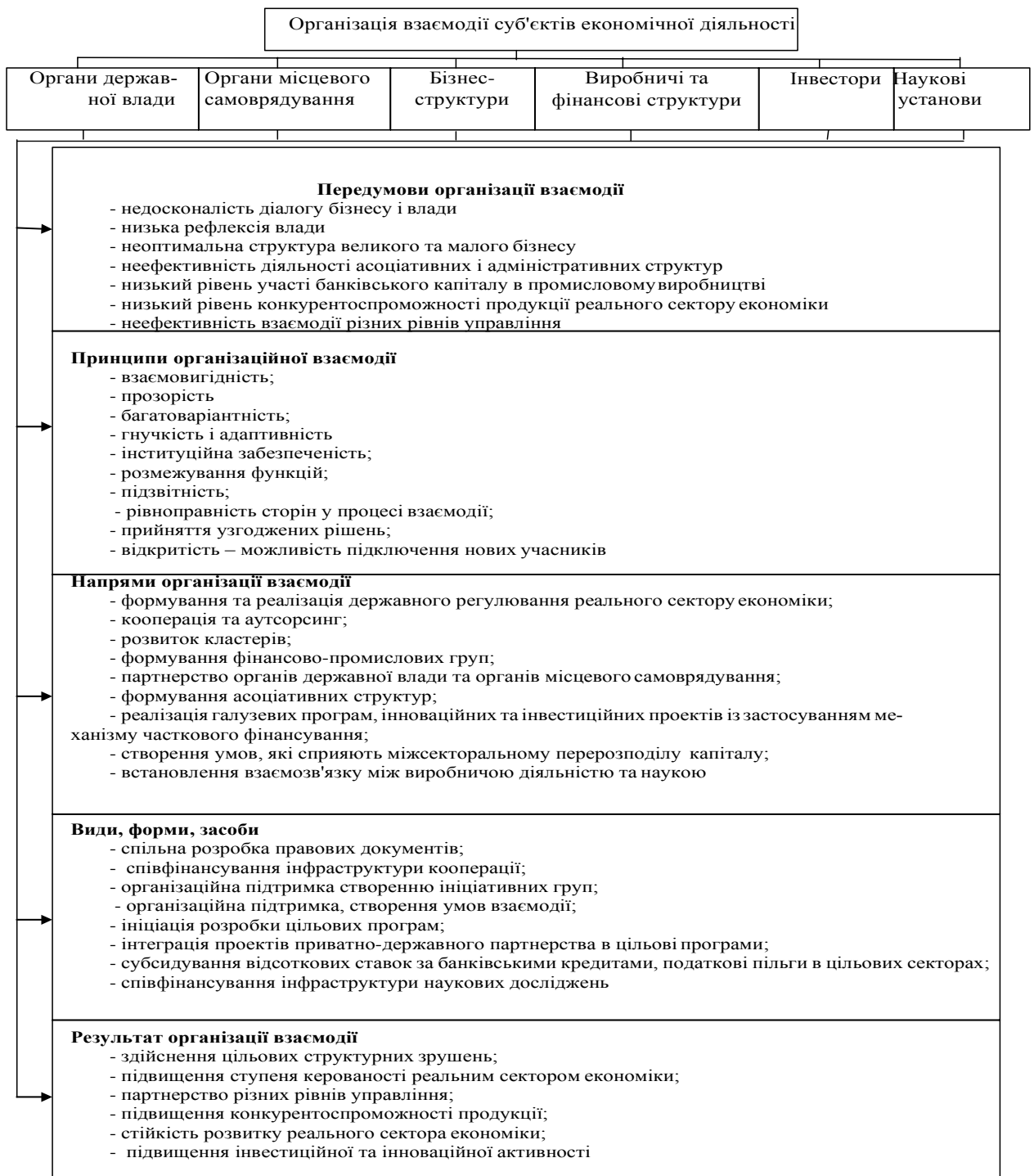


Рис. 1. Організація взаємодії суб'єктів економічної діяльності (розроблено й обґрунтовано автором)

Кластер має бути вбудований в модель антикризової стратегії. Успішна реалізація проектів щодо стимулювання кластерів можлива за наявності стратегії розвитку реального сектора економіки, оскільки розвивати кластер у відриві від розвитку регіону в цілому неефективно. У сучасних умовах

мова йде не стільки про те, що необхідність розвитку певного кластера повинна бути прописана в стратегії розвитку, скільки про те, що повинен існувати консенсус між підприємствами реального сектора економіки і органами державної влади з питання необхідності розвитку кластера.

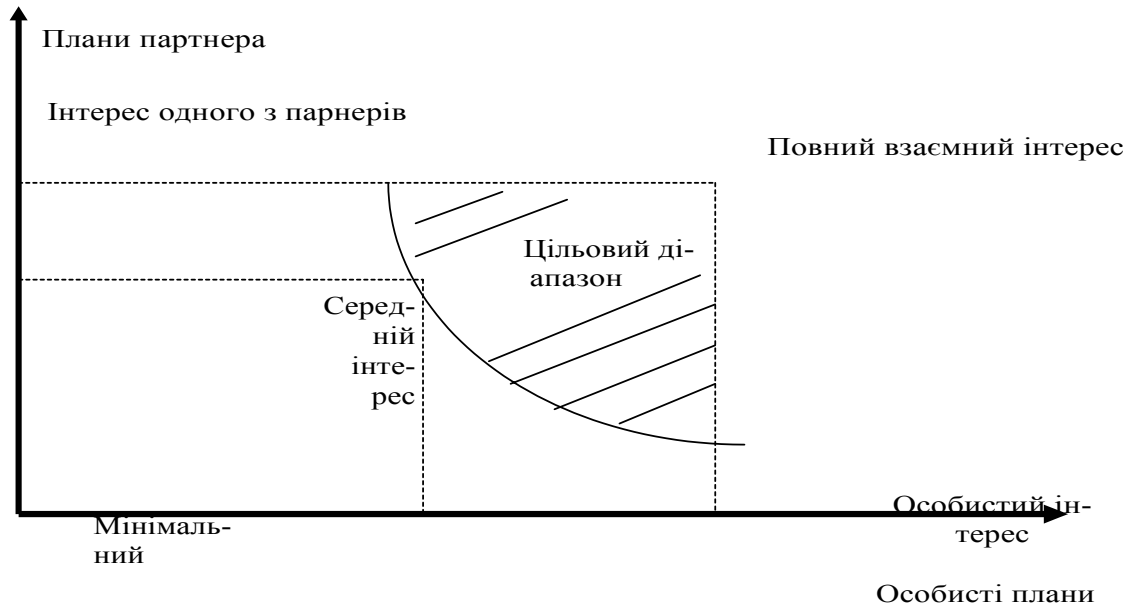


Рис. 2. Діапазон взаємодії суб'єктів економічної діяльності (розроблено й обґрунтовано автором)

Таким чином, кластерний підхід у взаємодії з антикризовою стратегією розвитку, є ефективним способом організації взаємодії суб'єктів економічної діяльності в реальному секторі економіки.

Висновок. Отже, нова антикризова стратегія в основі своїй містить цінності, що відрізняються від традиційної стратегії розвитку, що домінувала на докризовому етапі. Головна цінність традиційної антикризової стратегії – збереження стабільності, нової – зміни, моніторинг кризових процесів і реалізація системи заходів антикризового управління. При цьому, очевидно, що в умовах, коли значна частина суспільства

зацікавлена в збереженні стабільності та не готова до реальних змін, які завжди в тій чи іншій мірі носять кризовий характер, реалізація нової антикризової стратегії у реальному секторі економіки буде залежати від того, наскільки поділяють ці цінності основні її агенти - органи державної влади, бізнес, суспільство і, виходячи з цього, чи зможуть вони мобілізувати свої ресурси. Основною функцією нової антикризової стратегії стає функція досягнення компромісу в баченні «образу майбутнього» та способів її досягнення учасниками її реалізації.

Список літератури:

1. Єфіменко Л. М. Роль політичних інститутів у формуванні економічної безпеки держави / Л. М. Єфіменко // Наукові праці НДФІ. – 2012. – № 3 (60). – С. 94–97.
2. Олексенко Р. Особливості інноваційно-інвестиційної політики антикризового розвитку реального сектору економіки України / Р.І. Олексенко, Г.В. Ортіна // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2018. - Випуск 5 (17) - С.33-39.
3. Олексенко Р. Формування інноваційної політики реального сектору економіки як особливого напрямку розвитку України / Р.І. Олексенко, Г.В. Ортіна // Економіка та суспільство. - № 18 -С. 173-180.
4. Ортіна Г.В. Виявлення та аналіз чинників формування кризових явищ в економіці в умовах глобалізації як передумова розроблення антикризових стратегій / Г.В. Ортіна // Економіка та держава. – 2013. - № 8. – С. 40-44.
5. Ортіна Г.В. Зарубіжний досвід реалізації державної політики щодо стратегічного розвитку реального сектора економіки [Електронний ресурс] / Г.В. Ортіна // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2016. – № 3. – Режим доступу до журналу : <http://www.dy.nayka.com.ua>.
6. Ортіна Г.В. Кластеризація як напрям реалізації державної антикризової стратегії розвитку реального сектора економіки [Електронний ресурс] / Г.В. Ортіна // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2017. – № 4. – Режим доступу до журналу : <http://www.dy.nayka.com.ua>.
7. Петрига О. М. Економіка аграрного підприємства: навчальний посібник / О. М. Петрига, Т. І. Яворська, Ю. О. Прус; за ред. О. М. Петриги, Т. І. Яворської. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2016. – 498 с.
8. Прус Ю.О. Инвестиционная деятельность в АПК Украины /Ю.О. Прус// Молодий вчений. 2017. - № 1.1. – С. 68-72.
9. Сизоненко О. В. Сутність соціально-економічного розвитку сільських територій Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету – 2017. –№ 2. - С. 372-380.
10. Фаминский И.П. Факторы конкурентоспособности и пути её повышения / И.П. Фаминский // Конкурентоспособность и модернизация экономики: в 2-х т. / отв. ред. Е.Г. Ясин.– М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004. – Кн 2. – С. 291-306.
11. Яворська Т.І. Трансформація особистих селянських господарств у підприємницької структури / Т.І. Яворська, І.Б. Франчук // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2014. – № 3. – С. 48-52.
12. Яворська Т.І. Малий бізнес в аграрному підприємстві та особливості класифікації його суб'єктів. // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2016. № 2(31). С. 99–104.

References:

1. Yefimenko L. M. (2012) Rol politychnykh instytutiv u formuvanni ekonomichnoi bezpeky derzhavy. *Naukovi pratsi NDFI*, vol. 3 (60), p. 94–97.
2. Oleksenko R.I, Ortina H.V. (2018) Osoblyvosti innovatsiino-investytsiinoi polityky antykrizovoho rozvytku realnoho sektoru ekonomiky Ukrainy. *Ekonomichnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii*, Vypusk 5 (17), p. 33-39.
3. Oleksenko R.I, Ortina H.V. Formuvannia innovatsiinoi polityky realnoho sektoru ekonomiky yak osoblyvoho napriamu rozvytku Ukrainy. *Ekonomika ta suspilstvo*, 18, pp.173-180.
4. Ortina H.V. (2013) Vyavlennia ta analiz chynnykiv formuvannia kryzovykh yavyschch v ekonomitsi v umovakh hlobalizatsii yak peredumova rozroblennia antykrizovykh stratehii. *Ekonomika ta derzhava*, 8, pp. 40-44.
5. Ortina H.V. (2016) Zarubizhnyi dosvid realizatsii derzhavnoi polityky shchodo stratehichnoho rozvytku realnoho sektora ekonomiky [Online]. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok*, vol. 3, retrieved from: <http://www.dy.nayka.com.ua>.
6. Ortina H.V. (2017) Klasteryzatsiia yak napriam realizatsii derzhavnoi antykrizovoi stratehii rozvytku realnoho sektora ekonomiky [Elektronnyi resurs]. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok*, vol. 4. Retrieved from: <http://www.dy.nayka.com.ua>.
7. Petryha O. M. (2016) Ekonomika ahrarnoho pidpriemstva: navchalnyi posibnyk [O. M. Petryha, T. I. Yavorska, Yu. O. Prus; za red. O. M. Petryhy, T. I. Yavorskoi]. *Melitopol: Vyd-vo Melitopolska typohrafiia «Liuks»*, 498 p.
8. Prus Yu.O. (2017) Investitsionnaya deyatelnost' v APK Ukrainy. *Molodyi vchenyi*, vol 1.1, pp. 68-72.
9. Syzonenko O.V. (2017) Sutnist sotsialno-ekonomichnoho rozvytku silskykh terytorii. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu*, vol. 2, pp. 372-380.
10. Faminskiy I.P. (2004) Faktory konkurentosposobnosti i puti ee povysheniya. Konkurentosposobnost' i modernizatsiya ekonomiki: v 2-kh t. [otv. red. E.G. Yasin.] M.: *Izd. dom GU VShE*, Kn 2, pp. 291-306.
11. Yavorska T.I., Franchuk I.B. (2014) Transformatsiia osobystykh selianskykh gospodarstv u pidpriemnytski struktury. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky)*, vol. 3, pp. 48-52.
12. Yavorska T.I. (2016) Malyy biznes v ahrarnomu pidpriemnytstvi ta osoblyvosti klasyfikatsii yoho subiektiv. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky)*, 2(31), pp. 99–104.

УДК: 330.101; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-146-153

*Попова Т.В., к. е. н., доцент
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного*

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Анотація. В статті досліджено теоретичні та практичні аспекти забезпечення експортоорієнтованого функціонування селянських господарств. Обґрунтовано необхідність створення умов для ефективного розвитку даного вектору економічної діяльності в системі малого аграрного виробництва. Розроблено базові принципи забезпечення експортоорієнтованої діяльності селянських господарств.

Ключові слова: селянські господарства, експортна орієнтація, ефективність, глобальна економіка, аграрне виробництво.

JEL code classification: D 100, D 130, D 190

*Popova T.V.
PhD, Associate Professor
Dmytro Motorny Tavria state agrotechnological university*

CONCEPTUAL PRINCIPLES OF PROVIDING THE EXPORT- ORIENTED ACTIVITIES OF THE FARMERS

Abstract. Introduction The current stage of development of domestic agricultural production is characterized by an increase in small forms of farming, in particular peasant farms. They largely shape the domestic market for a range of agricultural raw materials (milk, honey, fruit and vegetables, potatoes, etc.). Also important is the social aspect of the activities of the peasant farms, as they represent the dominant form of self-employment of the rural population. Under these conditions, it is extremely important to justify the directions of the effective functioning of the farms, one of which is export-oriented activities. The purpose of this article is to investigate the theoretical and practical aspects of ensuring the export-oriented development of farms in the national economy. Results. The results of the study proved the relevance of the development of export-oriented economic activity on the basis of peasant farms in Ukraine. The factors that determine the dynamics of development of a given agricultural entity are identified. Their influence on prospects of export-oriented activities of peasant farms is substantiated. The necessity of a systematic approach to ensuring export-oriented development of farms has been proved. The basic principles of the Concept of the regional program of providing export-oriented activity of the peasant farms of the Steppe zone of Ukraine have been developed. Conclusions. The conceptual directions of development of export-oriented activity on the basis of peasant farms are substantiated in the article. The existence of considerable potential for the corresponding vector of economic activity of the subjects of small agricultural production is proved. The basic principles of the program concept of providing export-oriented activity of peasant farms in the Steppe zone of Ukraine are formulated. The purpose, objectives and projected results in case of successful implementation of this project are determined.

Keywords: peasant farms, export orientation, efficiency, global economy, agrarian production.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку вітчизняного аграрного виробництва характеризується посиленням малих форм господарювання, зокрема селянських господарств. Вони значною мірою формують внутрішній ринок по цілій низці видів сільськогосподарської сировини (молоко, мед, плодовоовочеві культури, картопля тощо). Також

слід вказати на важливий соціальний аспект діяльності селянських господарств, оскільки вони являють собою домінуючу форму самозайнятості сільського населення. За цих умов надзвичайно актуальними є обґрунтування напрямів ефективного функціонування селянських господарств, одним з яких є експортоорієнтована діяльність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні засади функціонування селянських господарств як складової аграрного сектору в економічному та соціальному аспектах розглядалися в працях О.В. Чаянова, О.М. Челінцева, Т.Шаніна та ін. Сучасні особливості розвитку селянських господарств як складової національної економіки досліджувалися в роботах В.К. Збарського, С.В. Кальченко, О.І. Коблянської, М. Й. Маліка, І.В. Свиноуса тощо. Разом із цим, на нашу думку, потребують подальшого вивчення питання, пов'язані із дослідженням теоретичних та практичних засад щодо визначення перспектив та напрямків експортоорієнтованої діяльності даного сегменту аграрного виробництва.

Мета статті – дослідження теоретичних та практичних аспектів забезпечення експортоорієнтованого розвитку селянських господарств в системі національної економіки.

Основні результати дослідження. Теоретичною та методологічною основою були положення концепції сімейно-трудового господарства, принципи якої розроблені О.В. Чаяновим та О.М. Челінцевим. Зазначена концепція передбачає врахування соціальних аспектів діяльності селянського господарства як базових, таких, що визначають вектор, масштаби та перспективи його подальшої економічної діяльності.

Аналізуючи соціально-економічну природу селянського господарства, а також сучасний стан, існуючі глобальні та національні тренди, нами виділяються наступні фактори, що визначають динаміку розвитку даного суб'єкта аграрного виробництва.

1. Внутрішні. Виникають та формуються всередині самого господарства, визначають комплекс потреб, які мають задовольняти члени для забезпечення свого існування та

завдань, що ставляться в процесі розв'язання відповідних питань. За своєю сутністю вони поділяються на дві групи.

1.1. Загальні. Обумовлюються самою природою сімейно-трудового господарства та базовими принципами, які закладені в основу його функціонування (трудоспоживчий баланс, біологічна динаміка розвитку та ін.). Члени господарства на можуть їх змінити, не змінивши самого стану суб'єкта господарських відносин (приватна підприємницька структура, міжгосподарське об'єднання тощо).

1.2. Індивідуальні. Визначаються особливостями самого господарства, чисельністю членів, характером економічних та соціальних потреб, етапом становлення тощо. Індивідуальні фактори постійно змінюються, проте темп змін має неоднаковий характер, оскільки самі вони мають неоднакову природу та виникають несинхронно під дією відповідних зовнішніх факторів. Зокрема сукупність потреб господарства визначається не тільки необхідністю забезпечення його ефективного функціонування, а й особистими потребами членів. В цьому аспекті надзвичайно важливим є формування позитивного іміджу селянських господарств як гарантованого способу отримання високого рівня доходів, підтримання статусності зазначеної форми аграрного виробництва.

2. Зовнішні. Природа виникнення та розвитку відповідних факторів мінімально або практично не залежить від дії селянських господарств і обумовлена загальносвітовими або національними соціально-економічними процесами і трендами.

2.1. Глобальні. До слід віднести процеси, пов'язані із об'єктивною трансформацією соціально-економічних відносин, що носять всеохоплюючий характер і адаптація до умов яких є запорукою успішної господарської діяльності. В якості прикладу доцільно навести тренди, що пов'язані із інформатизацією економічного життя та остаточним перетворенням інформації на засіб сучасної виробничої діяльності. Вони значною мірою поліпшують процес встановлення ділових контактів між суб'єктами підприємницької дія-

льності, які знаходяться в різних країнах та в різних частинах світу.

2.2. Національні. Включають в себе комплекс процесів та тенденцій, які обумовлені специфікою вітчизняної економічної моделі, рівнем розвитку її складових в масштабі конкретної галузі, її видів та підвидів. Так, зокрема, для аграрного сектору характерним є концентрація виробництва плодоовочевої сировини у дрібнотоварному секторі, домінування холдингових компаній на внутрішньому зерновому ринку та ін.

2.3. Регіональні. Визначаються, перш за все, наявністю специфічних природно-кліматичних умов, спільних для відповідного регіону (Степ, Лісостеп, Полісся, Карпати). Також сюди слід віднести наявність крупних регіональних кластерів (сільськогосподарських, машинобудівних, наукових тощо), в межах яких здійснюється відповідна галузева співпраця.

2.4. Місцеві. Визначаються специфічними соціально-економічними умовами конкретного міста або села, наявністю ресурсної бази, рівнем інфраструктурного забезпечення, особливостями формування місцевих ринків товарів та ресурсів.

Аналізуючи вплив відповідних факторів на розвиток селянських господарств, необхідно відмітити наступні обставини.

Глобалізація та відкритість національної економіки, з одного боку посилює конкурентні вимоги для продукції, а, з іншої, дозволяє ефективніше налагоджувати співпрацю із закордонними партнерами. Основними проблемами при реалізації продукції на експорт є формування належного обсягу однотипної продукції на постійній основі, а також дотримання належних стандартів якості.

Занепад цілої низки складових національного АПК як результат ліквідації колгоспно-радгоспної системи. Практика свідчить, що холдингові компанії або фермерські господарства не намагаються задовольнити весь спектр потреб населення у сільськогосподарській продукції. Їхня діяльність передбачає спеціалізацію на галузях, в яких досягається максимальний ефект від використання залучених земельних ресурсів при мінімальному

застосуванні живої праці. За цих умов, на нашу думку галузева диференціація зберігатиметься і надалі, що дозволяє селянських господарствам сподіватися на відсутність істотної конкуренції при реалізації на експорт овочевої або плодово-ягідної продукції.

Регіональні та місцеві фактори, здійснюючи відповідний вплив на перспективи експортоорієнтованої діяльності селянських господарств, формують різні комбінації умов: від сприятливих (наявність логістичних центрів, машинобудівних, агропромислових та наукових кластерів, активна діяльність сімейних форм аграрного виробництва тощо) до відверто несприятливих (занепад промисловості, депопуляція, недостатньо розвинена логістика). В даному випадку слід враховувати специфіку конкретного об'єкта досліджень.

Приймаючи до уваги комплексний характер впливу зазначених факторів, набуває особливої значущості застосування програмного системного підходу щодо забезпечення експортоорієнтованого розвитку селянських господарств. Аналізуючи перспективи практичної реалізації відповідних заходів, слід відмітити наявність низки сприятливих та негативних аспектів (Таблиця 1).

Як бачимо, основними проблемними аспектами реалізації даної програми є низька самоорганізація селянських господарств, а також недостатній рівень інформаційного забезпечення організації їхньої діяльності в умовах відкритої економіки. Зазначені обставини обумовлюють необхідність розроблення відповідних організаційних заходів в межах державної програми. Враховуючи це, нами пропонується для реалізації Концепція регіональної програми забезпечення експортоорієнтованої діяльності селянських господарств зони Степу України.

Основні розділи Концепції представлені наступним чином.

1. Стартові умови та оцінка перспектив експортоорієнтованої діяльності селянських господарств.

2. Стратегічні цілі та пріоритети розвитку експортоорієнтованої діяльності селянських господарств.

Таблиця 1

SWOT - аналіз Програми заходів забезпечення експортоорієнтованої діяльності селянських господарств*

<p>Внутрішні сильні сторони Програми: 1. Реалізація Програми сприяє підвищенню кваліфікаційного рівня членів селянського господарства, їхньому особистісному розвитку. 2. Програма передбачає використання наявний ресурсний потенціал селянських господарств, що суттєво полегшує питання матеріально-технічного забезпечення. 3. Реалізація Програми дозволить підвищити рівень конкурентоспроможності селянських господарств як суб'єктів аграрного виробництва. 4. Завдання, заявлені в Програмі, входять до числа пріоритетних для регіональних владних інститутів.</p>	<p>Внутрішні слабкі сторони Програми: 1. Обмеженість фінансових коштів для реалізації положень Програми. 2. Складність в процесі самоорганізації селянських господарств, відсутність практики успішного створення міжгосподарських об'єднань. 3. Відсутність належного інформаційного забезпечення для організації експортоорієнтованої діяльності. 4. Відсутність належної кваліфікаційної підготовки для ведення зовнішньоекономічної діяльності.</p>
<p>Зовнішні можливості Програми: 1. Активізація співпраці органів місцевої влади, регіональної науки та бізнесу, сільських громад, з метою підвищення ефективності функціонування селянських господарств. 2. Можливість встановлення тривалих закордонних бізнес-контактів. 3. Можливість отримання інформаційно-консультативної підтримки на регіональному та національному рівнях. 4. Підтримка реалізації Програми через регіональні та національні суспільні інститути.</p>	<p>Зовнішні загрози Програми: 1. Низький рівень економічної стабільності в країні та регіоні. 2. Недостатній рівень готовності до співпраці серед представників малого аграрного бізнесу та владних інститутів. 3. Низький рівень інституціоналізації селянських господарств. 4. Недосконале нормативне забезпечення стимулювання товарного розвитку селянських господарств.</p>

*Розробка автора

3. Основні напрями реалізації стратегічних цілей.

4. Механізм реалізації концепції розвитку експортоорієнтованої діяльності селянських господарств.

Головною метою програми є розвиток експортоорієнтованої економічної діяльності селянських господарств зони Степу України.

Стартовий потенціал розвитку експортоорієнтованої діяльності селянських господарств можна структурувати наступним чином:

– ресурсний потенціал (земельні, трудові, матеріально-технічні ресурси);

– потенціал сприяння експортоорієнтованому розвитку (інформаційний, інфраструктурний, глобалізаційний, соціально-

культурний, нормативно-правовий).

Аналізуючи сучасний стан та перспективи експортоорієнтованої економічної діяльності селянських господарств, слід відмітити наступні аспекти.

Існуючий структурно-галузевий баланс, коли селянські господарства займають домінуючі позиції по цілій низці напрямів рослинництва та тваринництва носить стабільний характер. У випадку практичної реалізації ініціатив, пов'язаних із лібералізацією земельних відносин, нові землевласники, на нашу думку, не будуть у переважній більшості змінювати спеціалізації, що мала місце (соняшник, зернові). Це, у свою чергу, дозволяє стверджувати про абсолютну реалістичність потенційних експортоорієнтованих проектів на базі селян-

ських господарств.

2. Створення та успішна реалізація відповідних проектів потребує належного матеріально-технічного, інформаційно-кваліфікаційного та організаційного забезпечення. Оптовий продаж плодоовочевої продукції є неможливим в одноосібний спосіб. Процеси формування партій, дотримання належних правил зберігання, сертифікації тощо вимагають створення міжгосподарських об'єднань кооперативно-корпоративного типу.

3. Окремим питанням, яке необхідно вирішити, є проблема кадрового забезпечення для суб'єктів малого аграрного виробництва, враховуючи необхідність здійснювати економічну діяльність в умовах відкритої економіки на базі міжгосподарських інтегрованих утворень. За цих умов особливої актуальності набуває проблема налагодження співпраці між регіональними науковими центрами та представниками малого аграрного виробництва.

4. Недостатній рівень співпраці владних інститутів та представників селянської спільноти призводить до того, що даний сегмент аграрного виробництва практично не представлено у відповідних розділах програм розвитку малого та середнього бізнесу.

У другому розділі Концепції формуються стратегічні цілі та пріоритети забезпечення експортоорієнтованої діяльності селянських господарств. Цілі розглядаються в кількісному та якісному аспектах, що, в свою чергу, обумовлює необхідність використання системи орієнтирів, індикаторів та нормативів.

У відповідності до сформульованої мети планується досягнення наступних цілей:

- забезпечення міжгосподарської співпраці селянських господарств на постійній основі із створенням інтегрованих структур кооперативного типу;
- надання належної інформаційно-консультативної підтримки селянським господарствам щодо організації експортоорієн-

тованої діяльності, враховуючи організаційно-правові та галузеві особливості;

- стимулювання зростання кількості селянських господарств, які здійснюють свою економічну діяльність на товарних засадах;
- створення системи інфраструктурного забезпечення експортоорієнтованого розвитку селянських господарств (зберігання, первинна обробка продукції, зв'язок тощо);
- активізація участі представників селянської спільноти в розробці та реалізації регіональних програм сприяння розвитку малого аграрного бізнесу.

В якості головних цільових установок для забезпечення експортоорієнтованого розвитку селянських господарств степової зони України розглядаються наступні:

5. Забезпечення високого рівня доходів членів селянського господарства як обов'язкової умови його подальшого існування, і цільовими показниками є показники добробуту (дохід на 1 людину, середній вік членів родини та ін.), а цільовими нормативами - загальнодержавні та світові соціальні критерії.

6. Забезпечення належних темпів зростання чисельності селянських господарств товарного типу в межах степової зони України, а також активізація процесу розвитку обслуговуючої кооперації.

7. Забезпечення адаптації якості виробленої продукції до загальноєвропейських стандартів (склад, харчова цінність, консистенція, наявність шкідливих речовин та ін.).

8. Підвищення рівня кадрового забезпечення селянських господарств (частка осіб із вищою, в т.ч. профільною серед членів господарства).

В рамках третього розділу сформульовано наступні основні напрями реалізації цілей, які визначає Концепція (табл.2).

Механізми забезпечення реалізації Концепції являють собою цілеспрямований вплив організаційних структур на селянське господарство з метою досягнення намічених цілей.

Таблиця 2

Напрямки реалізації цілей Концепції програми забезпечення експортоорієнтованої діяльності селянських господарств зони Степу України *

Завдання	Напрямки реалізації
Створення системи збутових та сервісних кооперативів на базі селянських господарств	<ul style="list-style-type: none"> - забезпечення диверсифікованого розвитку сільськогосподарської кооперації; - стимулювання селян до активного входження у склад кооперативів; - стимулювання членів збутових та сервісних кооперативів до створення експортоорієнтованих економічних проектів;
Створення системи інформаційно-консультативного забезпечення експортоорієнтованого розвитку селянських господарств	<ul style="list-style-type: none"> - сприяння процесу підвищення рівня кваліфікації членів селянських господарств в сфері організації економічної діяльності відповідно до світових стандартів; - стимулювання до активної співпраці між представниками регіональних наукових центрів та селянською спільнотою; - розробка типових моделей ведення різних галузевих напрямків експортоорієнтованої економічної діяльності на базі селянських господарств;
Активна участь представників селянської спільноти в процесах розробки та реалізації регіональних програм	<ul style="list-style-type: none"> - залучення представників селянської спільноти до участі в регіональних програмах розбудови сільських територій; - налагодження постійної взаємовигідної співпраці із представниками селянства в процесі розробки та реалізації регіональних програм розвитку малого та середнього підприємництва

*Дослідження автора

В цьому аспекті, на нашу думку, доцільним є здійснення наступних організаційних заходів:

- проведення моніторингу сучасного стану та особливостей організації експортоорієнтованої економічної діяльності в сфері аграрного виробництва на базі селянських господарств з урахуванням організаційно-правової та галузевої специфіки;
- здійснення оцінки перспектив розвитку експортоорієнтованої економічної діяльності в системі селянських господарств по найбільш розвинених галузям;
- стимулювання формування міжгосподарських об'єднань за участю регіональних

науково-навчальних центрів з метою вивчення сучасних проблем функціонування селянських господарств та підготовки кадрів для організації експортоорієнтованої економічної діяльності;

- розробка та реалізація цільових регіональних програм, спрямованих на розвиток зовнішньоекономічного вектору господарської діяльності малих форм аграрного виробництва.

Очікувані результати:

- розвиток плодоовочівництва та картоплярства на рівні регіону та суміжних галузей;
- інфраструктурний розвиток регіону;

- покращення якості продукції, підвищення рівня техніко-технологічного забезпечення;
- збільшення кількості селянських господарств товарного типу;
- підвищення рівня ефективності аграрного виробництва в системі селянських господарств;
- підвищення рівня інвестиційної привабливості регіональної економіки;
- уповільнення процесів депопуляції на селі.

Висновки. В роботі обґрунтовано концептуальні напрямки розвитку експортоорієнтованої діяльності на базі селянських господарств. Доведено наявність значного потенціалу для відповідного вектору економічної діяльності суб'єктів малого аграрного виробництва. Сформульовано основні засади концепції програми забезпечення експортоорієнтованої діяльності селянських господарств зони Степу України. Визначено мету, завдання та прогнозовані результати у випадку успішної реалізації даного проекту.

Список літератури:

1. Забуранна Л.В. Сільський аграрний туризм як чинник розвитку сільських територій. Економіка АПК. 2010. № 8. С.100-106.
2. Закон України «Про особисте селянське господарство» № 742 від 15.05.2003р. URL: <http://konesh.ru/zakon-ukrayini-pro-osobiste-selyanseke-gospodarstvo-stranica-4.html> (дата звернення 4.09.2019).
3. Кальченко С.В. Перспективи розвитку експортного потенціалу вітчизняного овочівництва. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2017. Вип.23. Ч.2. С.26-29.
4. Кальченко С. В. Розвиток особистих селянських господарств в умовах системних трансформацій аграрного сектору. Мелітополь. Люкс. 2014. 408 с
5. Малік М.Й. Забуранна Л.В. Сільський аграрний туризм як чинник розвитку сільських територій. Економіка АПК. 2012. № 5. С.110-115.
6. Чаянов А.В. Природа крестьянского хозяйства и земельный режим. Труды Всерос. съезда Лиги аграрных реформ. 1918. М. С.4-5.
7. Челинцев А.Н. Теоретические основания организации крестьянского хозяйства. Харьков. 1919. 178с
8. Шанин Т. Русское крестьянское право и наследование имущества. URL.: <http://strana-oz.ru/2003/2>.
9. Kalchenko, S. (2013) Current development prospects of farm households. *Actual Problems of Economics*. 12 (150), 147-152
10. Mishenin, Y., Valentynov, V., Maslak, O., Koblianska, I. (2017) Modern transformation in small-scale agricultural commodity production in Ukraine. *Marketing and management of innovation*, 4, 358–366.
11. Varchenko, O., Svytnous, I., Grynychuk, Y. and at (2018). The strategy of developing agricultural supply chain in terms of food security in Ukraine. *International Journal of Supply Chain Management*. 7(5). 657-666.

References:

1. Zaburanna, L.V. (2010) Sil's'kyi ahrarnyy turyzm yak chynnyk rozvytku sil's'kyi terytoriy [Rural agricultural tourism as a factor in the development of rural territories]. *APK economy*. № 8, pp. 100-106.
2. Zakon Ukrayiny «Pro osobyste selyans'ke hospodarstvo» [The Law of Ukraine "On Personal Peasant Farming"] (2003). № 742. Available at: <http://konesh.ru/zakon-ukrayini-pro-osobiste-selyanseke-gospodarstvo-stranica-4.html> (accessed 4 September 2019).
3. Kalchenko, S. (2017) Перспективи розвитку експортного потенціалу вітчизняного овочівництва [Prospects for development of export potential of domestic vegetable production]. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Economic Sciences Series*, №23. Part.2, p. 26-29.
4. Kalchenko, S. (2014) Rozvytok osobystykh selyans'kykh hospodarstv v umovakh systemnykh transformatsiy ahrarnoho sektoru. [Development of personal peasant farms in conditions of systemic transformations of agrarian sector] [in Ukrainian].
5. Malik M.Y. Zaburna L.V. (2012). Sil's'kyi ahrarnyy turyzm yak chynnyk rozvytku sil's'kyi terytoriy [Rural agricultural tourism as a factor in the development of rural territories]. *APK economy*, № 1, p. 84-89.
6. Chayanov, A. V (1918) Priroda krest'yanskogo khozyaystva i zemel'nyy rezhim [The nature of the farm and land regime] [in Russian].
7. Chelintsev A.N. (1919) Teoreticheskiye osnovaniya organizatsii krest'yanskogo khozyaystva [Theoretical foundations of the organization of peasant farming] [in Russian].
8. Shanin T. Russkoye krest'yanskoye pravo i nasledovaniye imushchestv [Russian Peasant Law and Property Inheritance] Available at: <http://strana-oz.ru/2003/2>. (accessed 15 September 2019).[in Russian].
9. Kalchenko, S. (2013) Current development prospects of farm households. *Actual Problems of Economics*. 12 (150), P.147-152

10. Mishenin, Y., Valentynov, V., Maslak, O., Koblianska, I. (2017) Modern transformation in small-scale agricultural commodity production in Ukraine. *Marketing and management of innovation*, 4, pp. 358–366.
11. Varchenko, O., Slynous, I., Grynchuk, Y. and at (2018). The strategy of developing agricultural supply chain in terms of food security in Ukraine. *International Journal of Supply Chain Management*, 7(5), pp. 657-666.

УДК: 330.101; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-154-160

*Почерніна Н.В., к. е. н., доцент
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. В статті досліджено теоретичні та методологічні аспекти оцінки результативності експортоорієнтованої туристичної діяльності. Сформульовано основні принципи організації ефективного функціонування малих форм туристичного бізнесу, орієнтованих на зовнішнього споживача. Розроблено алгоритм оцінки ефективності для експортоорієнтованої зеленої садиби.

Ключові слова: методологія, туризм, експортна орієнтація, ефективність, глобальна економіка, зелена садиба.

JEL code classification: D 100; D 130; D 190

*Pochernina N.V., PhD, Ass. Prof.
Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University*

THEORETICAL-METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF EVALUATION OF EFFICIENCY OF EXPORT-ORIENTED TOURIST ACTIVITIES

Abstract. Introduction. The current state of functioning of the national economy is characterized by the increasing importance of small business in economic and social aspects. Small forms of production and infrastructure activities are one of the basic components of regional development. The current state of functioning of the national economy is characterized by the increasing importance of small business in economic and social aspects. Small forms of production and infrastructure activities are one of the basic components of regional development. The purpose of this article is to explore the theoretical and methodological aspects of assessing the level of efficiency of export-oriented tourism based on green estates. Results. The results of the study proved the relevance of export-oriented development of rural tourism in Ukraine. The peculiarities of development of tourist activity in the system of personal peasant farms are formulated. It is proved that the basic principles of organization of export-oriented activities of the green estate include the following: adaptation to European standards; exploitation of unique national natural resources and cultural brands; provision of specific services for foreigners; integration into the existing system of tourism relations. Conclusions. The importance of ensuring export-oriented development of family tourism business in Ukraine is substantiated in the paper. The positive influence of this sectoral direction on the overall level of welfare of the rural family and the nature of socio-economic relations in the system of rural territories have been proved. The basic principles of organization of export-oriented tourist activity in the field of rural tourism are formulated. An algorithm for estimating the level of efficiency of export-oriented activity of green estates has been developed, taking into account the specificity of the object of study and the direction of activity.

Keywords: methodology, tourism, export orientation, efficiency, global economy, green estate.

Постановка проблеми. Сучасний стан функціонування національної економіки характеризується посиленням значення малого бізнесу в економічному та соціальному аспектах. Малі форми виробничої та інфраструк-

турної діяльності являють собою одну з базових складових забезпечення регіонального розвитку. Проблема само зайнятості населення, яка загострилася за умов кризових явищ, є особливо небезпечною для сільських

територій, враховуючи загострення конкурентної ситуації внаслідок відкритості національної економіки. За цих умов надзвичайно актуальними є обґрунтування напрямів ефективного функціонування сімейних форм сільського підприємництва, одним з яких є туризм.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості забезпечення ефективного функціонування сільського туризму як перспективного напрямку економічної діяльності селянських господарств розглядалися в працях Л.В. Забуранної, М.Й. Маліка, Я. М.Надворянка, Н.Є. Кудла та ін. Теоретичні та методологічні засади оцінки результативності діяльності селянських господарств досліджувалися в роботах В.К. Збарського, С.В. Кальченко, І.В. Свиноуса, О.В. Чайнова, О.М. Челінцева тощо. Разом із цим, на нашу думку, потребують подальшого вивчення питання, пов'язані із дослідженням теоретичних та методичних підходів щодо оцінки малих форм туристичного бізнесу, враховуючи реалії відкритої національної економіки.

Мета статті – дослідження теоретичних та методологічних аспектів оцінювання рівня ефективності експортоорієнтованої туристичної діяльності на базі зелених садиб.

Основні результати дослідження. Методологічною основою були положення теорії без найманого сімейно-трудоного господарства, основи якої розроблені О.В. Чайновим та О.М. Челінцевим. Радикальною відмінністю даного наукового підходу до вивчення процесу аграрного виробництва є пріоритет соціальної складової функціонування економічних одиниць селянського типу, врахування біологічних та психологічних аспектів становлення і розвитку сільської родини.

Нами виділяються наступні основні принципи розвитку сімейно-трудоного господарства.

1.Трудоспоживчий баланс як мотиваційний критерій ведення економічної діяльності. Можливість самостійно обирати не тільки напрям діяльності, а й ступінь фізичних (розумових) навантажень у відповідності до ступеня задоволення власних потреб посилює рівень впливу суб'єктивної складової на

перспективи подальшої діяльності селянського господарства. За цих умов зростає роль існуючої загальносуспільної парадигми, її сприйняття окремими індивідуумами. На нашу думку, особливої значущості набуває питання відходу від принципів моделі «суспільства споживання» і переорієнтація на принципи «суспільства креативу», стимулювання особистості на задоволення потреб у самовдосконаленні.

2.Вплив фізіологічних, біологічних процесів розвитку селянської родини на рівень ефективності економічної діяльності. Оскільки дане господарство не використовує найману працю на постійних засадах, то обсяги виробленої продукції (наданих послуг) визначатимуться ступенем готовності членів приймати участь в організаційно-виробничих процесах. На нашу думку, в цьому випадку мають місце два обмежуючих фактора: безпосередньо фізична неспроможність (хвороба, похилий вік) або необхідність витратити свій робочий час на інші, не менш важливі для родини цілі (догляд за малолітніми дітьми). Враховуючи дані обставини, особливу значущість для підвищення загальної продуктивності селянського господарства мають види діяльності, де акцент робиться на використанні розумових здібностей та компетенцій (дорадництво, аналітика тощо).

3.Синосуподібний характер становлення та розвитку селянського господарства. Даний принцип об'єктивно впливає з попереднього, оскільки господарююча одиниця, яка використовує переважно власну робочу силу, об'єктивно проходить наступні поступові етапи: виникнення, становлення, розквіт та занепад. Останній етап можливо уникнути лише за умов забезпечення спадковості та дотримання селянським господарством принципів розширеного відтворення як в економічному, так і в демографічному аспектах.

Як бачимо, за сучасних умов запорукою конкурентоспроможного розвитку сімейних форм малого аграрного бізнесу є активне використання інформаційних ресурсів як засобів виробництва, а також співвідношення

характеру потреб із власними цілями та можливостями. В цьому аспекті слід відмітити, що одним з напрямків альтернативної самореалізації є туристична діяльність, а саме аграрний зелений туризм.

Зазначений вид господарської діяльності має цілу низку особливостей, які вигідно відрізняють її від інших, надаючи змогу селянам ефективно використовувати наявний ресурсний потенціал у відповідності до нових економічних реалій.

1.Збереження аграрної складової як базового елемента організації туристичної діяльності при скороченні розмірів земельних ресурсів. На відміну від сільськогосподарського виробництва на базі фермерського господарства, для ефективного функціонування зеленої садиби достатнім є земельна площа в розмірі 0,2 га при мінімальних стартових матеріальних та фінансових затратах.

2.Можливість здійснювати туристичну діяльність на базі особистих селянських господарств без юридичної самоідентифікації як підприємницької структури. У відповідності до чинного законодавства, представники даного сегменту аграрного виробництва мають право надавати туристичні послуги, також це дозволяється фермерським господарствам в сфері зеленого туризму. Зазначені обставини надають можливість суб'єктам дрібнотоварного сектору ефективно працювати у вказаному галузевому напрямку, уникаючи спілкування із фіскальними органами.

3. Наявність значного потенціалу для розвитку, враховуючи внутрішні та зовнішні соціально-економічні умови. Широкий спектр галузевої спеціалізації (етнічний туризм, екологічний туризм, рекреаційний туризм тощо) дозволяє селянам максимально ефективно адаптувати власний ресурсний потенціал до обраних цілей та сучасних особливостей функціонування (демографічна ситуація в родині, специфіка потреб тощо).

Аналізуючи специфіку зовнішнього соціально-економічного середовища, в якому функціонують суб'єкти усіх форм господарювання, слід відмітити важливу тенденцію, пов'язану із поступовою адаптацією національної економічної моделі до стандартів

постіндустріального інформаційного суспільства або, як його ще називають, «суспільства знань». Для сучасної конкурентоспроможної фірми інформація стає основним засобом виробництва, а рівень компетентності щодо обробки, створення та використання нових знань визначає успішність її подальшої господарської діяльності.

В даному аспекті, на нашу думку, справедливими є положення факторно-ротаційної концепції економічного розвитку, сформульованої С.В. Кальченко. У відповідності до них, запорукою ефективного функціонування господарюючих суб'єктів сучасності є спроможність людини за допомогою своїх розумових здібностей знаходити нові способи використання природного середовища, до складових якого автор відносить також інформацію [6].

Враховуючи наявні тренди, обумовлені, поміж іншого, глобалізаційними процесами в системі національної економіки, надзвичайно актуальним для селянських господарств є освоєння експортоорієнтованого вектору туристичної діяльності, який передбачає спеціалізацію на надання послуг іноземним громадянам. Приймаючи до уваги специфіку соціально-економічної природи селянських господарств, нами було сформульовано основні принципи організації експортоорієнтованої туристичної діяльності в сфері сільського туризму.

1. Адаптація рівня надання послуг до європейських стандартів. Економний стартовий варіант ведення туристичної діяльності, коли клієнту надається можливість самостійно розважатися в екологічно чистих умовах навколишнього середовища за умов мінімальної ціни та мінімальних сервісних послуг можливо реалізовувати для місцевих (місто, район, область) споживачів, які з різних причин шукають дешевого відпочинку поряд із місцем проживання. Іноземний турист повинен отримати повний перелік сервісних послуг (харчування, відпочинок, дозвілля тощо) не тільки належної якості, а й (у випадку потреби) із належним сертифікаційним підтвердженням. Остання обставина має стимулювати представників дрібнотоварного

сектору до еволюційного переходу на підприємницькі принципи ведення економічної діяльності.

2. Акцентування вектора спеціалізації на експлуатаванні національних та регіональних природно-кліматичних і культурно-історичних ресурсів, брендів. Як відомо, рівень інтересу до історико-культурних пам'яток прямо залежить від відстані між місцем проживання туриста на місцем розташування туристичного об'єкту. Саме тому послуги, пов'язані із етнічною або історико-культурною складовою туристичного бізнесу (гастрономічний туризм, етнічний туризм тощо) користуються серед місцевих жителів меншим попитом, ніж у іноземців. Більше того, секретами національної кухні пересічне населення володіє майже в тому ж обсязі, що й кухар в зеленій садибі.

В результаті виникає діалектична ситуація, оскільки обраний для обслуговування іноземців напрямок може не знайти належного обсягу клієнтів серед співгромадян. Певним чином виправити положення за рахунок пошуку або створення унікального бренду, пов'язаного із місцевими природними чи культурними об'єктами, значущість яких не викликає сумнівів, але місцеві жителі (з різних причин) мають обмежений доступ до них. В якості таких об'єктів можуть виступати геотермальні джерела, прадавні городища, кургани та ін.

3. Можливість надання специфічних послуг, орієнтованих переважно на закордонних туристів (переклад, міжнародні комунікації тощо). Обов'язковою умовою успішної співпраці із іноземними клієнтами є наявність серед обслуговуючого персоналу співробітника, який вільно володіє англійською мовою, є достатньо комунікабельним та готовим до налагодження контактів із потенційними бізнес-партнерами.

4. Інтеграція в систему регіональних та загальнонаціональних туристичних відносин, постійний моніторинг та активна інформаційна участь в процесі формування та розвитку регіонального туристичного ринку. Даний принцип об'єктивно пов'язаний із попереднім, оскільки ефективна співпраця із

носіями інших культур є неможливою за умов інформаційної ізоляції. Однією з базових умов конкурентоспроможного функціонування будь-якого господарюючого суб'єкта в сучасній моделі постіндустріального інформаційного суспільства є активне використання, обробка та створення знань як засобу виробництва.

Зазначені обставини обумовлюють актуальність вироблення єдиних наукових підходів щодо оцінювання характеру результативності економічної діяльності селянського господарства, зайнятого в туристичному бізнесі у садибній формі. Існуючі методичні засоби аналізу ступеня ефективності підприємницької одиниці, на нашу думку, не відповідають соціально-економічній сутності селянського господарства, ресурсну основу якого становить сільська родина. В процесі дослідження було розроблено алгоритм оцінки рівня ефективності експортоорієнтованої діяльності зелених садиб з урахуванням специфіки об'єкту дослідження та напряму діяльності (рис. 1).

Алгоритм являє собою поетапну послідовність дій, пов'язаних із аналізом зовнішнього середовища та оцінкою наявного ресурсного потенціалу. При цьому слід відмітити, що під регіональним потенціалом ми розуміємо природно-кліматичні умови та об'єкти і надбання історико-культурної спадщини, які власник садиби має право використовувати в процесі своєї туристичної діяльності. Щодо внутрішньогосподарського потенціалу, то тут мова йде, перш за все, про майнові та трудові (зокрема інтелектуальні і кваліфікаційні) ресурси, що знаходяться в розпорядженні селянського господарства як інтегрованої соціально-економічної сукупності.

Безпосереднє прийняття рішення щодо оцінки рівня ефективності туристичної діяльності на базі селянського господарства, на нашу думку, має прийматися з урахуванням міри досягнення поставлених цілей (як в тактичному, так і стратегічному плані). Також важливим є аналіз раціональності використання наявного ресурсного потенціалу, моніторинг якого було здійснено на початку дослідження. Реалізація проекту експортоорієн-

тованої зеленої садиби, поряд із позитивними аспектами, має і свої проблемні сторони.

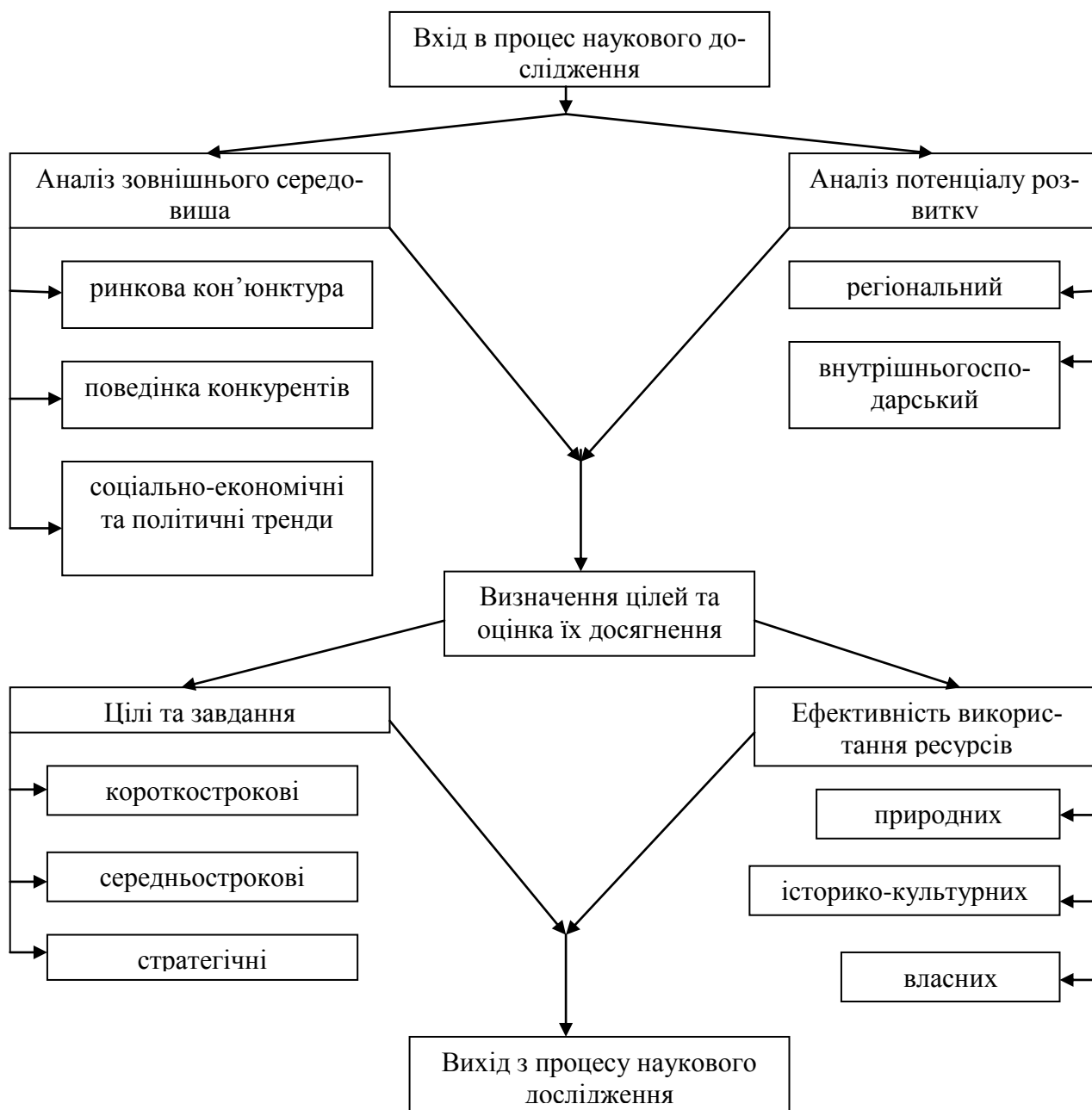


Рис. 1 – Алгоритм оцінки ефективності експортоорієнтованих послуг зеленої садиби*

*Автопська розробка

До позитивних наслідків практичної реалізації моделі експортоорієнтованої зеленої садиби слід віднести, перш за все, зростання добробуту селян. При цьому необхідно відмітити, що даний ефект матиме ланцюговий характер, оскільки конкурентоспроможне

функціонування подібного суб'єкту господарювання вимагає наявності належного інфраструктурного та сировинного забезпечення. Останні обставини, в свою чергу, обумовлюють необхідність налагодження міжгосподарської співпраці в межах села на

постійній основі.

Ще одним важливим наслідком розглядаємої зміни спеціалізації для селянського господарства стає практично обов'язкова само легалізація або в якості приватної підприємницької структури, або у формі членства відповідного міжгосподарського об'єднання галузевого чи територіального типів. Проте в обох випадках це означатиме його перехід на підприємницькі принципи здійснення економічної діяльності, що позитивно відбиватиметься на процесі розбудови сільських територій.

До проблемних аспектів практичної реалізації подібних проектів слід віднести, недостатній рівень самоорганізації господарств, а також складнощі кваліфікаційно-професійного забезпечення, оскільки даний галузевий напрям тільки починає користуватися активним попитом серед населення як форма працевлаштування, а організація ефективного функціонування туристичних об'єктів садибного типу (тим більше експортоорієнтованих) являє собою специфічний різновид сімейного туристичного бізнесу.

Враховуючи зазначені обставини, основними шляхами забезпечення ефективного

функціонування експортоорієнтованих зелених садіб, на нашу думку, є створення системи кадрового забезпечення для представників даного галузевого напрямку, виважена державна політика щодо стимулювання селян до застосування науково обґрунтованих методів здійснення господарської діяльності, активізація процесу створення відповідних регіональних міжгосподарських галузевих об'єднань, в т.ч. кооперативного типу.

Висновки. В роботі обґрунтовано важливість забезпечення експортоорієнтованого розвитку сімейного туристичного бізнесу в Україні. Доведено позитивний вплив даного галузевого напрямку на загальний рівень добробуту сільської родини та характер соціально-економічних відносин в системі сільських територій. Сформульовано основні принципи організації експортоорієнтованої туристичної діяльності в сфері сільського туризму. Розроблено алгоритм оцінки рівня ефективності експортоорієнтованої діяльності зелених садіб з урахуванням специфіки об'єкту дослідження та напрямку діяльності. Визначено основні напрямки забезпечення ефективного функціонування експортоорієнтованих зелених садіб.

Список літератури:

1. Гелбрейт Дж. Новое индустриальное общество. М. ООО «Издательство АСТ»: ООО «Транзиткнига». Спб.: Terra Fantastica. 2004. 602 с.
2. Забуранна Л.В. Зарубіжний досвід розвитку сільського зеленого туризму. Економіка АПК. 2011. № 6. С.178-183.
3. Забуранна Л.В. Сільський аграрний туризм як чинник розвитку сільських територій. Економіка АПК. 2010. № 8. С.100-106.
4. Закон України «Про особисте селянське господарство» № 742 від 15.05.2003р. URL: <http://konesh.ru/zakon-ukrayini-pro-osobiste-selyanseke-gospodarstvo-stranica-4.html> (дата звернення 4.09.2019).
5. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. М. Логос. 2000. 304с
6. Кальченко С. В. Развитие отдельных сельских хозяйств в условиях системных трансформаций аграрного сектора. Мелітополь. Люкс. 2014. 408 с
7. Кудла Н.Є. Шляхи підвищення якості сільського туризму. Економіка АПК. 2012. № 5. С.116-122.
8. Малік М.Й. Забуранна Л.В. Сільський аграрний туризм як чинник розвитку сільських територій. Економіка АПК. 2012. № 5. С.110-115.
9. Надворняк Я.М. Тенденції розвитку економіки туризму Івано-Франківської області. Економіка АПК. 2012. № 1. С.84-89.
10. Чаянов А.В. Природа крестьянского хозяйства и земельный режим. Труды Всерос. съезда Лиги аграрных реформ. 1918. М. С.4-5.
11. Челинцев А.Н. Теоретические основания организации крестьянского хозяйства. Харьков. 1919. 178с
12. Kalchenko, S. (2013) Current development prospects of farm households. Actual Problems of Economics. 12 (150), 147-152
13. Mishenin, Y., Valentynov, V., Maslak, O., Koblianska, I. (2017) Modern transformation in small-scale agricultural commodity production in Ukraine. Marketing and management of innovation, 4, 358–366.

14. Varchenko, O., Svnous, I., Grynchuk, Y. and at (2018). The strategy of developing agricultural supply chain in terms of food security in Ukraine. *International Journal of Supply Chain Management*. 7(5). 657-666.

References:

1. Gelbraith J. (2004) Novoye industrial'noye obshchestvo [New Industrial Society.] [in Russian].
2. Zaburanna, L.V. (2011) Zarubizhnyy dosvid rozvytku sil's'koho zelenoho turyzmu [Foreign experience in the development of rural green tourism]. *APK economy*, № 6, pp.178-183
3. Zaburanna, L.V. (2010) Sil's'kyy ahrarnyy turyzm yak chynnyk rozvytku sil's'kyy terytoriy [Rural agricultural tourism as a factor in the development of rural territories]. *APK economy*, № 8, pp.100-106.
4. Zakon Ukrayiny «Pro osobyste selyans'ke hospodarstvo» [The Law of Ukraine "On Personal Peasant Farming"] 2003. № 742. Available at: <http://konesh.ru/zakon-ukrayini-pro-osobiste-selyanseke-gospodarstvo-stranica-4.html> (accessed 4 September 2019).
5. Inozemtsev (2000) V.L. Sovremennoye postindustrial'noye obshchestvo: priroda, protivorechiya, perspektivy Sovremennoye postindustrial'noye obshchestvo: priroda, protivorechiya, perspektivy [in Russian].
6. Kalchenko, S. (2014) Rozvytok osobystykh selyans'kykh hospodarstv v umovakh systemnykh transformatsiy ahrarnoho sektoru. [Development of personal peasant farms in conditions of systemic transformations of agrarian sector] [in Ukrainian].
7. Kudla, N.E. (2012). Shlyakhy pidvyshchennya yakosti sil's'koho turyzmu [Ways to improve the quality of rural tourism] *APK economy*, № 5, pp.115-122.
8. Malik M.Y. Zaburna L.V. (2012). Sil's'kyy ahrarnyy turyzm yak chynnyk rozvytku sil's'kyy terytoriy [Rural agricultural tourism as a factor in the development of rural territories]. *APK economy*, № 1, pp. 84-89.
9. Nadvornyyak, Ya.M. (2012) Tendentsiyi rozvytku ekonomiky turyzmu Ivano-Frankivs'koyi oblasti [Trends in tourism economy development in Ivano-Frankivsk region]. *APK economy*, № 1, pp. 84-89.
10. Chayanov, A. V (1918) Priroda krest'yanskogo khozyaystva i zemel'nyy rezhim [The nature of the farm and land regime] [in Russian].
11. Chelintsev A.N. (1919) Teoreticheskiye osnovaniya organizatsii krest'yanskogo khozyaystva [Theoretical foundations of the organization of peasant farming]. [in Russian].
12. Kalchenko, S. (2013) Current development prospects of farm households. *Actual Problems of Economics*, 12 (150), pp. 147-152
13. Mishenin, Y., Valentynov, V., Maslak, O., Koblianska, I. (2017) Modern transformation in small-scale agricultural commodity production in Ukraine. *Marketing and management of innovation*, 4, pp. 358–366.
14. Varchenko, O., Svnous, I., Grynchuk, Y. and at (2018). The strategy of developing agricultural supply chain in terms of food security in Ukraine. *International Journal of Supply Chain Management*, 7(5), pp. 657-666.

УДК: 336; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-161-166

Тиреуов К.М.- академик НАН РК, д.э.н., профессор
Есполов Т.И.- академик НАН РК, д.э.н., профессор
Керимова У.К.- д.э.н., профессор
Алексеева М.А.- к. с/х. н., ассоциированный профессор
Казахский национальный аграрный университет

ОПЫТ КАЗАХСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО АГРАРНОГО УНИВЕРСИТЕТА ПО ТРАНСФОРМАЦИИ В УНИВЕРСИТЕТ МИРОВОГО УРОВНЯ

Аннотация. В статье раскрыты вопросы необходимости создания исследовательских университетов с целью интенсивной интеграции в аграрный научно-производственный консорциум, динамичного вхождения в международное научно-образовательное пространство, развития инфраструктуры, формирования мотивированного контингента обучающихся.

Ключевые слова: исследование, интенсивность, интеграция, консорциум, инфраструктура, мотивированный контингент, обучающийся.

JEL code classification: L39, F59

Tyreuov K.M. - Academician of NAS RK, d.e.s, Prof.
Espolov T.I. - Academician of NAS RK, d.e.s., Prof.
Kerymova Y.K. – d.e.s., Prof.
Alekseeva M.A.- PhD, Ass. Prof.
Kazakh National Agrarian University

EXPERIENCE OF THE KAZAKH NATIONAL AGRARIAN UNIVERSITY IN THE TRANSFORMATION INTO A WORLD- CLASS UNIVERSITY

Abstract. The article reveals the need for the creation of research universities for the purpose of intensive integration into the agricultural research and production consortium, dynamic entry into the international scientific and educational space, infrastructure development, and the formation of a motivated student population.

The aim of the presented research is to search, attract and transfer new knowledge and technologies to the agricultural sector of the republic, which contributes to the development of close cooperation with leading universities and research centers of the world.

For the creation and development of applied and research units for the purpose of transformation of the Kazakh National Agrarian University into a National Research University, a large preparatory work was conducted on the basis of SWOT-analysis. The world experience of setting up research universities and research centers on the example of Texas and Stanford Universities, as well as the Manchester Metropolitan University, was studied. In order to integrate agrarian education, science, production, universities began to actively cooperate with farms through the Kazakh-American Extension Information Center, Farmers' Higher Schools, Agribusiness and Law. Training and research centers for students' practice have been established. The International Association "Agro-education" and the Small Academy are opened, which carry out a continuous system of agrarian education: school (lyceum) - college - university, thus providing the principle of "lifelong learning".

As a result of the effective management, in a short period KazNAU concentrated its resources and became the nucleus of educational, scientific and innovative activity, accelerated development of the agrarian sector, which really affect the competitiveness of the country in this industry.

Keywords: research, intensity, integration, consortium, infrastructure, motivated contingent, student.

Постановка проблемы. В Стратегии «Казахстан-2050» Новый политический курс состоявшегося государства» говорится, что «высшие учебные заведения не должны ограничиваться образовательными функциями. Им необходимо создавать и развивать прикладные и научно-исследовательские подразделения» [1].

О необходимости создания исследовательских университетов в стране сказано в Законах Республики Казахстан «О науке», «Об образовании», Государственной Программе развития образования РК на 2011-2020 годы и ряде других программ [2]. Это стало реальным системным катализатором, побуждающим Казахский национальный аграрный университет к трансформации в Национальный исследовательский университет.

Анализ последних достижений и публикаций. Прежде чем приступить к трансформации, нами был изучен мировой опыт создания исследовательских университетов и научных центров.

Об экономической эффективности мировых исследовательских университетов свидетельствует их годовой бюджет. Например, годовой бюджет Техасского университета составляет 3 млрд. долларов, Стэнфордского – 1 млрд. долларов, Манчестер метрополитен университета – 1 млрд. долларов.

Был изучен опыт специализированных организаций, лидеров мировых научных исследований аграрного профиля: INRA (Франция), INTA (Аргентина), EMBRAPA (Бразилия) и другие (около 20 разных континентов). До трансформации вуза в исследовательский университет коллективом проведена большая подготовительная работа на основе SWOT-анализа. Вся работа коллектива была направлена на устранение «слабых» сторон в университете.

Формулирование целей статьи. Целью представленного исследования является поиск, привлечение и трансферт новых знаний и технологий в аграрный сектор республики, что способствует развитию тесного сотрудничества с ведущими вузами и научными центрами мира, а также позволяет осуществлять систему

непрерывного аграрного образования: школа (лицей) – колледж – университет, тем самым обеспечивая принцип «обучение в течение всей жизни».

Изложение основного материала. С 2001 г. университет начал работу по интеграции аграрного образования, науки, производства. Создан Аграрный научно-производственный консорциум «АгроДаму», в состав которого вошли вузы, научно-исследовательские институты, опытные станции, крупные агроформирования. Сегодня в доверительное управление университета переданы 2 НИИ МСХ Республики Казахстан (РК).

Вуз активно стал взаимодействовать с фермерскими хозяйствами через Казахстанско-Американский информационно-консалтинговый центр Extension, Высшие школы фермеров, агробизнеса и права.

Созданы учебно-научно-производственные центры для практики студентов. Открыты международная ассоциация «Агрообразование» и Малая академия, которые осуществляют непрерывную систему аграрного образования: школа (лицей) – колледж – университет, тем самым обеспечивая принцип «обучение в течение всей жизни».

Вуз вошел в международный научно-образовательный консорциум. Он активно участвует в 15 международных ассоциациях и организациях, председательствует в Совете ректоров ведущих аграрных вузов стран-участниц СНГ. Созданы модельный центр развития академической мобильности Center of Excellence, международная междисциплинарная школа (KIIS).

Работают международные зимние и летние школы по всем направлениям подготовки специалистов АПК. Открыты институт социально-гуманитарного образования и воспитания имени О. Сулейменова, центр «Чистая планета» и студенческая ассамблея «Достык».

В 2010 г. университету был присвоен статус инновационно-ориентированного вуза. И с этого года одними из первых,

используя международные стандарты проектного управления, совместно с 13 международными экспертами из научных центров и вузов начался процесс трансформации в национальный исследовательский университет.

Совместно с международными экспертами были разработаны миссия, цели, задачи, «точки роста» конкурентоспособности, стратегический план по основным направлениям деятельности вуза.

Командой управления трансформацией определены 5 приоритетов – это развитие нематериальных активов, интенсивная интеграция в аграрный научно-производственный консорциум, динамичное вхождение в международное научно-образовательное пространство, развитие инфраструктуры, формирование мотивированного контингента обучающихся. Разработаны первые 7 шагов и вехи трансформации. Коллектив университета полностью поддержал этот процесс.

В результате мониторинга инновационной активности кафедр проведено их ранжирование по 3 категориям: пилотные, предпилотные и допредпилотные.

Пилотные кафедры разработали «дорожные карты» до 2015 года. Используя компетентностный подход на базе модульного обучения, они приступили к диверсификации своих учебных планов и программ по всем направлениям, в частности, по природопользованию и биоресурсам в соответствии с мировыми тенденциями развития высшего и послевузовского образования.

В части развития человеческого капитала вуз разработал функциональные компетенции профессорско-преподавательского состава, учебно-вспомогательного персонала и администрации. Сформирован кадровый резерв, внедрена система рейтинговой оценки и дифференцированная оплата труда. Таким образом, изменилось стереотипное отношение сотрудников к рабочему месту на кафедре как к «пожизненной ренте».

В результате трансформации в соответствии с международными стандартами разработаны 96 образовательных программ, введены 217 новых траекторий, 12 программ двойного диплома с ведущими вузами-партнерами Европы, Азии и США.

Университет, как национальный вуз, ведет совместную подготовку специалистов аграрного профиля по программам двойного диплома с двадцатью вузами Казахстана, а также целевую подготовку магистрантов и докторантов для регионов страны. Все образовательные программы аккредитованы международными аккредитационными агентствами.

В 2015 г. в результате трансформации вуза и по рекомендациям независимых экспертов постановлением Правительства «Казахский национальный аграрный университет», «Западно-Казахстанский аграрно-технический университет им. Жангир-хана», АО «Казахский агротехнический университет им. Сакена Сейфуллина» переданы из Министерства образования и науки в ведение Министерства сельского хозяйства.

Для эффективной деятельности вузов и НИИ Минсельхоза было создано некоммерческое акционерное общество «Национальный аграрный научно-образовательный центр». В его состав, кроме 3 вузов, вошли 23 НИИ, 14 опытных станций, центры распространения знаний и коммерциализации.

В 2016 г. постановлением Правительства Республиканское государственное предприятие на праве хозяйственного ведения «Казахский национальный аграрный университет» было преобразовано в некоммерческое акционерное общество. Это позволило университету получить академическую свободу, перейти к автономии и реализовать принципы самофинансирования, используя механизмы государственно-частного партнерства.

Был открыт Агротехнологический хаб – Международный исследовательский институт инновационных технологий в АПК.

Его целью являются поиск, привлечение и трансферт новых знаний и технологий в аграрный сектор республики. Деятельность Агрохаба способствует развитию тесного сотрудничества с ведущими вузами и научными центрами мира.

В состав Агрохаба вошли 6 НИИ, 6 международных инновационных центров и 31 исследовательская лаборатория. Это Казахстанско-Японский инновационный центр, Казахстанско-Корейский инновационный центр, Центр устойчивого развития, Центр технологии и качества пищевых продуктов, Казахстанско-Белорусский агроинженерный инновационный центр, инновационная теплица, агротехнопарк и другие.

Такая развитая инфраструктура позволила ученым университета за последние 4 года выполнить 300 научных проектов по линии ряда министерств на сумму около 2 миллиардов тенге, коммерциализировать совместно с партнерами 50 научных проектов на сумму более 3 миллиардов тенге. Внедрение результатов НИР в производство составляет 48%. Университет выиграл конкурс МОН РК на финансирование офиса коммерциализации на сумму 116 миллионов тенге.

На базе имеющихся крупных агроформирований, перерабатывающих предприятий, центров, обслуживающих предпринимателей, в каждом районе созданы информационно-консультационные и учебно-научно-производственные центры по всем направлениям подготовки специалистов для аграрного сектора экономики.

Для открытия новых лабораторий и центров разработаны инвестиционные проекты и финансово-экономические обоснования. В рамках Государственной программы индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015-2019 гг. (далее – ГПИИР) созданы 4 инновационные научно-образовательные лаборатории на сумму 2,9млн. долл. США. В 2019 г. будут созданы лаборатории микрклонального размножения растений,

референтная лаборатория по молоку, дооснащены Digital-центр и Казахстанско-Белорусский агроинженерный инновационный центр на сумму 5,0 млн.долл.США.

Новые лаборатории и центры создаются в соответствии со Стратегическим планом МСХ РК и направлены на решение актуальных проблем АПК страны. Например, лаборатория микрклонального размножения растений *in vitro* предназначена для получения в короткие сроки большого количества безвирусного посадочного материала плодовых и овощных культур, устойчивого к бактериальному ожогу и другим заболеваниям. К слову, с момента регистрации бактериального ожога в Казахстане ареал заражения им плодовых культур за 7 лет расширился в 40 раз. Для решения этой проблемы заключено соглашение с Корнельским университетом (США).

Другая проблема. В Казахстане от 50 до 69% поголовья животных размещены в домашних хозяйствах. На их долю в структуре валовой продукции животноводства приходится 68%. Ежегодно в республике производится более 5 миллионов тонн молока, из них 75% – в домашних хозяйствах.

Молоко, произведенное в домашних условиях, не соответствует санитарно-гигиеническим нормам и требует глубокой переработки, что отражается на его цене. Молоко реализуется населением в среднем по цене от 60 до 120 тенге за литр, а готовая продукция продается в несколько раз дороже из-за высоких затрат на переработку. Ежегодно в Казахстан из других стран экспортируется более 600 тысяч тонн молока и молочной продукции, в том числе 80% потребляемого населением сгущенного молока. Создаваемая референтная лаборатория молочных продуктов позволит быстро определять десятки показателей качества молока и молочных продуктов.

Развитие Digital-центра позволит консолидировать все данные о современном состоянии сельского хозяйства, упростить и

улучшить работу с большим объемом материалов при помощи GIS-технологий, машинного анализа и аналитики больших данных.

Продолжается работа по развитию Агротехнопарка на базе учебно-опытного хозяйства «Агроуниверситет» с площадью 845 гектаров. Дооснащение Казахстанско-Белорусского агроинженерного инновационного центра позволит создать машиноиспытательную станцию, экспериментальный полигон по 10 видам культур, показательную ферму по животноводству, оснастить учебно-опытное хозяйство 57 видами аграрной техники и технологий.

При поддержке Азиатского банка развития создан Водный хаб, который является центром подготовки специалистов в области водного хозяйства. Со службой сельскохозяйственных исследований

Министерства сельского хозяйства и университетом штата Мичиган (США) ведется работа по открытию Земельного и Климатического хабов. Их цель – решение проблем по эффективному управлению земельными и водными ресурсами Казахстана и стран Центральной Азии.

Проводимая системная работа позволила университету занять достойное место в 9 международных и национальных рейтингах. Цель – к 2023 году стать университетом мирового класса с рейтингом QS-300.

Выводы. Таким образом, на основе эффективного менеджмента за короткий период КазНАУ сумел сконцентрировать свои ресурсы и стать ядром образовательной, научной и инновационной деятельности, ускоренного развития аграрного сектора, реально влияющим на конкурентоспособность страны в этой отрасли.

Список литературы:

1. Послание Президента республики Казахстан – лидера нации Н.А. Назарбаева народу Казахстана. Стратегия «Казахстан -2050» Новый политический курс состоявшегося государства. // <http://www.akorda.kz>, Астана, 2012 г.
2. Об образовательной и научно-исследовательской деятельности вузов Казахстана <https://articlekz.com>, 2013г.
3. Попова М.В., Сапожников А.В., Сапожников В.И. «Информационные, коммуникационные технологии». Учебник – М.: РПА «АПР», 2009.
4. Материалы круглого стола: «Государственная программа развития образования в Республике Казахстан до 2020 года» // Проблемы высшей школы. Алматы,
5. Послание Президента Республики Казахстан – Лидера нации народу Казахстана «Социально-экономическая модернизация - главный вектор развития Казахстана». Индустриальная Караганда, 28 января 2012 года.
6. Государственная программа развития образования Республики Казахстан на 2011-2012 годы. г.Астана, 7 декабря 2010 г.
7. Ешметова Г. История развития профессионального образования в Республике Казахстан. г. Алматы, 2011.
8. Дауталиева Р. Конкурентоспособность специалиста – успех в профессиональной и личностной сферах // Образование.-2010.-№5(53).-С.59-61.
9. Журавлев А.Л. Ушаков Д.В. Образование и конкурентоспособность нации: психологические аспекты // Психологический журнал.-2009.-Т.30.№1.-С.5-13.
10. Назарбаев Н.А. Интервью в прямом эфире телевизионным программам «Хабар», «Казахстан», «Астана» и Казахскому радио //Казахстанская правда. -14 ноября 2009г.
11. Научно-педагогический журнал «Образование».-2015 г. №2.-С.10-17.
12. Белин «Фундаментальные и прикладные исследования в области образования» 2011г. №5-6. -С.9-15.

Reference:

1. Poslanye Prezidenta respublyky Kazakhstan – lydera natsyy N.A.Nazarbaeva narodu Kazakhstan. Stratehiya «Kazakhstan - 2050» Novyi polytycheskiy kurs sostoiavshehosia hosudarstva. Retrieved from: <http://www.akorda.kz>, Astana [in Russian].
2. Ob obrazovatelnoi y nauchno-yssledovatel'skoi deiatelnosti vuzov Kazakhstan <https://articlekz.com> (2013) [in Russian].
3. Popova M.V., Sapozhnykov A.V., Sapozhnykov V.Y. (2009) «Ynformatsyonnye, kommunykatsyonnye tekhnolohyy». [Uchebnyk]. M.: RPA «APR», 2009 [in Russian].
4. Materyaly kruhloho stola: «Hosudarstvennaia prohramma razvytyia obrazovaniya v Respublyke Kazakhstan do 2020 hoda» *Problemy vysshei shkoly. Almaty* [in Russian].
5. Poslanye Prezidenta Respublyky Kazakhstan – Lydera natsyy narodu Kazakhstan «Sotsyalno-ekonomycheskaia modernyzatsiya - glavnyi vektor razvytyia Kazakhstan». *Yndustryalnaia Karahanda*, 28 yanvaria 2012 hoda [in Russian].
6. Hosudarstvennaia prohramma razvytyia obrazovaniya Respublyky Kazakhstan na 2011-2012 hody. h.Astana, 7 dekabria

2010 h [in Russian].

7. Eshmetova H. (2011) Ystoriya razvytiya professionalnogo obrazovaniya v Respublyke Kazakhstan. h. *Almaty*, [in Russian].
8. Dautalyeva R. (2010) Konkurentosposobnost spetsyalysta – uspekhn v professionalnoi y lychnostnoi sferakh. *Obrazovaniye*, №5 (53), p. 59-61 [in Russian].
9. Zhuravlev A.L. Ushakov D.V. (2009) Obrazovaniye y konkurentosposobnost natsyy: psikhologicheskiye aspekty, *Psikhologicheskiy zhurnal*, T.30.№1, pp. 5-13 [in Russian].
10. Nazarbaev N.A. (2009) Ynterviu v priamom zfyre televyzyonnym proqrammam «Khabar», «Kazakhstan», «Astana» y Kazakhskomu radyo. *Kazakhstanskaia pravda*, 14 noiabria 2009 [in Russian].
11. Nauchno-pedahohicheskiy zhurnal «Obrazovaniye».-2015, №2, pp. 10-17 [in Russian].
12. Belyn «Fundamentalnye y prykladnye yssledovaniya v oblasti obrazovaniya» 2011h. №5-6, pp. 9-15 [in Russian].

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 37.015.31; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-167-172

*Агєєва І.В., к.е.н., доцент
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного*

РОЛЬ САМОМЕНЕДЖМЕНТУ В ДОСЯГНЕННІ ЦІЛЕЙ МЕНЕДЖЕРА В ОРГАНІЗАЦІЇ

Анотація. У статті досліджено основні підходи до визначення самоменеджменту зарубіжними та українськими науковцями. Обґрунтовано необхідність самоменеджменту в сучасних умовах, як засобу ефективності в досягненні цілей менеджера.

Ключові слова: самоменеджмент, менеджер, організація, методи, саморозвиток, самовдосконалення, самоорганізація, самомотивація.

JEL code classification: M12

*Ahieieva I.V., PhD, Ass. Prof.
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University*

THE ROLE OF SELF-MANAGEMENT IN ACHIEVING OBJECTIVES OF THE MANAGER IN THE ORGANIZATION

Abstract. The manager for successful professional development needs to be organized. But today, many managers do not have enough organization, commitment, and do not know how to use working time rationally. In this regard, the need for professional self-development, self-improvement, and self-education becomes especially important. As a result, self-management is one of the most promising areas for achieving effective work today.

The analysis of concepts, suggests that today there is no sustainable understanding of self-management, but emphasizes the importance of this management activities for organizations. This requires a deeper understanding, determination of the role and place of self-management in the management system.

Self-management is understood to mean consistent and purposeful use by the manager of methods and techniques of work in daily activities to achieve the intended goals. To do this, the manager must know what is stopping him. We have considered the potential limitations of the self-development of the manager, identified by M. Woodcock and D. Francis. According to them, the manager can evaluate their capabilities in relation to the requirements of their work and be able to find real ways to develop personal and business qualities.

Noteworthy is the methodology of determining the level of self-management, which was proposed by O. Shtep. Applying its methodology, managers will be able to find ways to solve problems, as well as to motivate them to perform professional tasks effectively.

We are pleased to arrange the following steps, to specify the technology for self-management, to find the right choice for satisfying the needs of creative work, so for satisfying the needs of organizing.

Based on the research, it was found that managers should use different self-management methods that will allow them to learn to set and achieve goals in their professional activities, as well as to avoid unforeseen difficulties. This requires self-development, self-improvement, self-control and self-motivation.

Keywords: self-management, manager, organization, methods, self-development, self-improvement, self-organization, self-motivation.

Постановка проблеми. Менеджеру для успішного професійного розвитку необхідно бути організованим. Це означає відчувати себе зібраним, володіти ситуацією, бути готовим використовувати все наявні можливо-

сті і впоратися з будь-якими несподіванками, які створюються на шляху.

Багато керівників, керуючи тими чи іншими суб'єктами, недостатньо виявляють організованість, обов'язковість, не вміють

раціонально використовувати робочий час і т.д. Практично кожний менеджер стикається у своєму житті з такою проблемою, особливо це стосується молодих менеджерів. При цьому кожен прагне досягти в житті певних успіхів: підкорити будь-які вершини, досягти найкращих результатів, прагнути до досконалості і професіоналізму в будь-якій області і, безсумнівно, отримання задоволення від роботи. У зв'язку з цим особливої значущості набуває потреба професійного саморозвитку, самовдосконалення, самовиховання. Внаслідок цього на сьогоднішній день одним з перспективних напрямів для досягнення цілей в організації є самоменеджмент.

Самоменеджмент є одним з напрямків сучасного менеджменту. Він викликав значний інтерес наукового світу до проблем взаємодії людини і оточуючого світу, громадянина й держави, окремих особистостей в усіх сферах життєдіяльності як на психоемоційному, так і на організаційно-господарському рівнях [8].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання самоменеджменту є одним з найактуальніших в організації та управлінні сучасних організацій. Методологічні та теоретичні аспекти самоменеджменту детально розглядали у своїх наукових працях такі зарубіжні науковці як Л. Зайверт [7], Аніта і Клаус Бишоф [3], М. Вудкок [5], Д. Френсіс [5], І. А. Ларіонова [9], Н.В.Панова [12], А.А.Сімонова [13] та багато інших. Серед вітчизняних дослідників варто відзначити розробки таких як: К.А.Андрющенко [1], О.І. Бабчинська [2], Н.М.Буняк [4], С. Кирій [8], Н.П.Лукашевич [11], А.С. Чкан [14], О.С.Штепа [15,16] та інші.

Досягнення зазначених вчених мають велике значення, але проблема самоменеджменту є не до кінця вивченою та потребує більш поглибленого розгляду.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження особливостей самоменеджменту як способу підвищення ефективності в досягненні цілей менеджера в організаціях.

Виклад основного матеріалу. Менеджери - це співробітники організацій, які здійс-

нюють управлінську діяльність. Менеджер виконує функції управління для досягнення цілей організації економічним і ефективно чином. Він приймає рішення і вирішує проблеми. Менеджер повинен ефективного управляти собою і своїми ресурсами, а також самостійно приймати рішення які дозволяють отримати очікуваний результат.

Будь-які цілі можуть бачитися досягнуті в разі, якщо робота менеджера скоординована належним чином. Успіх або невдачі в кінцевому результаті знаходиться в їх руках. Тому вони повинні вміти так організувати свою працю і своїх працівників, щоб її ефективність була максимальною.

Для ефективного управління в організації, менеджеру необхідно знати набір певних правил. Сьогодні інструментом навчання навичкам управління собою і своєю діяльністю є самоменеджмент.

Вперш ніж розглянути роль самоменеджменту в досягненні цілей менеджера в організації, розкриємо його значимість. Існує багато підходів до визначення самоменеджменту. Значний вклад у вивченні самоменеджменту зробив Л. Зайверт, який стверджує, що «самоменеджмент - це послідовне і цілеспрямоване використання випробуваних методів роботи в повсякденній практиці, для того щоб оптимально і зі змістом використовувати свій час» [7,с.18].

На думку Ларіонової І.А., «самоменеджмент є послідовне і цілеспрямоване використання випробуваних методів роботи в повсякденній практиці для того, щоб оптимально і зі змістом використовувати свій час» [9].

У свою чергу, Н.П. Лукашевич у своїх дослідженнях визначає самоменеджмент, як саморозвиток і самореалізація творчого потенціалу на шляху до досягнення ділового успіху [11].

Найбільш ємний та ґрунтований підхід до визначення сутності самоменеджменту було окреслено К.А. Андрющенко. Вона вважає, що для визначення поняття «самоменеджмент» було взято за основу дві складові цього слова. Перше складова частина «само» - позначає спрямованість дії на самого себе;

здійснення дії самостійно або автоматично [1].

Другу частину терміну «менеджмент» автор визначає, як сукупність принципів, методів, прийомів і форм, які визначають мистецтво управління

діяльністю та інтелектуальними ресурсами особливості.

В цілому автор об'єднує два поняття стверджує, що самоменеджмент - самостійне управління працівником своєю професійною діяльністю з використанням знань, умінь й навичок, яке направлене на розвиток власного інтелектуального потенціалу, а також ефективно його використання на задоволення свої потреб та досягнення загальних цілей організації [1].

А.А.Сімонова зазначає, що «самоменеджмент - система способів діяльності, що дозволяє максимально використовувати власні можливості, свідомо і раціонально управляти своїм життям, активно і ефективно впливати на зовнішні обставини на роботі і в особистому житті в своїх цілях» [13].

Так, А.С.Чкан та І.В. Ганза визначили, що самоменеджмент – це послідовне та цілеспрямоване використання в діяльності організацій ефективних методів роботи, які спрямовані на раціоналізацію власних дій, оптимізацію процесу досягнення цілей за умов раціонального використання ресурсів [14].

Узагальнення літератури дозволило зробити висновки, що існує багато думок які дозволяють виявити підходи в розумінні самоменеджменту: діяльність яка направлена на ефективно використання часу, діяльність яка спрямована на успіх, особисте управління самим собою для досягнення мети.

Вміння управляти характеризує управлінську діяльність менеджера в організації, яка показує якість та стиль роботи в досягненні поставлених цілей. Для цього менеджер повинен знати, що йому перешкоджає. Слушною є думка М. Вудкока та Д. Френсіса, які виділяють одинадцять обмежень, що перешкоджають ефективній роботі менеджера [5]:

1. Невміння управляти собою. Вчені вважають, що ті керівники які н в неповному

обсязі використовують час, нездатні впоратися з стресом, обмежені нездатністю управляти собою.

2. Розмиття особистісних цінностей. Якщо особисті цінності менеджера недостатньо з'ясовані, йому буде не вистачати підстав для суджень, які можуть сприйматися оточуючими як необгрунтовані. Менеджери у яких цінності не відповідають часу, обмежені нездатністю управляти собою.

3. Смутні особисті цілі. Менеджер може бути нездатним визначити цілі або може прагнути до недосяжних цілей. Автори вважають, що такі менеджери дуже тяжко досягають успіху, так як вони обмежені нечіткістю особистих цілей.

4. Зупинений саморозвиток. Менеджери здатні добитися значних успіхів в саморозвитку, проте деякі не можуть подолати свої слабкості і працювати над власним зростанням. Такі менеджери обмежені зупиненим саморозвитком.

5. Недостатність навички вирішувати проблеми. Деякі керівники не можуть методично і раціонально працювати над вирішенням проблем і добиватися якісних рішень. Проблеми, які не вирішуються швидко, вони накопичуються і заважають роздумів. З цього автори вважають, що дії менеджера обмежені недостатністю навичок вирішувати проблеми.

6. Недолік творчого підходу. Вчені вважають, що часто в менеджерах недостатній розвинені творчі підходи до прийняттям рішень. Менеджер з відносно низькою винахідливістю рідко висуває нові ідеї, нездатний змусить інших бути творцями і використовувати нові підходи в роботі. Менеджер, небажаючих експериментувати і ризикувати, обмежений не достатком творчого походу.

7. Невміння впливати на людей. Керівник постійно повинен впливати на тих, хто йому підпорядкований. Однак деякі менеджери не здатні отримати необхідну підтримку і участь і в результаті не можуть забезпечити необхідні для успіху ресурси. Керівник, який недостатньо наполегливий, не встановлює взаємодії з оточуючими і у якого недостатньо розвинене вміння виражати себе і слуха-

ти інших, обмежений невмінням впливати на оточуючих.

8. Недостатнє розуміння особливостей управлінської праці. До тих пір, поки керівники серйозно не оцінять ефективність того, як вони управляють іншими, їм не добитися високої віддачі від них. Керівники, недостатньо розуміють мотивацію працівників, і ті, управлінський стиль яких застарів, не відповідає умовам, неетичний і негуманний, обмежені недостатнім розумінням суті управлінської праці.

9. Слабкі навички керівництва. Для ефективного управління людьми менеджери потребують багато навичок, які і можна назвати здатністю керувати. Витрати робочого часу і неефективність методів роботи призводять до того, що співробітники відчують себе незадоволеними і працюють нижче своїх можливостей. Менеджер, який не вміє добитися практичних результатів від своїх підлеглих, обмежений недоліком здатності керувати.

10. Невміння навчати. На думку Вудкока та Френсиса майже кожен менеджер дуже часто виступає в ролі наставника, педагога, вихователя. Не розвиваючи цього вміння, менеджер не може довести показники роботи своїх підлеглих до необхідних і допомогти їм в саморозвитку. Менеджер, якому не вистачає здатності допомагати розвиватися іншакше, обмежений невмінням навчати.

11. Низька здатність формувати колектив. Для того щоб домогтися високих результатів, більшість менеджерів має об'єднуватися з іншими, використовуючи їх уміння. Коли керівникові не вдається перетворити групу в кваліфікований і результативний колектив, його робота зазвичай супроводжується труднощами або не дає віддачі. Вчені вважають, що якщо менеджер не може створити сприятливий клімат, то він не вміє сформувати групу[5].

Згідно перерахованих факторів М. Вудкока і Д. Френсиса, кожен менеджер може дати оцінку своїм можливостям по відношенню вимог своєї роботи, а також мати можливість знаходити реальні шляхи розвитку особистісних і ділових якостей.

Заслугове уваги методика визначення рівня самоменеджменту, яку запропонувала О. Штепа. Її методика має шкалу самооцінки з чотирьох рівнів самоменеджменту: критичний – людина не вміє організувати свій час (0-56 балів); середній – людина має навички самоорганізування і вміє визначати пріоритети (57-83 балів); високий – людина володіє навиками стратегічного планування, ініціативна й самостійна у прийнятті рішень (84-95 балів); псевдовисокий – людина творча, висловлює оригінальні думки (96-100 балів) [15].

Застосовуючи її методику в сучасних умовах менеджери зможуть знайти шляхи усунення проблем, а також змотивувати їх виконувати професійні завдання ефективно.

У своїй книзі «Самоменеджмент. Ефективно і раціонально» Аніта і Клаус Бішофи стверджують, що індивідуальна організація часу є дуже важливим компонентом успішного самоменеджменту [3]. Вони рекомендують інструменти, які допоможуть організувати свій робочий день для досягнення цілей. Для цього вони пропонують наступні переваги послідовної організації часу:

- концентрація на існуючому;
- зниження сил і засобів;
- відмежування важливих від менш важливих справ;
- рішення про пріоритетні засідання і делегації;
- раціоналізація в результаті об'єднання завдань; зменшення неполадок і переривань;
- зниження стресів, самодисципліна;
- планування дня;
- розпорядок в ході дня;
- огляд і ясність в виконанні завдань;
- підвищення самоконтролю;
- особливе задоволення і мотивація;
- підвищення працездатності [3].

Розвиток менеджера відбувається завдяки саморозвитку. Грамотний менеджер повинен розуміти що це йому необхідно для творчих і професійних якостей. Саморозвиток – це процес, у рамках якого людина набуває здатність захищати себе, управляти поточними подіями та формувати позитивні стосунки з

навколишнім світом і радіти життю [2].

Ще однією зі складових самоменеджменту є самомотивація. Менеджер повинен вміти ставити перед собою цілі, розуміти чого він хоче, і досягати поставлених цілей. Коли він буде розуміти що йому необхідно, тільки тоді самомотивація буде ефективною.

Користь від самомотивації тільки тоді, коли менеджер тривалий час обходитися без стимулів і контролю. І щоб працювати ефективно необхідно себе самомотивувати, переконуючи, що тим чим ти займаєшся, бажане.

Н.В.Панова вважає, що існують в поведінці менеджерів індикатори самомотивації:

- внутрішні установки людини;
- готовність брати на себе відповідальність;
- оригінальне рішення [12].

При самомотивації у менеджера реалізуються пошуки до досягнення цілей.

Варто зазначити думку Лисенко В.В. та Приходько І.А., які вважають, що всі витрати на планування і організацію роботи можуть повністю окупитися не тільки кінцевими результатами діяльності, а і у вигляді отри-

маних навичок та умінь управляти своїми ресурсами [10,с.253].

Висновки. В умовах величезної конкуренції дуже важливо організувати свою діяльність на вищому рівні. Більшість організацій домагаються успіху завдяки складеній роботі менеджерів. Діяльність менеджера зводиться до раціонального і ефективного управління ресурсами для досягнення поставлених цілей. Але ефективно управляти це дуже складно. Самоменеджмент дає можливість менеджерам максимально використовувати свої можливості, свідомо управляти часом, послідовно і цілеспрямовано використовувати прийоми для ефективної праці, спрямувати свою діяльність на досягнення мети.

На основі проведеного дослідження встановлено, що даже досвідчені менеджери повинні використовувати різні методи самоменеджменту, які дозволять їм навчитися ставити і досягати цілі в професійній діяльності, а також уникати непередбачені труднощі. Для цього необхідно саморозвиватися, самовдосконалюватися, самоорганізовуватися і самомотивувати себе.

Список літератури

1. Андрищенко К.А. Теоретичні аспекти самоменеджменту: умови виникнення і розвитку / К.А. Андрищенко // Ефективна економіка. – 2010. – №7. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.m.nauka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=258>
2. Бабчинська О.І. Самоменеджмент як складова професійного розвитку персоналу [Електронний ресурс] / О.І.Бабчинська, А.К. Мідляр. - Режим доступу:<http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5151>.
3. Бишоф А. Самоменеджмент. Эффективно и рационально / А.Бишоф, К.Бишоф; [пер. с нем. Д. А. Пергамент]. — 2-е изд., испр. — М.: Омега-Л, 2006. — 127 с.
4. Буняк Н.М. Самоменеджмент як мистецтво саморозвитку особистості / Н.М. Буняк // [Електронний ресурс] Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017, № 8. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/18-2017/36.pdf>
5. Вуддкок М. Раскрепощенный менеджер. Для руководителя практики: Пер. с англ. /М.Вуддкок Д. Френсис.-М.: «Дело».1991.-320с.
6. Дороніна, М. С. Самоменеджмент: сутність, умови виникнення і розвитку / М. С. Дороніна, В. І. Пересунько // Економіка і управління. – 2006. – № 4. – С. 7–12.
7. Зайверт Л. Ваше время – в Ваших руках: (Советы руководителям, как эффективно использовать рабочее время). – М.: Экономика, 1991. – 21 с.
8. Кирій С.Л. Концепція самоменеджменту як управлінська філософія / С.Л. Кирій // Теорія і практика державного управління. – 2014, №3(46). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/tpdu/2014-3/doc/4/02.pdf>.
9. Ларионова, И. А. Самореализация как системообразующий фактор интегративной профессиональной подготовки специалистов / И. А. Ларионова // Педагогическое образование в России. — 2011. — № 4. — С. 18-27.
10. Лисенко В. В. Вплив функцій та технологій самоменеджменту на розвиток персоналу підприємства [Електронний ресурс] / В. В. Лисенко, І. А. Приходько // Інфраструктура ринку. – 2018. – № 19. – С. 251–256.- Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/19_2018_ukr/43.pdf
11. Лукашевич Н.П. Теория и практика самоменеджмента: [учеб. пособ.] / Н.П. Лукашевич. – К.: МАУП, 1999. – 360 с.
12. Панова Н. В. Роль самоменеджмента, мотивации и рефрейминга в достижении эффективности деятельности специалиста / Н. В. Панова // Экономикс. – 2013. – № 2. – С. 19-23.
13. Самоменеджмент педагога: сущность, содержание, технологии [Текст]: монография / А. А. Симонова. —

Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2008. — 136 с.

14. Чкан А.С. Самоменеджмент як головний інструмент системи мотиваційного менеджменту на підприємстві / А.С. Чкан, І.В. Ганза // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2014. – №1(25). – С. 261-266.

15. Штепа О.С. Самоменеджмент: дефініція та діагностика / О. С. Штепа // Наука і освіта. Науково-практичний журнал Південно-українського університету АПН України. Спецвипуск «Психологія особистості: теорія, досвід, практика». – 2009. – № 8. – С. 128–130.

References:

1. Andrushenko K.A. (2010) Teoretychni aspekty samomenedzhmentu: umovy vynyknennia i rozvytku [Theoretical aspects of self-management: conditions of origin and development]. *Efektivna ekonomika (electronic journal)*, no. 7 Mode of access: Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=258>.

2. Babchynska O.I., Midliar A.K. (2016) Samomenedzhment yak skladova profesiinoho rozvytku personalu [Self-management as a component of professional development of personnel]. *Efektivna ekonomika (electronic journal)*, no. 9. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5151>. (accessed 24 June 2018).

3. Byshof A., Byshof K. (2006) Samomenedzhment. Effektivno y racyonaljno [Self-management. Effectively and efficiently]. M.: *Omegha-L.* (in Russian).

4. Bunyak N.M. (2017) Samomenedzhment jak mystectvo samorozvytku osobystosti [Self-management as an art of self-development of personality]. *Globalni ta nacionalni problemy ekonomiky (electronic journal)*, no. 8. Retrieved from: <http://global-national.in.ua/archive/18-2017/36.pdf>.

5. Vudkok, M., Frensis, D. (1991), Liberated manager. For the Head-practice [Emancipated manager: for the leader-practice]. Moscow: *Delo*, 320 p. (in Russian).

6. Doronina, M. S., Peresunko V. I. (2006) Samomenedzhment: sutnist, umovy vynyknennia i rozvytku [Self-management: essence, conditions of origin and development] *Ekonomika i upravlinnia*, no. 4, pp. 7–12.

7. Zayvert L. (1991) Vashe vremya – v Vashikh rukakh: Sovety rukovoditelyam, kak effektivno ispol'zovat' rabochee vremya [Your time is in your hands: Tips for leaders, how to effectively use the working time]. Moscow: *Ekonomika* (in Russian).

8. Kyriy S.L. (2014) Konceptsiya samomenedzhmentu jak upravlinsjka filosofija [The concept of self-management as a managerial philosophy]. Teoriya i praktyka dergavnogo upravlinnya, (electronic journal), no. 3(46). Retrieved from: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2014-3/doc/4/02.pdf>.

9. Larionova I. A. (2011) Samorealizatsiya kak sistemooobrazuyushchiy faktor integrativnoy professional'noy podgotovki spetsialistov [Self-realization as a system-forming factor of integrative professional training of specialists]. *Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii*, no. 4. pp. 18-27.

10. Lysenko V. V., Prykholdko I.A. (2018) Vplyv funktsii ta tekhnolohii samomenedzhmentu na rozvytok personalu pidpriemstva [Influence of functions and technologies of self-management on the development of the personnel of the enterprise]. *Infrastruktura rynku (electronic journal)*, no 19. pp. 251–256. Retrieved from: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/19_2018_ukr/43.pdf

11. Lukashevych, M.P. (1999), Teoriia i praktyka samomenedzhmentu [Theory and practice of self-management], Kyiv: MAUP, 360 p. (in Ukraine).

12. Panova N. V. (2013) Rolj samomendzhmenta, motyvacyy y refrejmyngha v dostyzenyy efektyvnosty dejateljnosti spetsyalysta [The role of self-management, motivation and reframing in achieving the effectiveness of a specialist]. *Ekonomyks*. no.2. pp.19-23.

13. Symonova A.A. (2008) Samomenedzhment pedahoha: sushchnost, sodержanye, tekhnolohyy [Tekst]: [monohrafiya] *Ekaterynburh: Ural. hos. ped. un-t*, 136 p.

14. Chkan A.S., Hanza I.V. (2014) Samomenedzhment yak holovnyi instrument systemy motyvatsiinoho menedzhmentu na pidpriemstvi [Self-management as the main tool of the system of motivational management at the enterprise]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnogo ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky)*, vol. 1(25), pp. 261-266.

15. Shtepa O. S. (2009) Samomenedzhment: defynitsiia ta diahnostyka [Self-management: Definition and diagnostics] *Naukovo-praktychnyi zhurnal Pivdenno-ukrainskoho universytetu APN Ukrainy. Spetsvypusk «Psykholohiia osobystosti: teoriia, dosvid, praktyka»*, no. 8, pp. 128-130.

УДК 005.96:005.336.1:005.52:664; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-173-180

Зіновська С.І., аспірант
Запорізький національний університет

МЕТОДИКА ПРОГНОЗУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА ОСНОВІ КОРЕЛЯЦІЙНО- РЕГРЕСІЙНОГО АНАЛІЗУ

Анотація. Здійснено дослідження існуючих підходів вчених до прогнозування ефективності управління персоналом, використання працівників, забезпеченості кадрами, кадрових проблем, чисельності працівників. Встановлено, що питання прогнозування управління ефективністю використання персоналу потребує додаткового дослідження, адже не проаналізовано даний процес на підприємствах харчової промисловості, відсутній механізм проведення прогнозу управління персоналом та не визначено прогнозний рівень результативності використання кадрів. Удосконалено методичний підхід до прогнозування рівня результативності управління ефективністю використання персоналу на підприємствах харчової промисловості шляхом проведення кореляційно-регресійного аналізу, розрахунку прогнозного значення інтегрального показника та побудови економіко-математичної моделі. Встановлено, що основним призначенням методичного підходу є проведення прогнозних розрахунків інтегральних показників, дослідження взаємозв'язку між факторами впливу на шукану величину та розрахунок загального прогнозного рівня результативності управління ефективністю використання персоналу, що дозволять прийняти рішення щодо налагодження використання персоналу, функціонування підприємства. Обґрунтовано доцільність використання методичного підходу на підприємствах, оскільки він дозволить спрогнозувати рівень результативності управління ефективністю використання персоналу та сформулювати заходи покращення використання персоналу.

Ключові слова: персонал, управління ефективністю використання персоналом, результативність управління, прогноз, економіко-математична модель, кореляційно-регресійний аналіз, інтегральний показник.

JEL code classification: M12

Zinovska S.I., postgraduate
Zaporizhzhya National University

METHOD OF FORECASTING THE EFFECTIVENESS OF MANAGEMENT OF THE EFFICIENCY OF PERSONNEL USE AT FOOD INDUSTRY ENTERPRISES ON THE BASIS OF CORRELATION-REGRESSION ANALYSIS

Abstract. The research of existing approaches of scientists to the forecasting of efficiency of personnel management, use of employees, personnel security, personnel problems, number of employees is carried out. It was established that the issue of forecasting the management of the efficiency of personnel use requires additional research, since this process has not been analyzed at food industry enterprises, there is no mechanism for carrying out the forecast of personnel management and the forecast level of the use of personnel is not determined. The methodical approach to forecasting the level of effectiveness of the management of the efficiency of personnel use at food industry enterprises has been improved through correlation-regression analysis, calculation of the predicted value of the integral index and construction of the economic-mathematical model. It was established that the main purpose of the methodical approach is to carry out the predictive calculations of integral indicators, to study the relationship between the factors of influence on the desired size and to calculate the total predictive level of effectiveness of the management of the effectiveness of the use of personnel, allowing to make a decision on establishing the use of personnel, the functioning of the enterprise.

For a better application and implementation of the methodological approach at the enterprises of the food industry, a sequence of its use was developed, which contains a list of stages. The expediency of using the methodological approach in enterprises is substantiated, as it will allow to predict the level of effectiveness of management of the efficiency of personnel use and to form measures to improve the use of personnel.

Key words: *personnel, personnel efficiency management, management effectiveness, forecast, economic and mathematical model, correlation-regression analysis, integral indicator.*

Постановка проблеми. Ефективність функціонування підприємств харчової промисловості залежить від багатьох показників, а особливо від використання персоналу. Раціональна організація роботи персоналу, планування чисельності кадрів, потреби в залученні працівників, створення умов для розвитку, навчання, роботи персоналу та стимулювання результатів їх роботи мають позитивний вплив на результати фінансової діяльності, якість виконаних робіт, розмір прибутку та рівень конкурентоспроможності підприємства. Тому існує потреба в оцінці ефективності використання персоналу для з'ясування переваг, недоліків, проблемних аспектів, а також прогнозуванні результативності управління ефективністю використання персоналу для визначення раціональності управління персоналом в майбутньому, витрачання коштів та покращення загального рівня використання працівників. В цілому, за результатами прогнозних розрахунків керівництво підприємства матиме можливість не лише проаналізувати тенденції управління персоналом, але й оцінити ефективність господарської діяльності, прийняти обґрунтовані кадрові та управлінські рішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання застосування методів прогнозування для оцінки використання та управління персоналом, потреби в кадрових ресурсах, чисельності працівників, рівня витрат та розвитку персоналу розглянуто в працях: Гільорме Т.В., Барміна К.О. [1, с. 128-129], Кендюхов О., Романченко В. [2, с. 474-478], Кляус Д.П. [3, с. 181-188], Корецький С.Л., Квіта Г.М., Молдованов М.І. [4, с. 108-111], Корсаков Д.О. [5], Крамаренко А.В. [6, с. 157-161], Пелех А.А. [7], Письменна О.О. [8], Пуліна Т.В., Ткачук О.Ю., Вафіна А.О. [9, с. 45-48], Фещур Р.В., Рудницька О.М., Мартинюк О.О. [10, с. 200-

205], Філіпішин І.В. [11, с. 42-46], Чикурова А.Д. [12, с. 188-190]. Враховуючи існуючий досвід, прогнозування результативності управління ефективністю використання персоналу потребує більш ґрунтовного дослідження та визначення алгоритму проведення прогнозних розрахунків на підприємствах харчової промисловості.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Питання використання та управління персоналом досліджене авторами, також проаналізовані методи оцінки та прогнозування ефективності використання кадрів. Проте, відсутній єдиний підхід до проведення прогнозу управління ефективністю використання персоналу, оцінки загального рівня результативності та рівня розвитку персоналу у майбутньому. Тому, доцільно більш детально розглянути особливості прогнозування управління використанням персоналу, алгоритм проведення такого прогнозу, вибір показників для здійснення розрахунків, що дозволить керівництву підприємства отримати точні дані щодо результативності процесу управління.

Постановка завдання. Метою статті є удосконалення методичного підходу до прогнозування рівня результативності управління ефективністю використання персоналу на підприємствах харчової промисловості, з'ясування послідовності його реалізації, визначення практичного значення для підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. За результатами дослідження наукових підходів вчених до вивчення питання прогнозування результативності управління ефективністю використання персоналу було з'ясовано, що воно досліджено не в повній мірі, адже не проаналізовано очікувані ефекти від здійснення управління ефективністю використання персоналу, не враховано особ-

ливості функціонування підприємств харчової промисловості, не розроблено сам процес здійснення прогнозу результативності управління використанням працівників.

Тому було запропоновано використовувати методичний підхід до прогнозування рівня результативності управління ефективністю використання персоналу на підприємствах харчової промисловості. Особливістю методичного підходу є здійснення розрахунку інтегрального показника економічного, соціального, технологічного, кадрового, інноваційного, фінансового ефекту та визначення загального інтегрального показника рівня результативності шляхом здійснення кореляційно-регресійного аналізу та побудови економіко-математичної моделі.

Призначення методичного підходу до прогнозування рівня результативності управління ефективністю використання персоналу полягає в можливості здійснити прогнозний розрахунок інтегральних показників, оцінити вплив більш значущих факторів на шукану величину та в результаті дозволить відобразити прогноз рівня результативності управління ефективністю використання персоналу. Отримані значення за результатами прогнозу дозволять керівництву підприємства не лише оцінити прогнозне значення управління ефективністю використання персоналу на короткостроковий період, але й прийняти рішення щодо підвищення та покращення використання персоналу задля налагодження функціонування підприємства.

Для систематизації процесу формування методичного підходу доцільним є визначення етапів його побудови (рис. 1).

На першому етапі проводиться вибір об'єкта дослідження, тобто підприємства на яких здійснюватиметься апробація підходу. Враховуючи специфіку фінансово-господарської діяльності, особливості виробничого процесу та місце на ринках збуту продукції, а також зайнятість населення, плинність кадрів, витрачання коштів на управління та розвиток персоналу, методи стимулювання працівників було обрано такі підприємства: ПрАТ «Ніжинський жирком-

бінат»; ПАТ «Миронівський завод з виробництва круп і комбікормів».

Потім проводиться дослідження фінансово-господарської діяльності обраних підприємств, що дасть змогу оцінити загальний фінансовий стан, проаналізувати показники звітності, наявну документацію, обсяги виробництва та збуту продукції, показники використання персоналу та зробити висновки щодо раціональності управління персоналом.

На підставі врахування отриманих даних було обрано групу показників (фактори впливу), що відображають або впливають на управління ефективністю використання персоналу. Тобто, на основі аналізу показників використання та управління персоналом обрано лише ті показники, які в більшій мірі дозволять проаналізувати процес управління та отримання бажаного ефекту.

Обрані показники було згруповано за можливим видом ефекту від управління ефективністю використання персоналу на підприємствах харчової промисловості. Запропоновано визначити такі види ефекту: технологічний, кадровий, інноваційний, фінансовий, соціальний та економічний. Дані види ефекту виступають в ролі індикатора результативності процесу управління ефективністю використання персоналу для підприємств харчової промисловості та дозволять визначити не лише ефективність управління персоналом, але й використання працівників. Визначення наведених складових управління ефективністю використання персоналу пояснюється наступним: кадровий ефект – показує ефективність роботи кадрової служби та працівників, задоволення персоналу рівнем заробітної плати, рівень кваліфікації працівників, доречність витрат на управління, розвиток персоналу, плинність кадрів; соціальний ефект – відбиває задоволення потреб персоналу, стан соціально-психологічного клімату в колективі, раціональність роботи управлінського персоналу з працівниками, ефективність використання методів мотивації; інноваційний ефект – оцінює рівень інноваційного потенціалу персоналу, відповідність кваліфікації працівників можливості використання нового обладнання; технологі-

чний ефект – визначає забезпеченість підприємства устаткуванням, злагожденість роботи працівників, зацікавлення персоналу в результатах роботи, дотримання норм праці та режиму роботи, ефективність роботи персоналу, раціональність витрачання коштів на купівлю нового обладнання, виробництво нового виду продукції, ефективність виробництва продукції; фінансовий ефект – оцінює ефективність використання фінансових ресурсів, власного та позикового капіталу, можливості підприємства щодо фінансування розвитку, управління персоналом, підвищення оплати праці, ефективність роботи працівників, прибутковість функціонування, доходи від продажу продукції; економічний ефект – показує досягнення основних цілей підприємства, раціональність управління персоналом, доходність діяльності, понесені витрати на виробництво продукції, купівлю обладнання, персонал, наявну заборгованість, можливості економічного зростання.

Для здійснення прогнозних розрахунків використано кореляційно-регресійний аналіз, що дозволить отримати точні дані та врахувати показники управління і використання персоналу. Застосування кореляційно-регресійного аналізу дасть змогу проаналізувати залежність результативної ознаки (шуканого показника) від впливу обраних показників та оцінити щільність зв'язку, а також з'ясувати більш значущі показники за кожним видом ефекту, розрахувати інтегральний показник за обраними видами ефекту.

Для проведення кореляційно-регресійного аналізу за кожним видом ефекту обрано такі показники:

1. кадровий ефект – рентабельність управління використанням персоналу (шуканий показник – Y) та факторами впливу є загальна кількість працівників (X_1), кількість штатних працівників (X_2), фонд оплати праці (X_3), витрати на оплату праці (X_4), витрати на управління трудовими відносинами (X_5), продуктивність праці (X_6), коефіцієнт розвитку персоналу (X_7), чистий фінансовий результат: прибуток/збиток (X_8);

2. фінансовий ефект – коефіцієнт ефективності використання фінансових ресурсів (шуканий показник – Y) та факторами впливу є витрати на персонал (X_1), витрати на розвиток персоналу (X_2), витрати на управління працівниками (X_3), виручка від реалізації продукції (X_4), фонд оплати праці (X_5), чистий фінансовий результат: прибуток/збиток (X_6), власний капітал (X_7), позиковий капітал (X_8);

3. технологічний ефект – рентабельність діяльності (шуканий показник – Y) та факторами впливу є обсяг виробництва продукції (X_1), готова продукція (X_2), витрати на придбання обладнання (X_3), витрати на виробництво нового виду продукції та розвиток технологічного потенціалу персоналу (X_4), рівень травматизму (X_5), коефіцієнт керованості працівників (X_6), ступінь дотримання трудової дисципліни (X_7), коефіцієнт виплати винагород за результатами виробництва (X_8);



Рис. 1. Процес формування методичного підходу до прогнозування рівня результативності управління ефективністю використання персоналу на підприємствах харчової промисловості*

* Примітка: розроблено автором

4. економічний ефект – коефіцієнт ефективності управління персоналом (шуканий показник – Y) та факторами впливу є готова продукція ($X1$), обсяг реалізованої продукції ($X2$), чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за участі робітників, які пройшли професійну підгото-

вку ($X3$), собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) ($X4$), власний капітал ($X5$), чистий фінансовий результат: прибуток/збиток ($X6$), витрати на персонал ($X7$), витрати на придбання обладнання ($X8$);

5. інноваційний ефект – коефіцієнт інноваційного потенціалу персоналу (шуканий показник – Y) та факторами впливу є

коефіцієнт впровадження нового обладнання (X1), коефіцієнт наукоємності виробництва (X2), наукоємність праці (X3), кількість інновацій запропонованих працівниками (X4), витрати на виробництво нового виду продукції та розвиток технологічного потенціалу персоналу (X5), витрати на науково-дослідні роботи (X6), загальна кількість працівників (X7);

б. соціальний ефект – середня заробітна плата працівників (шуканий показник – У) та факторами впливу є соціальні витрати на персонал (X1), заробітна плата керівництва (X2), витрати на навчання персоналу (X3), витрати на розвиток персоналу (X4), обсяг штрафів накладених на персонал підприємства (X5), коефіцієнт співвідношення заробітної плати до прожиткового мінімуму (X6), фонд оплати праці (X7), коефіцієнт вирішення конфліктів в механізмі управління (X8).

За результатами кореляційно-регресійного аналізу проводиться дослідження щільності зв'язку між шуканим показником та факторами впливу за кожним видом ефекту. Визначення значущості факторів впливу за кожним видом ефекту дозволить обрати лише ті показники, які безпосередньо мають вплив на рівень результативності визначених видів ефекту.

Далі проводиться розрахунок інтегрального показника кадрового, соціального, інноваційного, технологічного, економічного, фінансового ефекту відповідно до результатів кореляційно-регресійного аналізу та отримане прогнозне значення порівнюється з попередніми періодами. При цьому, для кожного виду ефекту визначається рівняння регресії, яке уточнюється відповідно до отриманих даних за кореляційним аналізом.

Шляхом врахування результатів проведеного кореляційно-регресійного аналізу, щільності зв'язку між шуканим показником та факторами впливу, визначених інтегральних показників за кожним видом ефекту розробляється економіко-математична модель прогнозування інтегрального показника рівня результативності управління ефективністю використання персоналу.

За результатами економіко-математичної моделі проводиться розрахунок інтегрального показника рівня результативності управління ефективністю використання персоналу на аналізованому підприємстві та на підставі отриманих даних приймаються рішення щодо розвитку, покращення процесу управління, підвищення його ефективності, розробки заходів до підвищення рівня результативності, прийняття зважених управлінських рішень.

Удосконалений методичний підхід дозволить провести розрахунок прогнозного значення кадрового, інноваційного, соціального, економічного, технологічного, фінансового ефекту та загального рівня результативності управління ефективністю використання персоналу. Проведені розрахунки дозволять керівництву підприємства проаналізувати ефективність управління персоналом на майбутнє, визначити складнощі в управлінні та сформулювати рекомендації для покращення процесу використання працівників. Практичне значення методичного підходу полягає у можливості проведення достовірного аналізу на обраних підприємствах та визначенні причин зростання чи погіршення аналізованих показників, розробці заходів до зростання управління ефективністю використання персоналу.

Висновки. Таким чином, було удосконалено методичний підхід до прогнозування рівня результативності управління ефективністю використання персоналу на підприємствах харчової промисловості, який є простим, достовірним та ефективним у використанні. За умови впровадження методичного підходу на підприємстві існує можливість спрогнозувати рівень результативності управління ефективністю управління персоналом та оцінити можливості до подальшого його зростання, виявити сильні та слабкі сторони, проблеми у функціонуванні та фінансово-господарській діяльності. Керівництво підприємства матиме змогу оцінити результати за методичним підходом та покращити процес управління ефективністю використання персоналу, впровадити рекомендації до налагодження діяльності та підвищити

рівень конкурентоспроможності, показники діяльності. Також за отриманими результатами від методичного підходу існує можливість проаналізувати ефективність стратегії розвитку, напрямів діяльності, процес організації роботи працівників, злагодженість роботи всіх підрозділів.

Список використаної літератури:

1. Гільорме, Т.В. та Барміна, К.О., 2016. Стратегічне прогнозування в процесі прийняття управлінських рішень щодо формування витрат на персонал. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*, [online] Вип. 17(1), с. 127-130. Доступно: <http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_17/1/35.pdf> [Дата звернення 30 грудень 2018].
2. Кендюхов, О. та Романченко, В., 2015. Особливості управління персоналом на малому підприємстві. *Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Серія: Економіка і управління*, [online] Вип. 34, с. 472-479. Доступно: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpdetut_eiu_2015_34_50> [Дата звернення 20 жовтень 2018].
3. Кляус, Д.П., 2013. Сценарний прогноз рівня соціальної відповідальності персоналу підприємства. *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: збірник наукових праць. Тематичний випуск: Технічний прогрес та ефективність виробництва*, № 66 (1039), с. 180-189.
4. Корецький, С.Л., Квіта, Г.М. та Молдованов, М.І., 2014. Методика прогнозування економічних процесів методом динамічного факторного аналізу. *Економіка і управління*, [online] № 1, с. 107-112. Доступно: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/econupr_2014_1_21> [Дата звернення 30 грудень 2018].
5. Корсаков, Д.О., 2012. *Формування конкурентних переваг системи управління персоналом промислового підприємства*. Кандидат наук: автореферат дисертації. Харківський національний економічний університет, 20 с.
6. Крамаренко, А.В., 2014. Діагностика ефективності управління персоналом на основі інтегрального показника. *Економічний вісник Національного гірничого університету*, № 1, с. 157-162.
7. Пелех, А.А., 2016. Аналіз методів прогнозування кадрових потреб. В: *Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід: VIII Міжнародна науково-методична конференція Форуму молодих економістів-кібернетиків*. Тернопіль, Україна, 21-22 жовтень 2016. Тернопіль.
8. Письменна, О.О., 2017. *Теоретичні основи та методичний інструментарій формування кадрової стратегії підприємства*. Кандидат наук. Національний гірничий університет, 320 с.
9. Пуліна, Т.В., Ткачук, О.Ю. та Вафіна, А.О., 2018. Розвиток кадрового потенціалу органу публічної служби. *Економіка та держава*, [online] № 12, с. 44-49. Доступно: <<http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4210&i=8>> [Дата звернення 30 грудень 2018].
10. Фещур, Р.В., Рудницька, О.М. та Мартинюк, О.О., 2000. Прогнозування чисельності персоналу промислового підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*, № 384: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку, с. 199-206.
11. Філіпшин, І.В., 2013. Управління персоналом промислових підприємств і комплексна оцінка його трудової діяльності. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*, [online] № 2, с. 41-47. Доступно: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2013_2_11> [Дата звернення 20 жовтень 2018].
12. Чикурова, А.Д., 2011. Прогнозування як інструмент стратегічного управління персоналом суб'єктів господарювання. *Збірник наукових праць. Економічні науки*, [online] № 19, с. 187-191. Доступно: <<http://188.190.33.56:7980/jspui/bitstream/123456789/3179/1/%D0%9F%D0%92-19-187-191.pdf>> [Дата звернення 20 жовтень 2018].

Reference:

1. Hilorme, T.V. ta Barmina, K.O. (2016). Stratehichne prohnouzuvannia v protsesi pryiniattia upravlinskykh rishen shchodo formuvannia vytrat na personal. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky*, [online] Vyp. 17(1), p. 127-130. Dostupno: <http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_17/1/35.pdf> [Data zvernennia 30 Hruden 2018].
2. Kendiukhov, O. ta Romanchenko, V. (2015). Osoblyvosti upravlinnia personalom na malomu pidpriemstvi. *Zbirnyk naukovykh prats Derzhavnoho ekonomiko-tehnolohichnoho universytetu transportu. Serii: Ekonomika i upravlinnia*, [online] Vyp. 34, p. 472-479. Dostupno: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpdetut_eiu_2015_34_50> [Data zvernennia 20 Zhovten 2018].
3. Kliaus, D.P. (2013). Stsenarnyi prohnouz rivnia sotsialnoi vidpovidalnosti personalu pidpriemstva. *Visnyk Nats. tekhn. un-tu «KhPI»: zbirnyk naukovykh prats. Tematychnyi vypusk: Tekhnichniy prohres ta efektyvnist vyrobnytstva*, № 66 (1039), pp. 180-189.
4. Koretskyi, S.L., Kvita, H.M. ta Moldovanov, M.I. (2014). Metodyka prohnouzuvannia ekonomichnykh protsesiv metodom dynamichnoho faktornoho analizu. *Ekonomika i upravlinnia*, [online] № 1, pp. 107-112. Retrieved from: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/econupr_2014_1_21> [Data zvernennia 30 Hruden 2018].
5. Korsakov, D.O. (2012). Formuvannia konkurentnykh perevah systemy upravlinnia personalom promyslovoho pidpriemstva. *Kandydat nauk: avtoreferat dysertatsii. Kharkivskiy natsionalnyi ekonomichnyi universytet*, 20 p.
6. Kramarenko, A.V. (2014). Diahnostyka efektyvnosti upravlinnia personalom na osnovi intehralnoho pokaznyka. *Ekonomichni visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu*, № 1, pp. 157-162.
7. Pelekh, A.A. (2016). Analiz metodiv prohnouzuvannia kadrovyykh potreb. V: *Modeliuvannia ekonomiky: problemy, tendentsii, dosvid: VIII Mizhnarodna nauково-metodychna konferentsiia Forumu molodykh ekonomistiv-kibernetikiv. Ternopil, Ukraina*, 21-22 Zhovten 2016. Ternopil.

8. Pysmenna, O.O. (2017). Teoretychni osnovy ta metodychni instrumentarii formuvannia kadrovoi stratehii pidpriemstva. Kandydat nauk. *Natsionalnyi hirnychi universytet*, 320 p.
9. Pulina, T.V., Tkachuk, O.Iu. ta Vafina, A.O. (2018). Rozvytok kadrovoho potentsialu orhanu publichnoi sluzhby. *Ekonomika ta derzhava*, [online] № 12, p. 44-49. Dostupno: <<http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4210&i=8>> [Data zvernennia 30 Hruden 2018].
10. Feshchur, R.V., Rudnytska, O.M. ta Martyniuk, O.O. (2000). Prohnozuvannia chyselnosti personalu promysloвого pidpriemstva. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika»*, № 384: Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku, p. 199–206.
11. Filipishyn, I.V. (2013). Upravlinnia personalom promyslovykh pidpriemstv i kompleksna otsinka yoho trudovoi diialnosti. *Problemy i perspektyvy rozvytku pidpriemnytstva*, [online] № 2, s. 41-47. Dostupno: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2013_2_11> [Data zvernennia 20 Zhovten 2018].
12. Chykurova, A.D. (2011). Prohnozuvannia yak instrument stratehichnoho upravlinnia personalom subiektiv hospodariuvannia. *Zbirnyk naukovykh prats. Ekonomichni nauky*, [online] № 19, p. 187-191.

УДК: 338.242; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-181-190

Журавльова І.В., д.е.н., професор
Харківський національний економічний університет ім. С.Кузнеця

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ЧИННИК ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

Анотація. В статті розкриваються теоретико-методичні підходи до трактування категорій «інвестиційна привабливість» та «інтелектуальний капітал». Узагальнюючи вищезазначені підходи до розуміння понять, виділені їх характерні ознаки і особливості: виявлені наявні проблеми функціонування інтелектуального капіталу (ІК) в Україні як чинника інвестиційної привабливості економічної системи (ЕС) в наслідок протиріч щодо рівня сформованості та ефективності його використання. Розроблено методичне забезпечення аналізу ІК як чинника інтелектуальної привабливості ЕС.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, інвестиційна привабливість, людський капітал, споживчий капітал, структурний капітал.

JEL code classification: E22, J24, M12

Zhuravlyova I.V., D.Sc., Professor
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

INTELLECTUAL CAPITAL AS A FACTOR OF ECONOMIC SYSTEM INVESTMENT ATTRACTIVENESS

Abstract. The article reveals theoretical and methodical approaches to the interpretation of the category «investment attractiveness» and «intellectual capital». Due to the growing share of insignificant assets in the gross product of the country, regions, the value of the enterprise the IC becomes a influential factor for the investment attractiveness of economic systems(ES). The purpose of the study is to develop methodological support for analysis of IC as a factor of investment attractiveness. The existing problems of functioning of the intellectual capital (IC) in Ukraine as a factor of investment attractiveness of the ES are revealed as a result of contradictions concerning the level of formation and efficiency of its use. The essence and sequence of stages of analysis of functioning of IC as a factor of investment attractiveness are substantiated, including: identification of objects of analysis, determination of components of IC economic systems at macro- and mesoeconomic levels, formation of information base of research according to the system of indicators, identification and evaluation of components, determination of the generalized index of IC by the triangle area method; classification by IC of ES by cluster analysis; updating the factors of influence on the functioning of IC economic systems; determination of the mutual influence of the components of IC and their impact on the investment attractiveness of the ES within which it is reproduced; positioning ES by the rate of their investment attractiveness growth and IC, forecasting the formation and efficiency of the use of ES.

Key words: intellectual capital, investment attractiveness, human capital, consumer capital, structural capital.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіки України зростає значення процесів інвестування на всіх рівнях – державному, регіональному, галузевому,. Підвищення якісного рівня інвестиційної діяльності та масштабів її здійснення є запорукою економічного розвитку країни, регіону, галузі, окремого суб'єкта господа-

рювання, зростання зайнятості населення, ефективності та конкурентоспроможності економічних систем всіх рівнів. Для підвищення інтересу інвесторів до здійснення інвестування в Україні необхідно забезпечувати умови надійності та прибутковості інвестицій, основою чого є управління інвестиційною привабливістю економічних систем.

У зв'язку зі зростанням долі невідчутних активів у валовому продукті країни, регіонів, вартості підприємства ІК (рис. 1) стає впли-

вовим чинником інвестиційної привабливості економічних систем макро-, мезо- мікроекономічного рівня.



Рис. 1. Динаміка співвідношення відчутних активів і невідчутних цінностей S&P 500 фірм світу [1]

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальнотеоретичні та методологічні основи інвестування набули висвітлення у фундаментальних працях зарубіжних науковців: Д. Джонка, Дж. Бейлі, В. Беренс, Г. Бірман, К. Боулдінга, Г. Марковіца, М. Міллера, У. Шарпа та інших. Системні підходи до вирішення проблем забезпечення інвестиційної привабливості були розвинені у наукових працях Андріанова Ю.А., Боліновської Н.Я., Євтушенко С.О., Гриньової В.М., Коюди В.О., Іляш О.І., Ястремської О.М. та інших. Питанням дослідження теоретичних та практичних аспектів ІК присвятили праці такі вітчизняні та зарубіжні вчені як Н. Бонтис, Б. Лев, Й. Руус, К.Э. Свейби, Л.Едвинссон, П.Друкер, Т.Стюарт, А.Пулик.

Незважаючи на великий інтерес, накопичені теоретичні розробки з даного питання і набутий досвід інвестиційної діяльності суб'єкта господарювання, все ж предмет дослідження залишається недостатньо опрацьованим внаслідок стрімкого розширення та зміни доміант інвестиційної привабливості в умовах нової інформаційної парадигми економічного розвитку економічних систем.

Постановка завдання. Метою дослідження є розробка методичного забезпечення аналізу ІК як чинника інвестиційної привабливості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Монографічний аналіз дозволив виявити ряд концептуальних підходів щодо визначення поняття «інвестиційної привабливості», що представлено у табл. 1.

Таблиця 1.

Підходи до визначення сутності поняття «інвестиційної привабливості»

Підхід	Автори	Визначення
1	2	3
Етимологічний підхід	Коюда О.П. [2]	Порівняльно-історичне дослідження «інвестиційної привабливості» як здатності суб'єкту господарської діяльності отримувати бажаний ефект від вкладання цінностей у його діяльність.
Системний підхід	Бланк І.О. [3], «Методики інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій» [4], Андраш О.А., Мельник О.Г., Логвиненко Ю.Л.	Рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного підприємства, яке може визначатися чи оцінюватися значеннями відповідних показників, зокрема інтегрального оцінювання; сукупність об'єктивних ознак, властивостей, засобів, можливостей економічної системи, яка обумовлює потенційний платіжний попит на інвестиції
Порівняльний підхід	Руснак Н.О. [5] Руснак В.А. Гайдуцький А.П.	Сукупність характеристик, що дозволяє ранжувати об'єкти майбутнього інвестування в залежності від обраних показників.
Факторний підхід	Задорожня Я. Є., Самігулліна Ю.Р., Горова А.О., Шеремет В.В., Ястремська О. М.	Сукупність внутрішніх та зовнішніх факторів функціонування підприємства, що впливають на рішення інвестора.
Дохіднісний підхід	Бланк І.О [3] Бочаров В.В., Вологдін Е.В.	Економічна ефективність (доходність) вкладення коштів в об'єкти інвестування.
Ситуаційний підхід	Економічна енциклопедія [7, С. 53], Брігхем Ю., Гаспенські Л., Коупленд Т., Фабозці Ф. Дж., Шарп У.	Характеристика підприємства чи будь-якого суб'єкта господарської діяльності, яка враховує суперечливі цілі інвестора: максимальний прибуток за мінімального ризику на певному об'єкті. Визначається на засадах системного підходу, що ґрунтується на єдності та взаємодії його аспектів: технічного, географічного, трудового, організаційного, екологічного, ресурсного, фінансово-економічного, правового та комерційного. Можливість отримання економічних вигід за умови забезпечення певного рівня задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог інвестора.

Узагальнення результатів аналізу табл. 1 дозволяють визначити інвестиційну привабливість економічної системи як багатомірну характеристику її діяльності, що визначає її поточний фінансово-економічний стан, стан сформованості та ефективності використання інтелектуального капіталу, ризик негативного впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища та є критерієм прийняття рішень інвестором. Слід звернути увагу на існування в науковій літературі праць, що присвячені використанню оцінки ІК при оцінюванні інвестиційної привабливості компаній, країн, регіонів. Так, дослідження Й. Холланд показало, що менеджери компаній вважають найбільш корисними дані щодо однієї з складових ІК - капіталу відносин компанії (як компанії управляють своїми відносинами з контрагентами, створюють лояльність покупців і

прихильність до бренду, репутацію та імідж, торгові марки, канали збуту, рівень рекламних кампаній) [8]. Інвестори сприймають ІК як ресурси, що дозволяють створити конкурентні переваги на ринку, що знаходить своє відображення в ринкових показниках діяльності, таких, наприклад, як капіталізація. Лі і Гутрі [9] відзначає, що, незважаючи на безсумнівну користь аналізу ІК для прийняття інвестиційних рішень, його вимір вкрай нерозвинений. Крім того, учасники ринку часто не сприймали такий фактор, як ІК, в процесі прийняття рішень. Інвестування, що ґрунтується на ІК, потребує розвитку методичного забезпечення, а також збільшення обізнаності учасників ринку щодо ІК.

Узагальнення літературних джерел показало [моя мон], що в економічних дослідженнях і практиці можна виокремити три основні підходи до розуміння ІК, представлені на рис. 2.

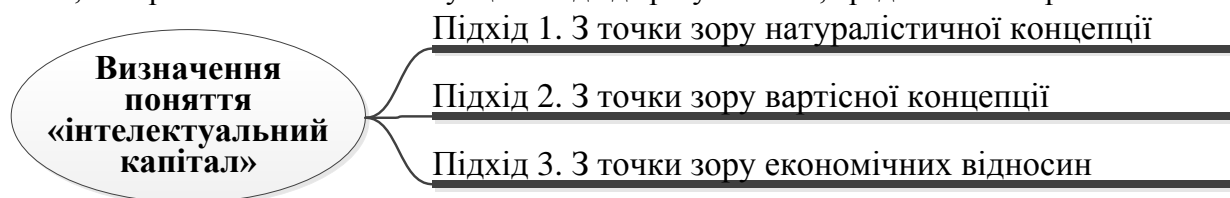


Рис. 2. Підходи до визначення поняття ІК.

У більшості сучасних досліджень ІК визначається за своєю натуральною формою як знання та інформація. Друга група визначень фіксує чисто економічний бік цього явища, третя - акцентує увагу на ІК як на певних економічних відносинах [моя мон]. Монографічний аналіз показав, що ІК збільшує здатність економічної системи генерувати додану вартість [10]. Отже, для збільшення вартості компанії і її інвестиційної привабливості, необхідно аналізувати як рівень сформованості ІК, так і ефективність його використання.

Аналіз літературних джерел [11-16] показав наявність існування проблем функціонування ІК в Україні в наслідок таких протиріч: між рівнем сформованості ІК і ефективністю його використання; між рівнем сформованості ІК та потребами ринку праці, між потребою у певно-

му рівні сформованості ІК і низьким рівнем інвестування його формування, між рівнем сформованості людського капіталу і іншими складовими сукупного ІК (рис. 3).

Виявлені протиріччя призводять до різноманітних форм стійких соціально-економічних втрат: посиленні структурної деформації зайнятості в результаті кризи, фінансово-кредитної, цінової систем; загостренні проблем зайнятості для найбільш незахищених соціальних груп; знецінюванні робочої сили, що руйнує систему мотивації та продуктивності праці; низькому ступені регулятивного впливу держави і перевазі стихійних регуляторів формування та відтворення ІК; зниженні конкурентоздатності та інвестиційної привабливості економічної системи.



Рис. 3. Протиріччя, які виникають в процесі функціонування ІК на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях

Ситуація в Україні ускладнюється низькими темпами інвестицій у нематеріальні активи у порівнянні з основними фондами (рис.4).

ІК пропонується розглядати як систему, що є багатовимірною поліструктурною системою зі складною неоднорідною структурою. Серед основних елементів ІК можна виокремити людський, споживчий та структурний капітал [16].

Аналіз ІК як чинника інвестиційної привабливості ЕС є двоскладовим за стадіями процесу його кругообігу та багатошаровим на кожному з рівнів регулювання. На стадії формування ІК оцінюється узагальнюваль-

ним показником його стану та системою окремих показників його складових. Для цього використовується графоаналітичний метод, коли площа трикутника, осі якого утворюють складові ІК (людський, структурний, споживчий капітал), є рівнем сформованості ІК (рис.5). На стадії використання ІК його функціонування оцінюється впливом ІК на результативність економічної системи, в межах якої він відтворюється. Оцінювання функціонування ІК також включає оцінювання його впливу на інвестиційну привабливість.



Рис. 4. Обсяги інвестицій в основний капітал та нематеріальні активи в Україні

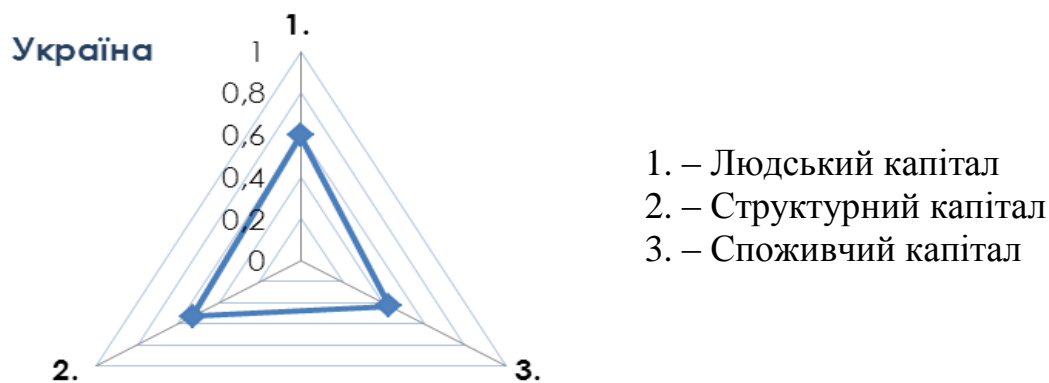


Рис. 5. Стан ІК України за складовими в 2017 р.

Функціонування ІК інноваційно-орієнтованих країн характеризується збалансованістю сформованості людського, споживчого та структурного капіталу, високими значеннями інтегральних показників складових ІК; функціонування ІК України – пріоритетністю сформованості компетентнісного потенціалу при низьких інтегральних показниках споживчого та структурного капіталу (рис. 6).

Висновки. Узагальнюючи зазначені підходи до розуміння поняття «інвестиційна привабливість», можна визначити її як характеристику діяльності ЕС, що визначає її поточний фінансово-економічний стан, стан

сформованості та ефективності використання інтелектуального капіталу, ризик негативного впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища та є критерієм прийняття рішень інвестором. Інвестиційна привабливість є системою відносин щодо ефективного розвитку ЕС та підтримання його конкурентоздатності.

Відповідно до такого підходу інвестиційна привабливість підприємства - це система економічних відносин між суб'єктами господарювання з приводу ефективного розвитку бізнесу та підтримки його конкурентоспроможності.

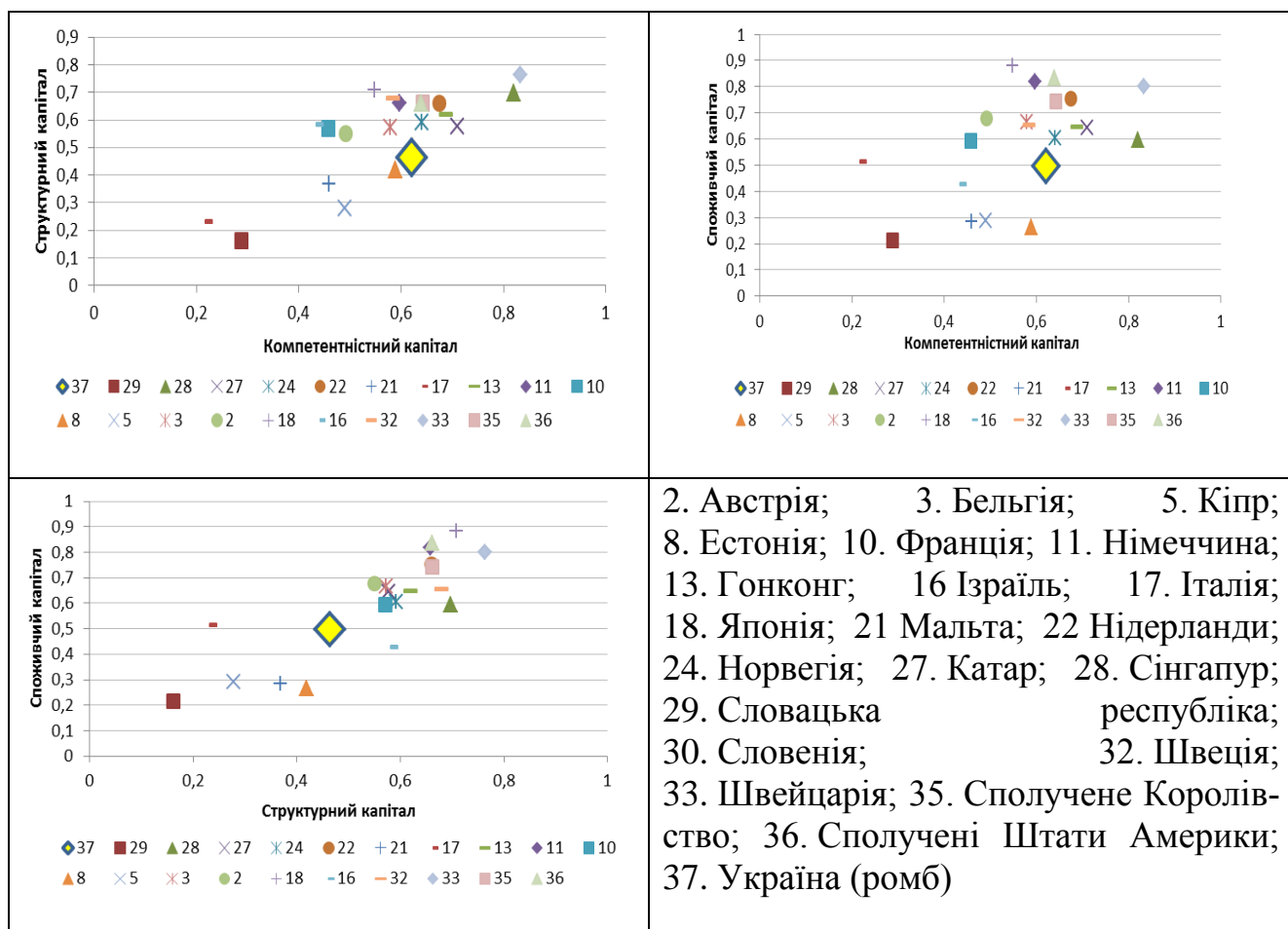


Рис. 6. Позичування України та країн з інноваційно орієнтованою економікою

Таблиця 2
 Методичне забезпечення аналізу ІК як фактора інвестиційної привабливості економічної системи

Технологічні процедури	Вхідна інформація	Методи	Результат
Методичне забезпечення оцінювання стану ІК			
Ідентифікація та збір інформації щодо стану ІК	Кількісні та якісні показники складових ІК	Анкетування, статистичне та соціологічне спостереження	Інформаційна база для аналізу та оцінювання стану ІК
Аналіз та оцінювання інформації	Інформація щодо стану ІК	Статистичних групувань, метод динамічних рядів, факторний аналіз, регресійний аналіз, системний аналіз	Обґрунтування цілей і напрямів регулювання інноваційної та інвестиційної політики
Визначення факторів, що впливають на стан ІК	Перелік факторів, що впливають на функціонування ІК	Наукові дослідження, соціальні опитування, експертне оцінювання	Перелік найбільш значущих факторів впливу на функціонування ІК

			нування ІК
Оцінювання впливу факторів на стан ІК	Динаміка показників факторів впливу на стан ІК, ефективність, показників результативності економічних систем	Факторний аналіз, рангова кореляція, регресійний аналіз	Оцінювання впливу факторів на стан ІК
Методичне забезпечення оцінювання впливу ІК на інвестиційну привабливість ЕС			
Збір інформації щодо інвестиційної привабливості ЕС	Економічні показники за рівнями економічного регулювання	Метод статистичного спостереження, метод динамічних рядів	Інформаційна база для аналізу та оцінювання впливу ІК на інвестиційну привабливість ЕС
Оцінювання впливу ІК інвестиційну привабливість ЕС	Динаміка показників стану ІК та його впливу на інвестиційну привабливість ЕС	Факторний аналіз, рангова кореляція, регресійний аналіз, метод аналізу ієрархій	Оцінювання впливу ІК на ефективність економічної системи
Аналіз впливу ІК на інвестиційну привабливість ЕС	Інформація щодо стану ІК та його впливу на інвестиційну привабливість ЕС	Статистичних групвань, метод динамічних рядів, факторний аналіз, регресійний аналіз, системний аналіз	Обґрунтування цілей та напрямів регулювання інноваційної та освітньої політики
Визначення завдань управління ІК	Мета та напрями політики управління ІК. Інформація щодо функціонування ІК	Дерево цілей, метод аналізу ієрархій, сценарний підхід	Інвестиційна політика та основні завдання управління ІК

За результатами термінологічного дослідження та морфологічного аналізу обґрунтовано сутність ІК як економічної категорії для відображення адекватної постіндустріальній економіці форми вираження системи відносин щодо розповсюдження та використання знань, продуктивних, комунікативних якостей і особистісних здібностей, сил, функцій і ролей людини, формування зв'язків із суб'єктами ринку через систему надійних, довгострокових довірчих і взаємовигідних відносин, систему організації інформації і знань, що є власністю економічних агентів, сформованих і розвинутих у результаті інвестування й втілених у доданій вартості товарів і послуг. Уточнене визначення ІК є складовою теоретичного підґрунтя розробленого

методичного забезпечення його аналізу.

В перебігу дослідження виявлено проблеми функціонування ІК, що зумовили існування протиріч: між наявним ІК та потребами ринку праці, між рівнем сформованості ІК й ефективністю його використання, між потребою в ІК і низьким рівнем його інвестування, між сформованістю людського капіталу та інших складових ІК. Вирішення виявлених протиріч можливо на основі управління ІК.

Обґрунтовано сутність та послідовність етапів аналізу функціонування ІК як чинника інвестиційної привабливості, що включають: ідентифікацію об'єктів аналізу, визначення складових ІК економічних систем на макрота мезо- та мікроекономічному рівнях, формування інформаційної бази дослідження за

даними системи показників, ідентифікацію й оцінку складових, визначення узагальнюючого показника ІК методом площі трикутника; класифікацію ЕС за ІК методом кластерного аналізу; актуалізацію чинників впливу на функціонування ІК економічних систем; визначення взаємовпливу складових ІК та їх впли-

ву на інвестиційну привабливість ЕС, в рамках якої він відтворюється; позиціонування економічних систем за темпами зростання своєї інвестиційної привабливості та ІК, за складовими ІК; прогнозування сформованості та ефективності використання ІК ЕС.

Список літератури:

1. Annual Study of Intangible Asset Market Value from Ocean Tomo, LLC [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.oceantomo.com/2015/03/04/2015-intangible-asset-market-value-study/>
2. Коюда О. П. Інвестування / О. П. Коюда, Т. І. Лепейко, В. О. Коюда, В. М. Гриньова. – Київ: Знання, 2008. – 452 с.
3. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент : Учеб. курс / И. А. Бланк. – Киев : Ника-Центр: Эльга-Н, 2001. - 448 с.
4. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій 22 від 23.02.1998 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0214-98>.
5. Руснак Н.А. Финансовый анализ субъекта хозяйствования / Н.А. Руснак, В.А. Руснак. – Минск: Высшая школа, 1997. — 309 с.
6. Задорожна Я.Є. Підвищення інвестиційної привабливості підприємництва як напрям залучення інвестиційних ресурсів / Я.Є. Задорожна, Л.П. Дядечко // Інвестиції: практика та досвід. -2007. – № 2. – С. 32–35.
7. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т. 3 / Відп. ред. С.В. Мочерний. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.
8. Holland J. (1996) Fund management, intellectual capital, intangibles and private disclosure // Managerial Finance, 1996. – Vol. 32. N. 4. – p. 277-316.
9. Lee L.L., Guthrie J. (2010) Visualising and measuring intellectual capital in capital markets: a research method // Journal of Intellectual Capital, 2010. – Vol.11. No 1. – p. 4-22.
10. Руус И. Интеллектуальный капитал: практика управления / И. Руус, С. Пайк, Л.Фернстрем / [пер. с англ. под. ред. В.К. Дерманова]. – Санкт-Петербург: «Высшая школа менеджмента», 2010. – 436 с.
11. Волобоєва І. О. Інтелектуальний капітал, фінансизація та глобалізація – чинники, що визначають еволюцію господарської діяльності сучасності [Електронний ресурс] / І. О. Волобоєва // Формування ринкових відносин в Україні. – 2014. – № 2. – С. 127-132.
12. Грішнова О. А. Фіктивний людський капітал: сутність, характерні особливості, чинники формування / О. А. Грішнова, О. Г. Брінцева // Демографія та соціальна економіка. – 2015. – № 1 (23) . – С. 90-101.
13. Жарінова А. Г. Методологія управління інтелектуальним капіталом в умовах становлення інформаційної економіки [Текст] : монографія / Жарінова Алла Георгіївна. – Київ : НІЧЛАВА, 2013. – 323 с.
14. Журавльова І.В. Факторний аналіз функціонування інтелектуального капіталу підприємств машинобудування / І.В. Журавльова // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №4.– С. 116-124.
15. Журавльова І.В. Емпіричний аналіз впливу процесів функціонування інтелектуального капіталу на результати діяльності підприємств / І.В. Журавльова // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №4.– С. 119-127.
16. Журавльова І.В. Функціонування інтелектуального капіталу: методологічне та методичне забезпечення. – Харків: ТО Ексклюзив, 2016. – 360 с.

References:

1. Annual Study of Intangible Asset Market Value from Ocean Tomo, LLC [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.oceantomo.com/2015/03/04/2015-intangible-asset-market-value-study/> [in English].
2. Koiuda, O. P., Lepeiko, T. I., Koiuda, V. O., Hrynova V. M. (2008) Investuvannia / Kyiv: Znannia, 452 p. [in Ukrainian].
3. Blank Y.A. (2001) Ynvestytsyonnyi menedzhment : Ucheb. kurs / Y. A. Blank. Kyev : Nyka-Tsentr: Elha-N, 448 p. [in Russian].
4. Metodyka intehralnoi otsinky investytsiinoi pryvabylosti pidpriemstv ta orhanizatsii», zatverdzhena Nakazom Ahentstva z pytan zapobihannia bankrutstvu pidpriemstv ta orhanizatsii 22 vid 23.02.1998 r. [Online]. Retrieved from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0214-98> [in Ukrainian].
5. Rusnak N.A. Rusnak V.A. (1997) Finansovyj analiz sub`ekta khozyajstvovaniya / N.A. Rusnak, V.A. Rusnak. Minsk: Vy`shejshaya shkola, 309 p. [in Russian]
6. Zadorozhna, Ya.le. (2007). Pidvyshchennia investytsiinoi pryvabylosti pidpriemnytstva yak napriam zaluchennia investytsiinykh resursiv. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, № 2, p. 32–35 [in Ukrainian].
7. Ekonomichna entsyklopediia: u trokh tomakh. T. 3 (2002) [Vidp. red. S.V. Mochernyi]. K.: Vydavnychy tsentr «Akademiia», 952 p. [in Ukrainian].

8. Holland, J. (1996) Fund management, intellectual capital, intangibles and private disclosure. *Managerial Finance*, Vol. 32, N. 4, p. 277-316 [in English].
9. Lee, L.L., Guthrie, J. (2010). Visualising and measuring intellectual capital in capital markets: a research method // *Journal of Intellectual Capital*, Vol.11, No 1, p. 4-22 [in English].
10. Ruus, Y. (2010). Intellektual'nyj kapital: praktika upravleniya [J. Ruus, S. Pajk, L.Fernstrem] [per. s angl. pod. red. V.K. Dermanova]. Sankt-Peterburg: «Vysshaya shkola menedzhmenta», 436 p. [in Russian]
11. Voloboieva, I. O. (2014). Intelektualnyi kapital, finansyzatsiia ta hlobalizatsiia chynnyky, shcho vyznachaiut evoliutsiiu hospodarskoi diialnosti suchasnosti [Elektronnyi resurs]. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini, № 2, p. 127-132 [in Ukrainian].
12. Hrishnova O. A., Brintseva O. H. (2015). Fiktyvnyi liudskyi kapital: sutnist, kharakterni osoblyvosti, chynnyky formuvannia. *Demohrafiia ta sotsialna ekonomika*, № 1 (23), p. 90-101 [in Ukrainian].
13. Zharinova, A. H. (2013). Metodolohiia upravlinnia intelektualnym kapitalom v umovakh stanovlennia informatsiinoi ekonomiky [Tekst] : monohrafiia. Kyiv : NICH LAVA, 323 p. [in Ukrainian].
14. Zhuravlova, I.V. (2013). Faktorny analiz funktsionuvannia intelektualnoho kapitalu pidpriemstv mashynobuduvannia. *Aktualni problemy ekonomiky*, №4, p. 116-124 [in Ukrainian].
15. Zhuravlova, I.V. (2013). Empyrychnyi analiz vplyvu protsesiv funktsionuvannia intelektualnoho kapitalu na rezultaty diialnosti pidpriemstv. *Aktualni problemy ekonomiky*, №4, p. 119-127 [in Ukrainian].
16. Zhuravlova, I.V. (2016). Funktsionuvannia intelektualnoho kapitalu: metodolohichne ta metodychne zabezpechennia. Kharkiv: TO Eksklyuzyv, 360 p. [in Ukrainian].

УДК 658.3.1; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-191-197

Козакевич А.С., к. е. н., доцент
Рівненський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти,
Україна, м. Рівне, kas-59@ukr.net

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. В статті досліджено теоретичні аспекти різних підходів до оцінки ефективності інвестицій у розвиток людського капіталу, висвітлено структуру, особливості інвестицій в людський капітал підприємства, а також показники, що характеризують ефективність інвестицій в людський капітал. Визначено необхідність проведення оцінки ефективності інвестицій в людський капітал.

Ключові слова: оцінка, ефективність, прибуток, рентабельність, інвестиції, інтелектуальний капітал, людський капітал, підприємство.

JEL code classification: J24, M12, M14.

Kozakevich A.S., PhD, Ass. Prof.
Rivne reg. institute of postgraduate pedagogical education,
Ukraine, Rivne, kas-59@ukr.net

EVALUATION OF THE EFFICIENCY OF INVESTMENTS IN HUMAN CAPITAL OF ENTERPRISE

Abstract. Setting objectives. The current stage of economic development inevitably leads to the development of new business spheres, new ways to achieve commercial goals. The main problem I faced with modern enterprises is the assessment of the effectiveness of the investment-day in human capital. The complexity that arises in this is to some extent explained by the fact that investment in human capital has a number of peculiarities that distinguish them from other types of investments, which requires the development of special valuation methods.

Investments in the development of human capital of an enterprise should improve the performance of its activities. They are justified only if they have a fairly high level of payback and profitability. Therefore, the question of assessing the effectiveness of investments in the development of human capital at the microeconomic level is very relevant, especially in today's economic conditions.

Research results. The article analyzes the theoretical aspects of different approaches to assessing the efficiency of investments in the development of human capital, highlights the structure, features of investment in human capital of the enterprise, as well as indicators characterizing the efficiency of investments in human capital. The necessity of carrying out an estimation of efficiency of investments into human capital is determined.

Conclusions. However, due to the fact that there is a significant number of indicators that characterize the efficiency of investments in human capital, it should be noted that there are absolutely no perfect criteria. In each particular situation, it is necessary to study the specific conditions, determine the best investment criterion, which can be successfully applied only in the system of interconnected indicators.

Key words: estimation, efficiency, profit, profitability, investments, intellectual capital, human capital, enterprise.

Постановка завдання. Сучасний етап розвитку економіки неминує призводить до розвитку нових сфер бізнесу, нових способів досягнення комерційних цілей. Основною проблемою, з якою доводиться стикатися сучасним підприємствам, є оцінка ефективності вкладень у людський капітал. Склад-

нощі, які виникають при цьому, певною мірою пояснюються тим, що інвестиції в людський капітал мають низку особливостей, які відрізняють їх від інших видів інвестицій, що вимагає розроблення спеціальних методів оцінки.

Інвестиції у розвиток людського капіталу

підприємства повинні підвищувати результативність його діяльності. Вони виправдані тільки у тому випадку, якщо мають достатньо високий рівень окупності й рентабельності. Тому питання оцінки ефективності інвестицій у розвиток людського капіталу на мікроекономічному рівні, особливо в сучасних економічних умовах, є актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробкою методів вимірювання, управління й інвестування людського капіталу займаються вітчизняні дослідники В. Антонюк, В. Близнюк, О. Головінов, О. Грішнова, І.В. Журавльова, А. Кудлай, С. Климко, Л. Михайлова, В. Сопко та ін. Доцільність вартісної оцінки людського капіталу підтверджується зарубіжною практикою і розробками учених: І. Фішера, С. Форсіта, Ф. Крама, Ю. Фіша, Л. Дубліна, А. Лотка, які намагались визначити вартість окремої людини і всього населення країни. Ці спроби узагальнено і розглянуто Б.Ф. Кікером в роботі «Історичні передумови і концепції людського капіталу» [1]. В книзі Я. Фітценца проаналізовано методуку визначення рентабельності, капіталізацію конкретного працівника, розроблено механізми її зростання [2]. Відомими є наукові праці таких авторів як М.А. Бендікова, Є.В. Джамайя, Ю.Б. Леонт'єва присвячені оцінці вартості інтелектуального та людського капіталу.

Проблемою оцінки людського капіталу вчені і практики займаються вже декілька десятиліть, але й досі єдиних принципів для розрахунку комплексного показника, який забезпечує достовірну оцінку ефективності інвестицій в людський капітал, не вироблено. Основну увагу вченими приділено прикладним аспектам, зокрема, процедурному, методичному і організаційному забезпеченню оцінки людського капіталу. Відсутність серед економістів єдності поглядів щодо способів оцінки ефективності інвестицій в людський капітал і невдалі спроби таких розрахунків свідчать про актуальність проблем розвитку теоретико-методологічних основ оцінки ефективності інвестицій в людський капітал.

Формулювання цілей статті. Мета статті

полягає в ґрунтовному дослідженні методики оцінки ефективності інвестицій в людський капітал на мікроекономічному рівні.

Виклад основного матеріалу. На даний час велике значення в структурі капіталу підприємства набуває людський капітал. В сучасних умовах основою будь-якого бізнесу є люди. Причому важливі не тільки люди, які вміють з успіхом генерувати нові ідеї і надихати на їх виконання, а й важливою є ступінь залучення співробітників до діяльності компанії. За Л. Едвінссоном і М. Мелоуном «інтелектуальний капітал – це коріння компанії, приховані умови розвитку, що криються за видимим фасадом її будівель і товарного асортименту» [3]. Тому для сучасного лідера задачею номер один є мистецтво управління командою та її найбільш результативними співробітниками. Однією з умов вище названої задачі є досягнення ефективності використання людського потенціалу.

В сучасних умовах розвитку економіки особливе значення приділяється нематеріальним активам підприємства, зокрема людському капіталу як фактору зростання вартості підприємства. Під людським капіталом в економіці розуміють запас знань, навичок, здібностей (в тому числі творчих і розумових), мотивацію людини до продуктивної праці, які мають економічну цінність, були придбані в процесі навчання або на основі практичного досвіду, які сприяють зростанню як добробуту окремого економічного суб'єкту, так і національного багатства країни [4].

Едвінссон і Мелоун зробили спробу оцінити інвестиції в людський капітал. Вони намагались обґрунтувати кількісні показники інтелектуального капіталу за традиційною схемою відображення активів в балансі підприємства. Тим не менше, вони не визначили пасивну сторону активу «людського» капіталу, а пасивом в даному випадку виступають самі «джерела» інвестицій в людський капітал (позики банку на здобуття вищої освіти, оплата фірмою санаторно-курортного лікування, доходи домашніх господарств і т.д.) [3].

Подібно звичайному капіталу, здібності,

знання, навички людини мають властивість накопичуватись. При цьому їх формування та розвиток вимагає як від самого індивіда, так і суспільства в цілому значних затрат часу, праці, матеріальних і фінансових ресурсів, тобто інвестицій. До них відносяться всі види витрат, які можуть бути оцінені в грошовій або іншій формі, а також сприяють зростанню доходів індивіда в майбутньому.

Основна проблема, з якою приходиться стикатись сучасним підприємствам, – це оцінка ефективності вкладень в людський капітал. Складнощі, що виникають при цьому, в певній мірі пояснюються тим, що інвестиції в людський капітал мають ряд особливостей, які відрізняють їх від інших видів інвестицій:

1. Людський капітал не тільки схильний до фізичного і морального зносу, але здатний накопичуватись і примножуватись. Знос людського капіталу визначається, по-перше, ступенем природного зносу (старіння) людського організму і властивих йому психофізіологічних функцій, а по-друге, ступенем морального (економічного) зносу як наслідок старіння знань або зміни цінності отриманої освіти. Нагромадження людського капіталу здійснюється в процесі періодичного перенавчання робітника і накопичення їм виробничого досвіду. Якщо цей процес здійснюється безперервно, то в міру використання людського капіталу його якісні та кількісні (якість, обсяг, цінність) характеристики покращуються і збільшуються в процесі здійснення професійної діяльності. Чим раніше здійснюються вкладення в людину, тим швидше вони починають давати віддачу. Але також необхідно мати на увазі, що більш якісні і тривалі інвестиції приносять вищий і більш довготривалий ефект.

2. У міру накопичення людського капіталу його прибутковість підвищується до певної межі, обмеженої верхньою межею активної трудової діяльності (активного працездатного віку), а потім різко знижується. Коливання прибутковості людського капіталу пов'язані з психологічними і фізіологічними особливостями індивідуума.

3. При формуванні людського капіталу має місце «взаємний ефект». Його суть поля-

гає в тому, що у процесі навчання поліпшуються і зростають характеристики і здібності не тільки у студента, але і викладача, що згодом призводить до зростання доходів, як одного, так і іншого.

4. Не будь-які інвестиції у розвиток людини можуть бути визнані вкладеннями в людський капітал, а лише ті, які є економічно необхідними. Наприклад, витрати, пов'язані з кримінальною діяльністю, не є інвестиціями в людський капітал, оскільки є недоцільними і шкідливими для суспільства.

5. Характер і види вкладень в людину обумовлені історичними, національними, культурними особливостями і традиціями. Так, рівень освіти і вибір професії дітьми в значній мірі залежать від сімейних традицій і рівня освіти їх батьків.

6. У порівнянні з інвестиціями в інші форми капіталу, інвестиції в людський капітал є найбільш вигідними як з точки зору окремої людини, так і з точки зору всього суспільства [5].

Макконнелл К.Р., Брю С.Л. виділяють три види інвестицій в людський капітал:

- витрати на освіту, включаючи загальну і спеціальну, формальну і неформальну, підготовку за місцем роботи;

- витрати на охорону здоров'я, складаються з витрат на профілактику захворювань, медичне обслуговування, дієтичне харчування, поліпшення житлових умов;

- витрати на мобільність, завдяки яким працівники мігрують з місць з відносно низькою продуктивністю в місця з відносно високою продуктивністю [6].

Інвестиції, з точки зору Л.Ш. Сулейманової, створюють основу для формування людського капіталу в системі освіти, охорони здоров'я, підвищення кваліфікації, економічної мотивації, географічної мобільності тощо [7]. З точки зору зазначеного автора інвестування в людський капітал передбачає не просто вкладення коштів, але і реальну, усвідомлену і цілеспрямовану діяльність інвестора. При цьому важливу роль у формуванні людського капіталу відіграють витрати праці і зусилля з саморозвитку і самовдосконалення.

Структура вкладень в людський капітал включає наступні види інвестицій: освіта, підготовка на виробництві, охорона здоров'я, мотивація, пошук інформації, міграція, фундаментальні наукові розробки, екологія та здоровий спосіб життя, культура і дозвілля.

Важливе значення в структурі вкладень в людський капітал становлять такі види інвестицій, як освіта і підготовка на виробництві. Зазначені види інвестицій підвищують рівень знань людини, а, отже, збільшують обсяг і якість людського капіталу підприємства. При підвищенні рівня освіти ефективність праці працівника підвищується або шляхом збільшення продуктивності праці, або шляхом отримання знань, які роблять працівника здатним здійснювати таку трудову діяльність, результати якої становлять велику цінність.

Дослідження, проведені американськими вченими (було проаналізовано більш 3100 робочих місць), показали, що при десятивідсотковому підвищенні рівня освіти співробітників компанії сумарна продуктивність праці зростає на 8,6%. Підвищення рівня освіти співробітників, описане вище, викликає особистою мотивацією фахівців до продуктивної праці, що має для них економічну цінність, яку вони придбали завдяки навчанню, практичному досвіду, які забезпечили зростання їх людського капіталу. Для порівняння: при такому ж збільшенні основних фондів продуктивність праці підвищується всього на 3,4%. Інакше кажучи, прибуток від інвестицій в людський капітал майже втричі перевищує прибуток капіталовкладень в техніку [5].

Накопичення людського капіталу компанії здійснюється двома способами:

1. Коли організація використовує максимальний обсяг знань своїх співробітників.

2. Коли максимальне число людей володіє знаннями. Під накопиченням людського капіталу розуміють не стільки нарощування обсягу знань, а скільки накопичення практичних знань, усвідомлення своєї значущості і свого місця в суспільстві, уміння пристосовуватись до умов, що постійно змінюються. Найбільш важливими, на наш погляд, факто-

рами зростання і накопичення людського капіталу є соціальна значимість і професійна затребуваність фахівців на ринку професійних послуг. Дані фактори характеризують професійний рейтинг і рівень кваліфікації фахівця, отже, підвищують соціально значимість фахівця на ринку фахових послуг.

При формуванні людського капіталу, найбільш важливими є вкладення коштів в здоров'я людини. Цінність і важливість здоров'я для накопичення людського капіталу безумовно великі. Таким чином, низький рівень тривалості життя в країні автоматично впливає на пріоритетне збільшення величини інвестицій на підтримку здоров'я, що сприяє продовженню життя людини, а, відповідно, і часу функціонування людського капіталу підприємства. Незадовільний стан здоров'я знижує продуктивність праці: фізично слабкі і хворі працівники не можуть у повній мірі реалізувати свій людський капітал, тому організація економічно зацікавлена в інвестиціях в здоров'я співробітників. У зв'язку з цим особливого значення набувають витрати організації на підтримку фізичного стану своїх співробітників: профілактику професійних захворювань, надання дієтичного харчування для окремих працівників і (або) безкоштовного харчування для всіх співробітників компанії. Особливого значення в підтримці фізичного стану співробітників підприємства займають також такі напрямки, як медичне обслуговування за місцем роботи, надання путівок в будинки відпочинку, лікування в медичних установах, профілакторіях і санаторіях.

До інвестицій в людський капітал сьогодні актуально відносити і витрати на фундаментальні наукові розробки. У процесі розвитку науки не тільки створюються інтелектуальні новації, на підставі яких формуються нові технології виробництва і способи споживання, але і відбувається перетворення самих людей, які виступають носіями нових здібностей і потреб. В інформаційному суспільстві наука перетворюється на своєрідний генератор «людського капіталу». Культура накладає свій відбиток на процес відтворення людського капіталу, оскільки без «духов-

ної їжі» неможливий гармонійний розвиток особистості. У культурі концентрується досвід поколінь, зберігаються знання, вміння, навички. Культурний рівень громадян в значній мірі визначає економічні досягнення суспільства, його соціально-політичну, ідеологічну, освітню і духовно-моральну структуру [8].

На сьогодні існують відмінності в підході до оцінки ефективності вкладень в людський капітал. Я. Фітценц, проводячи дослідження, в якості найпростіших підрахунків окупності інвестицій в людський капітал ділив дохід на число співробітників. Ним був запропонований коефіцієнт окупності інвестицій в людський капітал. Коефіцієнт окупності інвестицій в людський капітал розраховується за формулою:

Коефіцієнт окупності інвестицій в людський капітал =

[Прибуток - (Витрати - [Зарплати + Пільги])] // (Зарплати + Пільги);

$HCROI = Revenue - (Expenses - [Pay + Benefits]) // (Pay + Benefits)$ (1)

Одним з показників економічної ефективності людського капіталу є рівень інтелектуальності виробництва (або кваліфікаційної ємності виробництва). Він обчислюється як відношення фонду освіти (інтелектуального капіталу) до валового національного продукту і показує, скільки грошових одиниць, акумульованих в освітньому фонді, припадає на кожну вартісну одиницю виробленої продукції:

$$UI = FO / ВВП \quad (2)$$

де ВВП – валовий національний продукт;

ФО – грошова оцінка загального фонду освіти.

За методологією Т. Шульца, величина загального фонду освіти дорівнює вартості одного року навчання кожного рівня, помноженої на кількість людино-років освіти, накопленим населенням країни до того чи іншого моменту часу. Дж. Кендрік визначав грошову оцінку загального фонду освіти за допомогою спеціально розроблених індексів цін із врахуванням амортизації знань та навиків [5].

Як зазначалось, основним фактором існу-

вання і розвитку людського капіталу є інвестування в інтелектуальний капітал. О. Г. Ваганян пропонує наступну методику оцінки ефективності інвестицій в інтелектуальний капітал комерційних організацій [10].

У зв'язку з тим, що взаємодія ділових елементів інтелектуального капіталу має нелінійний характер, оцінюється лише інтегральна ефективність інвестицій. У цьому випадку загальний підхід до оцінки буде наступним. Співвідносяться дві величини: X (різниця між капіталізацією організації і ціною заміщення її реальних активів, за мінусом обов'язків) і Y (інвестиції в нематеріальні активи). Коефіцієнт ефективності інвестицій в інтелектуальний капітал обчислюється як відношення різниці величини X на початку і на кінець періоду та величини інвестицій Y протягом цього періоду. При цьому всі величини беруться в дисконтованому вигляді з урахуванням інфляції. У результаті коефіцієнт ефективності інвестицій в інтелектуальний капітал комерційних організацій розраховується за наступною формулою:

$$Z = (X_2 - X_1) / Y \quad (3)$$

де Z – коефіцієнт ефективності інвестицій;

X₂ – величина інтелектуального капіталу в кінці періоду;

X₁ – величина інтелектуального капіталу на початку періоду;

Y – інвестиції в інтелектуальний капітал організації.

Для визначення величини інвестицій в інтелектуальний капітал організації рекомендується враховувати наступні складові: витрати на дослідження і розробки (науково-дослідні і дослідно-конструкторські розробки); витрати на освіту, підвищення кваліфікації, зміцнення здоров'я працівників, соціальні інвестиції; витрати на інформаційні технології, інформаційне, технічне та програмне забезпечення, на формування і розвиток бренду; на створення корпоративного порталу, веб-сайту; на маркетинг; на придбання, поширення і зберігання інформації; на розвиток дистрибуції; на розвиток корпоративної культури; на придбання ноу-хау, патентів, інших видів інтелектуальної власності [10].

Загальноприйнято, що для розрахунку економічної ефективності вкладень коштів у людський капітал необхідно враховувати життєво важливі показники, які характеризують соціально-економічний стан країни (регіону). Таким показником виступає ВВП для країни в цілому або ВРП для регіону.

Інвестиції в людський капітал вважаються виправданими для підприємства, якщо володіють досить високим рівнем окупності та рентабельності. Тому питання оцінки ризиків економічної ефективності саме на часі, особливо в умовах сучасних економічних реалій [7].

Сьогодні по-новому розуміють роль людського капіталу. Вона виступає головним фактором підвищення конкурентоспроможності підприємства. У зв'язку з цим інвестиції в людський капітал є невід'ємним елементом його успішного розвитку.

Висновки. На закінчення необхідно відзначити, що добробут і сталий розвиток будь-якої нації залежить від людського капіталу, при цьому необхідно проводити продуману дослідницьку політику у сфері розвитку людських ресурсів та збалансування інвестицій в людський капітал.

Аналіз інвестицій в людський капітал підприємства показав наступне. Незважаючи на те, що інвестиції носять суто індивідуальний характер, багато підприємств вважають інве-

стиції в людський капітал ризикованими. Підставою для такої думки є можливість переходу висококваліфікованих фахівців на інше підприємство, тим не менше більшість підприємств здійснює інвестування в людський капітал, що дозволяє забезпечувати дохід не тільки в грошовій формі, але й у вигляді морального, психологічного задоволення, підвищення соціального статусу самого носія людського капіталу.

Таким чином, інвестування в розвиток людського капіталу є складним економічним процесом. Інвестуючи в розвиток людського капіталу протягом певного періоду, підприємство очікує одержати майбутні доходи за рахунок зростання продуктивності праці і, як наслідок, збільшення обсягу виробництва продукції (послуг), оптимізації чисельності персоналу, скорочення непродуктивних витрат часу, зростання конкурентоспроможності продукції завдяки покращанню її якості та оптимізації витрат на її виробництво.

Однак, у зв'язку з тим, що є багато показників, які характеризують ефективність інвестицій в людський капітал, слід зазначити, що абсолютно бездоганних критеріїв немає. У кожній конкретній ситуації необхідно вивчити конкретні умови, визначити найкращий інвестиційний критерій, який може бути успішно застосований лише в системі взаємопов'язаних показників.

Список літератури:

1. Kiker B.F. The historical roots of the concept of human capital / B.F. Kiker // *Journal of Political Economy*. – 1966. – № 5. – Vol. 74. – Pp. 484-489.
2. Фитценц Я. Рентабельность инвестиций в персонал: измерение экономической стоимости персонала: Пер. с англ / Я. Фитценц. - М.: Вершина, 2006. – 320 с.
3. Эдвинссон Л., Мэлоун М. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании // *Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология* / под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999.
4. Ромашкина Т.Н. Исследование взаимосвязи ценности человеческого капитала и рыночной стоимости бизнеса фирмы на основе синергетической парадигмы. – М., 2004. – 181 с.
5. Добрынин А.И., Дятлов С.А., Цыренова Е.Д. Человеческий капитал в транзитивной экономике: формирование, оценка, эффективность использования. – СПб.: Наука, 1999. – С. 39.
6. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Т.2. – М.: Республика, 1992.
7. Сулейманова Л.Ш. Человеческий капитал как фактор европейской экономической интеграции // *Вестник ТИСБИ*. – 2005. – № 1.
8. Грішнова О.А. Інвестиції у людський капітал як чинник економічного і соціального прогресу / О.А. Грішнова // *Збірник наукових праць Черкаського інженерно-технологічного інституту*. Серія: Економічні науки. – Черкаси: ЧІТІ, 2000. – С. 15-20. ISSN 1994-1749. 2012. Вип. 2 (23). Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу
9. Журавльова І.В. Управління людським капіталом підприємства. Наукове видання / І.В. Журавльова, А.В. Кудлай. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2004.
10. Ваганян О.Г. Управление формированием и развитием интеллектуального капитала коммерческих организаций: автореф. . канд. экон. наук. – М., 2008.

Reference:

1. Kiker, B.F. (1966) The historical roots of the concept of human capital. *Journal of Political Economy*, № 5, Vol. 74, Rr. 484-489 [in English].
2. Fyttsents, Ya. (2006) Rentabelnost ynvestytsyi v personal: yzmerenye ekonomicheskoi stoyimosti personala: Per. s anhl. Ya. Fyttsents. *M.: Vershyna*, 320 p. [in Russian].
3. Эдвynsson L., Мэлoun M. (1999) Yntellektualnyi kapыtal. Opredelenye ystynnoi stoyimosti kompanyy. Novaia postyndustrialnaia volna na Zapade: Antolohiya [pod red. V.L. Ynozemtseva]. *M.: Academia* [in Russian].
4. Romashkyna, T.N. (2004) Yssledovanye vzaymosviazy tsennosti chelovecheskoho kapыtala y rynochnoi stoyimosti byznesa fyрмы na osnove synerheticheskoi paradyрмы. *M.*, 181 p. [in Russian].
5. Добрынун, А.У., Diatlov, S.A., Тсыrenova, E.D. (1999) Chelovecheskyi kapыtal v tranzytyvnoi ekonomyke: formirovanye, otsenka, effektivnost yspolzovaniya. *SPb.: Nauka*, p. 39 [in Russian].
6. Makkonnell, K.R., Briu, S.L. (1992) Экономыкс: pryntsypy problem I polytyka. T.2. *M.: Respublyka* [in Russian].
7. Suleimanova, L.Sh. (2005) Chelovecheskyi kapыtal kak faktor evropeiskoi ekonomicheskoi yntehratsyy. *Vestnyk TYSBY*, № 1 [in Russian].
8. Hrishnova, O.A. (2012) Investytsii u liudskyi kapыtal yak chynnyk ekonomichnoho i sotsialnoho prohresu. *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho inzhenerno-tekhnolohichnoho instytutu*. Seriya: Ekonomichni nauky. *Cherkasy: ChITI*, 2000, p. 15-20. ISSN 1994-1749. Vyp. 2 (23). Problemy teorii ta metodolohii bukhhalterskoho obliku, kontroliu i analizu [in Ukrainian].
9. Zhuravlova, I.V., Kudlai A.V. (2004) Upravlinnia liudskym kapыtalom pidpriemstva. *Naukove vydannia. Kharkiv: Vyd. KhNEU* [in Ukrainian].
10. Vahanian, O.H. (2008) Upravlenye formirovanyem y razvytyem yntellektualnoho kapыtala kommercheskykh orhanyzatsyi: avtoref. kand. ekon. nauk. *M.* [in Russian].

УДК: 658.14/17; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-198-207

*Ходаківська М.Ю.,
аспірантка кафедри менеджменту, логістики та економіки
Харківського національного економічного
університету ім. С. Кузнеця*

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ІНВЕСТУВАННЯ У РОЗВИТОК ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРІВ

Анотація. У статті доведено, що для формування стратегій інвестування у розвиток персоналу в цілому і менеджерів різних рівнів управління зокрема, доцільно враховувати дві складові: лояльність та компетентність, що можливо оцінити з використанням інтегральних показників за дома якісними рівнями: низький та високий. В залежності від позиціонування менеджерів у квадрантах матриці стратегій інвестування доцільно використовувати інвестиційні стратегії, спрямовані на надбання певних компетентностей або формування доцільного рівня лояльності менеджерів до підприємства.

Ключові слова: стратегії інвестування, розвиток, лояльність, компетентність, результативність.

JEL code classification: M12, M19

*Khodakivska M.Ju., postgraduate
Management, Logistics and Economics Department
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics*

METHODICAL APPROACH TO FORMING INVESTMENT STRATEGIES FOR DEVELOPMENT OF MANAGER ACTIVITIES

Abstract. The discrepancy between the achievements of the theory and practice of development of personnel in general and managers of industrial enterprises in particular in the current conditions tendencies humanization and socialization of labor led to the choice of topic and purpose of the article.

The purpose of the article is to develop a methodological approach to the formation of strategies for investing in the development of activities of managers of enterprises.

Since managers are part of the staff, it is advisable to identify basic methodological provisions for managing personnel in general to gain a deeper understanding of the process of investing in the development of their activities.

In the article it is proved that in order to formulate strategies for investing in the development of personnel in general and managers of different levels of management in particular, it is advisable to consider two components: loyalty and competence, which can be assessed using integrated indicators at home quality levels: low and high. Depending on the positioning of managers in the quadrants of the matrix of investment strategies, it is advisable to use investment strategies aimed at gaining certain competencies or forming an appropriate level of managerial loyalty to the enterprise.

Thus, to formulate strategies for investing in the development of personnel in general and managers of different levels of management in particular, it is advisable to consider two components: loyalty and competence, which can be assessed using integrated indicators at home quality levels: low and high. Depending on the positioning of managers in the quadrants of the matrix, it is advisable to use investing strategies aimed at gaining certain competencies or forming an appropriate level of managerial loyalty to the enterprise.

The areas of further research are to formulate a system of partial indicators for each component of investment strategies for the development of staff and managers, in particular: loyalty and competence.

Keywords: investment strategies, development, loyalty, competence, efficiency.

Вступ. Сучасні теорії управління визначають необхідність здійснювати довгострокове планування діяльності підприємства, яке визначає основний напрямок розвитку та характеризує його поведінку із суб'єктами зовнішнього та внутрішнього середовища. Логічним завершенням цього процесу є розробка системи функціональних стратегій, серед яких доцільно виділити виробничу, фінансову, інвестиційну, технологічну, інноваційну, кадрову. Їх реалізація сприяє досягненню цілей глобальної стратегії. В сучасних умовах обмеженості ресурсів, їх ефективне використання набуває великого значення. Отже управлінські рішення щодо розробки та впровадження ресурсних (функціональних) стратегій мають бути обґрунтованими, дієвими, економічними. Досяжність запланованих цілей залежить значною мірою від ефективного управління, результативність якого обумовлена професійними якостями менеджерів середньої ланки. Такий менеджер координує діяльність підрозділів більш низького рівня, а саме: приймає участь в процесі прийняття управлінських рішень, надає рекомендації щодо удосконалення організації роботи відділів, які функціонують у напрямку його компетенції, тобто сприяє підвищенню продуктивності господарських об'єктів, які безпосередньо формують дохід та прибуток. Застосування стратегічного управління діяльністю менеджерів дозволяє спрогнозувати поведінку, скоординувати його дії задля отримання запланованих та додаткових економічних та соціальних результатів функціонування підприємства.

Постановка проблеми. Теоретичні, методологічні, загальнометодичні питання розвитку персоналу, економічного обґрунтування інвестування у його результати роботи, оцінювання здобутків знайшли відображення в працях таких вітчизняних і зарубіжних учених як М. Армстронг, Д.П. Богиня, В.М. Гриньова, О.А. Гришнова, О.Я. Кібанов, А.М. Колот, Г.В. Назарова, О.Ф. Новикова, О.М. Ястремська та ін.

Проте окремі питання щодо взаємозв'язку й взаємоузгодження об'єктивного й суб'єктивного в економічному обґрунтуванні

інвестування у розвиток персоналу в цілому, так і в управлінській діяльності керівників підрозділів підприємства, оцінюванні компетентності, лояльності, результатів їх роботи, обґрунтуванні стратегічних напрямків вкладання коштів не знайшли достатнього обґрунтування та розроблення в існуючому теоретичному підґрунті та практичного впровадження в роботі суб'єктів господарювання. Невідповідність здобутків теорії і практики розвитку персоналу в цілому та менеджерів промислових підприємств зокрема в умовах сьогодення тенденціям гуманізації і соціалізації праці зумовили вибір теми і мети статті.

Метою статті є розроблення методичного підходу до формування стратегій інвестування у розвиток діяльності менеджерів підприємств.

Оскільки менеджери є складовою частиною персоналу, для більш глибокого розуміння процесу інвестування у розвиток їх діяльності доцільно визначити основні методичні положення відносно управління персоналом взагалі.

Результати дослідження і пропозиції. Спираючись на літературні джерела щодо стратегічного управління та розвитку персоналу [1 – 9, 11, 12], можна зробити такі висновки.

На думку Маслоу В.І. [11], стратегічне управління персоналом передбачає визначення позицій персоналу, напрямків його розвитку в рамках стратегічного розвитку підприємства. Відповіді на ці питання можливо отримати в результаті здійснення стратегічного аналізу, стратегічного вибору та реалізації стратегії.

Маслов В.І. [11] зазначає, що методологія управління персоналом включає дослідження процесу формування поведінки працівника, відповідно до цілей та задач підприємства, методів та принципів управління персоналом.

Систему цілей з управління персоналом, на думку Колота А.М. [7], доцільно об'єднати за двома напрямками: використання персоналу відповідно до структури та цілей підприємства та досяжність раціонального ступеня мобільності персоналу. В рам-

ках першого напрямку автор пропонує визначити такі процеси як відбір персоналу, його розстановка та розвиток. Другий напрямок характеризується досягненням здорового клімату, впливом на мотивацію поведінки, формуванням нормальних умов праці. На нашу думку, цілі мають бути конкретними, тобто характеризуватися відповідними кількісними показниками, відсутність яких в наведеній роботі не сприяє об'єктивній оцінці їх досягнення.

Для досягнення кінцевої мети стратегії управління персоналом підприємства має бути передбачено виконання таких основних функцій:

- розробка і корекція заходів щодо формування і використання трудового потенціалу відповідно до змін функціонування;
- набір і формування необхідних категорій персоналу: відбір, професійна орієнтація, наймання, адаптація;
- підготовка персоналу до відповідної професійної діяльності (виробничо-технічне учнівство, загальна професійна підготовка, підвищення кваліфікації, просування по службі);
- оцінка персоналу (контроль відповідності персоналу конкретним потребам виробництва чи іншої сфери діяльності, аналіз ділових якостей працівників, висунення на певну посаду, службове переміщення)
- мотивація дотримання належного режиму трудової діяльності та високої продуктивності праці;
- постійний моніторинг безпеки праці (виробничо-господарської діяльності);
- забезпечення соціальної захищеності персоналу;
- реалізація постійних контактів між керівництвом і представниками трудових колективів

Основними принципами управління персоналом автори визначають науковість, системність, гуманізм, професійність. Наведені принципи реалізуються за допомогою трьох груп методів, а саме: адміністративних, економічних та соціально-психологічних. До адміністративних методів доцільно віднести формування структури органів управління,

затвердження адміністративних норм та нормативів, правове регулювання, видання наказів, вказівок, розпоряджень, відбір кадрів, затвердження вказівок та рекомендацій, розробка положень, посадових інструкцій, стандартів підприємства, встановлення адміністративних санкцій та заохочень.

До групи економічних методів віднесено техніко-економічний аналіз, планування, матеріальне стимулювання, кредитування, ціноутворення, участь у прибутку та капіталі, встановлення економічних норм та нормативів, страхування, встановлення матеріальних санкцій та дотацій.

Група соціально-психологічних методів представлена соціальним аналізом в колективі працівників, соціальним плануванням, участю робітників в управлінні соціальним стимулюванням розвитку колективу, задоволенням духовних та культурних потреб, формуванням нормального психологічного клімату, встановленням соціальних норм поведінки, розвитком у працівників ініціативності та відповідальності, встановленням моральних санкцій та заохочень.

Додатковими складовими стратегії управління персоналом інші автори визначають визначення організаційної структури служб управління, критерії ефективності системи управління персоналом, взаємозв'язок із зовнішнім оточенням, доступність, повнота та обґрунтованість інформації, що використовується, обмеження на функціонування системи, освіта керівників. Врахування наведених факторів сприяє збільшенню вірогідності прийняття дієвих управлінських рішень, але їх перелік не є повним, оскільки на наш погляд, комплексність формування бачення ситуації, що склалася, обумовлена додатковим врахуванням інтересів персоналу, їх відповідності інтересам підприємства.

Більшість авторів розкривають сутність існуючих стратегій інвестування у персонал в рамках загальної стратегії розвитку (стратегія підприємництва, стратегія динамічного зростання, стратегія ліквідації, стратегія прибутковості, стратегія циклічного функціонування). Для кожної з них характерні різні сутності складових (відбір та формування

кадрів, оплата праці, оцінювання результатів, розвиток особистості, планування кар'єри).

Підприємницька стратегія характерна для підприємств, діяльність передбачає розвиток нових напрямків функціонування. В рамках цієї стратегії приймаються проекти з високим ступенем фінансового ризику, мінімальною кількістю дій. Кількість ресурсів недостатня для виконання всіх заходів. До уваги приймається швидке здійснення заходів без відповідної проробки. В рамках даної стратегії управління передбачає пошук та залучення працівників новаторів, ініціативних, контактних, спроможних до ризикованих дій, відповідальних. Основною складовою стратегії інвестування у персонал є формування ініціативних, схильних до обґрунтованого ризику кадрів. Вони мають характеризуватися високим потенціалом та компетентністю, бути спроможними підвищувати свою кваліфікацію. Винагорода здійснюється як у формі матеріальних виплат, так і залучення працівників до безпосередньої участі в реалізації стратегії підприємства. Використання різноманітних методів обумовлює високий рівень мотивації. Визначення винагороди на конкурентній основі, відповідно до потреб працівників. Оцінювання має здійснюватися за результатами (особистими та результатами роботи колективу). Неформальний розвиток особистості, інтереси працівників займають центральне місце. Цінними є такі якості як відповідальність, зацікавлене відношення до справи, принциповість, ініціативність, вміння аргументувати свою позицію.

Стратегія динамічного зростання характеризується меншим ступенем ризику. Передбачає постійне співставлення поточних цілей із формуванням фундаменту для майбутнього. Політика підприємства і процедури фіксуються письмово, оскільки вони використовуються для здійснення контролю. В рамках наведеної стратегії працівники мають бути організаційно закріпленими, бути гнучкими в умовах, що змінюються, бути проблемно-орієнтованими працювати у співробітництві з іншими. Основними складовими стратегії управління персоналом є пошук гнучких та

вірних, високо компетентних працівників, Винагорода є справедливою і базується на оцінці результативності індивідуальної праці, ефективності його роботи в групах, дослідження групової поведінки. Оцінювання діяльності здійснюється за обраними критеріями, які задекларовані раніше. Велика увага приділяється якісному розвитку, тобто розвитку компетенції персоналу, та збільшення сфери діяльності.

Стратегія прибутковості передбачає стабілізацію існуючого рівні прибутку. Заходи, які передбачають збільшення фінансових витрат не є пріоритетними. Управлінська система добре розвинута, існує система процедурних правил. Стратегія орієнтується на кількісні критерії ефективності в сфері управління персоналом, відносно низький рівень ризику, достатній рівень ініціативності персоналу. Формування персоналу здійснюється на жорстких умовах з використанням стандартних норм та правил, здійснюється вузько профільний набір, винагорода – на основі результатів та заслуг, Оцінювання здійснюється планомірно, розвиток особистості передбачає акцент на професійні компетенції.

Ліквідаційна стратегія спрямована на згорання господарської діяльності. Відповідно стратегія інвестування у персонал орієнтована на короткострокову потребу у персоналі узької спеціалізації без формування відчуття лояльності, відданості. Набір працівників маловірогідний через скорочення штатів, оплата праці здійснюється відповідно із посадовими окладами, інші форми стимулювання відсутні. Оцінювання персоналу засновано на критеріях, які визначені з урахуванням необхідності скорочення відповідних напрямків діяльності. Розвиток персоналу обмежений та базується на службовій необхідності, тобто якщо підприємство зобов'язано згідно законодавства взяти на себе обов'язки по працевлаштуванню вивільнених працівників.

Циклічна стратегія має за мету оздоровлення підприємства, заходи по скороченню затрат обумовлені намаганням забезпечити стабільні позиції у перспективі. Працівники

мають бути гнучкими до змін, орієнтуватися на довгострокові цілі. В рамках наведеної стратегії необхідні різнобічні працівники. Оплата праці передбачає формування системи стимулів та перевірки заслуг. Оцінювання діяльності здійснюється за результатами.

В роботі Кульман А. [8] пропонує для формування стратегій розвитку персоналу визначення типів трудової поведінки працівників на підприємстві, які характеризуються відношенням їх до цілей та цінностей підприємства та відношенням до поведінки на підприємстві. Визначення типу трудової поведінки працівника дозволяє визначити наміри щодо виконання обов'язків, функцій, обумовлює доцільність використання відповідних стимулюючих заходів. Використання наведених критеріїв, що характеризують трудову поведінку є доцільним, але в рамках єдиного критерію, оскільки вони близькі за сутністю.

Певний інтерес мають методичні підходи до інвестування у розвиток персоналу, які базуються на оцінці кінцевих результатів виробництва. Але й вони мають певні недоліки, які характеризуються недосконалим формуванням системи показників та їх порівнянням.

Основною метою запропонованого підходу до формування стратегій інвестування у розвиток діяльності менеджерів є співвідношення рівня лояльності менеджерів до підприємства та його керівництва із компетентністю, тобто результатами діяльності, які обумовлюють доцільність використання професійних навичок та компетентностей менеджера у перспективі. При їх оцінці необхідно використовувати інтегральні показники, які дозволяють отримати комплексну оцінку щодо ефективності діяльності менеджера за його особистими досягненнями та за досягненнями підлеглого підрозділу, та отримати інформацію щодо відданості працівника підприємству на якому він працює, а також виявити причини незадовільних кінцевих результатів. При виборі показників необхідно враховувати значущі чинники, що обумовлюють позитивне чи негативне відношення працівника до роботи, що ним виконується,

та особливості та аспекти управлінської діяльності, які визначають про її ефективність. Загалом сутність запропонованого підходу до формування стратегій інвестування у розвиток діяльності менеджерів полягає в такому.

Процес формування стратегії інвестування у розвиток діяльності менеджерів повинен здійснюватися поетапно. При цьому в основі критерію вибору дієвої стратегії доцільно використовувати комплексну оцінку лояльності менеджерів та їх компетентності за досягнутими результатами діяльності, оскільки найбільш важливим напрямком поліпшення благополуччя суб'єкта господарювання є ефективна діяльність з боку менеджерів, яка визначається рівнем відданості менеджера підприємству та його задоволеністю від отриманої винагороди.

Перший етап запропонованого методичного підходу передбачає проведення аналізу основних складових, що комплексно визначають задоволеність менеджера роботою, а саме: задоволеність оплатою праці, вищим керівництвом, умовами та інтенсивністю роботи, кар'єрою, оточенням. Ці складові доцільно постійно оцінювати за допомогою експертних методів з метою формування заходів, які спрямовані на підвищення лояльності працівників до свого підприємства [10].

На другому етапі необхідно здійснити аналіз компетентності, що проявляється у результатах діяльності менеджерів і дати оцінку досяжності поставлених цілей упродовж роботи менеджера. Для даного дослідження доцільно використовувати оцінки результатів [10], що характеризують особисті досягнення керівника, його управлінські якості та професійні здібності, які вимірюються кількісно [10] й обумовлюють результати функціонування підрозділу, яким він керує.

Отримавши необхідні результати, які характеризують інтегральні показники, доцільно порівняти їх значення, застосовуючи метод шахових матриць, що дозволить визначити рівень лояльності менеджера та його внесок у підвищення загальної результативності діяльності підприємства (рис. 1).

Запропоновані критерії лояльності та компетентності, яка проявляється у результативності діяльності менеджера необхідно оцінити якісно за рівнем досягнення, тобто високий або низький, що обумовлює наявність чотирьох квадрантів в матриці, для яких характерний відповідний набір стратегій інвестування у розвиток діяльності мене-

джерів.

Третій етап полягає у формуванні системи стратегій інвестування у розвиток діяльності менеджерів, які враховують суб'єктивні та об'єктивні обставини роботи керівників. може бути кількісно оцінено за допомогою відповідного інтегрального показника.

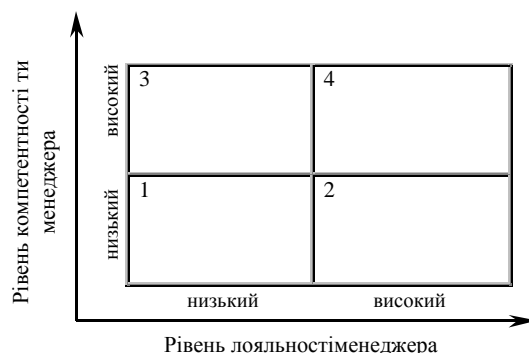


Рис. 1. Матриця вибору стратегій інвестування у розвиток діяльності менеджерів

Четвертий етап передбачає комплексне визначення позиції підприємства, що досліджується, в запропонованій матриці, координатами якої є інтегральні показники компетентності за результативністю діяльності менеджера та його лояльності до підприємства, на якому він працює.

У зв'язку з об'єктивною необхідністю постійної оцінки діяльності керівників, визначенням їх особистого внеску в загальні результати діяльності підприємства використання матричних методів дає можливість наочно виявити співвідношення рівня лояльності та компетентності за результативністю діяльності менеджерів, визначити можливі причини неефективного управління. Аналіз положення менеджерів в запропонованій матриці в динаміці дозволяє зрозуміти напрямки розвитку відношень «менеджер-підприємство», доцільність їх продовження у майбутньому.

Даний підхід дає можливість врахувати вплив всіх значущих факторів внутрішнього середовища, тобто сформулювати більш точне і повне уявлення про мотиви та причини діяльності менеджерів; забезпечити узгодженість особистих інтересів менеджера з інте-

ресами підприємства з урахуванням їх необхідності та доцільності; визначити невикористані резерви і намітити шляхи їх реалізації для підвищення ефективності управління підприємством; оздоровити соціально-психологічний клімат в колективі за рахунок раціонального впровадження відповідних стимулюючих заходів, тобто реалізувати збалансовану кадрову політику.

Визначення позиції менеджера в представлений матриці, а отже, і вибір стратегій інвестування їх розвитком, доцільно здійснювати шляхом порівняння фактичного значення відповідних інтегральних показників з їх еталонним (досяжним або бажаним) рівнем. Таке порівняння дозволить оцінити ефективність використання якостей, навичок, часу та інших ресурсів управління процесом виробництва і визначити основні напрямки розвитку менеджера за рахунок використання виявлених резервів. При формуванні запропонованої матриці доцільно визначити форму і напрямки зв'язку між обраними показниками. Це можливо, якщо значення, які їх характеризують, будуть порівнянні і рівновимірні.

Типові ситуації, властиві підприємствам, менеджери яких розташовані в квадрантах матриці, можуть бути такими.

Квадрант 1. Характеризується низькими результатами діяльності менеджерів, як особистих так і колективних, та низьким рівнем лояльності його до підприємства. Основними причинами, які обумовили ситуацію, що склалася, можуть бути низький рівень професійної підготовки менеджера, відсутність в нього управлінських здібностей. Для вирішення проблем менеджер переважно використовує інструктивний метод, який передбачає вирішення проблеми у відповідності з інструктивними вказівками вищого керівництва. Відсутність творчого підходу не дозволяє знайти нове вирішення проблем. Менеджер не є лідером в колективі, що унеможливує ефективне використання трудових та інших ресурсів. З іншого боку, низькі результати діяльності менеджера можуть бути обумовлені саме низьким рівнем його лояльності до підприємства. Основними причинами такого відношення є незадоволеність оплатою праці, змістом праці, відсутністю кар'єрного зростання, попереднім ігноруванням ініціативності менеджера. Так умови роботи спонукають працівника бачити своє перебування на посаді, яку він займає, терміновим, тобто при можливості місце роботи буде звільнено. Визначення причин, які обумовили позиції менеджера в квадранті 1, визначають необхідність прийняття відповідних управлінських рішень. За умов високого рівня мотивації з боку підприємства, низькі результати діяльності менеджера та його лояльності обумовлюють необхідність завершення відношень з даним працівником, оскільки його перебування на посаді не є ефективним. Чіткі виконання поставлених завдань, пересічний контроль діяльності підрозділу керівниками відділів, що взаємодіють з дослідним. Загалом, політика керівництва зводиться до пошуку нової кандидатури на посаду менеджера, що підтверджує недоцільність інвестування у розвиток менеджера.

Квадрант 2. Характеризується низькими результатами діяльності менеджерів та ви-

соким рівнем їх лояльності до підприємства. Відданий керівник, який розділяє інтереси колективу та підприємства, намагається здійснювати управлінські функції, але з певних причин результативність його діяльності не є високою. Моральні якості, почуття відповідальності присутні для даної особистості. Основними причинами недосконалого управління є професійна невідповідність працівника посаді, яку він займає, відсутність лідерських якостей, малий досвід управління колективом підлеглих. Дана ситуація вимагає визначення потенціалу працівника, який можна реалізувати за допомогою підвищення кваліфікації, надання практичних рекомендацій, лідерських тренінгів. Якщо менеджер в процесі свого вдосконалення виявляє здатність швидко реагувати на зміни в підприємницькому, соціальному середовищі, намагається й надає дієві пропозиції щодо реалізації проблем, які присутні на практиці, він має працювати на підприємстві на протязі тривалого відрізка часу за умов отримання позитивних результатів як особистої діяльності так і діяльності своїх підлеглих. Стратегія інвестування у розвиток повинна в даному разі бути активною, спрямованою на навчання, підвищення кваліфікації і компетентності менеджера, його управлінських здібностей.

Квадрант 3. Характеризується високими результатами діяльності менеджера та низьким рівнем його лояльності до підприємства. Типову ситуацію, характерну для більшості позиціонованих в даний квадрант менеджерів, можна описати таким чином. Ефективне управління персоналом обумовлене його професійними якостями та великим досвідом. Для нього характерне встановлення чітких особистих та загальних цілей, постійний само менеджмент та саморозвиток, навички вирішення проблем, що виникають в процесі реалізації функцій підрозділу та в колективі, інноваційність передбачає використання ним сучасних підходів щодо управління та навчання персоналу. Наявність таких якостей обумовлює високий рівень конкурентоспроможності працівника, що передбачає наявність в нього пропозицій

щодо зміни місця працевлаштування. Тому за таких умов доцільно визначити причини нелояльного ставлення працівника до підприємства, якщо вони обумовлені незадоволеністю оплатою праці, керівництвом, умовами та інтенсивністю роботи, кар'єрою, оточенням, розробити заходи щодо підвищення рівня його лояльності до підприємства.

В разі відсутності можливості змінити ставлення працівника необхідно використовувати його можливості протягом певного періоду часу, з одночасним пошуком іншого керівника високого рівня. Стратегія інвестування повинна бути спрямованою на мотивування працівника, формування у нього стійкої лояльності до підприємства.

Квадрант 4. Характеризується присутністю менеджерів з високим рівнем результатів діяльності та лояльним відношенням до підприємства. Наявність саме таких працівників на підприємстві має велике значення, оскільки їх діяльність сприяє підвищенню економічних та соціальних результатів діяльності та знижає рівень економічної безпеки підприємств. Задоволеність основними складовими трудового процесу відображається на рівні виконання їх функціональних обов'язків. Підприємство має заохочувати позитивне відношення менеджерів до нього та його високу продуктивність праці, ефективне використання робочого часу. Максимальна кількість аналізованих керівників свідчить про ефективну роботу відділів з управління персоналом. Стратегія інвестування є підтримуючою і спрямованою як на розвиток лояльності, так і на підтримку досягнутих компетенцій.

В рамках запропонованого підходу до формування стратегій інвестування у розвиток діяльності менеджерів, аналізуючи поєднання рівня лояльності працівників та рівня компетентності через отриманих результатів діяльності можна визначити чотири групи менеджерів:

працівники, для яких характерний низький рівень лояльності та компетентності щодо результативності праці;

- менеджери, для яких характерний хоча б один параметр діяльності рівень якого високий;

- менеджери з високим рівнем лояльності та результативності роботи.

Застосування даної матриці в процесі формування стратегій інвестування у розвиток діяльності менеджерів дозволить комплексно враховувати фактори внутрішнього середовища підприємства, що визначають умовиваність керівників до здійснення ефективної управлінської діяльності, на основі визначення рівня лояльності працівника до підприємства за складовими, а головне – прийняти обґрунтоване рішення щодо стратегічних взаємовідносин менеджера з керівництвом підприємства.

Взагалі важливим етапом при аналізі позицій менеджера в запропонованій матриці та розробці заходів щодо управління його діяльністю є дослідження системи мотивації з метою формування уявлення про її недоліки, можливості її цілеспрямованого вправління та формування, яке обумовлює визначення конкретних заходів особистої мотивації менеджера. В результаті дослідження виникає можливість конкретно визначити:

- існуючі та відсутні елементи системи;
- якість існуючих елементів та їх функції;
- взаємозв'язки між елементами системи;
- повноту реалізації взаємозв'язків.

Аналіз системи мотивації, який доцільно здійснювати представника вищого керівництва та незалежними експертами з мотивації, носитиме кількісний характер, що підвищить його об'єктивність.

Сутність дослідження існуючої системи мотивації повинна базуватися на визначенні відповідності очікувань та практичних результатів від використання системи. Необхідно порівняти уявлення менеджера та керівництва з приводу відповідності реальних витрат праці, її результатів з очікуваними, відповідності винагороди витратам та результатам праці. Отриману інформацію від керівництва та менеджера необхідно порівняти з метою визначення її обґрун-

тованості та узгодження рішень щодо доцільності удосконалення системи мотивації. Методи аналізу повинні використовувати такі загальні фактори мотивації як продуктивність праці, психологічний комфорт, матеріальну задоволеність, умови праці, безпеку, творчий підхід, та специфічні фактори, що обумовлюють задоволеність менеджерів характеристиками підприємства: задоволеність стимулами, що використовуються на підприємстві, способом їх використання, ступінь взаємозв'язку між ними, задоволеність роботою, інформованість менеджера про існуючий стан підприємства, перспективи його розвитку, міра впливу менеджера на цілі організації, задоволеність рівнем прийняття рішень, методами контролю, рівня децентралізації на підприємстві.

Результативним підходом до оцінки системи мотивації є побудова мотиваційних профілів, які надають можливість визначити основні напрямки удосконалення існуючої системи мотивації. Серед форм мотивації менеджерів доцільно визначити наступні заохочувальні виплати:

- гарантії зайнятості, що можуть надаватися підприємством з метою зниження плинності кадрів та підвищення продуктивності праці;
- виділення підрозділів, що передбачає постійний моніторинг діяльності та підвищує зацікавленість менеджера в отриманні високих результатів;
- грошові заохочення менеджерів у виді премій за досягнення поставлених цілей;
- можливість втрати репутації менеджера як керівника на ринку праці;
- дольова участь у власності, яка передбачає передачу акцій або частки майна у власність менеджера.

Щодо вдосконалення професійних якостей менеджера доцільно використовувати наступні стратегічні проекти їх розвитку:

- навчально-методичні, які спрямовані на зміну технології професійного навчання, передбачають проведення рейтингу, моніторингу знань;

- технологічні, які сприяють професійно-кваліфікаційному просуванню персоналу, реалізуються за допомогою інформаційного забезпечення, типових схем просування, методів атестації працівників;

- кадрові, передбачають підвищення рівня кваліфікації менеджерів;

- науково-дослідні, обумовлені розвитком науково-дослідних робіт на підприємстві, поєднання професійного навчання персоналу з тематикою науково-дослідних робіт, реалізуються шляхом укладання договорів з науково-дослідними інститутами, вищими навчальними закладами, науковими підрозділами організації;

- мотиваційні, передбачають підвищення мотивації персоналу до свого розвитку, за рахунок використання матеріальних та нематеріальних методів мотивації;

- соціальні, передбачають зміну соціальної структури персоналу, підвищення його культурного рівня;

- корпоративні, передбачають використання переваг впровадження корпоративного управління розвитком персоналу за рахунок створення відповідних організаційних структур.

Досягнутий рівень компетентності в результаті інвестування розвитку залежить від постановки системи чітких цілей, відповідного планування робіт, системи контролю термінів та результатів робіт, якості виконання окремих елементів, заходів щодо подолання опору змінам.

Висновок. Таким чином, для формування стратегій інвестування у розвиток персоналу в цілому і менеджерів різних рівнів управління зокрема, доцільно враховувати дві складові: лояльність та компетентність, що можливо оцінити з використанням інтегральних показників за дома якісними рівнями: низький та високий. В залежності від позиціонування менеджерів у квадрантах матриці доцільно використовувати стратегії інвестування, спрямовані на надбання певних компетентностей або формування доцільного рівня лояльності менеджерів до підприємства.

Напрямами подальших досліджень є формування системи часткових показників для кожної складової стратегій інвестування у розвиток персоналу й менеджерів зокрема: лояльності та компетентності.

Список літератури

1. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами / Армстронг Майкл.; [пер. с англ.]. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 328 с.
2. Богиня Д. Стимули і антистимули розвитку трудового менталітету в сучасних умовах / Д.Богиня // Україна: аспекти праці. – 2001. – № 3. – С. 3 – 10.
3. Бухалков М.И. Управление персоналом: Развитие трудового потенциала / М.И. Бухалков – М.: ИНФРА-М, 2015. – 204 с.
4. Галенко В.П. Управление персоналом и стратегия предприятия / В.П. Галенко – СПб.: Изд-во ГУЭФ, 1994. – 416 с.
5. Гриньова В.М., Проблеми управління трудовими ресурсами підприємства: [наукове видання] / В.М. Гриньова, О.М. Ястремська. – Х: Вид. ХНЕУ, 2006. –192с. – Бібліогр.: с.152 – 163.
6. Грэхем Х.Т., Беннет Р. Управление человеческими ресурсами: [учеб. пособие для вузов] / Х.Т. Грэхем, Р.Беннет [пер. с англ. под ред. Т.Ю. Базарова и Б.Л. Еремина] – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 598 с.
7. Колот А.М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу: [навч. посібник] / А.М. Колот. – К.: КНЕУ, 1998. – 224 с.
8. Кульман А. Экономические механизмы: [пер. с франц.] / А.Кульман. – М.: Прогресс, 2003. – 296 с.
9. Магура М.И., Курбатова М.Б. Современные персонал-технологии / М.И. Магура, М.Б. Курбатова. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2014. – 380 с.
10. Малярець Л.М. Вимірювання ознак об'єктів в економіці: методологія та практика / Л.М. Малярець . – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006 – 384 с.
11. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия / Е.В.Маслов. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 2009. – 312 с.
12. Шекшня С.В., Ермошкин Н.Н. Стратегическое управление персоналом в эпоху Интернета / С.В.Шекшня, Н.Н. Ермошкин –М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2017. – 344 с.

References:

1. Armstrong M. (2012) Strategic management of human resources; [per. s anhl.]. M.: YNFRA-M, 328 p. [in Russian].
2. Bohynia D. (2001) Stymuly i antystymuly rozvytku trudovoho mentalitetu v suchasnykh umovakh. *Ukraina: aspekty pratsi*, № 3, pp. 3-10 [in Russian].
3. Bukhalkov M.Y. (2015) Upravlenye personalom: Razvytye trudovoho potentsyala. M.: YNFRA-M, 204 p. [in Russian].
4. Halenko V.P. (1994) Upravlenye personalom y stratehiya predpriyatiya. *SPb.: Yzd-vo HUEF*, 416 p. [in Russian].
5. Hrynova V.M. (2006) Problemy upravlinnia trudovymy resursamy pidpriemstva: [naukove vydannia] / V.M. Hrynova, O.M. Yastremska. – Kh: Vyd. KhNEU, 192 p. Bibliogr.: p.152 – 163. [in Ukrainian].
6. Hrэхem Kh.T., Bennet R. (2003) Upravlenye chelovecheskymy resursamy: [ucheb. posobyie dlia vuzov] / Kh.T. Hrэхem, R.Bennet [per. s anhl. pod red. T.Iu. Bazarova y B.L. Eremyna]. M.: YuNYTY-DANA, 598 p. [in Ukrainian].
7. Kolot A.M. (1998) Motyvatsiia, stymuliuvannia y otsinka personalu: [navch. posibnyk]. K.: KNEU, 224 p. [in Russian].
8. Kulman A. (2003) Ekonomycheskye mekhanyzmy: [per. s frants.]. M.: *Prohress*, 296 p. [in Russian].
9. Mahura M.Y., Kurbatova M.B. (2014) Sovremennyye personal-tekhnohyy. M.: ЗАО «Byznes-shkola «Yntel-Syntezy», 380 p. [in Russian].
10. Maliarets L.M. (2006) Vymiriuvannia oznak obiektiv v ekonomitsi: metodolohiia ta praktyka. *Kharkiv: Vyd. KhNEU*, 384 p. [in Ukrainian].
11. Maslov E.V. (2009) Upravlenye personalom predpriyatiya. M.: YNFRA-M; Novosybyrsk: *NHAЭyU*, 312 p. [in Russian].
12. Shekshnia S.V., Ermoshkyn N.N. (2017) Strategic management of personnel in the era of the Internet. M.: ЗАО «Byznes-shkola «Yntel-Syntezy», 344 p. [in Russian].

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

JEL Code Classification: Q16, Q19; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-208-215

Voronynska O.V., PhD, Ass. Prof.,
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
o.voronyanska@tsatu.edu.ua

ANALYSIS OF INTERACTION BETWEEN FINANCIAL RESULTS OF GROWING GRAIN AND TECHNOLOGICAL COSTS

Abstract. The relationships between individual factors that have a significant effect on the formation of financial results were determined. It has been established that the highest costs are not always accompanied by the highest profit, which calculated per 1 hundredweight of grain. It has also been proved that the maximum level of costs, which calculated per 1 hectare of grain crops, does not always lead to the formation of the highest level of grain profitability.

Keywords: financial results, profit, profitability, direct technological costs, yield, sales price, grouping, interconnection between the factors of cost formation.

УДК: 631.164.633.1

Воронянська О.В., к.е.н., доцент
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
o.voronyanska@tsatu.edu.ua

АНАЛІЗ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МІЖ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ВИРОЩУВАННЯ ЗЕРНА І ТЕХНОЛОГІЧНИМИ ВИТРАТАМИ

Анотація. Постановка проблеми. Поліпшення фінансових результатів при вирощуванні зернових культур, як правило, пов'язане зі зростанням витрат на технологічні операції, що пояснюється підвищенням цін на палне, мінімальні добрива, засоби захисту рослин, зростання заробітної плати та інші прямі витрати. Однак існує ряд факторів, які опосередковано впливають на рівень урожайності та якість зернової продукції. Доцільно було б обчислити всі фактори, що впливають на урожайність та якість - основні компоненти, що впливають на ціну продукції, щоб оптимізувати витрати на вирощування зерна.

Формулювання цілей дослідження. Дослідження взаємозв'язку між технологічними витратами та фінансовими результатами вирощування сільськогосподарських культур.

Результати. Визначені взаємозв'язки між технологічними витратами та іншими окремими факторами, які суттєво впливають на формування фінансових результатів. Встановлено, що самі високі витрати не завжди супроводжуються самими високими показниками прибутку, що припадає на 1 ц зерна. Також доведено, що максимальний рівень витрат в розрахунку на 1 га посіву зернових культур не завжди призводить до формування найвищого рівня рентабельності зерна.

Висновки та рекомендації щодо подальших досліджень. Таким чином, можна стверджувати, що витрати на зростання продуктивності праці та, зрештою, фінансові результати повинні зосереджуватися на виробництві тих продуктів, які приносять більший дохід та збільшують використання тих видів ресурсів, які окупаються за рахунок збільшення валових результатів.

Ключові слова: фінансові результати, прибуток, рівень рентабельності, прямі технологічні витрати, урожайність, ціна реалізації, групування, взаємозв'язок між факторами формування собівартості.

Formulation of the problem. The improvement of financial results in the cultivation of grain crops is generally associated with growth in the cost of technological operations, which is due to increase of prices of fuel, mineral fertilizers, plant protection products, wage growth and other direct costs. However, there are a number of factors that indirectly affect the level of yield and quality of grain products. It would be advisable to calculate all the factors that have the impact on yield and quality – the main components in affecting the price of products, to optimize the cost of cultivating grain.

Analysis of recent research and publications. Domestic scientists such as Baryshevskaya I.V., Divnich O.D., Demidenko L.M., Makarenko P.M., Melnyk L.Yu., Petrov V.M., Prus Y.O., Svitovyi O. M. Tkachuk, V. I., Tokar A.V. investigated the factors of costs formation for agricultural products and, first of all, grain. Found out the most influential and in a variety of grain growing conditions. Meanwhile, there are many problems associated with the mutual influence of factors on the level of productivity and, as a consequence, on the financial results, which need to be solved based on the zone of production, technology, availability of resources and other factors.

Formulating the goals of the article. Investigation of relationship between technological costs and financial results of growing crops.

Presentation of the main material. Growth of crop production also depends on, first of all,

increase of crop productivity. Economic research, as well as the work of many agricultural scientists, shows that a high level of crop yield can only be achieved with a high level of agriculture, by using of mineral fertilizers and plant protection products, by applying of high quality seeds, which implies the need of additional costs.

In the production of grain, sunflower seeds and other crops a three-four-fold increase in profit is achieved by the use of intensive technologies with the growth of aggregate costs on 1 hectare by 20-60% together with ensuring timely payback of additional investments [1, p.12].

The production and sale of grain for the agricultural enterprises in southern Ukraine, a dry steppe zone and a risk-prone area of agriculture, have a particular importance because the grain industry is the leading for the vast majority of agricultural enterprises occupying a share about 70% in the structure commodity products for the majority of enterprises in the region.

Therefore, calculations of the approaches to increase productivity and how production costs impact on it are given on the example of this particular industry. 28 farms in the district that grow crops are taken into account.

But first of all we shall show on a concrete example of the leading enterprise of the district the share of grain in the structure of crops over a three-year period (Table 1).

Table 1

Dynamics of sown area, yield and gross grain production in a leading agrarian enterprise, 2016-2018.

Indicators	Years			2018 in % to 2016
	2016	2017	2018	
Sown area, thousands of ha	1351	1433	1326	98,15
Share in total crop area, %	64,8	70,73	67,17	103,66
Yield per 1 ha, cwt	38,12	38,51	42,45	111,36
Gross grain production, thousands of cwt	51494	55190	56283	109,30
incl. per 100 ha of cultivated lands, cwt	2119	2289	2342	110,52

Sown areas with grain crops slightly fluctuated within 6-8% during the investigated period. However, the share of grain in the structure of crops over the past three years increased by 2.4%. In 2017, their share was almost 71%, which is a significant violation of the scientifically grounded approach to the formation of the sown areas structure in the farms of the steppe zone of southern Ukraine, according to which the share of grain should not exceed 60%. The gross grain harvest increased by 9.3% (calculating per 100 hectares of cultivated lands – by 10.52%) mostly because of the increase of crop yields.

Such disproportions in the crops area structure can be explained by the high demand in grain and desire of managers to improve the economy of enterprises with the help of the grain industry.

An important reserve for strengthening of the financial results is to increase the economic efficiency of production. It is necessary to investigate how the growth of productivity is reflected in the enterprise financial results. Data of table 2 show that growth of the average sown area leads to rise of yields.

Table 2

Influence of grain crop yield on grain production efficiency in agrarian enterprises of the district, 2018

Indicators	Groups of enterprises by grain crops yield level, cwt per ha				District average	Leading district enterprise
	I up to 27 cwt/ha	II 27-39 cwt/ha	III 39-51 cwt/ha	IV over 51 cwt/ha		
Number of enterprises	12	8	5	3	x	x
Crop yield, cwt/ha	358	858	1233	315	653	1326
Average sown area in group, ha	23,9	32,2	44,8	58,3	35,9	42,4
Production costs per 1 ha, UAH	6722,53	7695,20	8725,33	12946,7	8285,62	6343,13
Cost of 1 cwt of grain, UAH	189,12	216,15	258,53	203,33	237,07	162,04
Selling price of 1 cwt of grain, UAH	331,66	310,84	342,19	328,51	329,05	345,91
Profit per 1 ha of grain crops area, UAH	1204,14	2313,85	6604,78	6205,41	3527,28	8323,45
Profit per 1 cwt of grain, UAH	142,54	94,69	83,66	125,18	91,98	183,87
Level of grain production profitability, %	75,37	43,81	32,36	61,56	38,80	113,47

As it shown, enterprises with an average area of 358 hectares were included to the first group which consists of twelve farms. The average yield in this group was 23,9 cwt/ha. Average production costs per 1 ha are the lowest and equal to 6722,53 UAH. As a result, the cost of 1

cwt is the highest and constitutes 189,12 UAH. The selling price, however, is also the highest, which is 331,66 UAH. The profit was calculated per 1 hectare and 1 cwt respectively 1204,14 UAH and UAH 142,54, which is the worst re-

sult among others. The profitability level was 75,37%.

The average area of sowing in the second group, which includes eight enterprises, is 858 hectares with an average yield of 32,2 cwt per hectare. Expenses in this group per 1 hectare more than in the 1st on 14,5%. Meanwhile, the cost of 1 cwt of grain is 216,15 UAH which is less than in the 1st group by 14,3%. Despite the lower selling price (UAH 310,84), the profit per hectare and 1 cwt is higher in 1,9 and 33,57%, respectively. The level of profitability is almost 31,56 p.p lower than in the 1st group.

The third group included five enterprises with an average sown area of 1233 hectares. The yield in this group is 44,8 cwt/ha. The costs per one hectare are almost 1030,13 UAH more than in the 2nd group. The average selling price is 342,19 UAH. Received profit per 1 ha and 1 cwt is respectively 6604,78 UAH and 147,53 UAH. The profitability level is the highest of all groups and is 75,79%.

The 4th group includes three enterprises with an average crop area of 315 hectares. The yield on average in the group is 58,3 cwt/ha which is significantly higher than in the other three groups. The costs per 1 hectare are 12946,72 UAH. However, the costs of 1 cwt of grain are only 44,46% below than in the third group. The average selling price is 328,51 UAH/cwt. Received profit per 1 ha and 1 cwt is respectively 6205,41 UAH and 125,18 UAH. The profitability level is slightly lower than in

group 3 and is 48,06%. Average data for all enterprises in the district is close to the data of the third group. Data on the received profit per 1 hectare and 1 cwt is significantly different. These figures are equal to 3527,28 UAH respectively and 91,98 UAH.

The investigated enterprise significantly differs from region average. By the level of productivity it belongs to the 3rd group. But it has a sown area of 1326 hectares and much lower costs per 1 hectare – 6343.14 UAH. The cost of 1 cwt of grain is 162,04 UAH, the price of sale – 345.91 UAH. The profit is calculated per 1 hectare and 1 cwt respectively 8323,45 UAH and 183,87 UAH. The profitability level is 113,47%.

The data in Table 2 give grounds for arguing that in order to increase yields it is necessary to increase the costs per hectare of sown area or to reduce the crop area to scientifically justified sizes and to concentrate all available resources in this area. The grouping of enterprises by the level of productivity shows that the additional costs per 1 hectare of sown area affect the growth of crop yields and, respectively, indicators of economic efficiency only to a certain edge.

Expenses in the 4th group are bigger than in the first one in twice while yield is higher in 2,4 times. At the same time, the profitability level is more than in the 1st group at 34,78 percentage points.

Table 3

Impact of production costs per hectare of grain crops on grain production efficiency in agrarian enterprises of the district, 2018

Indicators	Groups of enterprises by grain production costs level, UAH per ha				District average	Leading district enterprise
	I up to 5300 UAH /ha	II 5300- 8300 UAH /ha	III 8300- 11300 UAH /ha	IV over 11300 UAH /ha		
Number of enterprises	5	11	10	2	x	x
Production costs per 1 ha, UAH	4186,47	6409,06	9456,42	138998,5	8085,62	6343,14
Average sown area in	324	571	977	298	653	1326

group, ha						
Costs of 1 cwt of grain, UAH	189,12	216,15	258,53	203,33	237,07	162,04
Selling price of 1 cwt of grain, UAH	255,9	327,93	337,1	337,1	329,05	345,91
Costs of crop production, thousands of UAH	11924,3	95075	224987,0	35632,7	367619	14917
Share of grain production costs in total costs of crop production, %	56,84	42,41	41,07	23,25	40,2	56,39
Grain yield, cwt/ha	28,22	29,42	39,84	59,2	35,9	42,4
Received profit per 1 ha of grain crops areas, UAH	3035,28	3238,6	3973,64	6065,47	3727,28	8323,4
Received profit per 1 cwt of grain, UAH	66,78	111,78	78,57	133,77	91,98	183,87
Level of grain production profitability, %	35,31	51,71	30,39	65,79	38,80	113,47

Grouping of enterprises by level of production costs proves the following.

The first group included five enterprises with an average area of 324 hectares. The costs per hectare of crops were UAH 4186,47. At a yield of 28,22 cwt/ha, the costs were 189,12 UAH/cwt. Grain sold at a price of 255,9 UAH/cwt. The received profit per 1 hectare and 1 cwt was respectively 3035,28 UAH and 66,78 UAH. The profitability level was 35,31%.

The second group consists of 11 enterprises with an average area of 571 hectares. Costs per hectare were 6409,06 UAH and at a yield of 29,42 cwt per hectare, they generated the average costs of 216,15 UAH/cwt. The average selling price of grain was 327,93 UAH/cwt. Profit per 1 hectare and 1 cwt was 3238,6 UAH and 111,78 UAH. The level of profitability is the highest among all groups and equal to 51,71%.

The third group includes 10 enterprises with an average area of 977 hectares. The level of expenses per 1 ha is 9456,42 UAH. With a yield of 39,84 cwt/ha, the average costs are 258,53 UAH/cwt. The average selling price is the highest of all groups and is 337,1 UAH/cwt. Accordingly the profit per 1 hectare and 1 cwt is 3973,64 UAH and 78,57 UAH. The profitability level is 30,39%.

The fourth group includes 2 enterprises with a sown area of 298 hectares. The average costs are 13898,85 UAH per 1 hectare. At a yield of 59,2 cwt/ha, the costs are 203,33 UAH/cwt. At an average selling price of 337,1 UAH/cwt, the profit per 1 hectare and 1 cwt is respectively 6065,47 UAH and 133,77 UAH. The profitability level is 65,79%.

The average area data is as follows. The average costs are 8085.62 UAH per 1 hectare. The costs of 1 cwt of grain at a yield of 35,85 cwt/ha are 237.07 UAH/cwt. The grain was sold at an average price of 329.05 UAH/cwt which allows to receive profit per 1 hectare and 1 cwt respectively 77010.1 UAH and 76.74 UAH. The profitability level is 38.80%.

The leading investigated enterprise belongs to the 2nd group by the level of costs but has better indicators like cost of 1 cwt of grain and its sales prices – respectively 162.04 UAH and 345.91 UAH. It should also be noticed that a large part of circulating assets of the enterprise is concentrated in the grain industry. Therefore, the level of profitability in comparison to the average data of the district is better by 74,67 percentage points.

Correlation analysis of relationship between yield and direct costs in general, usage of mineral fertilizers, direct labor remuneration and

usage of fuel and lubricants per 1 hectare shows that the connection between yields on the one hand and direct costs in general, costs on miner-

al fertilizers, payment and seeds are more robust than between crop yields and costs on fuel on the other hand (Fig. 1, 2, 3, 4, 5).

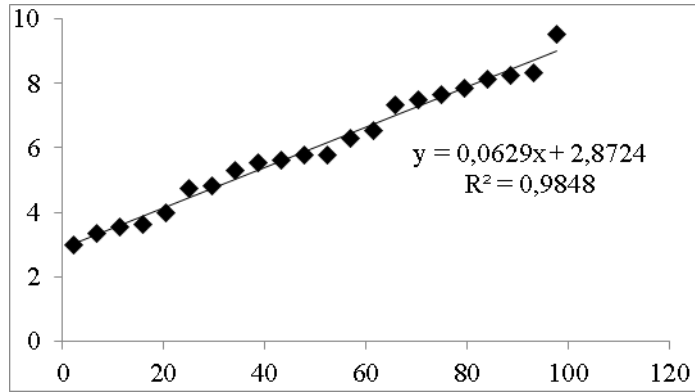


Fig. 1. Correlation between crop yield and direct production costs per 1 hectare

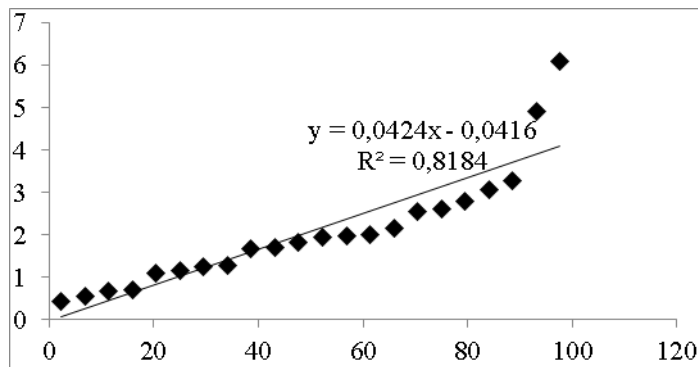


Fig. 2. Correlation between crop yield and usage of mineral fertilizers per 1 hectare

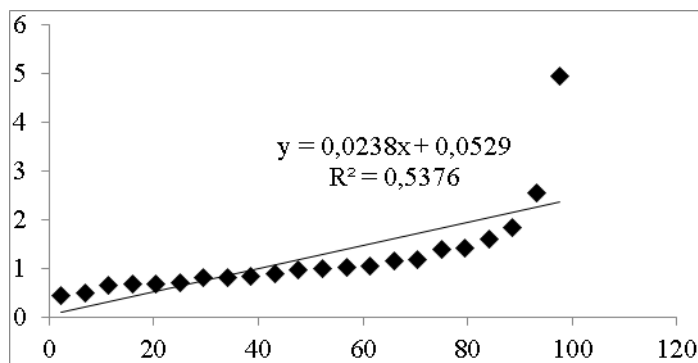


Fig. 3. Correlation between crop yield and fuel consumption per 1 hectare

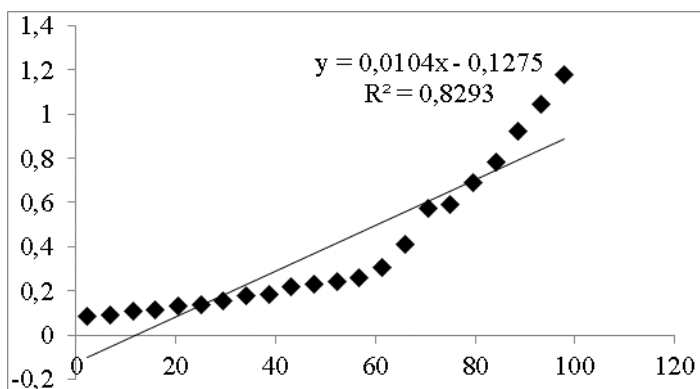


Fig. 4. Correlation between crop yield and labor costs per 1 hectare

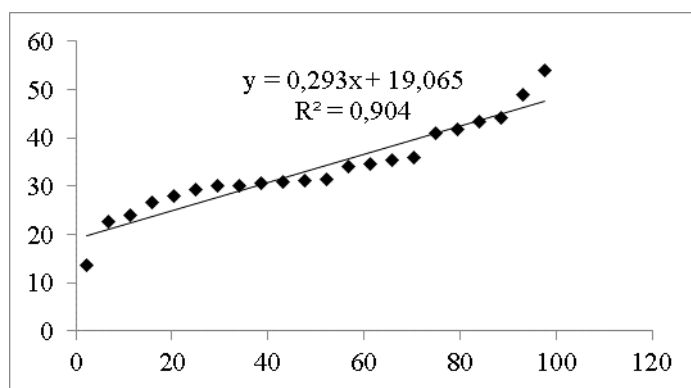


Fig. 5. Correlation between crop yield and costs on seeds per 1 hectare

Quality of grain products is a direct consequence of a thorough implementation of all agrotechnological operations and is reflected in the prices of sales. Factor analysis of changes in profit revealed the prevailing influence of selling prices compared with the rest of the factors such as a full cost or sale volumes.

The relationship between productivity and technological costs may have different levels of density driven by the active usage of energy- and resource-saving technologies (no-till, mini-

till, strip-till) as well as the usage of advanced technology with the GPS navigation system. Under these conditions the influence of some factors increases while others decrease.

Conclusions and recommendations for further research. Thus, it can be argued that the costs on productivity growth and, ultimately, financial results should focus on the production of those products that bring more income and increase the usage of those types of resources that pay off by increasing gross outcomes.

Список літератури:

1. Прус Ю.О., Аналіз виробництва продукції рослинництва в агроформуваннях Запорізької області Збірник наукових праць ТДАТУ. 2013. 5 том. С. 227-241. URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/1717/1/899.pdf>;
2. Мельник Л.Ю. Фактори впливу на прибутковість аграрних підприємств. Економіка АПК. 2010. № 5. С. 79-86.
3. Петров В.М. Методичні підходи до формування собівартості сільськогосподарської продукції та її вплив на ефективність виробництва. Економіка АПК. 2008. № 10. С. 55-60.
4. Левченко О. П. Теоретичні аспекти економічної ефективності виробництва зерна. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2006. № 2. С. 144-149.
5. Дивнич О.Д., Демиденко Л.М. Інноваційні напрями зниження собівартості виробництва продукції рослинництва. Економіка і суспільство. 2017. №13. С. 435-441.
6. Ткачук В.І. Технології, як механізм забезпечення ефективності вирощування зернових культур. Вісн. Харківського нац. аграр. ун-ту ім. В. В. Докучаєва. Сер. Екон. науки. 2013. № 8. С. 84-91.

7. Баришевська І.В. Формування собівартості продукції рослинництва та шляхи її зниження на сільськогосподарських підприємствах. Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Сер.: Економічні науки. 2017. №7. С. 70 – 76.

8. Світовий О. М. Ефективність виробництва та особливості формування виробничих витрат в рослинництві. Вісник Харк. нац. техн. ун-ту сільського господарства: Економічні науки. Харків: ХНТУСГ, 2007. Вип. 66. С. 178–184.

References:

1. Prus Yu.O. (2013) Analiz vyrobnytstva produktsiy roslыnnystva v agroformuvannyah Zaporizkoi oblasti. *Zbirnik naukovykh prats TDATU*, vol. 5, p. 227-241. Retrieved from: <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/17171/899.pdf> [in Ukrainian].

2. Melnik L.Yu. (2010) Faktory vplyvu na prybutkovist agrarnykh pidpryemstv. *Ekonomika APK*, № 5, p. 79-86 [in Ukrainian].

3. Petrov V.M. (2008) Metodychni pidhody do formuvannya sobivartosti silskogospodarskoi produktsiy ta yiyi vplyv na efektyvnist vyrobnytstva. *Ekonomika APK*, №. 10, p. 55-60 [in Ukrainian].

4. Levchenko O.P. (2006) Teoretychni aspekty ekonomichnoyi efektyvnosti vyrobnytstva zerna. *Derzhava ta region. Seriya: Ekonomika I pidpryemnytstvo*, № 2, p. 144–149 [in Ukrainian].

5. Dyvnich O.D., Demidenko L.M. (2017) Inovatsiyni napryamy znyzhennya sobivartosti vyrobnytstva produktsiyi roslыnnystva. *Ekonomika I suspilstvo*, №13, p. 435-441 [in Ukrainian].

6. Tkachuk V.I. (2013) Tehnologiyi, yak mehanizm zabezpechennya efektyvnosti vyroshchuvannya zernovykh kultur. *Visnyk Harkovskogo nats. agrar. un-tu im. V.V.Dokuchaeva. Ser. Ekon. nauki.* № 8, p. 84–91 [in Ukrainian].

7. Baryshevska I.V. (2017) Formuvannya sobivartosti produktsiyi roslыnnystva ta shlyakhy yiyi znyzhennya na silskogospodarskykh pidpriemstvakh. *Visnyk Harkovskogo nats. agrar. un-tu im. V.V.Dokuchaeva. Ser. Ekon. nauki.*, No7, p. 70 – 76 [in Ukrainian].

8. Svitovoy O.M. (2007) Efektyvnist vyrobnytstva ta osoblyvosti formuvannya vyrobnychih vytrat v roslыnnystvi. *Visnyk Harkovskogo nats. tehn. un-tu silskogo gospodarstva: Ekonomichni nauky. Harkiv. HNTUSG*, vol.. 66, p. 178–184 [in Ukrainian].

УДК: 631.95; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-216-221

*Левченко О.П., к.е.н., доцент
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного*

ГАЛУЗЕВІ ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ В ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

***Анотація.** У статті сформовано основні складові облікової політики сільськогосподарських підприємств і фактори, що впливають на її вибір і обґрунтування. Досліджено теоретичні питання формування облікової політики агропідприємства, її роль в організації обліку. Розглянуто чинники, що зумовлюють аспекти регламентації облікової політики. Розроблено пропозиції щодо поліпшення облікової політики сільськогосподарських підприємств.*

***Ключові слова:** організація обліку, обліковий процес, облікова політика, форма обліку, методи, оцінка, активи, зобов'язання, бухгалтерська служба, наказ про облікову політику, централізована бухгалтерія, стаття, звітність.*

JEL code classification: M41, M49

*Levchenko O.P., PhD, Ass. Prof.
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University*

SECTORAL FEATURES OF ACCOUNTING POLICY IN ORGANIZATION OF ACCOUNTING OF AGRICULTURAL ENTERPRISES OF UKRAINE

***Abstract.** The main components of accounting policy of agricultural enterprises and the factors influencing its choice and substantiation of accounting organization are formed in the article. The main factors that influence the choice of accounting policy of an agricultural enterprise are identified: the form of ownership and the organizational and legal form of the enterprise; industry affiliation and type of activity; volume of activity, number of employees; tax system; the degree of freedom of activity in market conditions; financial and economic development strategy; availability of material base; enterprise information support system; qualification level of accounting staff, initiative of company executives; system of material incentives and efficiency of the enterprise. It is determined that the form of accounting policy in the organization of accounting process of agricultural enterprises is influenced by the form of accounting, namely one of the following forms: introduction into the state of the enterprise of the position of accountant or creation of accounting service headed by the chief accounting officer; entering into an agreement with a private entrepreneur who provides contractual accounting services with a centralized accounting or auditing firm to the owner or manager of an enterprise. The main shortcomings of the accounting policy as a constituent of accounting organization of the agricultural enterprise are identified: individual enterprises formally order the accounting policy, elements of the order are not substantiated and duplicate certain points of normative documents; most agribusinesses have defined their accounting policies at the beginning of accounting reform, that is, simultaneously with the entry into force of the Law of Ukraine "On Accounting and Financial Reporting in Ukraine". It is emphasized that accounting policy, as a component of accounting organization, covers only methodological aspects of accounting at the enterprise.*

***Keywords:** accounting organization, accounting process, accounting policy, accounting form, methods, valuation, assets, liabilities, accounting service, accounting policy, central accounting, article, reporting, financial status, enterprise.*

Постановка проблеми. Поняття «облікова політика» у міжнародну практику обліку офіційно введене в 1975 р. одночасно з впровадженням Міжнародного стандарту бухгалтерського обліку 1 «Розкриття облікової політики», застосовується тривалий час і визначається як сукупність способів ведення обліку підприємством. Необхідність у цьому виникла в Україні у зв'язку з відмовою від жорсткої державної регламентації фінансової звітності.

Розробляючи методи і принципи облікової політики, сільськогосподарські підприємства повинні враховувати її вплив на величину визнаних витрат або доходів, фінансові результати. Сформована підприємством облікова політика уточнює моменти визнання витрат та сприяє поданню достовірної фінансової інформації.

Офіційно термін «облікова політика» введено з 1999 р. з прийняттям Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», відповідно до якого трактується як сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання і подання фінансової звітності.

Значні зміни у формах власності, організаційних формах підприємства, ринковій інфраструктурі, суттєво вплинули на форми, види й методи планування, управління, аналізу, а система обліку, в основному, зберегла стару ідеологію і організацію. Тому вивчення діючих та дослідження нових підходів до формування і дотримання облікової політики відіграє значну роль в покращанні організації бухгалтерського обліку, внутрішньогосподарського контролю та економічного аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженню вирішення проблемних питань та різних аспектів в організації обліку та обліковій політиці підприємств присвячено праці багатьох

вітчизняних вчених, зокрема: І.А. Басманова, П.С. Безруких, О.С. Бородкіна, Т.Г. Маренич, Л.Л. Басєвської, Т.В. Барановської, Л.Б. Пантелійчук та іншими, а також зарубіжних вчених, а саме: Р. А. Алборова, П. С. Безруких, Н. П. Кондракова, С.Л. Коротаєва, М. І. Кутера, Е. С. Хендриксена. Проте, у дослідженнях і публікаціях недостатньо повно розкриваються складові облікової політики як ефективної системи зв'язку організаційно-технологічних елементів їх використання безпосередньо в сільськогосподарських підприємствах, а також вплив її на поліпшення економічного стану господарювання, що і зумовлює актуальність даного дослідження.

Формування цілей статті. Розглядаючи облікову політику в контексті організації обліку, необхідно визначити її роль, яка відведена в цьому процесі. Формування облікової політики є складним та трудомістким процесом, на який впливає ряд факторів. Метою статті є надання інформації щодо основних аспектів формування і застосування облікової політики сільськогосподарських підприємств та визначення основних напрямків удосконалення методології її формування. Це вимагає ретельного вибору того чи іншого запропонованого в законодавстві способу відображення операцій в обліковому процесі.

Виклад основного матеріалу. З розвитком ринкових відносин в Україні суттєво збільшився рівень ризиковості сільськогосподарської галузі. Облікова політика суб'єктів господарювання сприяє формуванню системи інформаційного забезпечення управлінських рішень. Облікова політика визначає ідеологію економіки підприємства на тривалий період, сприяє посиленню обліково-аналітичних функцій в управлінні підприємством, дозволяє оперативно реагувати на зміни, що відбуваються у виробничому процесі, ефективно пристосовувати виробничу систему до умов

зовнішнього середовища, знижувати економічний ризик і добиватись успіхів у конкурентній боротьбі. Для того, щоби мати фінансові можливості своєчасно і ефективно реагувати на численні загрози та негативні чинники зовнішнього і внутрішнього середовища, необхідно зосередити увагу на організаційних аспектах облікової політики щодо використання методів управлінського обліку.

Облікова політика, зазначає Л.Л. Баєвська, передбачає побудову інформаційної системи, при якій управлінські рішення, прийняті на основі інформації показників звітності, є обґрунтованими і ефективними. Більшість підприємств України визначили облікову політику при переході на П(С)БО у 2000 р., враховуючи галузеві особливості, організаційно-правову форму, забезпеченість оргтехнікою та інші умови [2].

З метою сприяння успішній діяльності підприємство самостійно розробляє систему (необхідний вигляд та зміст форм) управлінської звітності, головною метою якої є надання керівництву відповідної інформації щодо рівня прибутковості (підприємства в цілому, конкретного підрозділу певної продукції або груп продуктів); рівня витрат (підприємства в цілому, конкретного підрозділу, певної продукції або груп продуктів); зіставлення показників за різні періоди та між фактичним виконанням і плановим завданням [4].

На вибір і обґрунтування облікової політики сільськогосподарського підприємства впливають такі основні фактори:

- форма власності та організаційно-правова форма підприємства;
- галузева приналежність та вид діяльності;
- обсяги діяльності, чисельність працівників;
- система оподаткування;
- ступінь свободи діяльності в ринкових умовах (самостійність рішень у питаннях

ціноутворення, вибору партнерів);

- стратегія фінансово-господарського розвитку (мета і завдання економічного розвитку, очікувані напрями інвестицій);

- наявність матеріальної бази (забезпечення комп'ютерною технікою й іншими засобами оргтехніки, програмними продуктами тощо);

- система інформаційного забезпечення підприємства (по всіх напрямках, необхідних для ефективної діяльності підприємства) тощо.

Слід зазначити, що на формування облікової політики в організації облікового процесу сільськогосподарських підприємствах, крім названих вище факторів, впливає форма ведення бухгалтерського обліку. Керуючись п. 4 ст. 8 Закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», керівник має право, на вибір, доручити ведення обліку одній з наступних форм:

- ввівши до штату підприємства посаду бухгалтера або створюючи бухгалтерську службу, очолювану головбухом;

- уклавши угоду з приватним підприємцем, який надає послуги з бухгалтерського обліку;

- на договірних засадах проводити облік за допомогою централізованої бухгалтерії або аудиторської фірми;

- проводити облік самостійно власником або керівником підприємства.

Наступним організаційним фактором, який впливає на формування облікової політики, є вибір Плану рахунків, що використовується в сільськогосподарському підприємстві, а саме можливе використання:

- загального Плану рахунків із застосуванням рахунків витрат класів 8 і 9, затвердженого наказом Мінфіну України від 30.11.99 р. № 291;

- загального Плану рахунків без застосування рахунків витрат класу 8;

- спрощеного Плану рахунків, затвердженого наказом Мінфіну України від 19.04.01р. № 186.

Облікова політика підприємства повинна

формуватися на підставі запроваджених національних П(С)БО і полягати у виборі принципів, методів і процедур, пов'язаних з оцінкою чи обліком статей звітності.

З теорії бухгалтерського обліку відомо, що метод бухгалтерського обліку – це сукупність способів і прийомів для відображення об'єктів обліку з метою обчислення показників, необхідних для управління фінансово-господарською діяльністю підприємства. Елементами методу бухгалтерського обліку є: документація, інвентаризація, калькуляція, рахунки, подвійний запис, баланс [10].

Формат підготовки та подання інформації повинен бути закріплений у розпорядчому документі про формування облікової політики. За наявності документально оформленої облікової політики підприємства, його керівники, управлінці, а також контролюючі органи знатимуть можливості облікової системи підприємства та організаційні і методичні підходи до її формування [4].

Складові облікової політики розробляють і затверджують у Наказі про облікову політику підприємства, в якій мають бути відображені всі способи і процедури, що використовуватиме підприємство для правильного відображення господарських операцій, фінансового стану, достовірного визначення результатів діяльності та забезпечення об'єктивності показників обліку для складання фінансової звітності.

Отже, формування та дотримання прийнятої на підприємстві облікової політики є однією з важливих умов отримання достовірної інформації для відображення в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності. Однак, при її формуванні в агроформуваннях допускається ряд суттєвих недоліків, які потребують усунення [9].

З основних недоліків облікової політики, як складової організації обліку сільськогосподарського підприємства можна виділити такі:

- окремі підприємства формально

складають наказ про облікову політику, елементи наказу не обґрунтовані й дублюють окремі пункти нормативних документів;

- більшість агропідприємств визначили свою облікову політику ще на початку реформування бухгалтерського обліку, тобто одночасно з набранням чинності Закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Після цього в переважній більшості до наказів не вносились будь-які зміни, незважаючи на затвердження нових П(С)БО та внесення змін і доповнень до діючих;

- зміст більшості наказів про облікову політику не структуризовано. Деякі питання формування обліку окремих об'єктів наводяться не в повному обсязі або зовсім не висвітлені;

- не розробляється облікова політика щодо формування обліку, а саме: не наводиться в ній або додатках до неї робочий план рахунків, графік документообігу, перелік облікових реєстрів, що застосовуються на підприємстві тощо;

- не розробляється облікова політика щодо управлінського обліку.

Даний аналіз проведено на основі звітів із виробничої практики студентів-магістрів спеціальності «Облік і оподаткування» університету за останні три роки.

В організації облікового процесу встановити метод – означає вибрати облікову оцінку щодо статей фінансової звітності. Після впровадження П(С)БО у підприємства є альтернативні варіанти вибору методів оцінки та обліку окремих статей фінансової звітності: амортизації основних засобів та нематеріальних активів, методу списання виробничих запасів, витрат на виробництво та калькулювання собівартості, резерву сумнівних боргів тощо. Кожне підприємство обирає з існуючих методів такий, що дозволяє максимально точно розкрити його фінансовий стан.

Визначимо напрямки покращання методології формування облікової політики

в організації обліку сільськогосподарського підприємства.

Підприємство самостійно обирає один із методів нарахування амортизації основних засобів. Для спрощення бухгалтерського обліку амортизації доцільно встановлювати один метод за кожною групою об'єктів основних засобів. Крім загальновизнаного сільськогосподарськими підприємствами прямолінійного методу, який має ряд переваг: простота використання, застосування для всіх видів активів, незмінність сум амортизації протягом років експлуатації, підприємство може встановлювати різні методи нарахування амортизації для різних об'єктів основних засобів. Таке своє рішення підприємство також повинно відобразити в обліковій політиці.

Переоцінка основних засобів проводиться у випадку, якщо їх залишкова вартість значно (більше, ніж на 10 відсотків) відрізняється від справедливої вартості на дату балансу. Відмітимо, щоб уникнути переоцінки, можна наполягати на тому, що такого відхилення немає. Це можливо за рахунок того, що визначення справедливої вартості не перевантажене чіткими критеріями.

Впровадження середньозваженого методу відпуску запасів у виробництво, при продажі та іншому вибутті є актуальним у сучасних умовах господарювання аграрних підприємств і пов'язано з теперішніми умовами не прогнозованого формування споживчих цін на ринку продажів. Його застосування дозволяє врівноважувати вартість перенесених на готові вироби, роботи (послуги) витрат сировини й матеріалів в умовах зростання цін.

Для обліку транспортно-заготівельних витрат в обліковій політиці сільськогосподарських підприємств необхідно відкриття окремого субрахунку, оскільки у відповідності до вимог П(С)БО 9 вони включаються до складу первісної вартості запасів; інші витрати, що входять до первісної вартості запасів, придбаних у постачальника, щомісяця відносяться на

вартість придбаних запасів.

Оцінка запасів та відображення її у бухгалтерському обліку має здійснюватись за найменшою з двох: первісною вартістю або чистою вартістю реалізації. Тобто, оцінку незавершеного виробництва необхідно здійснювати за нормативними затратами. Дана оцінка полягає у застосуванні норм витрат на одиницю незавершеного виробництва, які встановлені підприємством з урахуванням нормальних рівнів використання запасів, праці, виробничих потужностей і діючих цін. Для забезпечення максимального наближення нормативних затрат до фактичних, норми затрат і ціни у нормативній базі повинні регулярно перевірятися і переглядатися.

Важливим моментом при обліку доходів є дотримання принципу відповідності. Для цього визнання доходів і витрат повинно відповідати одному й тому ж методу, наприклад методу нарахувань. Винятком можуть бути тільки відсоткові доходи, визначення щомісячної суми яких зумовлює певні труднощі. Але такі доходи, як правило, становлять менше ніж один відсоток загальної суми всіх видів доходів за попередній рік.

Отже, сільськогосподарські підприємства можуть самостійно обирати методи обліку. Але при цьому основним критерієм при виборі того або іншого методу обліку по елементах облікової політики для кожного з них має бути економічна ефективність, оскільки від установлених методів обліку залежить не тільки об'єктивність і точність розкриття інформації у фінансовій звітності, а й величина чистого прибутку.

Висновки. Виходячи із зазначеного, можна зробити висновок, що облікова політика, як складова організації обліку, висвітлює тільки методичні аспекти щодо ведення обліку на підприємстві. Це забезпечить максимальне дотримання принципу послідовності, тобто постійне (з року в рік) застосування підприємством обраної облікової політики, оскільки

організаційні питання, які схильні до агропідприємствах сприятиме періодичних змін вже не будуть впливати обґрунтованості статей обліку й прийняттю на зміну облікової політики на правильних рішень користувачами підприємств. Усунення недоліків у бухгалтерської звітності. формуванні облікової політики в

Список літератури:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 №996- XIV // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.zakonl.rada.gov.ua
2. Баєвська Л.Л. Особливості облікової політики та її вплив на фінансову звітність інтегрованих підприємств / Л.Л. Баєвська // Облік і фінанси АПК. – 2005. – № 5. – С. 16-21.
3. Барановська Т.В. Облікова політика підприємства в Україні: теорія і практика / Т.В. Барановська. – [Автореф. дис. канд. екон. наук.] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://disser.com.ua/contents/36209.html>
4. Бухгалтерський облік у сільському господарстві: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності "Облік і аудит" / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця та к.е.н., доц.. М.М. Коцупатрого. – Житомир: ПП "Рута", 2003 – 512 с.
5. Бухгалтерський облік. Частина 1: навчальний посібник / за ред. В. Ф. Максимової. - Одеса: ОНЕУ, 2013. - 462 с. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/507>
6. Голуб Н.О. Документування та його значення для підприємства // Збірник наукових праць Таврійського державного університету (економічні науки). - №1(36). - 2018.- с.169-174
7. Дерев'яно С. Формування облікової політики на підприємстві // Бухгалтерія в сільському господарстві. – 2007. - №12. – с. 2-10.
8. Облікова політика в агроформуваннях Амбросов В.Я., Маренич Т.Г. // Економіка АПК. – 2004. - № 7 – с. 96.
9. Організація бухгалтерського обліку. Навчальний посібник / За редакцією В.С. Леня – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 696с.
10. Пушкар М.С. Теорія і практика формування облікової політики: монографія / М.С. Пушкар, М.Т. Щирба. – Тернопіль: Карт-бланш, 2010. – 260 с.
11. «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо складання розпорядчого документа про облікову політику підприємства» Наказ Міністерства аграрної політики України від 17 грудня 2007 року № 921. // Інформаційно-правова система «Ліха : Закон» – 2010. – № 1.
12. Modern aspects of land audit / Sakhno L.A.// Економіка і організація управління: збірник наукових праць. - 2016. - Випуск №4 (24). – с. 254-262.

References:

1. Pro bukhhalterskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 16.07.1999 №996- XIV [Online]. Retrieved from: www.zakonl.rada.gov.ua
2. Baievska L.L. (2005) Osoblyvosti oblikovoi polityky ta yii vplyv na finansovu zvitnist intehrovanykh pidpriumstv. *Oblik i finansy APK*, № 5, p. 16-21.
3. Baranovska T.V. Oblikova polityka pidpriumstva v Ukraini: teoriia i praktyka. [Avtoref. dys. kand. ekon. nauk.] [Online]. Retrieved from: <http://disser.com.ua/contents/36209.html>
4. Bukhhalterskyi oblik u silskomu hospodarstvi: navchalnyi posibnyk dlia studentiv vyshchych navchalnykh zakladiv spetsialnosti "Oblik i audyt" (2003) [Za red. prof. F.F. Butyntsia ta k.e.n., dots.. M.M. Kotsupatroho]. *Zhytomyr: PP "Ruta"*, 512 p.
5. Bukhhalterskyi oblik. Chastyna 1 (2013) [navchalnyi posibnyk] [za red. V. F. Maksimovoi]. *Odesa: ONEU*, 462 p. [Online]. Retrieved from: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/507>
6. Holub N.O. (2018) Dokumentuvannia ta yoho znachennia dla pidpriumstva. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnogo universytetu (ekonomichni nauky)*, №1(36), p. 169-174
7. Derevianko S. (2007) Formuvannia oblikovoi polityky na pidpriumstvi. *Bukhhalteriia v silskomu hospodarstvi*, №12, p 2-10.
8. Ambrosov V.Ia., Marenich T.H. (2004) Oblikova polityka v ahroformuvanniakh. *Ekonomika APK*, № 7, p. 96.
9. Orhanizatsiia bukhhalterskoho obliku (2006). Navchalnyi posibnyk [Za redaktsiieiu V.S. Lenia]. *K.: Tsentri navchalnoi literatury*, 696 p.
10. Pushkar M.S. (2010) Teoriia i praktyka formuvannia oblikovoi polityky: monohrafiia. *Ternopil: Kart-blansh*, 260 p.
11. «Pro zatverdzhennia Metodychnykh rekomendatsii shchodo skladannia rozporiadchoho dokumenta pro oblikovu polityku pidpriumstva» Nakaz Ministerstva ahramoi polityky Ukrainy vid 17 hrudnia 2007 roku № 921 (2010). *Informatsiino-pravova sistema «Liha: Zakon»*, № 1.
12. Sakhno L.A. (2016) Modern aspects of land audit. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia: zb. n. pr.*, №4 (24), p. 254-262.

JEL code classification: M41, Q56, Q01; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-222-230

*Sokil Oleh, Doctor in Economics, Ass. Prof.
Head of Department of Accounting and Taxation
e-mail: oled.sokil@tsatu.edu.ua*

*Ortina Ganna, Doctor of Science in Public Administration, Ass. Prof.
Associate Professor of the Department of Public Administration and Law
ortinaganna@gmail.com*

*Oleksenko Roman, Doctor of Philosophy, Professor
Associate Professor of the Department of Public Administration and Law
roman.xdsl@ukr.net*

Dmytro Motornyi Tavsria State Agrotechnological University

THE IMPLANTATION PROSPECTS OF INTEGRATED REPORTING FOR ENTERPRISES IN UKRAINE

Abstract. Today, enterprises begin to communicate less exclusively in the language of finance and business accounting. Entrepreneurship should be focused on behalf of a wider range of stakeholders, and transparency is a good practice. When comparing the Guidelines for the preparation of a management report prepared by GRI and the recommendations of international integrated reporting standards, we can conclude that the requirements for the main sections of the reports are identical. Countries of the world in which official regulation took place much earlier and the process of forming the rules and conditions for the preparation and publication of integrated reports was completed now have the corresponding result of the dissemination of the trend and the need for the publication of integrated reports.

Conclusions. Enterprises that are ready to move to a new level of quality of their reporting should review their accounting policies, which should be based on the transition from traditional business accounting to sustainable development accounting. The prospect of implementing integrated reporting is no longer on the agenda. This is a reality that not only acts, but also spreads exponentially. Now for 2019, compulsory reporting is intended only for large and medium-sized enterprises. Their number is 16653 enterprises. But, small enterprises with an appropriate estimate of the book value of assets from 350 thousand to 4 million Euros and net income from sales from 700 thousand to 8 million Euros in the near future will be obliged to form and publish reports on their sustainable development.

Key words: integrated reporting, accounting, sustainable development, enterprise.

УДК: 657.1:330.34:631.95.

*Сокіл О.Г., д.е.н, доцент
Ортіна Г.В., доктор наук з державного управління, доцент
Олексенко Р.І., доктор філософських наук, професор
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного*

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Анотація. *Постановка проблеми.* Метою статті є аналіз та оцінка перспектив розвитку інтегрованої звітності для українських підприємств.

Результати досліджень. Сьогодні підприємства починають спілкуватися мени виключно мовою фінансів та бухгалтерського обліку. Підприємництво має бути зосереджене на користь ширшого кола зацікавлених сторін, а прозорість - це добра практика. Порівнюючи Керівні принципи щодо підготовки звіту про управління, підготовленого GRI, та рекомендації міжнародних стандартів інтегрованої звітності, ми можемо зробити висновок, що вимоги до основних розділів звітів однакові. Країни світу, в

яких офіційне регулювання відбулося набагато раніше, і процес формування правил та умов підготовки та публікації інтегрованих звітів завершився, тепер мають відповідний результат поширення тенденції та необхідність публікації інтегрованих звітів. звіти.

У статті проаналізовано ставлення та готовність підприємств до формування інтегрованих звітів. Проведено порівняння Методичних рекомендацій зі складання звіту про управління підготовлених МФУ та міжнародних стандартів інтегрованої звітності. Визначена кількість підприємств що формують інтегровану звітність у світі на 2019 рік за стандартом GRI G4 та G3. Доведена потреба трансформації звітності про сталий розвиток під тиском міжнародного і українського нормативно-правового регулювання. Оцінені перспективи впровадження інтегрованої звітності в Україні серед великих, середніх, малих та мікропідприємств.

Висновки. Підприємства, які готові перейти на новий рівень якості своєї звітності, повинні переглянути свою облікову політику, яка повинна базуватися на переході від традиційного обліку бізнесу до обліку сталого розвитку. Перспектива впровадження інтегрованої звітності вже не стоїть на порядку денному. Це реальність, яка не тільки діє, але і поширюється експоненціально. Зараз на 2019 рік обов'язковий звіт призначений лише для великих та середніх підприємств. Їх кількість - 16653 підприємств. Але малі підприємства, які мають відповідну оцінку балансової вартості активів від 350 тис. До 4 млн. Євро та чистого доходу від продажів від 700 тис. До 8 млн. Євро, найближчим часом будуть зобов'язані формувати та публікувати звіти про їх сталий розвиток.

Ключові слова: інтегрована звітність, облік, сталий розвиток, підприємство.

Problem statement. Currently lawmaker Ukraine prepared a substantial foundation for the introduction and implementation of integrated reporting. The general features, principles and essence of such reporting were identified. But as always during the implementation of any novelty there are obstacles in its practical implementation. And this applies to both the lawmaking process and practical implementation at the enterprise. The integrated reporting requirements set out today are not straightforward and may be interpreted and implemented differently. Large and medium-sized businesses need clarification about the rules and standards of integrated reporting, the obligation to create and publish it, and especially the responsibility.

Analysis of recent research and publications. According to the changes in the legislation of Ukraine from 2018, large and medium-sized enterprises should form a "Management Report" or "document containing financial and non-financial information that characterizes the state and prospects of the enterprise development and reveals the main risks and uncertainties of its activity" [1]. That is, this document may actually replace the financial statements, since it already has financial records. That is, based on the definition, we can assume that the new annual financial statements will not be a simple dry statement of the digital

values of the enterprise. This document is universal for both the issuer of the report and for each stakeholder.

Many financial reporting scholars and researchers have always emphasized the expansion of financial reporting. Thus, Kucherkova S.O. proposed to meet the requirements for timely and complete disclosure of information in the financial statements in order to meet the requirements of external and internal users for financial results, there is a need to expand the financial statements by including in its composition a form of 50-SG, detailing the indicator of sales revenue through sales channels, and costs for major articles and more [2].

The following positive results are possible from one or another improvement of information support: 1) Cost savings are possible by reducing (payroll, utilities, the cost of the software, mail costs, the cost of executing contracts, costs for the redistribution of raw materials); 2) Eliminate potential costs in the future (avoidance of future growth of staff, reducing data processing requirements, reducing the cost of maintenance); 3) Intangible benefits are possible (improving the quality of information, increasing of productivity, improving and accelerating service, new production facilities, more confident decisions, improved control, reducing late payments, full use of the software [3, p. 57; 4, p. 46].

Some authors emphasize that when specifying the purpose of assessing the effectiveness of social responsibility, there is an opportunity to choose the most favorable methods, a system of indicators and requirements for the necessary input information for conclusions and making sound management decisions [5, p. 114].

You can agree with P.Y. Atamas [6, p. 83-84], that specific metrics for integrated reporting for businesses across industries should be different. The same R.O. Kostyrko and D.V. Prozorov are also right in substantiating the fundamental concepts and principles behind the development of corporate reporting when providing a holistic view of the methodological framework for integrated corporate reporting from a sustainable development perspective [7, p. 48]. But the business community needs «licensing» the results of their activities, to work with and differentiate from certain campaigns that are not only our industry but also our territorial competitors. At present, the purpose of modern business is not only to meet its own economic environmental and social needs. It is transformed into the goal of meeting the same challenges but for all stakeholders. That is why reporting should be considered in this context as a universal language and a form of providing information and automatically differentiating businesses in their relation to the economic, social and environmental environment.

Formulating the goals of the article. To analyze and evaluate the prospects of development of integrated reporting for Ukrainian enterprises.

Presenting main material. Today, businesses are starting to communicate less exclusively in the language of finance and business

accounting. Entrepreneurship should be targeted on behalf of a wider range of stakeholders, and transparency is good practice. The question is whether we can fully open ourselves? This question has always been posed every time for every ten years before every accountant before finalizing the financial statements.

Researchers and lawmakers of integrated reporting and other interpretations address a key topic that is still relevant in many countries: addressing the confusion about the purpose and focus of auditing reporting. Committee on the International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) works diligently to develop a guide to its ten key tasks to ensure energy efficiency through the collection of knowledge that already exists among those few who know how to address these issues. However, legislative and regulatory changes will also be needed to ensure progress, as well as some enterprising business leaders ready to develop and release a guaranteed integrated report for the first time. The business should start the trend of defining the content itself, the reports should reflect the business, its business model and strategy and thus differ from each other. We agree that the standardization of a management report will determine its content, but to a large extent, blanks will deprive businesses of the uniqueness that we currently have in our annual financial statements.

When comparing methodological recommendations for the preparation of the management report of the prepared by Ministry of Finance of Ukraine [8] and recommendations of international standards for integrated reporting, we can conclude that the requirements for the main sections of the report are identical (Table 1).

Table 1

Recommendations Guidelines for the preparation of a management report prepared by Ministry of Finance of Ukraine and international standards for integrated reporting

№ з/п	Recommendations on the content and procedure of the management report Method Recommendations № 982 of Ministry of Finance	International standards for integrated reporting (GRI, AA 1000, Global Compact)
1	Organizational structure and description of the enterprise	Appeal from senior management companies to interested users of reporting
2	Results of activity	Company characteristics Integrated report options Financial performance (financial statements and their interpretation)
3	Liquidity and liabilities	Economic indicators of activity
4	Environmental aspects	Characteristics of environmental activities
5	Social aspects and personnel policy	Indicators of social activity and social responsibility
6	Risks	Risks and opportunities
7	Research and innovation	Corporate governance, commitment, and stakeholder engagement
8	Financial investments	Corporate governance, commitment, and stakeholder engagement
9	Development prospects	Other significant issues of activity
10		<i>Organization of internal and external quality control of the report</i>

Source: [8; 9]

However, the main difference, other than set metrics or mandatory regulatory sections, is to organize internal and external quality control of the report. This point is still ambiguous and most debatable. Especially when it is not about financial indicators such as corporate culture or interaction with the environment in social and environmental interaction.

Today, there is a proposal in the market for audit and consulting services to assist in the preparation, formulation and publication of management reports. The preparation of a re-

port on the management of some audit firms starts from \$ 5,000. And this is a report that is up to 30-40 pages. Medium and large enterprise reports, respectively, will consist of at least 100 pages. And the cost of preparing such a report starts from \$ 10-15 thousand.

Countries in the world where formal regulation and formal rules for the preparation and publication of integrated reporting have been formalized and completed now have the relevant result of the trend and the need to publish integrated reports (Table 2).

Table 2

**Number of enterprises that create integrated reporting in the world at
2019 year by standard GRI G4 and G3, units**

№	Country	Enterprises that formulate integrated reporting, units.			
		Total	Including		
			Great	Medium	Small
1	Ukraine	22	22	-	-
2	USA	1165	571	453	135
3	Germany	449	237	110	89
4	Australia	358	187	101	66
5	France	277	99	145	31
6	Austria	236	102	24	109
7	Russia	160	120	19	21
8	Poland	140	101	18	19
9	Czech Republic	52	24	21	6
				
	In the world	14012	7950	3239	2665

Source: compiled by the author on the basis [10].

Of course, the data in Table 1 indicate that Ukraine is in the early stages of developing its policies and practices for integrated reporting requirements. As noted D.M. Trachova and L.A. Sakhno [11] the transition from standard Ukrainian accounting system to international standards will lead to a number of positive changes in meeting the information requirements of all users of information.

Only 5% of Ukrainian enterprises will form and submit a management report. Moreover, only a small part and only large enterprises with a book value of assets of EUR 20 million, a net turnover of EUR 40 million and an average number of employees of 250 people.

Of course, large enterprises not only have the financial capacity to provide a cost-effective reporting process, but they can also "show" something. However, the main problem is the lack of standardization. Large enterprises are the largest contributors to environmental pollution. Therefore, the permitted variability in the performance of the management report makes it possible to hide the abuse and uncontrolled emissions of pollutants.

The prospect of developing non-financial or integrated reporting is to standardize the management report. This standardization should

have the limits of the permitted formats for particular industries or types of production. If it is metallurgy, then indispensable indicators are not only pollution but reduction rates. Therefore, standardization of sustainability reporting is inevitable. Moreover, this standardization should influence the rethinking and motivation of small and middle enterprises to participate equally. In the long term, they will also be required to produce management reports or extended financial statements for social and environmental performance.

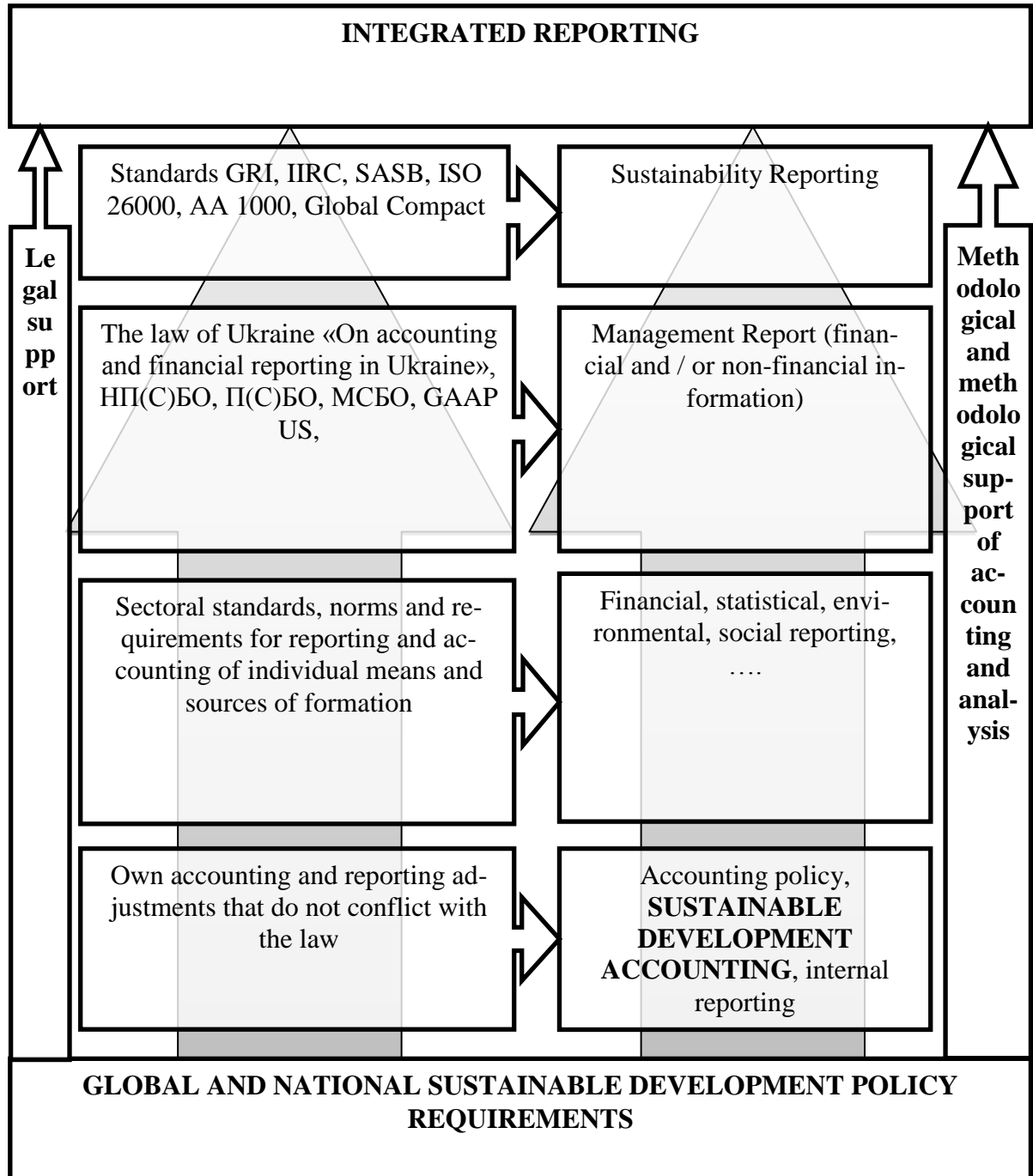
When conducting, for example, financial analysis in the context of sustainable development concepts, it appears to be a possible, desirable and even necessary element for enterprises that want to conduct qualitative, accurate and complete analysis that will fully control the activities and take timely measures to prevent problematic situations. [12, p. 21]. However, financial analysis is not the definitive tool in providing a complete picture of the enterprise. And especially when it comes to determining its position and attitude to the environment in environmental and social terms.

V.M. Zhuk when comparing the Soviet reporting system with the existing and newly created system of reporting on the results of

economic, social and environmental activities, emphasizes that after the thoughtless reforming of the domestic accounting system, there is a chance to restore the status of the main function of management, information security and predictability in Ukraine [13, p. 25]. Nowadays, it is possible to review the requirements

and structure of integrated reporting and its further development.

The further development of integrated reporting depends on the regulatory framework and accounting and analytical support, which should be regulated by several levels of regulation (Drawing 2).



Drawing 1. Transformation of Sustainable Development Reporting under the pressure of international and Ukrainian regulatory framework *

*Source: compiled by the authors

Businesses that are ready to move to a new level of quality in their reporting should review their accounting policies, which should be based on the transition

from traditional business accounting to sustainable development accounting. Previously presented Fig. 1 is not news to a modern business entity that has long changed its attitude to the environment. Now it is only necessary to create transparent reporting.

The prospect of implementing integrated reporting is no longer on the agenda. This is already a reality that is not only acting but also spreading geometrically. Therefore, in table. Figure 2 presents the current state and pro-

spects of implementation of integrated reporting in Ukraine among all business entities.

from traditional business accounting to sustainable development accounting. Previously presented drawing 1 is not news to a modern business entity that has long changed its attitude to the environment. Now it is only necessary to create transparent reporting.

The prospect of implementing integrated reporting is no longer on the agenda. This is already a reality that is not only acting but also spreading geometrically. Therefore, in table 3 presents the current state and prospects of implementation of integrated reporting in Ukraine among all business entities.

Table 3

Prospects for implementation of integrated reporting in Ukraine

YEAR	Business entities, units										
	TOTAL	big	average			small			microenterprises		
		Legal entities	Legal entities	Individuals	Total	Legal entities	Individuals	Total	Legal entities	Individuals	Total
2010	2183928	586	20983	355	21338	56796	11520	68316	300445	1793243	2093688
2011	1701620	659	20753	306	21059	58468	12615	71083	295815	1313004	1608819
2012	1600127	698	20189	361	20550	57587	10516	68103	286461	1224315	1510776
2013	1722070	659	18859	351	19210	55332	9689	65021	318477	1318703	1637180
2014	1932161	497	15906	712	16618	45676	9483	55159	278922	1580965	1859887
2015	1974318	423	15203	307	15510	43573	3982	47555	284241	1626589	1910830
2016	1865530	383	14832	281	15113	43459	5839	49298	247695	1553041	1800736
2017	1805059	399	14937	317	15254	44818	7506	52324	278102	1458980	1737082

*Source: compiled by authors based on data [14]

Currently, for 2019, mandatory reporting is only for large and medium-sized businesses. Their number is 16,653 enterprises. But in our opinion, small businesses with an appropriate estimate of the carrying value of assets from 350 thousands to 4 mln. EUR and net sales revenue from 700 thousands to 8 mln. EUR in the near future will be obliged to formulate and publish reports on their sustainable development. And if that doesn't happen, there will be an evolutionary change in the thought and purpose of entrepreneurship, and small businesses will definitely report to their stakehold-

ers in terms of environmental, social and governance.

Conclusions. Today, all business entities and government institutions need to understand, that integrated reporting should be a tool not only for transparency of activity and control over environmental and social activities, but, in the first place, as a means of encouraging a change in the main objective and purpose of entrepreneurship - to achieve maximization of economic profits while progressively increasing environmental and social capital. It is these two capitals that should increase around the business entity. Integrated reporting and accordingly the accounting

and analytical process of its formation are on par with the means of achieving the main goals of sustainable development: from poverty reduction to partnership for sustainable development.

In order to achieve better effect and substantially improve the indicators and components of the global Sustainable Development Goals in Ukraine as a whole, it is necessary to gradually expand the categories of entrepreneurship that should formulate and publish standardized management and sustainable development reports. These categories should not be limited to medi-

um-sized enterprises only. Small businesses producing more than 50% of GDP (Gross Domestic Product) must provide integrated reporting. Of course, these innovations need gradual regulation. However, certain types of business with certain types of activity are required to produce a management report regardless of size and ownership. This is especially true for the chemical and mining industries. Further research will be linked to exploring options for sustainability reporting for small and micro businesses.

Список літератури:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. Дата оновлення: 18.09.2018 р. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 09.09.2019).
2. Кучеркова С.О., Покращення інформаційного забезпечення визначення фінансових результатів і відображення їх у звітності // III Міжнародна науковопрактична конференція «Облік, аналіз і аудит: виклики інституціональної економіки» - Луцьк :ЛНТУ. 2016. 323с. URL : <http://lib.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/4024/1/8.pdf>
3. Голуб Н.О. Облік в системі забезпечення інформаційних потреб користувачів при управлінні підприємством. Економічні науки. Серія : Облік і фінанси. 2016. Вип. 13(2). С. 48-57.
4. Економіка підприємства: навчальний посібник / [Р. І. Олексенко, О. М. Кондрашов, В. О. Шишкін та ін.]. Мелітополь: Люкс, 2010.
5. Zhyhlei I., Legenchuk S., Syvak O. Modern trends in socially responsible investment in terms of sustainable development: efficiency issues. Współpraca Europejska Podejście Naukowe & Zastosowane Technologie. 2018. No 9(40). P. 103-118.
6. Атамас П.І., Атамас О.П. Інтегрована корпоративна звітність: проблеми впровадження. Академічний огляд. 2015. № 1. С. 78-85.
7. Костирко Р.О., Прозоров Д.В. Інтегрована корпоративна звітність – інструмент забезпечення сталого розвитку підприємств [Електронний ресурс] Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2017. № 2. С. 44-49. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VJSUNU_2017_2_10 (Дата звернення 16.09.2019 р.).
8. Про затвердження Методичних рекомендацій зі складання звіту про управління наказ Міністерства фінансів України від 07.12.2018 р. № 982. Дата оновлення: 18.01.2019 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18> (дата звернення: 12.09.2019).
9. Євдокимов В.В. Інтегрована звітність підприємств : монографія / В.В. Євдокимов, С.Ф. Легенчук, Д.О. Грицишен, О.М. Баришнікова. Житомир : ЖДТУ, 2014. 180 с.
10. GRI's Sustainability Disclosure Database. URL : <https://database.globalreporting.org/> (Дата звернення: 17.09.2019 р.)
11. Трачова Д.М., Сахно Л.А. Перехід на міжнародні стандарти обліку та звітності: проблеми на перспективу. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Мелітополь : «Люкс», 2012. № 2 (18), том 6. С.270-276.
12. Замула І.В., Травін В.В., Олішевська Ю.К. Оцінка латентних показників у фінансовому аналізі при реалізації концепції сталого розвитку. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: економіка, управління та адміністрування. 2019. № 2 (88). С. 17-22.
13. Жук В. М. Інтегрована звітність: ретроспектива і перспектива в Україні. Облік і фінанси. 2019. № 1. С. 20-27.
14. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва. Статистичний збірник. За ред. М. Кузнецової. Київ: ТОВ «Видавництво «Консультант». 2018. 347 с.
15. Горбова Н. А. Господарське право України: навч. посібник. Мелітополь: Однорог Т. В., 2019. – 126 с.
16. Застрожніков А.Г. Практичні аспекти методики оцінки рівня державної підтримки суб'єктів фермерського сектора. / А.Г. Застрожнікова, І.В. Застрожнікова // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) / За ред. М.Ф. Кропивка. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2012. - №2 (18), том 5. – с.140-146.
17. Олексенко Р. И. (2007) Управление финансами на мясоперерабатывающих предприятиях // Міжнародна науково-практична конференція "Фінансові ринки та інститути", 7-8 грудня, Харків. Т.1. 141-143.
18. Сталий розвиток місцевих громад в умовах децентралізації: монографія \ Ортіна Г.В., Сокіл О.Г., Прус Ю.О., Застрожнікова І.В., Єфіменко Л.М. – Мелітополь: ФОП Однорог Т.В., 2019. – 171 с.

References:

1. On accounting and financial reporting in Ukraine: Law of Ukraine. 16.07.1999 p. № 996-XIV. Last updating: 18.09.2018. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
2. Kucherikova S.O. (2016). Improving information support for determining financial results and displaying them in the reporting. IIIrd International Scientific Conference "Accounting, Analysis and Audit: Challenges of Institutional Economy" Lutsk: LNTU.
3. Golub N.O. (2016). Accounting in the system of providing information needs of users when managing an enterprise. Economic sciences. Series: Accounting and Finance, No. 13 (2), p. 48-57.
4. Oleksenko R.I., Kondrashov O.M., Shishkin V.O. (2010). Enterprise economics: a textbook. Melitopol: Lux.
5. Zhyhlei I., Legenchuk S., Syvak O. (2018). Modern trends in socially responsible investment in terms of sustainable development: efficiency issues. Współpraca Europejska Podejście Naukowe & Zastosowane Technologie, No 9(40), p. 103-118.
6. Atamas P.Y., Atamas O.P. (2015). Integrated Corporate Reporting: Implementation Issues. Academic Review, № 1, p. 78-85.
7. Kostirko R.O., Prozorov D.V. (2017). Integrated Corporate Reporting - A Tool for Sustainable Business Development [Electronic resource] Bulletin of Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, № 2, p. 44-49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VISUNU_2017_2_10.
8. On approval of the Methodological Recommendations for drawing up the report on management. The order of the Ministry of Finance of Ukraine. No. 982. 07.12.2018 Date of update: 18.01.2019. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18>
9. Evdokimov V.V., Legenchuk S.F., Grytsyshen D.O., Baryshnikova O.M. (2014). Integrated reporting of enterprises: monograph. Zhytomyr: ZhSTU.
10. GRI's Sustainability Disclosure Database. URL : <https://database.globalreporting.org/>
11. Trachova D.M., Sakhno L.A. (2012). Transition to International Accounting and Reporting Standards: Challenges to Perspectives. Collection of scientific works of the Taurida State Agrotechnological University (Economic Sciences). Melitopol: Lux, № 2 (18), Vol. 6, p. 270-276.
12. Zamula I.V., Travin V.V., Olishevskaya Y.K. (2019). Evaluation of latent indicators in financial analysis in the implementation of the concept of sustainable development. Bulletin of Zhytomyr State Technological University. Series: Economics, Management and Administration, No. 2 (88), pp. 17-22.
13. Zhuk V.M. (2019). Integrated reporting: retrospective and perspective in Ukraine. Accounting and Finance. № 1. P. 20-27.
14. Activities of large, medium, small and micro-entities. Statistical collection. Edited M. Kuznetsova. Kiev: Consultant Publishing House LLC. (2018).
15. Gorbova N. A. (2019) *Gospodars'ke pravo Ukrainy*: navch. posibny`k. Melitopol: Odnorog T. V., 126 p.
16. Zastrozhnikov A.G., Zastrozhnikova I.V. (2012) *Prakty`chni aspekty` metody`ky` ocinky` rivny` derzhavnoyi pidtry`mky` sub'yektiv fermers`kogo sektora. Zbirny`k naukovy`x prac` Tavrijs`kogo derzhavnogo agrotexnologichnogo universy`tetu (ekonomichni nauky)`* Za red. M.F. Kropy`vka. Melitopol: Vy`d-vo Melitopol`s`ka ty`pografiya «Lyuks», no. 2 (18), vol. 5, p. 140-146.
17. Oleksenko R. I. (2007) *Upravlenie finansami na mjasopererabatyvajushhijh predpriyatijah // Mizhnarodna naukovopraktichna konferencija "Finansovi rinki ta instituti", 7-8 grudnja, Harkiv, vol.1, pp. 141-143.*
18. *Staly`j rozvy`tok miscevy`x gromad v umovax decentralizaciyi: monografiya* (2019) [Ortina G.V., Sokil O.G., Prus Yu.O., Zastrozhnikova I.V., Yefimenko L.M.] *Melitopol: FOP Odnorog T.V., 171 p.*

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК 621:656.078.8; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-231-237

Греськів О.Б., к. геогр. н., доцент
ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний інститут»

РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. В статті розглянуто теоретичні підходи сутності поняття організаційна культура. Дано оцінку організаційної культури в розрізі досліджуваного регіону. Методом групування підтверджено вплив організаційної культури фірми на результати від господарської діяльності. Розроблені економіко-математичні моделі кореляційної залежності між факторами впливу організаційної культури фірми та результативними показниками.

Ключові слова: організаційна культура, соціально-економічні системи, розвиток, система, системний підхід, модель.

JEL code classification: M14

Greskiv O.B., PhD, Ass. Prof
SD of NULES of Ukraine «Berezhany Agrotechnical Institute»

THE ROLE OF ORGANIZATIONAL CULTURE IN THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

Abstract. Theoretical positions of organizational culture on the requirements of systematic approach in the development of enterprises have been deepened in the article. By the term "organizational culture" we mean a system of institutions in which the collective community of organizations in the process of activity provides a high level of agreement on: compliance with standards of behavior, ethical standards, rules of the game, directions, goals and strategies for the development of organizational units. We have found that with an increase in the score of the organizational culture of the company, respectively, the performance increases. The level of organizational culture in the administrative districts of Ternopil region is investigated, which is ambiguous. It is found that 53% of administrative districts are characterized by medium organizational culture of the firm. The criteria for evaluating organizational culture include: the level of intra-system functional integration, the level of adaptive balance of the strategy of development of socio-economic systems and mechanisms for their implementation, the level of balance of functions, rights and responsibilities of the subjects of activity, the level of strategic orientation of the socio-economic system, the level of innovative susceptibility of the socio-economic system, the level of conformity of the formed power distance to the level of development of values and systems -functional responsibility in the organization, level of development of management as a system in the context of strategic enterprises, the level of susceptibility of organizational culture. It is established that an important prerequisite for the formation of a productive system of organizational support for the activities of agricultural enterprises is the formation of a portfolio of documents - regulations. One of the important documents - regulations is an instruction and technological map of the organization of management work. The main task of organizational culture in modern conditions is the need for the enterprise to self-develop, to self-regenerate, while using its internal potential, that is, the ability to self-organize.

Keywords: organizational culture, socio-economic systems, development, system, systematic approach, model.

Постановка проблеми. В забезпеченні діяльності. Це можливо досягти на основі успіху підприємства різні сектори використання потенційних можливостей економіки потребують нового підходу до їх організацій в системі усіх їх складових,

включаючи і організаційну, через цінності, організаційну культуру, організаційну поведінку, організаційну взаємодію, культуру організації та ін. [7]. Однак на практиці потенціал такої конфігурації як системної цілісності є недостатньо сформованим. Названа проблема є емпіричною і методологічною, яка потребує розв'язання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями проблем такого плану присвячені праці науковців як вітчизняних, так і зарубіжних: О. Гудзинського, Л. Забродської, М. Туленкова, С. Судомир, М. Судомир, Т. Калініченко, Л. Мартіна, Е. Шейна та ін. У роботах більшості з них глибоко розкриті питання організаційного розвитку, організаційної взаємодії, культури організації. Однак потребують дослідження проблеми організаційного системного спрямування. Потребують такого підходу і проблеми розвитку організаційної культури.

Формулювання цілей статті. Одним із факторів, який значно впливає на діяльність будь-якої організації, визначає її адаптованість до змін зовнішнього середовища та внутрішню єдність, можливість витримувати конкуренцію та забезпечувати ефективну діяльність є її культура. Не підлягає сумніву, що організаційна культура значно впливає на всю діяльність підприємства, його розвиток та досягнення економічних і соціальних цілей. Метою даної статті є поглиблення теоретичних положень організаційної культури на вимогах системного підходу в розвитку підприємств.

Виклад основного матеріалу. В соціально-економічній літературі розкриття сутності поняття «організаційна культура» здійснюється неоднозначно і розглядається з різних позицій: з управлінських, ціннісно-орієнтаційних, психодинамічних та інтелектуальних.

Аналітичне осмислення теоретичних положень дає підставу стверджувати, що в соціально-економічній літературі поняття «організаційна культура» трактується неоднозначно.

Розвиток сутності поняття «організаційна культура» присвячені праці Л.Д. Забродської, яка в основу наповнення його змісту поклала філософський підхід, домінуючі цінності, норми, правила, клімат, ритуали поведінки [3, с. 142]. Виходячи з цього, «організаційну культуру» Л.Д. Забродська розглядає як «...сукупність видів неформальних процедур, які є головними, або у вигляді філософії, що має перевагу в підприємстві стосовно того, яким найкращим способом досягти організаційних цілей та, що визначатиме поточний стан підприємства» [3, с. 142].

Позиція Т.І. Калініченко зводиться до розгляду «організаційної культури» як багаторівневої елементної системи, в основі якої лежать цінності та принципи організаційної поведінки, унікальні ментальні моделі та лінгастичні парадигми, як сукупність субкультури [4, с. 62-66].

Л. Мартін організаційну культуру розкриває через диференціацію та інтеграцію [5].

Ми підтримуємо позицію Гудзинського О. Д., який вважає, що потенціал організаційної культури – категорія динамічна, яка визначається:

- рівнем сформованих цінностей стратегічного, інноваційного, соціального, екологічного, інтелектуального, економічного розвитку підприємств як соціально-економічних систем;

- рівнем розвитку інтеграційних процесів та сформованих моделей організацій і управління;

- рівнем розвитку та збалансованості регулятивно-саморегулятивних механізмів діяльності організацій;

- рівнем розвитку горизонтальних зв'язків;

- рівнем розвитку і збалансованості тріади влади;

- рівнем розвитку комунікаційних зв'язків із суб'єктами за інтересами зовнішнього середовища;

- рівнем адаптованості порядків інновацій цільовим установам і стратегіям розвитку підприємств;

-рівнем обґрунтованості інтегрованих цільових установок (як цінностей – цілей) органічної єдності соціальних, екологічних, інтелектуально-людських та економічних складових;

-рівнем розвитку ціннісної мотивації в системі активізаційної діяльності підприємств;

-рівнем обґрунтованості пріоритетної соціально-культурної стратегії;

-рівнем розвитку та цивілізованості підприємницької діяльності;

-рівнем сприйняття цінностей і організаційної культури як головних конкурентних переваг соціально-економічних систем та ін. [1].

Виходячи з наведеного, під організаційною культурою ми розуміємо сформовану систему інститутів, в яких у колективній спільності організацій в процесі діяльності забезпечується високий рівень згоди щодо: дотримання норм поведінки, етичних стандартів, правил гри, напрямів, цілей та стратегій розвитку організаційних формувань. Такий підхід до формування та розвитку організаційної культури повинен бути притаманний організаціям державної, приватної, кооперативної, корпоративної власності.

Таким чином, висловлювання стосовно суті організаційної культури, зводиться до наступного:

1. Кожна організація має культуру, без якої вона існувати не може.

2. У кожній організації культура має свій унікальний, неповторний своєрідний характер.

3. Культура є стимулом поведінки в організації, виразом її тотожності з оточуючим соціальним середовищем, з суспільством у цілому.

Організаційна культура є стратегічним чинником розвитку підприємства. Ідея місії, спільне сприйняття цілей може скоринувати та прискорити діяльність у напрямі досягнення спільної мети. Усвідомлення організаційної культури

дозволяє краще зрозуміти організацію, її функціонування, призначення на ринку, і не лише те, що відбувається, але й, чому це відбувається.

Вважаємо, що усвідомлення організаційної культури дозволяє:

– діяти ефективніше та результативніше, враховуючи тенденції, загрози та можливості;

– протидіяти стереотипам, які обмежують можливості людини;

– усвідомити причетність особистості до колективної діяльності, свою невід’ємність;

– побудувати позитивний імідж організації;

– визначити правильну систему мотивації працівників;

– встановити місію та цілі організації, побудувати організаційні цінності та ідеали;

– зрозуміти індивідуальну та колективну поведінку, усвідомити стиль керівництва та питання лідерства.

Вплив організаційної культури на підприємство є суттєвим та позитивним чинником у підвищенні конкурентоспроможності сучасного підприємства. Вона сприяє розвитку підприємства в цілому та підвищує його конкурентоспроможність.

Нами досліджено рівень організаційної культури в адміністративних районах Тернопільської області, який є неоднозначним і коливається від 2,3 бали в Бережанському районі до 4,3 бали у Тернопільському районі. Низькою є організаційна культура фірми в Бережанському, Борщівському, Збарзькому, Зборівському, Лановецькому та Монастирському районах; високою – в Заліщицькому та Тернопільському районах. Відповідно 53% адміністративних районів характеризуються середньою організаційною культурою фірми.

Методом групування підтверджується вплив організаційної культури фірми на результати господарської діяльності (табл. 1).

Таблиця 1

Групування сільськогосподарських підприємств адміністративних районів за рівнем впливу організаційної культури фірми, 2013 р.

Групи сільськогосподарських підприємств адміністративних районів за бальною оцінкою організаційної культури фірми	Кількість сільськогосподарських підприємств в групі	Кількість адміністративних районів у групі	В середньому по групі господарств, бал	Валова продукція на 100 га сільськогосподарських угідь, тис. грн
До 3	61	6	2,28	709,96
3,1 – 4	85	9	3,32	829,02
Понад 4	23	2	4,25	1060,35
У середньому	169	17	3,06	814,21

Джерело: власні дослідження автора

Встановлено, що з підвищенням бальної оцінки організаційної культури фірми від 1-ої до 3-ої групи підприємств адміністративних районів у 1,86 рази, виробництво валової продукції в розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь збільшується, відповідно, в 1,49 рази.

Вплив факторів на кінцеві результативні показники господарювання підтверджується багатофакторними моделями. Використовуючи методика Судомир С. М., щодо критеріїв оцінки організаційної культури до моделі включені такі фактори впливу [6]: рівень внутрішньо системної функціональної інтеграції, рівень адаптивної збалансованості стратегії розвитку соціально-економічних систем та механізмів їх реалі-

зації, рівень збалансованості функцій, прав і відповідальності суб'єктів діяльності, рівень стратегічної спрямованості діяльності соціально-економічної системи, рівень інноваційної сприйнятливості соціально-економічної системи, відповідності сформованої дистанції влади рівню розвитку цінностей та системно-функціональної відповідальності в організації, рівень сформованості менеджменту як системи в контексті стратегічного розвитку підприємств, рівень сприйнятливості організаційної культури [6]. Результативною ознакою є валова продукція на 100 га сільськогосподарських угідь.

В результаті розрахунків модель набуде вигляду:

$$Y = 54,89 + 15,81x_1 - 38,22x_2 + 83,75x_3 - 26,67x_4 + 45,5x_5 + 47,26x_6 + 2,41x_7 + 3,05x_8$$

Коефіцієнт кореляції – 0,93;

Коефіцієнт детермінації – 0,87

Де, Y – валова продукція на 100 га сільськогосподарських угідь;

x_1 – рівень внутрішньосистемної функціональної інтеграції, бал;

x_2 – рівень адаптивної збалансованості стратегії розвитку соціально-економічних систем та механізмів їх реалізації, бал;

x_3 – рівень збалансованості функцій, прав і відповідальності суб'єктів діяльності, бал;

x_4 – рівень стратегічної спрямованості діяльності соціально-економічної системи, бал;

x_5 – рівень інноваційної сприйнятливості соціально-економічної системи, бал;

x_6 – відповідності сформованої дистанції влади рівню розвитку цінностей та сис-

темно-функціональної відповідальності в організації, бал;

x_7 – рівень сформованості менеджменту як системи в контексті стратегічного розвитку підприємств, бал;

x_8 – рівень сприйнятливості організаційної культури, бал;

Одержане рівняння регресії свідчить, що з 8 факторів, які увійшли до моделі, 6 з них позитивно впливають на результативну ознаку. Найбільш позитивно на результативну ознаку впливають такі фактори, як: рівень внутрішньо-системної функціональної інтеграції; рівень збалансованості функцій,

прав і відповідальності суб'єктів діяльності; рівень інноваційної сприйнятливості соціально-економічної системи; рівень відповідності сформованої дистанції влади рівню розвитку цінностей та системно-функціональної відповідальності в організації, бал. Коефіцієнт множинної кореляції, який дорівнює 0,93, характеризує високу тісноту впливу означених факторів на результат.

З'ясуємо тісноту зв'язку між факторами впливу організаційної культури фірми та валовою продукцією в розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь (табл.2).

Таблиця 2

Кореляційна залежність між факторами впливу організаційної культури фірми та валовою продукцією та 100 га сільськогосподарських угідь

Фактори впливу	Рівняння прямої	Тіснота зв'язку
Рівень внутрішньо-системної функціональної інтеграції	$y = 142,78x + 338,84$	Коефіцієнт кореляції – 0,68 Коефіцієнт детермінації – 0,46
Рівень адаптивної збалансованості стратегії розвитку соціально-економічних систем та механізмів їх реалізації	$y = 124,14x + 360,73$	Коефіцієнт кореляції – 0,54 Коефіцієнт детермінації – 0,30
Рівень збалансованості функцій, прав і відповідальності суб'єктів діяльності	$y = 233,53x + 40,137$	Коефіцієнт кореляції – 0,81 Коефіцієнт детермінації – 0,66
Рівень стратегічної спрямованості діяльності соціально-економічної системи	$y = 144,08x + 344,27$	Коефіцієнт кореляції – 0,54 Коефіцієнт детермінації – 0,29
Рівень інноваційної сприйнятливості соціально-економічної системи	$y = 141,61x + 414,38$	Коефіцієнт кореляції – 0,68 Коефіцієнт детермінації – 0,46
Відповідності сформованої дистанції влади рівню розвитку цінностей та системно-функціональної відповідальності в організації	$y = 186,01x + 204,23$	Коефіцієнт кореляції – 0,83 Коефіцієнт детермінації – 0,68
Рівень сформованості менеджменту як системи в контексті стратегічного розвитку підприємств	$109,95x + 455,57$	Коефіцієнт кореляції – 0,58 Коефіцієнт детермінації – 0,33
Рівень сприйнятливості організаційної культури	$y = 165,86x + 283,47$	Коефіцієнт кореляції – 0,63 Коефіцієнт детермінації – 0,40

Джерело: розраховано за даними [6]

В таблиці 2 наведено різну величину коефіцієнта кореляції, яка коливається від 0,54 до 0,83. Середню тісноту зв'язку характеризує кореляційна залежність між валовою продукцією в розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь та факторами впливу: рівнем адаптивної збалансованості стратегії розвитку соціально-економічних систем та механізмами їх реалізації; рівнем стратегічної спрямованості діяльності соціально-економічної системи; рівнем сформованості менеджменту як системи в контексті стратегічного розвитку підприємств та рівнем сформованості управлінської команди адекватної цілям і задачам стратегічного розвитку підприємств, відповідно з коефіцієнтами: 0,54-0,58.

Сильну тісноту зв'язку характеризує кореляційна залежність між валовою продукцією в розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь та факторами впливу: рівнем збалансованості функцій, прав і відповідальності суб'єктів діяльності та рівнем сформованої дистанції влади рівню розвитку цінностей та системно-функціональної відповідальності в організації: 0,81; 0,83.

З рівнянь прямих, представлених в таблиці 2, які кількісно описують залежність між факторами впливу організаційної культури фірми та валовою продукцією в розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь, виходить, що при їх зростанні на 1 бал забезпечуватиметься відповідне збільшення валової продукції в розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь.

Ми підтримуємо позицію О. Д. Гудзинського та С. М. Судомир, які вважають, що необхідно зміцнювати позиції на ринку саме за рахунок організаційного розвитку, а не за рахунок отримання більшого прибутку. Відмовляйтесь від ефективності діяльності не потрібно, але значну увагу приділяти організаційній культурі, організаційній структурі, репутації, персоналу підприємства,

як одному з головних ресурсів підприємства, які на сьогодні мають другорядне значення [2].

На сьогодні більшість організацій побудовані за функціями і рівнями ієрархії. Функціональна організаційна структура вважається найбільш простим і ефективним способом діяльності, а інколи взагалі єдиним способом побудови організації. Але трансформаційні перетворення зовнішнього і внутрішнього середовища вимагають гнучкості організації та адаптації її до нових вимог.

Завданням організаційної культури в сучасних умовах є необхідність для підприємства саморозвиватись, самовідроджуватись, використовуючи при цьому свій внутрішній потенціал, тобто здібності до самоорганізації. На сьогодні внутрішнім елементом підприємства, який володіє потенціалом розвитку, є персонал.

Важливою передумовою формування результативної системи організаційного забезпечення діяльності сільськогосподарських підприємств є формування портфеля документів – регламентів. Одним із важливих документів – регламентів є інструкційно-технологічна карта організації управлінської праці.

Висновки. На основі розгляду теоретико-методологічних підходів, нами дано визначення поняття «організаційна культура», під якою ми розуміємо сформовану систему інститутів, в яких у колективній спільності організацій в процесі діяльності забезпечується високий рівень згоди щодо: дотримання норм поведінки, етичних стандартів, правил гри, напрямках, цілях та стратегіях розвитку організаційних формувань. Нами встановлено, що з підвищенням бальної оцінки організаційної культури фірми відповідно збільшуються і результативні показники її діяльності.

Список літератури:

1. Гудзинський О. Д. Організаційна культура у розвитку соціально-економічних систем / О. Д. Гудзинський // Науковий вісник Полісся, 2015. – №3(3), – 69 – 71с.
2. Гудзинський О. Д., Судомир С. М., Гуренко Т. О. Теоретико-методологічні засади результативного управління розвитком підприємств: [монографія]. К.: ЦП «Компринт», 2017.

3. Дяків О.П., Островерхов В.М. Особливості формування організаційної культури та її вплив на розвиток трудового потенціалу підприємства / О.П. Дяків, В.М. Островерхов // Теорія і практика управління соціальними системами. - 2011. - № 2. - С.65-72.
4. Забродська Л. Д. Стратегічне управління: реалізація стратегії : навч. посіб. для студ. екон. спец. / за ред. Л. Д. Забродська. – Харків: Консул, 2004. – 208 с.
5. Калініченко Т. І. Теоретичні підходи до тлумачення організаційної культури / Т. І. Калініченко // Держава та регіони Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. – №3. – С. 62 – 67.
6. Компанієць В.В., Польова В.В. Вплив організаційної культури на розвиток підприємства / В.В. Компанієць, В.В. Польова // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2012. - № 39. - С.236-239.
7. Martin L.M. and Midgley C. Transforming school Cultures. – West view press. A Division of Harper Collins Publishers, 1996. – 252 p.
8. Стрижко О.В. Механізм впливу організаційної культури на конкурентоздатність / О.В. Стрижко // Служба персоналу. - 2010. - № 4. - С.156-160.
9. Судомир С. М. Формування системи управління розвитком сільськогосподарських підприємств: теорія, методологія : монографія. – К. : ЦП «Компринт», 2015. – 483 с.
10. Судомир М. Р. Організаційний розвиток підприємств: теоретико-методологічні аспекти // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2013. № 4. С. 267–269.
11. Шилова В.І. Роль організаційної культури у досягненні стратегічних завдань організації / В.І. Шилова // Держава та регіони. Серія Державне управління. - 2009. - №1. - С. 196-199.

Reference:

1. Hudzynskyi O. D. (2015) Orhanizatsiina kultura u rozvytku sotsialno-ekonomichna system. *Naukovyi visnyk Polissia*, №3(3), pp. 69 – 71 [in Ukrainian].
2. Hudzynskyi O. D., Sudomyr S. M., Hurenko T. O. (2017) Teoretyko-metodolohichni zasady rezultatyvnoho upravlinnia roz-vytkom pidpriemstv: [monohrafiia]. K.: TsP «Komprynt» [in Ukrainian].
3. Diakiv O.P., Ostroverkhov V.M. (2011) Osoblyvosti formuvannia orhanizatsiinoi kultury ta yii vplyv na rozvytok trudovoho potentsialu pidpriemstva. *Teoriia i praktyka upravlinnia sotsialnymy systemamy*, № 2, pp. 65-72 [in Ukrainian].
4. Zabrodskaya L. D. (2004) Stratehichne upravlinnia: realizatsiia stratehii : navch. posib. dlia stud. ekon. spets. *Kharkiv: Konsul*, 208 p [in Ukrainian].
5. Kalinichenko T. I. (2010) Teoretychni pidkhody do tлумachennia orhanizatsiinoi kultury. *Derzhava ta rehiony Serii: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, №3, p. 62 – 67 [in Ukrainian].
6. Kompaniets V.V., Polova V.V. (2012) Vplyv orhanizatsiinoi kultury na rozvytok pidpriemstva. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, № 39, pp. 236-239 [in Ukrainian].
7. Martin L.M. and Midgley C. (1996) Transforming school Cultures. West view press. *A Division of Harper Collins Publishers*, 252 p. [in Ukrainian].
8. Stryzhko O.V. (2010) Mekhanizm vplyvu orhanizatsiinoi kultury na konkurentnozdatnist. *Sluzhba personal*, № 4, pp. 156-160 [in Ukrainian].
9. Sudomyr S. M. (2015) Formuvannia systemy upravlinnia rozvytkom silskohospodarskykh pidpriemstv: teoriia, metodolohiia : monohrafiia. K.: TsP «Komprynt», 483 p. [in Ukrainian].
10. Sudomyr M. R. (2013) Orhanizatsiinyi rozvytok pidpriemstv: teoretyko-metodolohichni aspekty. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnogo ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky)*, № 4, pp. 267–269 [in Ukrainian].
11. Shylova V.I. (2009) Rol orhanizatsiinoi kultury u dosiahnenni stratehichnykh zavdan orhanizatsii. *Derzhava ta rehiony. Serii Derzhavne upravlinnia*, №1, p. 196-199 [in Ukrainian].

УДК 334.78; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-238-243

Дюк А.А.

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки
Вінницький національний аграрний університет
E-mail: annaduke@ukr.net

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ РОЛІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація. Стаття присвячена дослідженню ролі соціального підприємництва у розвитку економіки й суспільства. Охарактеризовано сутність соціального підприємництва, здійснено порівняльну оцінку його пріоритетів і функцій з класичною підприємницькою діяльністю. Дана методична оцінка соціальному підприємству як феномену сучасності, зроблена концептуальна проєкція його зростаючої ролі у забезпеченні сталого розвитку економіки.

Ключові слова: підприємництво, соціальне підприємництво, соціум, суспільство, ринок, інноваційність.

JEL code classification: Q10, H55, I38

Diuk A.A.

Ph.D. in Economics, assistant professor,
Vinnytsia National Agrarian University
E-mail: annaduke@ukr.net

THEORETICAL-METHODICAL CHARACTERISTICS OF THE ROLE OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN THE DEVELOPMENT OF MODERN ECONOMY

Abstract. To disclose theoretical and methodological foundations and characterize the role of social entrepreneurship in the modern economy.

The article is devoted to the study of theoretical and methodological characteristics and to illuminating the general vision of the role, importance of social entrepreneurship in the development of economy and society. Theoretical approaches to the essence, qualification characteristics of the content of social entrepreneurship as the newest category of economic and social science are generalized and systematized, scientific approaches to defining its role as a socio-economic phenomenon are revealed. The essence of the definition of social entrepreneurship is characterized, a comparative assessment of the priorities of social entrepreneurship and its functions is compared with the classical entrepreneurial activity. A methodical assessment of social entrepreneurship as an organizational and economic phenomenon of the present is given, as well as a conceptual projection of its growing role in ensuring the sustainable development of the economy.

The research is based on dialectical methods of cognition of socio-economic processes and phenomena, methodological principles of analysis, on the basis of which scientific approaches to the definition of social entrepreneurship and its role in the development of modern economy are revealed.

Theoretical approaches to the essence, qualification characteristics of the content of social entrepreneurship as the newest category of economic and social science are generalized and systematized, scientific approaches to defining its role as a socio-economic phenomenon are revealed.

Scientific and methodological approaches to the problem of terminological qualification of the essence and importance of social entrepreneurship were further developed, and the author's theoretical position on the definition of the concept of "social entrepreneurship" was proposed.

Scientific understanding and methodical identification of the essence of social entrepreneurship is the basis for deepening theoretical and methodological studies of problems of diversification of spheres of entrepreneurial activity and enhancing its motivation to solve social problems of society.

Key words: entrepreneurship, social entrepreneurship, society, society, market, innovation.

Постановка проблеми. Підприємництво здійснюється підприємливими людьми, які готові діяти, досягати цілей в умовах конкуренції, ризику, що за певних умов здатен усунути їх з ринку, позбавивши статків та благ. Це головна особливість господарювання в умовах ринку, конкуренції, але виникають новітні її форми, ще креативні й інноваційні, наприклад соціальне підприємництво.

На перший погляд соціальне підприємництво – це альтруїстична діяльність для підприємця, але для суспільства – це механізм задоволення соціальних потреб. З іншого боку, поступове усвідомлення передовими суспільствами того, що держава не може повністю виконувати соціальну роль – спричинило виникнення і необхідність становлення соціального підприємництва. Теоретико-методичні засади соціального підприємництва потребують пріоритетного вивчення, тому дослідження даних аспектів проблеми є необхідним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальні засади господарювання і підприємництва, які є основою теоретичних положень концепції соціального підприємництва, розкриті у працях багатьох науковців, зокрема – це: С. Андреева [3], М. Беллуччі [4], М. Біггері [4], К. Бурдо [1], М. Вебер [10], К. Веннберг [2], Д. Знотіна [3], Е. Зубуле [3], Г. Матвієнко-Беляєва [11], Д. Мейра [5], Б. Ніколаєв [1], Р. Перссон [4], М.Е. Рамос [5] А. Рікне [2], М. Руеф [2], Е. Тесті [4], Х. Томас [4], Б. Чек [5], В. Шпієс-Кнафл [5], Й. Шумпетер [9] та інші.

В розкритті сутності та сучасних проблем соціального підприємництва особливий інтерес викликають роботи зарубіжних дослідників. Так, К. Бурдо і Б. Ніколаєв досліджують, як економічні інститути, що вимірюються індексом економічної свободи світу (EFW), впливають на відносини між капіталом, людським, соціальним і фінансово орієнтованим підприємництвом [1].

А. Рікне, М. Руеф та К. Веннберг розглядають науковий вклад Олава Соренсона, лауреата Глобальної премії в галузі підприємництва за 2018 рік, у розуміння зв'язку підприємництва та інновацій з соціальними відносинами та географією підприємницької діяльності [2].

С. Андреева, Е. Зубуле та Д. Знотіна на прикладі розвитку соціального підприємництва в Латвії розкривають його місце не тільки в розвитку безпосередньо бізнесу, а й в соціально-економічних процесах країни в цілому [3].

М. Біггері, Е. Тесті, М. Беллуччі, Х. Томас та Р. Перссон проводять всебічний і поглиблений аналіз характеристик соціального підприємництва в Європі. Вони пропонують інноваційні, сучасні дослідження екосистем соціального підприємництва, поведінки соціальних підприємців, їхні здатності створювати соціальні інновації, соціальний капітал та соціальну інтеграцію. Крім того, автори розглядають різноманітність європейського сектора соціальних підприємств з еволюційної точки зору, зокрема, з урахуванням зростання соціального підприємництва та ролі соціальних підприємців нового покоління у всій Європі [4].

В. Шпієс-Кнафл і Б. Чек вважають соціальне підприємництво найбільш перспективною формою вирішення соціальних та/або екологічних проблем, оскільки воно поєднує в собі соціальне і підприємницьке мислення та має різні форми для вирішення соціальних проблем. Вони також відрізняють соціальне підприємництво від інших форм надання соціальних послуг, а також аналізують різні стратегії масштабування в соціальних бізнес-моделях [5].

Д. Мейра та М.Е. Рамос у власному дослідженні оцінюють, чи сприяють правова екосистема, пов'язана з об'єднанням кооперативів, їх моделями управління, професіоналізмом їх менеджерів, а також прозорістю і доступом до фінансування, соціально-

му підприємництву, або перешкоджають йому [6].

Теоретичні засади соціального підприємництва в Україні є мало досліджуваними, тому цю нішу потрібно заповнювати, відповідно вносимо свій вклад у вирішення цього питання, його методичних характеристик.

Постановка завдання – розкрити теоретико-методологічні засади і охарактеризувати роль соціального підприємництва в сучасній економіці.

Виклад основного матеріалу. Підприємництво відрізняється від бізнесу – передбачає процес виробництва товару або надання послуги, бізнес – будь-яка діяльність для отримання прибутку [7]. Також підприємництво – це: організаційне, управлінське, господарське новаторство, націлене на досягнення мети в отриманні прибутку [8]. Подібність цих дефініцій у одному – це процес націлений на максимізацію прибутку шляхом прийняття управлінських рішень, які дозволяють перевершити конкурентів за якістю або ціною, чи надати інші переваги продавцю на ринку.

Підприємницька діяльність виконує соціальну місію як і економічну, бо діючи у виробничій чи обслуговуючій сфері – підприємець через задоволення економічних потреб впливає на соціальні. Соціальне ж підприємництво – через задоволення соціальних інтересів (потреб) впливає на економічні.

Теоретичні основи підприємництва як соціально-економічного фактору, вперше системно розглянув Й. Шумпетер [9]. Соціальну роль ним відзначено як результат економічного результату підприємництва, або фахової діяльності суб'єктів із соціального господарювання в рамках відповідної спеціалізації груп. Доведено, що: «підприємець – це не професія і зазвичай не тривалий статус, підприємці не створюють соціального класу в строгому сенсі, як, наприклад, землевласники, капіталісти чи робітники» [9]. Підприємницька функція і діяль-

ність невіддільні від сучасних моделей досягнення суспільного добробуту завдяки тому, що підприємець є агентом поширення інновацій, без яких неможливе примноження багатства і перспективний розвиток соціуму. В цьому також феномен підприємництва – його повсюдна присутність.

Формальна мета підприємництва як діяльності і підприємства як організації, полягає у здійсненні ринкових угод, виконанні контрактів для задоволення економічних та соціальних потреб із певною ефективністю, що означатиме рівень конкурентоспроможності. Схематично можна зобразити характерні ролі соціального підприємництва в господарській системі, механізмі задоволення потреб суспільства, суб'єктів ринку (рис. 1).

Соціальна діяльність, здійснювана традиційним і соціальним підприємством – реалізація заходів зі сприяння соціальному розвитку суспільства, організації, території, забезпечувана традиційним господарським способом (як одна із функцій підприємства), або через реалізацію моделі соціального підприємства, для якого соціальна діяльність є основною.

Вважаємо, що розвитку підприємництва відповідає багатозначність функцій і теоретико-методичних характеристик, серед яких основними є соціальні та економічні. Тобто підприємництво одночасно характеризується як економічне й соціальне явище, а його роль зводиться до економіко-соціальних функцій. Економічні та соціальні чинники підприємництва взаємопов'язані, бо на практиці дане явище вже проникло без перебільшення, в усі сфери життя і діяльності людини – економічну і включаючи соціальну. Відповідно соціологічна наука трактує визначення підприємництва як [10]: соціально-економічного феномена в особі суб'єктів господарських відносин, які діють реалізуючи мету задоволення різноманітних потреб та інтересів, а їх діяльність відзначається ризиком, нововведеннями та ініціативою [10].

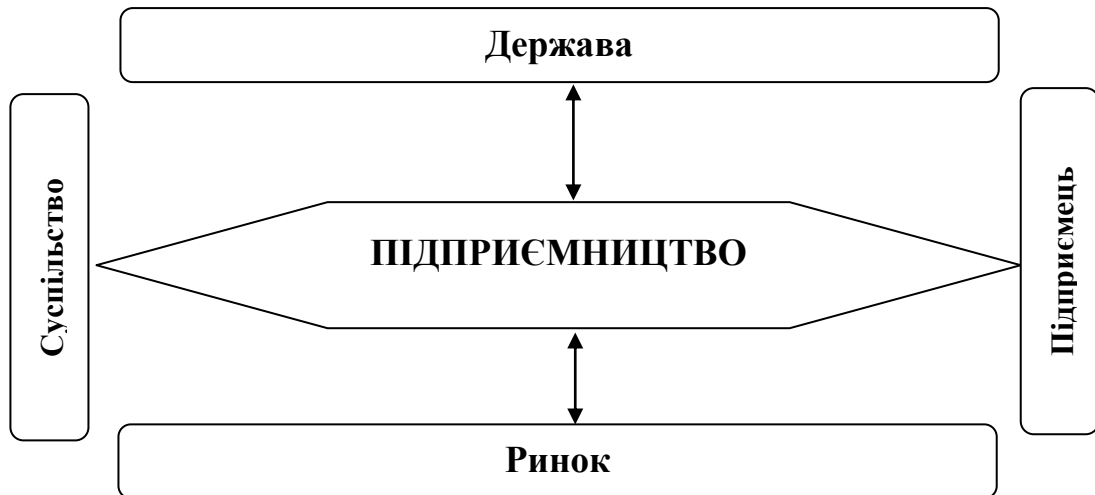


Рис. 1. Підприємництво в економічній і соціальній системі розвитку людства*
*Запропоновано автором

Доведено, що фактор соціального підприємництва виник у результаті пошуку нових, інноваційних способів поширення благ цивілізації на широке коло споживачів. Тому, забезпечення логічності викладу матеріалу статті вимагає широкої характеристики основ класичної теорії підприємництва, що нами і зроблено. Це дасть змогу ґрунтовно підійти до висвітлення засад процесу еволюції теоретичних положень соціального підприємництва, бо соціальне підприємництво за змістом багато в чому подібне до класичного, традиційного.

Соціальні ідеї розвитку підприємництва закладені у праці М. Вебера «Протестантська етика і дух капіталізму» [11]. В дослідженні просувалися ідеї залежності релігії і капіталізму, зокрема визнання зв'язку соціального розшарування суспільства і віросповідань населення. М. Вебер наголошував на соціальній детермінації залежностей кількості власників капіталу, підприємців, від їхнього віросповідання – це соціальний аспект інтерпретації засад соціального підприємництва [11].

Ідейний натхненник, основоположник сучасної теорії підприємництва як явища заснованого на інноваціях, Й. Шумпетер [9], теоретичну модель соціального підприємництва розглядав у відповідності до ви-

значення економічних наслідків господарювання, завдяки яким підприємство виконує соціальну функцію. У своїй праці «Теорія економічного розвитку» [9], він наголошує про соціальні і економічні факти підприємницької (господарської) діяльності: «Соціальні факти є – принаймні, безпосередньо – результатами людської діяльності, а економічні факти – результатами господарської діяльності. Останню можна визначити як поведінку з метою надбання благ. У цьому сенсі ми також говоримо про економічні мотиви, економічні сили в соціальному і господарському житті тощо» [9].

Ставлячи на перше місце економічні факти функціонування підприємництва, Й. Шумпетер [9] згадує і про соціальні, говорячи про економічний розвиток як наслідок діяльності підприємця для виробництва товарів. Він чітко висловлюється в соціальному плані про те, що: «...важливість усіх інших товарів теж залежить від задоволення потреб. Вони виконують цю функцію тією мірою, якою сприяють створенню споживчих товарів» [9].

Отже, концептуальна основа підприємництва за Й. Шумпетером означає характеристику цього явища як економічної функції, але за результатом соціального представлення в системі суспільного розвитку.

Тобто у його вченні присутні ідеї соціального підприємництва як похідної від результатів господарювання – благ, які передаються споживачеві за відповідну плату, але ці блага задовольняють потреби членів соціуму.

Сучасники вважають, що: «соціальне підприємництво – це розвиток соціальної бізнес-ідеї, але з комерційною складовою, тобто гроші необхідні для вирішення соціальних потреб» [12]; «... соціальне підприємництво формується та існує як на основі бізнес-середовища у відповідності до розвитку соціальної відповідальності підприємства, так і відповідно до вимог соціально-економічного розвитку суспільства, виникаючи на основі некомерційної підприємницької діяльності» [12]. З цим погоджуємося, визначаємо вірність позиції соціального спрямування діяльності на безприбутковій основі, але з отриманням доходу для самої соціальної підприємницької діяльності.

Дослідження соціального підприємництва в сучасній соціально-економічній науці є надзвичайно динамічними, забезпечують якісне накопичення знань. До того ж соціальне підприємництво виникло як наслідок зростання добробуту людей, з приходом розуміння необхідності пов'язати економічний (фінансовий) із соціальним. Культивуючи ідею соціальної відповідальності, соціальної спрямованості бізнесу, науковці і практики довели життєздатність організацій соціального підприємництва.

Ця сфера відносно нова, у якій суб'єкти господарювання, разом з метою отримати прибуток, прагнуть забезпечити реалізацію соціальних рішень. Концепція соціального підприємництва є похідною від потреби здійснення соціальних дій, які необхідні для соціального розвитку території, громади, людини. Базовою цінністю соціального підприємництва є мотивація забезпечення постановки досягнень бізнесу на службу соціуму, громади.

Соціальним вважаємо підприємництво по створенню соціального багатства, здійсненню соціального відтворення. Також це

вища форма підприємницької діяльності, яка з'являється в епоху постіндустріального, інформаційного суспільства, з високою культурою розповсюдження знань. Для соціального підприємництва прибуток не є самоціллю, адже наприклад в кооперативі, який великою мірою є соціальним підприємством, першочергове завдання – надавати обслуговування.

Соціальне підприємництво – продукт еволюції процесів взаємодії продуктивних сил і розвитку виробничих відносин, критеріїв організації співіснування держави, суспільства, а також поведінки людини в рамках соціуму й усвідомлення людством критеріїв самозбереження, необхідності визначення розумних меж інноваційного зростання. Соціальні підприємства або організації, підприємці вирішують довгострокові цілі глобального масштабу, адже є не просто діяльністю заради вигоди, а заради вигоди спроектованої на майбутнє.

Висновки. На нашу думку, соціальне підприємництво (організаційно – підприємство) – вища форма підприємницької діяльності, у якій матеріальна вигода не самоціль, а опосередковуючий, забезпечуючий елемент. Характерним його розвиток є для таких економічних систем, у яких практикується реалізація політики сталого і особливо інклюзивного розвитку. Проте, на перших головним чинником розвитку соціального підприємництва є держава, за наявності достатніх вільних фінансових ресурсів, а також бізнесмени – філантропи.

Для результативного розвитку соціального підприємства потрібен соціальний капітал, який за призначенням може бути втрачено у сенсі окупності бізнесового проекту. Пріоритет соціального підприємництва – вирішення соціальних проблем. Соціальне підприємництво є феноменом сучасності, який виник у результаті цілого ряду досягнень, здобутих людством. Вважаємо, що поява соціального підприємства головним чином пов'язана з досягненням певного рівня багатства, пошуком моделі соціальної справедливості в капіталістичній економіці, а також з екологічними

проблемами, проблемами забезпечення Земля.
сталості у використанні ресурсів планети

Список літератури:

1. Boudreaux C.J. Capital is not enough: opportunity entrepreneurship and formal institutions / C.J. Boudreaux, B. Nikolaev // *Small Business Economics*. – 2019. – Vol. 53, is. 3 – pp. 709-738;
2. Rickne A. The socially and spatially bounded relationships of entrepreneurial activity: Olav Sorenson-recipient of the 2018 Global Award for Entrepreneurship Research / A. Rickne, M. Ruef, K. Wennberg // *Small Business Economics*. - 2018. – Vol. 51, is. 3 – pp. 515-525;
3. Andrejeva S. Social Entrepreneurship and its Development Possibilities / Sabine Andrejeva, Erika Zubule, Daina Znotina // *Periodyk Naukowy Akademii Polonijnej*. – 2019. – No. 34(3). – pp. 11-19;
4. Biggeri M. Social Entrepreneurship and Social Innovation: Ecosystems for Inclusion in Europe / Mario Biggeri, Enrico Testi, Marco Bellucci, H. Thomas, R. Persson – Routledge, 2018. – 214 p.;
5. Spiess-Knafl W. Social Entrepreneurship / W. Spiess-Knafl, B. Scheck // *Impact Investing*. – Palgrave Macmillan, Cham – 2017. – pp. 13-50;
6. Meira D. Social entrepreneurship: legislative contributions / Deolinda Meira, Maria Elisabete Ramos // *Revista Electrónica de Direito. RED*. – 2019. – No. 2 (Vol. 19) – pp. 135-162;
7. Підприємницька діяльність та агробізнес / за ред. М. М. Ільчука, Т. Д. Іщенко. - Київ : Вища освіта, 2006. - 543 с.;
8. Економічна енциклопедія : у 3 т. / Гаврилишин Б.Д. (голова ред. ради) та ін., Т. 1 / відп. ред. Мочерний С. В. - Київ : ВЦ «Академія», 2002. - 864 с.;
9. Шумпетер Й.А. Теорія економічного розвитку: дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу. [Текст] / Й.А. Шумпетер, пер. [з англ.] Василя Старка. - К. : Києво-Могилянська академія, 2011. - 242 с.;
10. Соціологічна енциклопедія / Укладач В.Г. Городяненко. - К. : Академвидав, 2008. - 456 с. (Серія «Енциклопедія ерудита»);
11. Вебер Макс. Протестантська етика і дух капіталізму / Макс Вебер, пер. з нім. Олександр Погорілий. - К. : Наш формат, 2018. - 216 с.;
12. Матвієнко-Беляєва Г.Л. Соціальне підприємництво: ефективний гібридний бізнес феномен [Електронний ресурс] / Г.Л. Матвієнко-Беляєва // *Економіка та управління підприємствами*. - 2018. – Вип. 14. - С. 461 – 466. - Режим доступу: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/64.pdf (дата звернення: 9.09.2019);

References:

1. Boudreaux, C.J. Nikolaev, B. (2019). Capital is not enough: opportunity entrepreneurship and formal institutions. *Small Business Economics*, 53(3), pp. 709-738.
2. Rickne, A. Ruef M., Wennberg K. (2018). The socially and spatially bounded relationships of entrepreneurial activity: Olav Sorenson-recipient of the 2018 Global Award for Entrepreneurship Research. *Small Business Economics*, 51(3), 515-525.
3. Andrejeva, S. Zubule, E. & Znotina, D. (2019). Social Entrepreneurship and its Development Possibilities. *Periodyk Naukowy Akademii Polonijnej*, 34(3), pp. 11-19.
4. Biggeri, M. Testi, E., Bellucci, M., Thomas, H. & Persson, R. (2018). *Social Entrepreneurship and Social Innovation: Ecosystems for Inclusion in Europe*. London: Routledge.
5. Spiess-Knafl, W. & Scheck, B. (2017). Social Entrepreneurship. In W. Spiess-Knafl, B. Scheck (Eds) *Impact Investing*. (pp. 13-50) London: Palgrave Macmillan, Cham.
6. Meira, D. & Ramos, M.E. (2019) Social entrepreneurship: legislative contributions. *Revista Electrónica de Direito. RED*, 2(19), pp. 135-162.
7. *Pidpriemnyts'ka diial'nist' ta ahrobiznes* (2006). [Entrepreneurship and agribusiness]. Kyiv: Higher Education;
8. *Ekonomichna entsyklopediia*. (2002) [Economic Encyclopedia]. Kyiv: AC "Academy";
9. Shumpeter, J.A. *Teoriia ekonomichnoho rozvytku: doslidzhennia prybutkiv, kapitalu, kredytu, vidsotka ta ekonomichnoho tsykladu* (2011). [Theory of economic development: the study of profits, capital, credit, interest and the economic cycle]. Kyiv: Kyiv-Mohyla Academy;
10. *Sotsiologichna entsyklopediia* (2008). [Sociological Encyclopedia]. Kyiv: Akademvydav;
11. Veber, M. (2018). *Protestants'ka etyka i dukh kapitalizmu* [Protestant Ethics and the Spirit of Capitalism]. Kyiv: Nash format;
12. Matviienko-Beliaieva, H.L. (2018). Sotsial'ne pidpriemnytstvo: efektyvnyj hibrydnyj biznes fenomen [Social entrepreneurship: An effective hybrid business phenomenon]. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy*, 14, pp. 461-466.

УДК 339.1:634; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-244-252

Колокольчикова І.В.,
к.е.н., доцент, докторант
Полтавська державна аграрна академія
Kolokolchikovairina@gmail.com

ІНТЕРЕСИ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ ПЛОДОВО - ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІВДНЯ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто інтереси суб'єктів ринку плодово – ягідної продукції як основних регуляторів функціонування ринку продукції, формування ринкового попиту та пропозиції, економічної ефективності підприємств, рівня споживання і ступеня задоволення продукцією потенційних клієнтів. Надана кількісна оцінка діяльності юридичних та фізичних осіб за видами економічної діяльності та організаційно – правовими формами господарювання. Проведено аналіз сучасного стану суб'єктів підприємництва областей Півдня України. Окреслено коло проблем підприємств, з якими стикаються останні на ринку плодово – ягідної продукції. Визначена роль споживачів у формуванні ринкового попиту. Результатом дослідження інтересів суб'єктів ринку плодово – ягідної продукції є встановлення ролі виробників, переробників, посередників та інших суб'єктів у формування ринкової пропозиції та споживачів - у визначенні ринкового попиту.

Ключові слова. Суб'єкти ринку, підприємство, ринок, попит, пропозиція, кон'юнктура ринку, споживач

JEL code classification: L11

Kolokolchikova I., PhD, Ass. Prof.
Doctoral candidate, Poltava State Agrarian Academy
Kolokolchikovairina@gmail.com

INTERESTS OF FRUIT AND BERRY MARKET ENTITIES PRODUCTS OF THE SOUTH OF UKRAINE

Abstract. Setting objectives. Subjects of the market of fruit and berry products of the South of Ukraine are the main regulators of economic efficiency of economic entities and the level of consumption, meeting the needs of potential consumers. The size of the market supply depends on the number of enterprises that are engaged in the production of fruits and berries. Processing enterprises are market participants who buy products for further processing. They are regular customers, but significantly affect the level of the purchase price. Retail trade affects the increase in the selling price, which can lead to a decrease in demand. Potential consumers buy fruits and berries based on their needs, but the level of consumption is very low. Therefore, the purpose of the study is to analyze the interests of all market participants, their presence in the market, the problems of activity. This is necessary to find the optimal compromise existence of all market representatives among themselves.

Objectives of the study: to determine the location of subjects of the market of fruit and berry production as the main regulators of functioning of the market; to provide a quantitative assessment of the activities of legal and natural persons in economic activities and legal forms of management; to analyze the availability of businesses in the South of Ukraine. To outline the problems enterprises faced the latest in the market fruit production; to establish the role of consumers in shaping the market demand and level of consumption of products; to draw conclusions about the influence of market actors on the formation of supply and demand.

The purpose of the study: analysis of interests of economic entities of the market of fruit and berry products of the South of Ukraine.

Research results. The main producers of fruit and berry products in Ukraine are agricultural enterprises, including farms and households. The greatest distribution in the production of fruits and berries is observed among

households. But the latter have big problems with sales and presence on the market as an independent entity. Processing enterprises buy products at a low price. The lack of a sufficient number of service cooperatives prevents the creation of normal competitive conditions in the market for the formation of healthy supply and demand. The population consumes fruits and berries in insufficient quantities.

Conclusions. On the market fruit production in the South of Ukraine from the main actors of the market, which are determined by market supply and demand there are farms of all categories, processors, retailers and consumers. The interests of each group are formed from the range of sales or purchase indicators. Thus, farms of all categories aim to sell more and at a higher price, however. At the same time, they encounter problems of competition among manufacturers for market capacity and their own segment. Processing enterprises act as monopolists in the purchase of certain types of products, as we are regular customers, but the prices are low. The network of intermediaries and trade enterprises by increasing the levels of the sales channel artificially increases the price of products, sometimes reducing the existing demand. And consumers, as the main regulators of demand, buy products for necessity, since the size of purchases depends on income, consumer necessity and prices for other products of the consumer basket

Keywords: The subjects of the market, enterprise, market, demand, supply, market conditions, consumer.

Постановка проблеми. Суб'єкти ринку є основними регуляторами попиту та пропозиції. Це велика кількість господарюючих підприємств, які формують ринкову пропозицію товару, та кінцеві споживачі, які формують ринковий попит. Збалансована сила цих складових будує кон'юнктуру ринку, відбивається у рівні цін та ступені конкурентної боротьби. Тільки завдяки збалансованій взаємодії всіх суб'єктів ринку та правильній ціновій, розподільчій та збутовій політики досягається рівновага та високі результати від господарської діяльності. Результати мають бути як економічного так і соціального характеру. З одного боку – прибутковість галузі, її розвиток та впровадження нововведень, з іншого боку – збільшення задоволення споживачів. Вивчення інтересів суб'єктів ринку плодів та ягід є стратегічною задачею, яка дозволяє виявити напрями дій підвищення економічної ефективності та вести пошук заходів щодо вирішення проблем. Тому це і слугувало обґрунтуванням вибору даної проблематики дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням ринку, її кон'юнктури та діючих суб'єктів займаються вчені всього світу. Серед українських науковців, які присвячують роботи цього напрямку є Л.Ю. Мельник [11], П.М. Макаренко [1], Л.Я. Балаш, В.К. Збарський, П.К. Канінський, В.М. Лисюк [2], І.Б. Гапій [10] Музиченко А.С., Булавка Л.В [12] та

інш. Вони досліджують питання функціонування ринку, підприємств та конкурентної боротьби. Їх праці торкаються аспектів пошуку шляхів збільшення споживання плодово – ягідної продукції населенням. Однак, дослідження суб'єктів ринку в розрізі конкретного регіону не мають такого поширення, що і обґрунтовує напрям подальшого аналізу цих питань.

Формулювання цілей статті. Ринок плодово – ягідної продукції України розвивається та має позитивні зрушення. Південь України є сприятливим регіоном для отримання високих урожаїв даної продукції і джерелом забезпечення населення якісними фруктами та ягодами. Знаходячись у переліку продуктів харчування споживчого кошику пересічного громадянина, плоди та ягоди є продуктом харчування, тому і аналіз суб'єктів ринку які є виробниками та споживачами продукції, носить системний, комплексний характер.

Метою дослідження є аналіз інтересів господарюючих суб'єктів ринку плодово – ягідної продукції Півдня України.

Основними задачами дослідження є: визначити місце суб'єктів ринку плодово – ягідної продукції як основних регуляторів ринку; надати кількісну оцінку діяльності юридичних та фізичних осіб за видами економічної діяльності та організаційно – правовими формами господарювання; провести аналіз наявних суб'єктів підприємництва Півдня України. Окреслити коло проблем

підприємств, з якими стикаються останні на ринку плодово – ягідної продукції; встановити роль споживачів у формуванні ринкового попиту та рівня споживання продукції; зробити висновки про вплив суб'єктів ринку на формування попиту та пропозиції.

Виклад основного матеріалу. Функціонування ринку плодово – ягідної продукції це безперервний процес взаємодії всіх господарюючих суб'єктів. Серед них є і виробники, і посередники, і споживачі. Суб'єкти ринку це широке поняття, яке враховує майже всі складові мікро середовища діяльності підприємств, частину макросередовища та відображається у ринковій інфраструктурі. Однак є дослідники, які при аналізі суб'єктів ринку зупиняються лише на підприємствах – виробниках продукції. Це безумовно основна складова, але не єдина. Цю думку поділяє Макарєнко П.М. та Сень О.В., вказуючи на те, що «у найзагальнішому вигляді суб'єктами ринку є продавці й покупці. Нерідко стверджується, що на ринку зустрічаються виробники та споживачі. Певною мірою це так. Однак не всі продавці товарів його виробляють самі (наприклад посередницька торгівля), а відповідно не всі покупці купують товар для власного споживання...У широкому розумінні суб'єктами ринку, тобто покупцями і продавцями є: підприємці, які продають свої товари і купують необхідні їм засоби виробництва, у тому числі й робочу силу; власники робочої сили, які продають її роботодавцю; споживачі, які на ринку купують необхідні їм життєві засоби; продавці та покупці землі, позичкового капіталу, цінних паперів і валюти, які також вступають у ринкові відносини. Інакше кажучи, через ринок здійснюється уся сукупність угод купівлі-продажу товарів» [1].

Сьогодні ринок вимагає все нові і нові орієнтири щодо виробництва та реалізації продукції. З цього приводу зсередини ринку та суб'єктів підприємницької діяльності виникає багато суперечок та конфліктів інтересів. Про це вказує і В.М. Лисюк, тобто: «ринкові перетворення в аграрному

секторі економіки України, що супроводжувалися заміною системи державного розподілу сільськогосподарської продукції новою ринковою інфраструктурою, призвели до утворення різноманітних форм власності та агробізнесових структур. Однак ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств залишилася вкрай низькою, а сільське господарство як галузь із тривалим періодом обігу капіталу, високими природними та цінними ризиками є інвестиційно непривабливою. Практика свідчить, що через відсутність дієвих систем маркетингу більшість сільгоспвиробників реалізує свою продукцію одразу після збирання, тобто у період цінового мінімуму. В основному сільгосппродукцію продають безпосередньо з поля і складів комерційним посередникам, які контролюють значні потоки сільськогосподарських товарів» [2, с.87].

Аналізуючи статистичні дані про кількість юридичних осіб, які займаються різними видами економічної діяльності слід відмітити, що станом на 1.01.2019р. у сільському, лісовому та рибному господарстві працює 68тис.од. господарюючих суб'єктів. Цей показник на 9,1% виріс порівняно з 1.01.2017р. Кількість підприємств переробної промисловості складає у звітному році 70,7тис.од., і цей показник за дослідний період виріс на 19,2%. Кількість транспортних та складських господарств за останні 3 роки виросла з 24,3тис.од. до 29,1тис.од. Кількість функціонуючих суб'єктів оптової та роздрібною торгівлі на 1.01.2019р. становить 242,3тис.од. [3, 4].

Господарюючі суб'єкти плодово – ягідного ринку це представники великого, середнього та малого бізнесу. Серед великих та середніх за розмірами операторів ринку цієї продукції є приватні, державні, акціонерні товариства та фермерські господарства. За організаційно – правовими формами господарювання у сільськогосподарському виробництві продукції задіяні фермерські господарства, приватні та державні підприємства, товариства та кооперативи, табл. 1.

Таблиця 1

Кількість юридичних осіб за організаційно-правовими формами господарювання

(на початок року, тис.)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 до 2014, %
Фермерське господарство	44,8	43,1	43,7	44,4	45,0	45,7	102,0
Приватне підприємство	217,2	201,9	201,8	202,4	200,3	200,0	92,1
Державне підприємство	43,9	40,4	40,2	4,0	3,9	3,8	8,6
Акціонерні товариства	17,3	15,9	15,6	15,2	14,7	14,3	82,6
Товариство з обмеженою відповідальністю	448,5	453,9	488,2	532,4	576,6	632,2	140,9
Кооперативи	28,6	24,9	25,8	26,5	27,0	27,5	96,1
в т.ч. сільськогосподарських обслуговуючих, од.	1006	899	949	1017	1073	1073	106,7

* Джерело: [3,4]

З представлених організаційно правових форм господарювання, які є юридичними особами, що здійснюють виробничу діяльність, видно, що станом на початок 2019р. зареєстровано 45,7тис. фермерських господарств; 200,0тис. приватних і лише 3,8тис. державних підприємств; акціонерних товариств 14,3тис., з обмеженою відповідальністю – 632,2тис.одиниць.

Згідно повідомлення Міністерства аграрної політики та продовольства України «кількість діючих сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів за 2018 рік зросла на 125 одиниць, і сьогодні їх нараховується 735. Державну підтримку було надано кооперативам молочної та плодово-ягідного напрямів діяльності для придбання обладнання зі зберігання та переробки сільськогосподарської продукції на суму понад 8,5 млн. грн. В результаті 3 кооперативи молочної напрямку (Волинської, Івано-Франківської, Черкаської областей) придбали 286 одиниць обладнання для створення цехів з виготовлення твердих сирів, і 3 кооперативи плодово-ягідного напрямку (Закарпатської, Тернопільської, Чернігівської областей) придбали 16 одиниць обладнання для створення цехів первинної

переробки та зберігання плодово-ягідної продукції (охолодження та глибока заморозка). Як уточнюється, у порівнянні із 1 січня 2018 року із 735 діючих сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів: молочної - 186 (+44), з обробітку землі та збирання врожаю -162 (+16), м'ясних - 35 (-16), плодовоовочевих - 113 (+34), зернових - 41 (+1) та з надання інших послуг - 198 (+46) [5].

Якщо аналізувати загальну кількість юридичних осіб за всіма організаційно – правовими формами господарювання в цілому по Україні та за областями Півдня, то станом на 2018р. з загальної кількості суб'єктів - 1235,0тис.од. в Запорізькій, Миколаївській, Одеській та Херсонській зареєстровано 15,7%. Найбільша кількість підприємств у Одеській області - 76160од., найменша активність суб'єктів у Херсонській області – 27169од. відповідно. Запорізька та Миколаївська за кількістю господарюючих суб'єктів практично однакові – 45583од. та 44988од. відповідно [3].

Представники малого бізнесу виступають фермерські господарства та господарствами населення. Останні, хоча і мають невеликі розміри, однак активно приймають

участь у виробництві овочевої та плодово – ягідної продукції. На початок 2019р. цих формувань налічувалось 3996,5тис.од., їх чисельність порівняно з початком 2016р. скоротилась на 2,7%. Відповідно до такого скорочення зменшилися і площі земельних ділянок. Так на початок 2016р. цей показник становив 6307,2тис.га, а у звітному році дорівнював 6132,2тис.га, тобто скоротився на 2,8%. У структурі площ земельних ділянок під ведення особистого сільського господарства відведено майже 41% всіх площ, під товарне сільськогосподарське виробництво – 45,3%. Тобто можна зробити висновок, що практично з половини наявної у розпорядженні землі власники особистих селянських господарств планують отримувати прибутки від продажу виробленої продукції [6].

За регіональною структурою станом на 2018р. найбільша кількість особистих селянських господарств, що створені для ведення товарного сільськогосподарського виробництва зосереджена на Півдні України, а саме у Запорізькій – 260,1тис.од, Миколаївській – 224,0тис.од, Одеській – 235,8тис.од. та Херсонській – 224,3тис.од. областях. Також на Дніпропетровщині – 287,8тис.од. У всіх інших областях ці показники значно нижчі [7].

Кількість суб'єктів господарювання, які займаються виробництвом плодової продукції вказує на те, що серед суб'єктів ринку протягом дослідного періоду переважають малі та мікро підприємства. Так, станом на 2018р. їх кількість становить відповідно 981од. та 924од. За період від 2010 по 2018р.р. ці показники збільшилися практично вдвічі, а от кількість великих підприємств, які спеціалізуються на виробництві плодової продукції скоротилась з 55од. у 2010р. до 36од. у 2018р., тобто на 34,5%. По фізичним особам - підприємствам спо-

стерігається аналогічна тенденція. Виробництвом зерняткових та кісточкових плодів культур займаються підприємці малого та мікро малого підприємництва. У звітному році їх кількість практично однакова та складає 361од. та 358од. відповідно. За весь період дослідження їх кількість виросла на 65% [6].

В цілому середній та малий бізнес важко витримує конкуренцію на ринку сільськогосподарської продукції. За спостереженнями українських вчених визначено коло їх проблем, а саме: реалізація продукції невеликими партіями не дає можливість встановити відповідні ціни та отримати максимальні прибутки; відсутність або організація неналежним чином процесу зберігання та переробки продукції, що стає підґрунтям для реалізації продукції під час масового її збору; продаж по низьким цінам, так як на ринку в час пік велика кількість продавців; неможливість відстежувати інформацію про зміни попиту та пропозицію, конкурентів та інших обмеження, які стримують роботи суб'єкту ринку; недостатність кредитних ресурсів для впровадження нововведень, розширення виробництва та формування необхідної матеріально – технічної бази; повільний ріст сільськогосподарської обслуговуючої кооперації як альтернативи формування власних торгівельних каналів [1,2, 9, 10, 11, 12,13].

За результатами бізнес каталогу «Бізнес - Гід» у структурі виробників плодів та ягід, зареєстрованих підприємства на Півдні України мають наступний відсоток участі. В цілому по Україні найбільш зареєстрованих у Чернівецькій та Вінницькій області – 13,8% та 12,9% відповідно. Області Півдня України мають таку статистику: Одеська – 6,1%, Запорізька 3,6%, Херсонська та Миколаївська – 3,3 та 2,3% відповідно, рис. 1 [8].

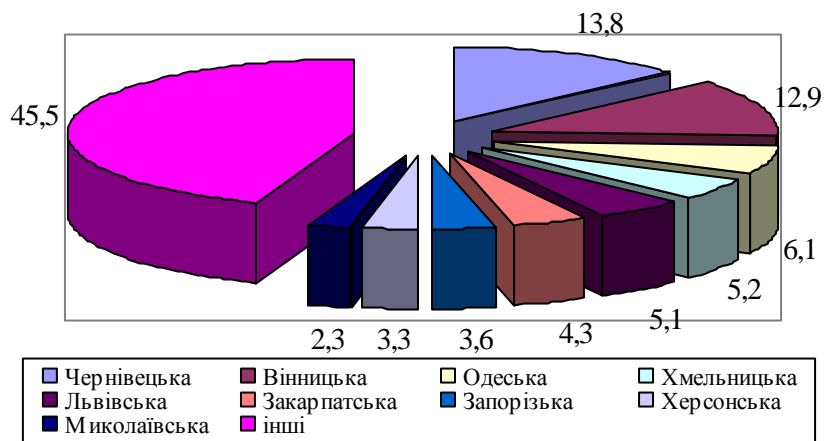


Рис. 1. Регіональне розподілення виробників плодово – ягідної продукції України у структурі за 2018р.

*Джерело: [8]

Рейтинг виробників продукції галузі в Україні показує, що на 4 місті за кількістю зареєстрованих осіб виробники плодово – ягідної продукції у Одеській області, 8 місце – у Запорізькій області, на 11 місці – Херсонська область, на 19 місті – Миколаївська область [8].

В Одеській області більшість підприємств розташована у Біляївському – 15од., Ізмаїльському – 13од. районах та м. Одеса – 10 од. По Запорізькій області райони, в який найбільше господарств займаються виробництвом плодів та ягід це: Мелітопольський – 11од, Приазовський – 8од. райони та м. Запоріжжя – 9 од. В Херсонській

області найбільш зареєстровано виробників фруктів та горіхів у м. Херсоні та Олешківському районі – 9 та 8 господарств. У Миколаївській області виробники плодів та ягід сконцентровані у м. Миколаїв – 12 підприємств [8].

У регіональній структурі господарств, які займаються реалізацією плодово – ягідної продукції найбільша питома вага підприємств Вінницької, Чернігівської та Київської областей: 9,7%, 9,0% та 7,2% відповідно. Одеська та Херсонська області на 4 та 5 місті: 6,6% та 5,9%; Запорізька область на 9 місті – 4,4%, рис. 2 [8].

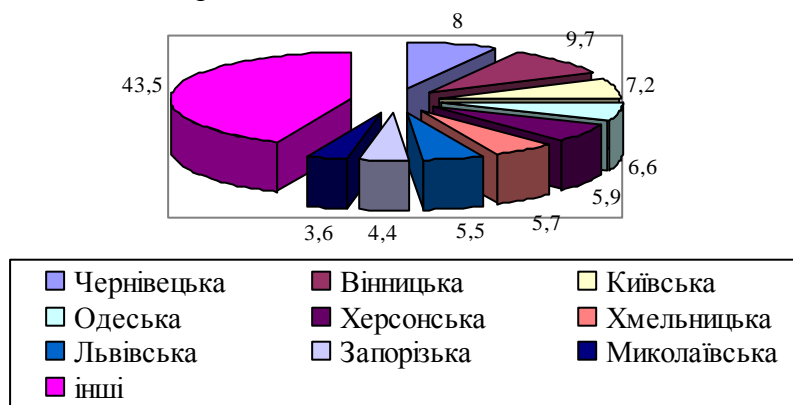


Рис. 2. Регіональне розподілення виробників, які займаються продажем плодово – ягідної продукції України у структурі за 2018р.

*Джерело: [8]

Останні роки збільшилась зацікавленість переробних підприємств свіжими плодами та ягодами. Як суб'єкти ринку – переробні підприємства є оптовими клієнтами, але не надто вигідними для виробника, тому що ціна закупівель нижче за ринкову. Про роботу переробних підприємств пише Лукомський Ю.О.: «кліматичні умови та стан інфраструктури в Україні не дозволяють вирощувати велику кількість різних видів плодів для індустрії. Здебільшого, потужності з виробництва концентратів працюють лише з яблучною і томатною сировиною. Значно менше виробляються концентрати і соки з кісточкових плодів і ягід, а, як буде вказано далі, вони складають велику частку споживчих вподобань. Цитрусові і екзотичні плоди є повністю продуктом імпорту, а тому істотно залежать від курсів валют та іноземних врожаїв, на які українські виробники впливу не мають. Створення власних підприємств з виробництва концентратів за межами країни є суттєвою можливістю розвитку українських брендів, однак на даному етапі розвитку це не є реальним» [9].

Станом на 10.2019р. переробкою плодово – ягідної продукції займаються 661 підприємство, консервуванням фруктів - 211 підприємство України. У Запорізькій області працює 28 підприємств. В Одеській області їх найбільше – 120 од., хоча більшість з суб'єктів – це підприємства, які займаються переробкою винограду та виробництвом вин. В Херсонській області кількість підприємств – 50од. Найменша чисельність по Херсонській області – 20од. [8].

В структурі підприємств, які займаються переробкою та консервуванням овочів та фруктів виділено Одеська та Херсонська області, які мають показники у 5,9% та 5,4%. У структурі виробництва овочевих та фруктових соків - лише Одеська область як є одна з найбільшим показником – 6,6%, інші області Півдня України мають менші показники.

Іншими суб'єктами ринку плодово – ягідної продукції є маркетингові посередники, які займаються як збереженням, так переробкою та реалізацією продукції. Їх кількість з кожним роком змінюється, однак про розміри діяльності можна стверджувати, виходячи з показників збуту продукції. Так, за період з 2010р. по 2017р. підприємствами роздрібною торгівлі було реалізовано – 332тис.т свіжих плодів, винограду та горів у 2010р., а у 2017р. цей показник становив 375,2тис.т. (Україна в цифрах, 2017). За такою тенденцією можна стверджувати, що торгівельна мережа не має швидких темпів до розширення. У структурі роздрібною торгівлі 2018р. питома вага реалізації свіжих та перероблених овочів та фруктів становила 19,9% та у грошовому виразі 10,2млн.грн. [4].

Якщо з боку формування ринкової позиції виступають господарські суб'єкти, які зайняті виробництвом, переробкою та реалізацією продукції, то з боку формування ринкового попиту виступають споживачі. Кінцеві споживачі свіжої плодово – ягідної продукції є пересічними громадянами України. Ця продукція споживається усіма категоріями населення незалежно від віку та соціального статусу. На 1.01.2019р. чисельність в Україні становила 42,2млн.ос., з яких 29,3млн.ос. це міське населення, а решта – 12,9млн.ос. – сільське [4]. Станом на 2018р. фонд споживання плодів, ягід та винограду по Україні становив 2445тис.т., що на 69% розрахунку практично на 70% перевищує показник 2000р. У розрахунку на 1 особу цей показник виріс з 29,3кг у 2010р. до 57,8кг у 2018р, тобто практично в 2 рази. Це позитивна тенденція, хоча і показник нижчий за нормативний [4].

Збільшення попиту на продукції знаходиться у прямій залежності від купівельної спроможності потенційних покупців. Розглядаючи цю проблему І.Б. Гапій приходить до висновку, що «ефективність функціонування сфери роздрібною торгівлі та її безпека тим вища, чим більший обсяг платоспроможного попиту населення, чим якіс-

ніше відбувається процес задоволення потреб усіх категорій населення. Однак в Україні, де здійснюються глибокі економічні перетворення, ці умови відсутні. Вважаємо, що підвищення купівельної спроможності населення можна досягти шляхом виваженої соціально-економічної політики держави, а також становленням середнього класу, що забезпечить збільшення доходів населення тощо [10]. Ми погоджуємося з цим висновком, та вважаємо, що для збільшення обсягів споживання плодово – ягідної продукції необхідно не тільки підвищувати рівень доходів населення та покращити соціальний стан, а і зробити продукцію більш доступною за ціною за рахунок зменшення торговельних посередників на шляху від вироблення до споживача.

Висновок. Таким чином можна зробити узагальнюючий висновок, що на ринку плодово – ягідної продукції Півдня України з основних суб'єктів ринку, які визначають ринковий попит та пропозицію присутні

господарства усіх категорій, переробні підприємства, підприємства роздрібною торгівлі та споживачі. Інтереси кожної з груп формуються з кола показників збуту або подальшої переробки та споживання. Так, господарства усіх категорій ставлять за мету реалізувати найбільше і за вищою ціною. Однак, при цьому натикаються на проблеми конкуренції серед виробників за присутність та розмір сегменту на ринку. Переробні підприємства діють як монополісти у питаннях купівлі деяких видів продукції, бо є постійними клієнтами, але ціни невисокі. Мережа посередників та торговельних підприємств за рахунок збільшення рівнів каналів реалізації штучно підвищує ціну на продукції, іноді знижуючи існуючий попит. Споживачі, як основні регулятори попиту купують продукцію за необхідністю, тому як розміри закупівель залежать від доходів, потреб та цін на інші продукти споживчої корзини.

Список літератури:

1. Макаренко П.М., Сень О.В. Теоретичні аспекти сутності ринку та його видів. URL: <https://www.pdaa.edu.ua>. (дата звернення: 24.08.2019).
2. Лисюк В.М. Інфраструктурні чинники розвитку ринків сільськогосподарської продукції. *Прометей*. 2008. №3(27). С. 86-91.
3. Україна у цифрах у 2017 році: статистичний збірник / Державний комітет статистики України. Київ. 2018. 101с.
4. Україна –2018: статистичний збірник / Державний комітет статистики України. Київ. 2019. 23с
5. Кількість діючих сільськогосподарських кооперативів. *Агро новини*. URL: <https://agroportal.ua/ua>. (дата звернення: 24.08.2019).
6. Кількість підприємств у 2018р. / Державний комітет статистики України. URL:<http://ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 24.08.2019).
7. Експрес-випуск «Особисті селянські господарства України». / Державний комітет статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 24.08.2019).
8. Бізнес-каталог України «Бізнес-Гід». URL: <https://business-guide.com.ua> (дата звернення: 24.11.2019).
9. Лукомський Ю.О. Тенденції і напрями розвитку ринку соків в Україні. *Молодий вчений*. 2016. № 7 (34). URL: <http://www.molodyvcheny.in.ua>. (дата звернення: 24.08.2019).
10. Гапій І.Б. Купівельна спроможність населення як чинник впливу на безпеку сфери роздрібною торгівлі. *Науковий вісник*. 2010. №2. URL: <http://www2.lvduvs.edu.ua>. (дата звернення: 26.08.2019).
11. Мельник Л.Ю., Макаренко П.М. Сутність аграрних домогосподарств та їх основні економічні характеристики. *Економіка АПК*. 2007. № 3. С. 3-10.
12. Музиченко А.С., Булавка Л.В., Особисті селянські господарства в системі суб'єктів аграрного ринку. URL: <https://www.pdaa.edu.ua>. (дата звернення: 26.08.2019).
13. Harris, C. D. (1954). The market as a factor in the localization of production. *Annals of the Association of American Geographers*, 44.4.
14. Ray, D. (1965). *Market Potential and Economic Shadow: A Quantitative Analysis of Industrial Location in Southern Ontario*. Chicago: University of Chicago, 164 p.
15. Berry, B. J., & Parr, J. D. (1988). *Market Centers and Retail Location: Theory and Applications*. Englewood, New Jersey, 1988.

References:

1. Makarenko P.M., Senj O.V. Teoretychni aspekty sutnosti rynku ta jogho vydiv [Theoretical aspects of the essence of the market and its types] [in Ukrainian].
2. Lysjuk V.M. (2008). Infrastrukturni chynnyky rozvytku ryнкiv sil'sjkoгосподар'sjkoji produkciji [Infrastructural factors of development of markets of agricultural products]. *Prometej*. vol. 3, no. 27, pp. 86 – 91 [in Ukrainian].
3. State Statistics Service of Ukraine (2018), *Ukrajina u cyfrakh u 2017 roci: statystychnyj zbirnyk* [Ukraine in numbers in 2017: a statistical compilation] Derzhkomstat, Kyiv, Ukraine [in Ukrainian].
4. State Statistics Service of Ukraine (2019), *Ukrajina –2018: statystychnyj zbirnyk* [Ukraine -2018: statistical collection] Derzhkomstat, Kyiv, Ukraine [in Ukrainian].
5. Kiljistik dijuchykh sil'sjkoгосподар'sjkykh kooperatyviv. [Number of existing agricultural cooperatives] *Aghro novyny* [in Ukrainian].
6. State Statistics Service of Ukraine (2019), *Kiljistik pidpryemstv u 2018r.* [Number of enterprises in 2018r.]. Derzhkomstat, Kyiv, Ukraine [in Ukrainian].
7. State Statistics Service of Ukraine (2019), *Ekspres-vypusk «Osobysti seljansjki господарства Украjiny»* [Express issue "Personal farms of Ukraine"]. Derzhkomstat, Kyiv, Ukraine [in Ukrainian].
8. *Biznes-katalogh Украjiny «Biznes-Ghid»* (2019) [Business directory of Ukraine "Business Guide"] [in Ukrainian].
9. Lukomsjky Ju.O. (2016). Tendenciji i naprjamy rozvytku rynku sokiv v Украjini [Trends and directions of development of the juice market in Ukraine]. *Molodyj vchenyj*. vol. 7, no. 34 [in Ukrainian].
10. Ghapij I.B. (2010). Kupiveljna spromozhnistj naselennja jak chynnyk vplyvu na bezpeku sfery rozdriбноji torghivli [Purchasing power of the population as a factor of influence on the safety of retail trade.]. *Naukovyj visnyk*. vol. 2 [in Ukrainian].
11. Meljnyk L.Ju., Makarenko P.M. (2007). Sutnistj aghrarnykh domogосподарств ta jikh osnovni ekonomichni kharakterystyky [The essence of agricultural households and their main economic characteristics.]. *Ekonomika APK*. 2007. vol. 3, pp. 3-10 [in Ukrainian].
12. Muzychenko A.S., Bulavka L.V., *Osobysti seljansjki господарства v systemi sub'ektiv aghrarnogho rynku*. [Personal peasant farms in the system of subjects of the agricultural market] [in Ukrainian].
- 13.. Harris, C. D. (1954). The market as a factor in the localization of production. *Annals of the Association of American Geographers*, 44.4 [in English].
14. Ray, D. (1965). *Market Potential and Economic Shadow: A Quantitative Analysis of Industrial Location in Southern Ontario*. Chicago: University of Chicago, 164 p. [in English].
15. Berry, B. J., & Parr, J. D. (1988). *Market Centers and Retail Location: Theory and Applications*. Englewood, New Jersey, 1988 [in English].

УДК 631.15; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-253-259

Колос З.В., к.е.н, доцент
ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний інститут»
zenoviy.kolos@gmail.com

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Обґрунтовано стратегію ефективного управління виробничим потенціалом сільськогосподарських підприємств, яке повинно являти собою гнучку систему, що буде змінюватись, пристосовуватись до нових ринкових умов, при цьому виробляти якісну продукцію та забезпечувати загальний стійкий розвиток аграрних підприємств. Запропоновано багатофакторну модель, яка дозволить, на нашу думку, правильно підійти до визначення ефективності системи управління, до оцінки діяльності трудових колективів.

Ключові слова: управління, виробничий потенціал, ефективність, сільськогосподарське підприємство, стратегія.

JEL code classification: M11, M19

Kolos Z.V., PhD, Ass. Prof.
SD of NULES of Ukraine «Berezhany Agrotechnical Institute»
zenoviy.kolos@gmail.com

FORMATION OF EFFECTIVE MANAGEMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

Abstract. The efficiency of managing the productive potential of agrarian enterprises is achieved under conditions of its rational use, balancing capabilities of the enterprise with the potential of the environment to achieve the stated goals and in order to survive in a competitive environment.

The development of strategy for increasing the effectiveness of strategic management and the use of production potential of agricultural enterprises requires, first and foremost, resource substantiation of the possibilities for its further development: evaluation of available resource potential and its level of utilization, definition of unused resources potential, optimization of the resources of the enterprise and sources of their formation; assessment of the risks of additional attraction of resources.

Increasing the efficiency of management of production potential, ensuring its rational use is largely due to the implementation of qualitative changes in the composition of resources and the increase in efficiency in their use. The task of increasing the efficiency of management of the agricultural potential of agricultural enterprises is improving use on innovative basis, increasing its complexity, which manifests itself in the close relationship of its components.

The article substantiates the strategy of effective management of the agricultural potential of agricultural enterprises, which should be a flexible system that will change, adapt to new market conditions, while producing high-quality products and ensuring the overall sustainable development of agrarian enterprises. A multifactor model is proposed which will, in our opinion, allow us to correctly approach the definition of the effectiveness of the management system, and to evaluate the activities of work collectives.

Keywords: management, production potential, efficiency, agricultural enterprise, strategy.

Постановка проблеми. Ефективність раціонального використання, збалансування управління виробничим потенціалом аграрних підприємств досягається за умов його можливостей підприємства з потенціалом зовнішнього середовища для досягнення ви-

значених цілей та з метою виживання в умовах конкуренції.

В умовах ринку, який характеризується нестабільністю макро- і мікро- економічних факторів, механізм управління ресурсним потенціалом підприємств не повністю відповідає завданням підвищення ефективності їх діяльності, одержання високих кінцевих результатів, подальшого розвитку. Особливої актуальності зазначена проблема набуває через обмеженість самих ресурсів, що зумовлює необхідність постійного пошуку шляхів більш повного їх використання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вагомий внесок в розробку питань підвищення ефективності використання виробничого потенціалу підприємств АПК зробили такі вчені, як: О.Д. Гудзинський, О.Ю. Єрмаков, О.В. Коренков, Н.С. Краснокутська, Д., М.Й. Малік, В.В. Морева, С.А. Нестеренко, Г.М. Підлісецький, С.Е. Сердак, С.М. Судомир, О.В. Ульянченко, О.С. Федонін та ін. Незважаючи на існуючий науковий доробок, цілий ряд питань все ж таки залишається недостатньо дослідженим. Це стосується, перш за все, формування системи ефективного управління використанням виробничого потенціалу, виявлення основних напрямів його подальшого розвитку. Це й зумовило вибір теми дослідження.

Формулювання цілей статті: узагальнити теоретичні засади стратегії управління виробничим потенціалом сільськогосподарських підприємств з метою забезпечення ефективного його використання, що потребує дослідження низки питань щодо властивостей, структури виробничого потенціалу, а також стратегії його використання.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі конкурентоспроможність аграрних підприємств забезпечується, переважно, нарощуванням наявних ресурсів, впровадженням нових технологій, інноваційних трансформацій, маркетингових стратегій поведінки на ринку. Ринкове середовище висуває жорсткі вимоги до підвищення ефективності використання наявних ресурсів та напрямів розбудови і зміцнення виробничого

потенціалу, зниження затрат на виробництво та підвищення якості продукції.

В умовах постійних економічних змін, продовження реформування сільських територій сільськогосподарським підприємствам необхідно звертати увагу на поглиблення досліджень в галузі управління виробничим потенціалом. Першочерговим етапом у побудові ефективного стратегічного управління виробничим потенціалом є встановлення місії суб'єктів господарювання (рис. 1).

Ставиться глобальна мета діяльності підприємств, яка відображає його призначення, роль у суспільстві та забезпечення власних виробничо-економічних, екологічних та соціальних інтересів. Після встановлення місії необхідно встановити конкретні цілі діяльності. При цьому ефективно управління виробничим потенціалом повинно бути спрямоване на виконання не тільки основної місії підприємства, але і його часткових цілей, які виходять з місії. Після аналізу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища господарювання як факторів ресурсокористування та виробництва, слід сформувати стратегію розвитку аграрного підприємства та ресурсокористування у її складі. Розробка стратегії характеризується як складний процес, в якому повинні брати участь керівники всіх рівнів управління. Формування такої стратегії передбачає орієнтацію на розвиток наявних можливостей та конкурентних переваг аграрного підприємства. В основу формування стратегії повинна бути покладена концепція, яка враховувала б особливості діяльності аграрного підприємства, етап циклу його життєвого розвитку, становище на ринку, стан зовнішнього середовища.

Після аналізу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища господарювання, як факторів ресурсокористування та виробництва, необхідно сформувати стратегію розвитку аграрного підприємства та ресурсокористування у її складі. Розробка стратегії характеризується як складний процес, в якому мають брати участь керівники всіх рівнів управління. Формування такої стратегії передбачає орієнтацію на розвиток наявних можливостей та конкурентних переваг агра-

ного підприємства. В основу формування стратегії має бути покладена концепція, яка враховувала б особливості діяльності аграр-

ного підприємства, етап циклу його життєвого розвитку, становище на ринку, стан зовнішнього середовища.

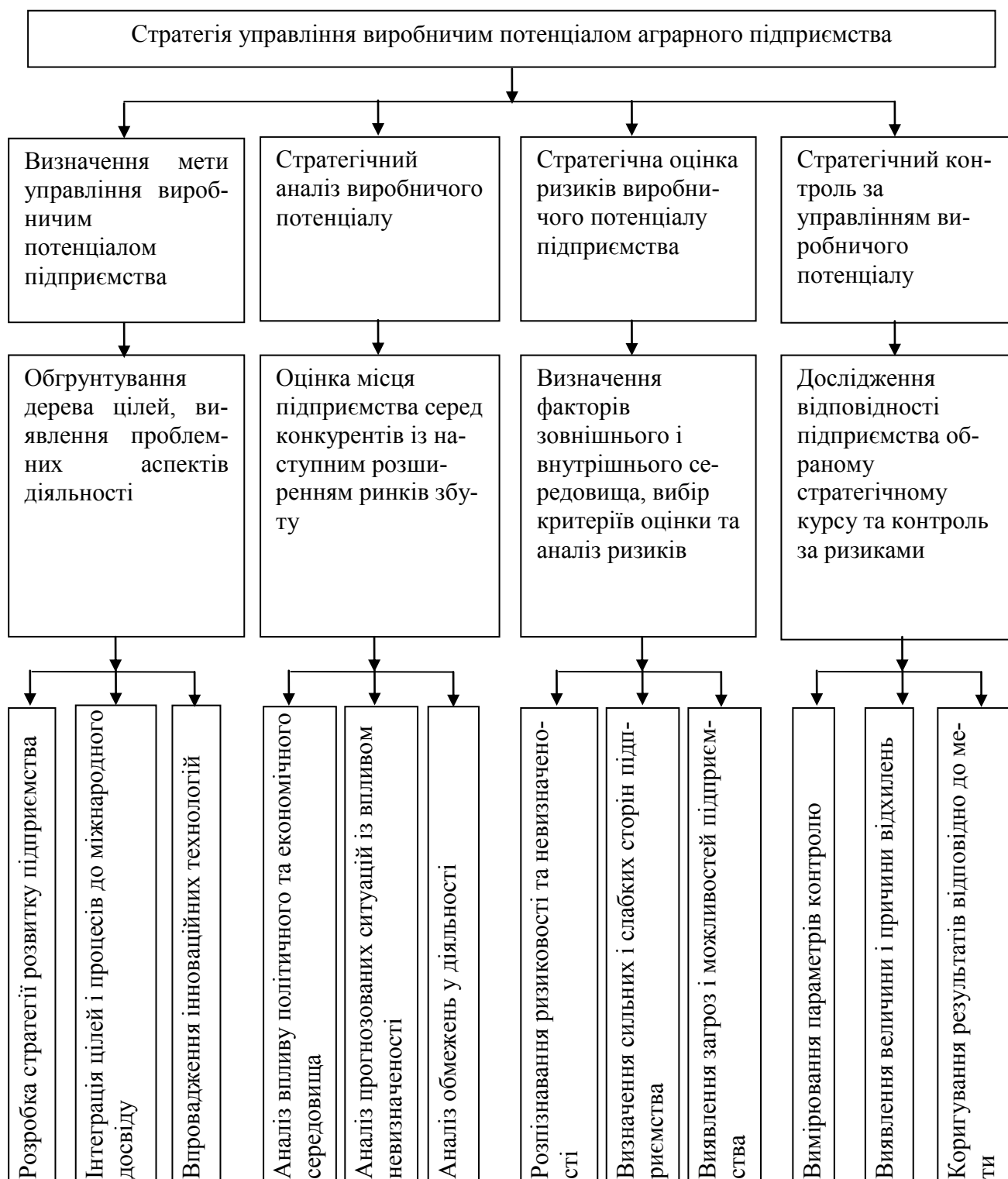


Рис. 1. Стратегія управління виробничим потенціалом аграрного підприємства
 Джерело: власна розробка автора

Враховуючи сформовану стратегію розвитку діяльності, наступним етапом є формування структури та складу виробничого потенціалу. Це має на меті саме раціональне забезпечення підприємства ресурсами, їх структуризацію та побудову певних організаційних форм управління, що забезпечить стабільний розвиток й ефективно їх використання та відтворення.

Невід'ємною складовою ефективного управління виробничим потенціалом є проведення, моніторингу процесу ресурсокористування, що, в свою чергу, дасть можливість контролювати процеси управління і вносити необхідні зміни, доповнення та вдосконалення.

Оцінювання ефективності використання ресурсів є наступним етапом формування системи ефективного управління виробничим потенціалом. Зазначена оцінка повинна містити певний набір показників та критеріїв для визначення пріоритетних заходів управління ресурсами підприємства. Це дозволить з'ясувати, як працює підприємство, чи досягаються поставлені цілі, як зміни та вдосконалення в процесі управління впливають на виробничо-ресурсний потенціал. При цьому, економічний ефект досягається за рахунок виробництва якісної продукції та отримання прибутків, екологічний – безпечну продукцію та екологічне довкілля, соціальний – продуктивну зайнятість, продуктивність праці, доступне споживання продуктів харчування.

Управління ефективністю виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств необхідно розглядати як систему, яка повинна містити такі напрями, як якість управління та управління результатами. Якість управління передбачає, в першу чергу культуру управління, ділову поведінку, імідж та репутацію, в межах яких аграрне підприємство прагне досягти поставлених цілей. Даний напрям повинен охоплювати ефективну мотивацію та контроль при чіткому визначенні цілей і пріоритетів розвитку підприємства та однозначному поділі повноважень і відповідальності [3].

Управління результатами діяльності повинно містити сукупність систематичних процедур і підходів, що використовуються для їх оцінювання та зворотного впливу з метою покращання. При цьому прийняття рішень має відповідати загальним вимогам та принципам, що висуваються до будь-яких управлінських рішень. Вони мають бути обґрунтованими, цілеспрямованими, кількісно та якісно визначеними, правомірними, оптимальними, своєчасними, комплексними та гнучкими.

Тільки за умов дотримання цих принципів ухвалені рішення будуть виконувати керуючу (сприяти досягненню поставлених цілей), координуючу (узгоджувати окремі дії, рішення, діяльність окремих фахівців та підрозділів) та мобілізуючу (активізація виконавців та ресурсів) функції.

Кінцевим етапом побудови системи ефективного управління виробничим потенціалом аграрних підприємств є контроль. Контроль, як важливий та необхідний етап, повинен містити застосування системи спостереження (моніторингу) і перевірки відповідності використання ресурсів у процесі господарської діяльності встановленим стандартам та іншим нормативам, прийнятим планам, програмам і оперативним управлінським рішенням, а також виявлення допущених відхилень від прийнятих принципів організації та ведення господарства.

Розроблена система ефективного управління виробничим потенціалом підприємств дозволяє також визначити, які внутрішні його характеристики, ризики та обмеження послаблюють результативність досягнення ефективності в процесі управління виробничим потенціалом. Ефективність досягається за рахунок деталізації послідовних дій, які здійснюються під час управління.

Використавши кореляційно-регресійний аналіз, можна визначити вплив названих якісних параметрів елементів виробничого потенціалу на кінцеві результативні показники господарської діяльності та обґрунтувати коефіцієнти їх значимості. Формула обґрунтування потенціалу цільової виробничої програми матиме такий вигляд:

$$Y_{\text{од}} = \pm K \pm K_1 K_c \pm K_2 K_m \pm K_3 K_{\sigma} \pm K_4 K_{mn} \pm K_5 K_o \pm K_6 K_y \pm K_7 K_z$$

$Y_{\text{вд}}$ - валовий дохід на 100 га сільськогосподарських угідь, тис. грн;

K - вільний член рівняння;

$K_1 \dots K_7$ - коефіцієнти значущості факторів;

K_c - коефіцієнт якості технічних засобів виробництва / він може визначатися і за абсолютною величиною з урахуванням вартості основних засобів виробництва /;

K_m - коефіцієнт якості трудових ресурсів / перерахунок може здійснюватися на всі трудові ресурси /;

K_{σ} - коефіцієнт якості біологічного потенціалу;

K_{mn} - коефіцієнт якості технологічного потенціалу;

K_o - коефіцієнт якості організаційного потенціалу;

K_y - коефіцієнт якості управлінського потенціалу;

K_z - коефіцієнт якості земельних ресурсів.

Якісні параметри відповідних факторів можуть бути використані в умовах застосування індексного методу обґрунтування потенціалу цільової виробничої програми. Призначена методологія обґрунтування виробничого потенціалу дозволить, на нашу думку, правильно підійти до визначення ефективності системи управління, до оцінки діяльності трудових колективів. Особливо це необхідно забезпечити в умовах розвитку орендних відносин, кооперативних формувань.

Для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, щодо подальшого розвитку виробничого потенціалу нами запропонована багатофакторна модель, в основу якої включено такі фактори, як: якість ґрунтів, рівень управлінського потенціалу, урожайність зернових, приріст ВРХ, основні фонди в розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь. Результативною ознакою є чистий дохід (виручка від реалізації) на 100 га сільськогосподарських угідь.

В результаті розрахунків, модель матиме вигляд:

$$Y_1 = -480,93 + 21,26x_1 - 0,85x_2 + 174,40x_3 + 5,15x_4 - 0,02x_5, \quad (1)$$

Коефіцієнт кореляції – 0,82;

Коефіцієнт детермінації – 0,90.

де Y_1 – чистий дохід (виручка від реалізації) на 100 га сільськогосподарських угідь, тис. грн;

x_1 – якість ґрунтів, бал;

x_2 – приріст ВРХ, грам;

x_3 – рівень управлінського потенціалу, бал;

x_4 – урожайність зернових, ц/га;

x_5 – основні фонди на 100 га сільськогосподарських угідь, тис. грн;

Одержане рівняння регресії свідчить, що з 5 факторів, які увійшли до моделі, всі позитивно впливають на результативну ознаку. Найбільш позитивно впливає рівень управлінського потенціалу. Так, з підвищенням

рівня управлінського потенціалу на 1 бал, збільшується валова продукція в розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь на 252,53 тис. грн.

Коефіцієнт множинної кореляції, який дорівнює 0,85, характеризує високу тісноту впливу означених факторів на результат.

На основі розроблених моделей кореляційної залежності результативних показників від факторів впливу визначені розрахункові величини економічних показників, які покладені в основу при оцінці рівня використання можливостей сільськогосподарських підприємств та обґрунтованості управлінських рішень як нормативи. Результати досліджень представлено в таблиці 1.

Невідповідність системи управління вигомам ринкового середовища проявляється в підприємствах 1 і 2 групи, в яких коефіцієнт

використання можливостей за чистим доходом знаходиться нижче одиниці.

Відповідно, в третій групі підприємств система управління забезпечила використан-

ня потенціалу з коефіцієнтами відповідно за чистим доходом (виручкою від реалізації) – 1,23.

Таблиця 1

Рівень використання можливостей в досліджуваних сільськогосподарських підприємствах Тернопільської області

Групи районів за рівнем використання їх потенціалу, як можливостей (за чистим доходом (виручки від реалізації) на 100 га сільськогосподарських угідь, тис. грн), у коефіцієнтах	Кількість районів у групі	Чистий дохід (виручка від реалізації) на 100 га сільськогосподарських угідь, тис. грн		
		у середньому по групі господарств		
		Чистий дохід (виручка від реалізації) на 100 га сільськогосподарських угідь, тис. грн (фактично за даними звітності)	Чистий дохід (виручка від реалізації) на 100 га сільськогосподарських угідь, тис. грн (розрахункова згідно з розробленими моделями)	Рівень використання потенціалу підприємств як можливостей (у коеф.)
I. до 0,70	10	482,31	689,31	0,55
II. 0,71 – 0,99	5	675,06	786,06	0,85
III. Понад 1	2	987,5	798,39	1,23
У середньому	17	779,26	782,78	0,97

Джерело: розрахунки одержані на основі моделей кореляційної залежності чистого доходу (виручки від реалізації) від факторів впливу на 100 га сільськогосподарських угідь.

Висновки. Ефективне управління, цілеспрямоване відтворення та повноцінне використання ресурсів сільськогосподарських підприємств можуть бути забезпечені тільки тоді, коли мають місце: по-перше, економічно та соціально доцільне співвідношення ресурсів праці і матеріально-технічної бази; по-друге, застосування прогресивних, вископродуктивних та екологічнобезпечних технологій у виробництві продукції; по-третє, розширення, відтворення та оновлення ресурсів. Адже чітко організоване, регульоване,

своєчасне та в достатній кількості матеріально-технічне забезпечення і висока якість матеріально-технічних основних засобів виробництва сільськогосподарської продукції, їх інноваційно-інвестиційна складова, людський капітал та трудові ресурси села безпосередньо визначають результативність й безпеку функціонування виробничого потенціалу аграрних підприємств, а також їх поступальний розвиток на основі гнучкого системного управління.

Список літератури:

1. Вишнеvsька О.М. Формування та оцінювання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств. Вісник ХНАУ. – 2007. – № 3. – С. 27-32.
2. Вінніченко І.І. Ефективність використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств. Інвестиції: практика та досвід № 22. – 2015 р. – С. 34-37.
3. Гудзинський О.Д., Судомир С. М., Гуренко Т. О. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект): [монографія]. К.: ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.;
4. Коренков О.В. Виробничий потенціал як складова частина потенціалу підприємства. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія «Економічна». 2014. № 565. С. 186-190.
5. Кустрич Л.О. Основні засади підвищення ефективності стратегічного управління та використання потенціалу сільськогосподарських підприємств. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – Херсон, 2017. – Вип. 27, Ч. 2. – С. 19-22.
6. Судомир С.М. Теоретико-методологічні підходи щодо розкриття сутності поняття «потенціал». Вісник БДАУ, Біла Церква. – 2008. – Вип.53. – С. 41-44.

7. Нестеренко С.А. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств: управлінський аспект: [монографія]. Київ, 2012. – 483 с.
8. Ульянченко О.В. Ресурсний потенціал аграрного сектора економіки України: управлінський аспект: [монографія]. Суми: Довкілля, 2009. – 383 с.
9. Трегобчук В. Відтворення та ефективневикористання ресурсного потенціалу АПК (теоретичні та практичніаспекти). К.: Інститутекономіки НАН України., 2013. – 259 с.

References:

1. Vyshnevskaya O.M. (2007) Formuvannya ta otsiniuvannya resursnoho potentsialu silskohospodarskykh pidpriemstv. Visnyk KhNAU, № 3, p. 27-32 [in Ukrainian].
2. Vinichenko I.I. (2015) Efektyvnist vykorystannia resursnoho potentsialu silskohospodarskykh pidpriemstv. Investytsii: praktyka ta dosvid, № 22, p. 34-37 [in Ukrainian].
3. Hudzynskiy O.D., Sudomyr S. M., Hurenko T. O. (2010) Upravlinnia formuvanniam konkurentospromozhnoho potentsialu pidpriemstv (teoretyko-metodolohichni aspekt): [monohrafiia]. K.: IPK DSZU, 212 p. [in Ukrainian].
4. Korenkov O.V. (2014) Vyrobnychyi potentsial yak skladova chastyna potentsialu pidpriemstva. Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu im. V.N. Karazina. Seriiia «Ekonomichna», № 565, p. 186-190 [in Ukrainian].
5. Kustrich L.O. (2017) Osnovni zasady pidvyshchennia efektyvnosti stratehichnoho upravlinnia ta vykorystannia potentsialu silsko-hospodarskykh pidpriemstv. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia: Ekonomichni nauky. Kherson*, Vyp. 27, Ch. 2, p. 19-22 [in Ukrainian].
6. Sudomyr S.M. (2008) Teoretyko-metodolohichni pidkhody shchodo rozkryttia sutnosti poniattia «potentsial». Visnyk BDAU, Bila Tserkva, Vyp.53, p. 41–44 [in Ukrainian].
7. Nesterenko S.A. (2012) Konkurentospromozhnist silskohospodarskykh pidpriemstv: upravlinskyi aspekt: [monohrafiia]. Kyiv, 483 p. [in Ukrainian].
8. Ulianchenko O.V. (2009) Resursnyi potentsial ahranoho sektora ekonomiky Ukrainy: upravlinskyi aspekt: [monohrafiia]. Sumy: Dovkillia, 383 p. [in Ukrainian].
9. Trehobchuk V. (2013) Vidtvorennia ta efektyvnevykorystannia resursnoho potentsialu APK (teoretychni ta praktychniaspekty). K.: Instytutekonomiky NAN Ukrainy, 259 p. [in Ukrainian].

УДК: 339.138; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-260-267

Коноваленко А.С., к.е.н., ст. викладач
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра моторного

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ВИРОБНИКІВ ПРОДУКЦІЇ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ

Анотація. У статті розглянуто ключові тенденції практики бренд-менеджменту виробників продуктів харчування для дітей шкільного віку. Розглянуто позицію виробників продуктів харчування у рейтингах найдорожчих брендів в Україні. Зазначено вплив та значення емоційної складової бренду на поведінку споживача. Зазначено специфічні особливості реалізації у дітей моделі «пілот-автопілот» та необхідність врахування у практиці бренд-менеджменту ключових маркетингових ефектів, а саме «ефекту обрамлення» та «ефекту негайного отримання».

Ключові слова: маркетинг, бренд, брендинг, дитяче харчування, тенденції, ринок, сегмент, бренд-менеджмент, поведінка споживача, модель «пілот-автопілот», маркетингові ефекти.

JEL code classification: M19, M31

*Konovalenko A. PhD in Economic Sciences,
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University*

BRAND MANAGEMENT OF MANUFACTURERS OF CHILD FOOD PRODUCTS

Abstract. The appearance of a new product on the market can provoke both positive and negative perception. The article defines the key trends in brand management practices for food manufacturers for school-age children. The position of food producers in the ratings of the most expensive brands in Ukraine is considered. The influence and importance of the emotional component of the brand on the consumer behavior is indicated.

The necessity of adhering to the brands of corporate social responsibility policy has been proved, since brand management is a tool for influencing consumer behavior and is shaping the values and perceptions of children and youth formed by the brand of behavior patterns in the market. The specific features of implementation of the "pilot-autopilot" model and the necessity to consider in the practice of brand-management key marketing effects, namely "framing effect" and "immediate receipt effect", are specified.

In the article branding is seen as an effective tool to ensure a long-term competitive position for producers, a factor for the sustainable development of companies, and a tool for influencing consumer behavior in the food market.

Given the specifics of the child's outlook as he or she becomes an individual, there is a risk of undue influence and pressure on the child's decision to purchase certain foods. In order to update the brand management policy of companies with regard to the modern business requirements and expectations of the society, there is a need to strengthen the corporate social responsibility policy by considering marketing effects such as "framing effect" and "immediacy effect" in the areas related to supply of food for school children.

Key words: marketing, brand, branding, baby nutrition, trends, market, segment, brand management, consumer behavior, «pilot-autopilot» model, marketing effects.

Постановка проблеми. Діяльність виробників продуктів дитячого харчування в Україні в умовах посилення євроінтеграційних процесів все більше опиняється під впливом загальносвітових та галузевих тенденцій, спричинених низкою зовнішніх змін. Задля забезпечення економічної ефективності та сталого розвитку виробники мають ада-

птуватись до мінливого оточення та будувати гнучку маркетингову стратегію, використовуючи сучасні засоби та інструменти бренд-менеджменту, адже саме якісний брендинг здатен забезпечити підприємствам довгострокову конкурентоспроможну позицію для розширює можливості для розвитку бізнесу.

Продукти харчування українських виробників користуються попитом на внутрішньому ринку, а також на міжнародному ринку завдяки підтримці високого рівня якості самих продуктів та інгредієнтів, які використовують у процесі виробництва. Однак, часто продукт високої якості залишається поза увагою потенційного споживача через недостатність уваги до маркетингових інструментів для позиціонування продукції на ринку та відсутність емоційного зв'язку між виробником (брендом) та споживачами. До того ж брендинг продуктів дитячого харчування на вітчизняних підприємствах сьогодні має розглядатись не стільки як аспект посилення довгострокової конкурентоспроможної позиції виробника на ринку, скільки як нагальна соціальна необхідність. Існуючі умови вимагають від вітчизняних виробників продуктів дитячого харчування посилення діяльності щодо моніторингу існуючих тенденцій на ринку та запровадження ефективної практики бренд-менеджменту задля підвищення економічної ефективності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні засади маркетингу на ринку продуктів харчування та питання підвищення ефективності маркетингу підприємств харчової промисловості досліджувались Б.Й. Пасхавером, Г.І. Мостовим, Л.В. Дейнеко, Є.П. Голубковою, Т.Л. Мостенської, Г.В. Балабановим, С.В. Близняком тощо. Концептуальні основи та практичні аспекти дитячого брендингу розкриті у роботах відомих зарубіжних та вітчизняних науковців, зокрема Д. Аакера, С. Кумбера, Ж.-Н. Капферера, М. Ліндстрема, С. Пашутіна, Р. Колядюка, М. Римаренка, О.О. Шубіна, Б.А. Райзберга, Е.В. Попова, Є. Райхліної, Г.Л. Багієва, Г. Черчилля та інших.

Теоретичні та прикладні аспекти маркетингового впливу на психологію поведінку споживачів стали предметом дослідження у працях таких дослідників, як Дж.М. Вайкері, Л. Ческіна, Е. Дихтер, П. Друкер, Д.Ф. Енджел, Р.Д. Блекуелл, П.У. Мініард, А. Лебедєв-Любимов, В.М. Бехтерев.

Постановка завдання. Мета статті полягає в узагальненні існуючих тенденцій, які

прямо або опосередковано впливають на вибір стратегії бренд-менеджменту сучасними виробниками продуктів харчування для дітей в Україні з урахуванням маркетингових ефектів.

Виклад основного матеріалу. Поява на ринку нового товару може провокувати як позитивне, так і негативне сприйняття. Реакція виникає у споживача підсвідомо, в результаті відбувається певний зв'язок товару з емоційним фоном, який він викликає у покупців. Фактично, бренд здійснює психологічний вплив на людину, який полягає у соціально-психологічній активності людини, що здійснюється в різних формах і різними засобами, спрямована на інших людей та їх групи для зміни психологічних характеристик особистості (її поглядів, думок, відносин, ціннісних орієнтацій, настроїв, мотивів, установок, стереотипів поведінки тощо), групових норм, громадської думки або переживань людей, які опосередковують їх діяльність і поведінку [1, с. 103]. Така реакція формується не миттєво, а протягом тривалого часу. Крім того й наслідки формування такого зв'язку та асоціацій матимуть довгострокові результати. Тож, враховуючи той факт, що бренд-менеджмент є повільнодіючим комунікаційним маркетинговим інструментом із значним рівнем ризику та довгострокових наслідків, він потребує кваліфікованого, професійного та цілеспрямованого управління. Відсутність швидкого економічного ефекту та необхідність тривалої роботи та інвестицій, які окуповуються лише згодом впливає на те, що бренд-менеджмент тривалий час не використовували вітчизняні виробники, реалізуючи лише короткотермінові маркетингові заходи.

Однак, згодом прагнення українських виробників забезпечити сталий розвиток у довгостроковій перспективі обумовив активізації діяльності у сфері управління брендом. За даними НВ та MPP Consulting 44 [2] вітчизняних виробників продуктів харчування, напоїв та кондитерських виробів увійшли до першої сотні найдорожчий брендів України (табл. 1).

Таблиця 1

Найдорожчі бренди України за даними I півріччя 2018 р.

№	Місце у рейтингу	Назва бренду	Галузь	Вартість бренду, млн.дол.
1.	1	Моршинська	Пивобезалкогольна	533
2.	5	Sandora	Пивобезалкогольна	231
3.	7	Roshen	Кондитерська промисловість	206
4.	11	Наша Ряба	Продукти харчування	154
5.	13	Торчин	Продукти харчування	145
6.	15	Олейна	Пивобезалкогольна	123
7.	16	Чумак	Продукти харчування	117
8.	17	Корона	Кондитерська промисловість	115
9.	21	Jaffa	Пивобезалкогольна	97
10.	24	Миргородська	Пивобезалкогольна	88,5
11.	29	Наш Сік	Пивобезалкогольна	71
12.	32	Яготинське	Продукти харчування	61
13.	33	Садочок	Пивобезалкогольна	58
14.	35	Люкс	Продукти харчування	51,8
15.	37	Слов'яночка	Продукти харчування	49,5
16.	39	Світоч	Кондитерська промисловість	41,1
17.	40	Живчик	Пивобезалкогольна	38,7
18.	41	Конті	Кондитерська промисловість	37
19.	43	Біла лінія	Продукти харчування	32
20.	44	Любимов	Кондитерська промисловість	31,5
21.	45	Мівіна	Продукти харчування	29,6
22.	46	АВК	Кондитерська промисловість	28
23.	48	Гаврилівські курчата	Продукти харчування	26
24.	51	Тульчинка	Продукти харчування	24,6
25.	57	Верес	Продукти харчування	19,2
26.	28	Галичина	Продукти харчування	19
27.	62	Щедро	Продукти харчування	15,2
28.	63	Біола	Пивобезалкогольна	14
29.	64	Королівський смак	Продукти харчування	13,6
30.	69	Олком	Продукти харчування	11,2
31.	72	Руна	Продукти харчування	10,6
32.	73	Ятрань	Продукти харчування	10,1
33.	76	Волошкове поле	Продукти харчування	9,3
34.	77	Щедрий дар	Продукти харчування	9
35.	78	Добряна	Продукти харчування	8,5
36.	80	Flint	Продукти харчування	8,2
37.	83	Шостка	Продукти харчування	7,7
38.	85	Глобино	Продукти харчування	7
39.	86	Три ведмеді	Продукти харчування	6,9
40.	89	Рудь	Продукти харчування	6,2
41.	93	Semki	Продукти харчування	5,1
42.	98	Фанні	Продукти харчування	4,45
43.	99	Ясенвіт	Продукти харчування	4,4
44.	100	Фарро	Продукти харчування	4,3

Враховуючи спеціалізацію виробників можна зробити висновки про те, що більш потужну ринкову позицію мають бренди, що пропонують дорослим, дітям та підліткам через мережу ритейлу соки та мінеральні води (8 брендів), кондитерські вироби (6 брендів), виробники молока та молочних продуктів (6 виробників).

Бренд-менеджмент сучасних виробників продуктів харчування у сегменті дітей та підлітків є поєднанням досягнень науки у сфері маркетингу та мистецтві конкретних маркетологів та бренд-менеджерів адаптувати теоретичні засади до конкретних умов з урахуванням моделі поведінки споживачів на певному ринку. Підвищенню ефективності бренд-менеджменту сприяє низка чинників:

1. Відповідність якості пропонованого продукту очікуванням та запитам споживачів;

2. Наявність функціональної та емоційної складової у концепції просування продукту та комунікаційній стратегії, які відповідатиме життєвим цінностям цільової групи покупців;

3. Послідовність у реалізації маркетингової стратегії у відповідності до обраної стратегії позиціонування продукту в сегменті [3].

Діти та підлітки віком 6-18 років, які згідно чинного законодавства України можуть здійснювати дрібні побутові угоди, тож мають право самостійно обирати та купувати недорогі продукти харчування на власний розсуд [4]. Таким чином, вони стають повноправними учасниками ринкових відносин, однак, вони не стають специфічними споживачами, а опиняються у дорослому продуктовому сегменті нарівні із споживачами, які досягли повноліття (табл. 2).

Таблиця 2

Характеристика дитячого сегменту на ринку продуктів харчування в залежності від віку дитини

Вік дитини	Продукт	Вимоги до виробника	Особа, яка приймає рішення про купівлю	Суб'єкти впливу
До 3 років	Продукти дитячого харчування	Спеціальне маркування, відповідність технології виробництва вимогам чинного законодавства	Батьки дитини або особи, які їх замінюють	Дитина через власні уподобання, виробник через комунікації
3-6 років	Продукти харчування з урахуванням вікових обмежень	Спеціальне маркування, відповідність технології виробництва вимогам чинного законодавства	Батьки дитини або особи, які їх замінюють, працівники закладів дитячого виховання	Дитина через власні уподобання, виробник через комунікації, державні інституції через контроль закладів дитячого виховання
7-18 років	Продукти харчування без врахування вікових обмежень	Відсутність маркування щодо рекомендованих вікових обмежень, відповідність технології виробництва вимогам чинного законодавства в межах дитячих закладів освіти	Дитина	Батьки, працівники закладів освіти, працівники продуктових магазинів та закладів громадського харчування, виробник через рекламу

Ринковий вибір дітей регулюватиметься їх платоспроможністю, власними запитами та переконаннями. Потрапляючи у «дорослі» ринкові взаємовідносини із вироб-

никами та ритейлом, діти на ринку приймають рішення щодо купівлі продукту за схемою «пілот-автопілот» (рис.1).

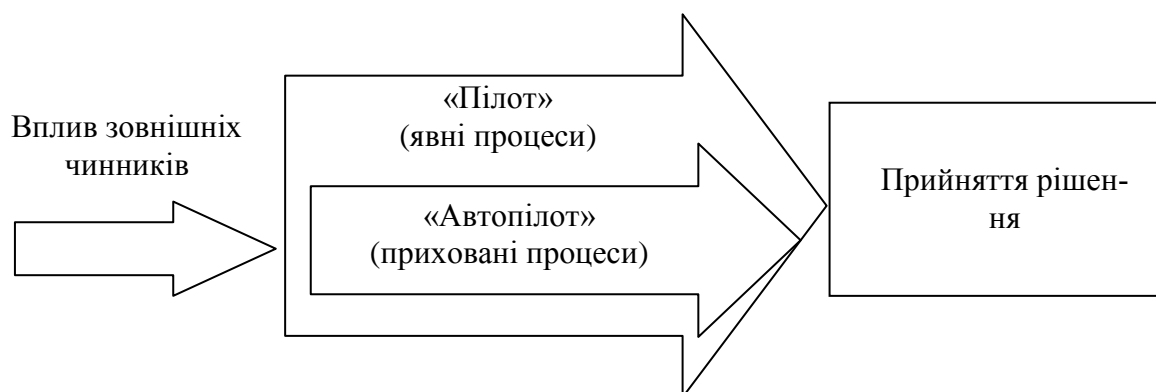


Рис. 1. Модель прийняття рішення про купівлю «Пілот-автопілот»

В основі моделі Д. Канемана «пілот-автопілот» знаходяться дві різні системи мислення, які обумовлюють нашу поведінку та вибір споживача. «Автопілот» поєднує сприйняття та інтуїцію людини, передбачає активну й швидку обробку інформації на основі асоціацій у вигляді паралельних потоків та пов'язаний із зовнішнім світом органами чуття людини. «Пілот» — гнучке, повільне, поступове сприйняття. При набутті навичок людина штучно управляє процесом вибору (працює система «пілот»), а згодом робить вибір автоматично (працює «автопілот») [5, с. 31].

«Автопілот» слід розглядати як систему цінностей та сформованих моделей прийняття рішень, яка закладається протягом тривалого періоду часу першої частини життя (біля 20 років), що формує первинний споживчий досвід людини. Тож система «автопілоту» у дітей є несформованою, що обумовлює її слабкий вплив та більшу залежність дітей від системи «пілоту». Вибір на основі «пілоту» — це вибір під впливом зовнішніх подразників та стимулів через органи чуття людини (зір, слух, смак тощо).

Зовнішні подразники впливають на сприйняття товару людиною та базуються на основі маркетингового впливу, що реалізується на основі концепції, запропонованої у 1896 р. Елмо Левісом. Дану модель традиційно називають моделлю впливу AIDA. Вона отримала широку популярність у західній економічній літературі та широко розповсю-

джена у бізнес-практиці [6, с. 112]. Бренд-менеджмент сучасної компанії має враховувати дію даної моделі споживчої поведінки, однак найбільш відповідає сучасній концепції маркетингу комплекс інструментів моделі AIDAS.

Модель AIDAS є сучасним форматом класичної та розповсюдженої моделі AIDA, яка передбачає прагнення компанією спонукання потенційного споживача до контакту та містить такі кроки:

- Attention – привернути увагу;
- Interest – викликати інтерес;
- Desire – спровокувати бажання;
- Action – підштовхнути до дії;
- Satisfaction – задовольнити потреби

споживача [7, с. 79].

Здійснюючи брендинг сучасні компанії досягають 4 перші мети: вони привертають увагу дітей шляхом здійснення маркетингових комунікацій, викликають інтерес до продукту, провокують бажання його отримати та споживати, досягають купівлі продукту дітьми. Однак чи вважати придбання продукту та його споживання досягненням задоволення споживача шкільного віку навіть вразі, що даний продукт задовольнив його короткотермінову потребу, залишається питанням дискусійним. Споживання снєків та солодких газованих напоїв дітьми задовольняє їх смакові забаганки, однак не задовольняє потреби їх організму та навіть може шкодити здоров'ю. Тож задоволення потреб дітей шкільного віку слід розглядати у короткоте-

рміновому та стратегічному значенні.

Враховуючи відсутність у дітей шкільного віку сталої системи цінностей переконань, виробники та ритейл не тільки впливають на їх споживчий вибір через зовнішні подразники та, у тому числі, через маркетингові заходи, а також через споживання та переконання дітей як споживачів формують їх життєві цінності, ставлення, оцінку й світосприйняття. Таким чином, маркетинг виступає як ціннісноутворюючий аспект цілих поколінь, що вимагає від спеціалістів з бренд-менеджменту відповідального ставлення до вибору шляхів просування продукту у дитячому сегменті ринку.

Соціально-відповідальний бренд-менеджмент може бути спрямованим на просування у дитячому сегменті корисних для їх розвитку продуктів харчування та надання ним привабливості за рахунок використання

низки маркетингових ефектів. У першу чергу, застосування «ефекту обрамлення».

Бренд-менеджмент сучасної компанії має враховувати, що модель поведінки споживача на ринку продуктів харчування в дитячому сегменті формується під впливом її ustalених внутрішніх (імплицитних) процесів, а також через сприйняття дитиною експліцитної цінності продукту через його зовнішню оболонку.

«Ефект обрамлення» було продемонстровано Даніелем Канеманом. Він стверджував, що мозок людини сприймає зміст моделі одного кольору по-різному, в залежності від обрамлення цього змісту [8]. На рисунку 2 у середині обох фігур розташовано квадрати, однакові за розміром та кольором. Однак, людське око їх сприймає по-різному саме через обрамлення.

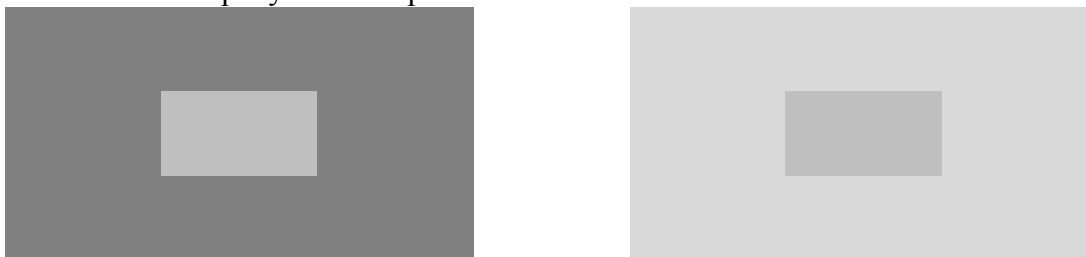


Рис. 2. Візуальна демонстрація «ефекту обрамлення» Д.Канемана

Застосування «ефекту обрамлення» на ринку продуктів харчування для дітей дасть змогу з користю впливати на прийняття рішення дітьми про купівлю шляхом використання комплексу маркетингу, як оболонки продукту, та надавати експліцитні цінності продукту, які надає використання брендів, змінювати сприйняття дитиною імплицитних властивостей, підвищувати сприйняття дітьми функціональної цінності продукції виробника.

Частіше за все продукт компанії залишається незмінними, а періодичному ребренді-

нгу підлягають інші інструменти комплексу маркетингу. Фактично змінюється «обрамлення» продукту. Доведено, що ефект обрамлення здійснює сильний вплив на сприйняття продукту споживачами, тож й ребрендинг має залишати сприйняття продукту незмінюючи його та не руйнуючи усталений стереотип [9].

Найчастіше ребрендинг відбувається під впливом моди та трендів. Тож послідовність оновлення бренду має відбуватись послідовно.

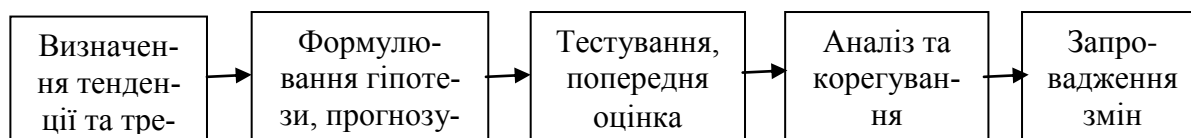


Рис. 3. Цикл застосування «ефекту обрамлення» у бренд-менеджменті

По-друге, підвищення ефективності бренд-менеджменту виробників продуктів харчування можливо досягти за рахунок врахування «ефекту негайного отримання» [10]. У 2010 році нейроекономіст каліфорнійського технологічного інституту Антоніо Ренджел експериментальним шляхом довів, що коли людина готова віддати перевагу при купівлі тому продукту, який він бачить у зоні досяжності. Якщо ж продукт демонструють на фото та слід очікувати, щоб його отримати, людина може відмовитись від його придбання. Узагальнюючи, можна стверджувати: чим менша дистанція від продукту до споживача, тим більша ймовірність, що він віддасть йому перевагу [11]. Стає зрозумілим, чому діти шкільного віку у шкільній їдальні зволіють купити хлібобулочні та кондитерські вироби, які розташовані у готовому вигляді на прилавку, ніж очікуватимуть у черзі на гарячу страву, яка не презентована на споживачу. «Ефект негайності» стосується не тільки фізичної дистанції, а й часової віддаленості. Тож наявність черг та необхід-

ність очікувати може змінити думку потенційного споживача на користь доступного продукту.

Висновки. В Україні спостерігається активізація бренд-менеджменту компаній, які виготовляють продукти харчування для дорослих та дітей шкільного віку, пов'язана із прагненням виробників забезпечити довготривалий економічний ефект та сталий ринковий розвиток. Враховуючи специфіку світогляду дитини у період її становлення як особистості, існує ризик надмірного впливу та тиску на прийняття рішення дитиною щодо купівлі тих чи інших продуктів харчування. З метою актуалізації політики бренд-менеджменту компаній щодо сучасних вимог ведення бізнесу та очікувань суспільства існує необхідність посилити політику соціальної відповідальності бізнесу шляхом врахування під час брендингу маркетингових ефектів, таких як «ефект обрамлення» та «ефект негайності», в галузях, пов'язаних із пропозицією продуктів харчування дітям шкільного віку.

Список літератури

1. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы / А. Лебедев-Любимов. – СПб. : Питер, 2005. – 368 с
2. Топ-100 найдорожчих брендів України [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://magazine.nv.ua/ukr/journal/3304-journal-no-43/top-100-najdorozhchikh-brendiv-ukrajini.html>
3. Г. Я. Студінська Теоретико-методологічні підходи до моделювання бренда // Формирование рыночных отношений в Украине. 2014. №12 (163). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoretiko-metodologichni-pidhodi-do-modelyuvannya-brenda>
4. Закон України «Про охорону дитинства» від 26 квітня 2001 року № 2402-III [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2402-14>
5. Євсейцева О.С. Психологічні аспекти вивчення поведінки споживача / О.С. Євсейцева, Д.С.Потєха // Інвестиції: практика і досвід. - №10. – 2016. – С. 30-34.
6. Прокопенко О.В., Троян М.Ю. Поведінка споживачів: навч. пос. — К.: Центр учбової літератури, 2008. — 176 с
7. Wijaya, Bambang Sukma. The Development of Hierarchy of Effects Model in Advertising. International research journal of business studies, [S.l.], v. 5, n. 1, aug. 2015. ISSN 2338-4565. Available at: <http://www.irjbs.com/index.php/jurnalirjbs/article/view/98>
8. Бакаленко, О. (1). Емоційна складова в механізмі прийняття рішень, пов'язаних з ризиком. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Теорія культури і філософія науки», (1092). Retrieved із <https://periodicals.karazin.ua/thcphs/article/view/2217>

9. Яхновец, М. В. Редизайн и ребрендинг в ритейле как современное направление / М. В. Яхновец, А. П. Бобович // Молодежь в науке и предпринимательстве [Электронный ресурс] : сборник научных статей VIII международного форума молодых ученых, посвященного 55-летию университета, Гомель – Ранчо, 15–17 мая 2019 г. : научное электронное текстовое издание / Белкоопсоюз, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации ; под науч. ред. Н. В. Кузнецова ; редкол.: С. Н. Лебедева [и др.]. – Гомель, 2019. – С. 534–536. – Библиография: 2 назв.
10. Мірясов Ю. О. Ефект маркетингу та його вплив на вподобання споживача в моделі оптимального вибору // Problems of Economy. – 2019. – Т. 39. – №. 1.
11. Лукашов А.В. Поведенческие корпоративные финансы и дивидендная политика фирмы // Управление корпоративными финансами №2, 2004. Режим доступа: <https://popecon.ru/456-effekt-obramlenija-v-prinjatii-reshenii.html>

References:

1. Lebediev-Liubymov A. (2005) *Psykholohyia reklamy*. SPb.: Pyter, 368 p. [in Russian].
2. Top-100 naidorozhchych brendiv Ukrainy [Online]. Retrieved from: <https://magazine.nv.ua/ukr/journal/3304-journal-no-43/top-100-naidorozhchikh-brendiv-ukrajini.html> [in Ukrainian].
3. Н. Я. Studinska (2014) Teoretyko-metodolohichni pidkhody do modeliuвання brenda. *Formyrovanye rynochnykh otnoshenyi v Ukrainy*, №12 (163). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoretiko-metodologichni-pidhodi-do-modeliyuvannya-brenda> [in Ukrainian].
4. Закон України «Про окhorону дытнства» vid 26 kvitnia 2001 roku № 2402-III [Online]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2402-14> [in Ukrainian].
5. Ievseitseva O.S. (2016) Psykholohichni aspekty vyvchennia povedinky spozhyvacha. *Investytsii: praktyka i dosvid*, №10, p. 30-34 [in Ukrainian].
6. Prokopenko O.V., Troian M.Iu. (2008) Povedinka spozhyvachiv [navch. pos.]. K.: *Tsentr uchbovoi literatury*, 176 p. [in Ukrainian].
7. Wijaya, Bambang Sukma (2015). The Development of Hierarchy of Effects Model in Advertising. *International research journal of business studies*, [S.l.], v. 5, n. 1, aug. 2015. ISSN 2338-4565. Available at: <http://www.irjbs.com/index.php/jurnalirjbs/article/view/98> [in English].
8. Bakalenko, O. (1). Emotsiina skladova v mekhanizmi pryiniattia rishen, poviazanykh z ryzykom. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriia «Teoriia kultury i filosofii nauky»*, (1092). Retrieved iz <https://periodicals.karazin.ua/thcphs/article/view/2217> [in Ukrainian].
9. Iakhnovets, M. V. (2019) Redyzain y rebrendynh v ryteile kak sovremennoe napravlenye / M. V. Yakhnovets, A. P. Bobovych // Molodezh v nauke y predprynymatelstve [Электронный ресурс] : sbornyk nauchnykh statei VIII mezhdunarodnoho foruma molodykh uchenykh, posviashchennoho 55-letiyu unyversyteta, Homel Rancho, 15–17 maia 2019 h.: *nauchnoe elektronnoe tekstovoe yzdanye. Belkoopsoiuz, Belorusskiy torhovo-ekonomycheskiy unyversytet potrebytelskoi kooperatsyy*, pod nauch. red. N. V. Kuznetsova; redkol.: S. N. Lebedeva [y dr.]. *Homel*, p. 534–536. Byblyohrafya: 2 nazv. [in Russian].
10. Miriasov Yu. O. (2019) Efekt marketynhu ta yoho vplyv na vpodobannia spozhyvacha v modeli optymalnoho vyboru. *Problems of Economy*, Vol. 39, №. 1 [in Ukrainian].
11. Lykashov A.V. (2004) Povedencheckye korrporatevnyye fynancy y dyvydendnaia polytyka firmy. *Upravlenye korrporatevnyymi fynancami*, №2. Retrieved from: <https://popecon.ru/456-effekt-obramlenija-v-prinjatii-reshenii.html> [in Russian].

УДК: 338.26; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-268-276

*Педченко Г.П., к.е.н., доцент,
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного,
Власюк Ю.О., к.е.н., доцент
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут*

БАГАТОВИМІРНИЙ СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ СТАНУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Анотація. В статті запропоновано систему показників для характеристики стану підприємництва та проведено статистичний аналіз сучасного стану підприємництва в регіонах на основі багатокритеріальної оцінки, а саме кластерний аналіз. По одержаних кластерах регіонів виконане рейтингове оцінювання кластерів регіонів за обраними показниками з узагальненням їх позиції за допомогою суми місць.

Ключові слова: підприємництво, регіони, кластерний аналіз, рейтинг.

JEL code classification: C38

*Pedchenko G.P., PhD, Ass. Prof.,
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
Vlasiuk Ju.O., PhD in Economic Sciences, Associated Professor
Khmelnitsky Cooperative Trade and Economic Institute*

MULTILATERAL STATISTICAL ANALYSIS OF ENTREPRENEURSHIP CONDITION IN THE REGIONS OF UKRAINE

Abstract. The article proposes a system of indicators for the characterization of the entrepreneurship condition. For the monitoring and assessment of the entrepreneurship condition in the regions, were used the available data from the State Statistics Service concerning the subjects of entrepreneurship, in particular enterprises, including small and individual entrepreneurs. The assessment of the state of entrepreneurship condition in the regions proposed to conduct on the basis of estimated specific indicators that characterize the density of economic entities, the attraction of labour and costs on workforce, sales volumes and financial results of activity.

The statistical analysis of the current entrepreneurship condition in the regions on the basis of multicriteria assessment, namely cluster analysis was conducted. For the classification of regions according to the obtained indicators, the algorithm of the *k*-medium method, which belongs to the group of reference type iterative methods, was used. The decision on the number of clusters was taken on the basis of the previous hierarchical clusterization, for which were used the Ward method and the Euclidean distance. The dendrogram of business similarity of the regions of Ukraine has shown that it is expedient to allocate six clusters, in which with the help of PP STATISTICA were calculated the average indicators of the state of entrepreneurship. According to the obtained clusters of regions, the rating of clusters of regions according to selected indicators was carried out with the generalization of their position using the sum of places.

Keywords: entrepreneurship, regions, cluster analysis, rating.

Постановка проблеми. Одним із визначальних напрямів, який має сприяти значному підвищенню ефективності реалізації вітчизняного економічного потенціалу, оптимізації участі України у міжнародному поділі праці, зміцненню конкурентоспро-

можності національної економіки, є розвиток підприємництва. Як невід'ємний сектор ринкової економіки підприємництво має явну регіональну орієнтацію, оскільки підприємства, наприклад, малого бізнесу, які мають найбільшу питому вагу серед підп-

приємств-суб'єктів господарювання у всіх регіонах, планують свою діяльність, виходячи, перш за все, з потреб місцевих ринків, обсягів та структури локального попиту, а місцева влада в межах своїх повноважень формує підприємницький клімат.

Отже, проведення системних реформ, які охоплюють різні аспекти економічного життя регіонів України, потребує науково обгрунтованих концептуальних пропозицій щодо сприяння розвитку підприємництва в контексті інтеграційних процесів. важливою складовою реформування має бути створення сприятливих умов для розвитку підприємництва, формування цивілізованого підприємницького середовища в кожному регіоні держави, яке б відповідало загальносвітовим і європейським стандартам. [1, с. 6].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку підприємництва в регіонах України досліджували такі українські науковці, як Ковальов А. [1], Козоріз М., Лукав' Л., Проданова Л. [2], Тимченко О., Федорова А. [3] та інші. Українські економісти аналізують стан та перспективи підприємництва в регіонах, а також найрізноманітніші фактори, вплив яких може призвести як до суттєвих проблем у функціонуванні бізнесу, так і слугувати підґрунтям для значних конкурентних переваг.

При цьому існує низка причин об'єктивного й суб'єктивного характеру, що перешкоджають прогресивному поступальному розвитку суб'єктів господарювання в окремих регіонах України. Таким чином, виникає потреба постійного моніторингу та оцінки регіонального стану підприємництва.

Формулювання цілей статті. Метою статті є статистичний аналіз сучасного стану підприємництва в регіонах на основі багатокритеріальної оцінки.

Виклад основного матеріалу. Для моніторингу та оцінки стану підприємництва в регіонах доцільно використовувати наявні дані Держстату [4] щодо суб'єктів підприємництва, зокрема підприємств та фізичних осіб-підприємців (табл. 1 та 2). Також в системі показників має сенс виокремлювати показники по малих підприємствах, тому що, на нашу думку, підприємства малого бізнесу виступають двигунами економічного зростання і розвитку, особливо в умовах високого рівня безробіття і високого рівня бідності. Ці підприємства забезпечують гнучкість та стійкість економічної системи регіону, наближують її до потреб конкретних споживачів і, водночас, виконують важливу соціальну роль, надаючи робочі місця та забезпечуючи джерело доходу для значної кількості населення [3].

Таблиця 1
Окремі показники діяльності суб'єктів у регіонах України в 2017 році

Області	Кількість суб'єктів підприємництва			Кількість зайнятих працівників, тис. ос.			Кількість найманих працівників, тис. ос.			Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), млн. грн.		
	підприємства	в т.ч. малі	ФОП	підприємства	в т.ч. малі	ФОП	підприємства	в т.ч. малі	ФОП	підприємства	в т.ч. малі	ФОП
Україна	338341	322920	1466803	5943,2	1658,9	2328,1	5844,9	1562,4	861,3	7862695	1482001	604336,7
Вінницька	9187	8706	59744	143,4	51,4	94,5	140	48	34,7	145132,8	41552,3	24301
Волинська	5597	5293	36560	102,1	29,4	63,2	99,9	27,3	26,7	151572,1	20651	14427,1
Дніпропетровська	27897	26603	114249	611,6	135,9	186,6	604,7	129,1	72,3	897659,1	132503,5	49591,8
Донецька	10450	9909	50444	264,8	44,6	81,1	262,4	42,3	30,7	397393,4	29655,4	17209
Житомирська	6491	6108	43309	117,7	37,6	71,5	115,8	35,7	28,2	88773,8	23438,6	16941,9
Закарпатська	5789	5543	46184	81,2	27,2	70,9	78,5	24,6	24,8	49963,2	14964,8	17453,9
Запорізька	14579	13975	63045	260,7	68,4	100,5	255,2	63	37,4	281706,1	50980,2	23152,2
Івано-Франківська	7639	7342	42167	91,9	35,3	75,1	89,2	32,7	32,9	79513,2	22109,5	16093,2
Київська	19339	18403	76687	303,5	95,6	115,9	299,4	91,6	39,3	411979,3	92731,8	34438
Кірово-	7735	7406	28712	94,6	38,5	46,6	90,9	34,9	17,9	84044,2	32673	9918,7

градська												
Луганська	3408	3205	17888	97,8	17,1	28,4	96,5	15,9	10,5	38944,1	10957,9	6082,3
Львівська	17938	17064	93015	300,2	98,5	153,6	295	93,4	60,5	265335,4	71756,3	39436
Миколаївська	10801	10459	43389	120,9	45,9	62,4	115,7	40,7	19	133161,7	35399,7	13718,5
Одеська	24026	23203	103750	276,9	115,4	152,8	269,5	108,1	49	329632,3	96275,4	35527,1
Полтавська	10189	9609	50466	220,7	51,5	89	217,5	48,3	38,5	259511,4	41806,3	20626,2
Рівненська	5280	4995	32831	84	30,2	61,2	82,1	28,3	28,4	60298,5	18668,4	12664,2
Сумська	5705	5324	34074	112,3	31,8	60,1	110,6	30,1	26,1	86663,3	21085,2	13573,7
Тернопільська	4710	4481	31303	72,5	27,6	56,4	70,9	26	25,1	59802,6	19112,1	11945
Харківська	22599	21461	130870	355,9	116,4	207	349,8	110,4	76,2	330819,5	99231,6	56304,8
Херсонська	8107	7824	37591	83,6	36,8	57,6	80,2	33,4	20	65424	27009,5	11671,6
Хмельницька	6954	6575	51364	107,6	38,4	80,5	104,9	35,7	29,2	89514,5	23762,2	17472,1
Черкаська	8864	8414	43890	129,9	43,2	73,8	126,6	40	29,9	143444	34032	21035,4
Чернівецька	3925	3759	39628	49,3	21,5	57,9	47,8	20	18,3	27063,1	10528,6	12691
Чернігівська	5906	5560	33326	99,8	34,2	54,5	97,8	32,3	21,1	96114,8	23191,3	12850,1
м.Київ	85226	81699	162317	1760,3	386,5	227	1744	370,6	64,6	3289229	487924,1	95211,9

Джерело: за даними Державної служби статистики України [4]

Таблиця 2

Фінансові показники підприємств у регіонах України в 2017 році

Області	Витрати на персонал, млн. грн.		Витрати на оплату праці підприємств, млн. грн.		Підприємства, які одержали прибуток			
	підприємства	в т.ч. малі	підприємства	в т.ч. малі	всього		в т.ч. малі	
					у % до загальної кількості	фінансовий результат, млн. грн.	у % до загальної кількості	фінансовий результат, млн. грн.
Україна	569937,3	101345,2	472764,7	83077,5	72,4	515460,6	72,3	107934,7
Вінницька	11897,8	2886,8	9840,8	2365,4	76,9	12030,8	76,6	3992,8
Волинська	8189,8	1533,8	6717,1	1250,5	72,4	4769,6	72,2	1423,4
Дніпропетровська	58175,1	7772,8	47971,6	6338,8	72,7	69151,4	72,7	8758,2
Донецька	31755,2	2581,8	26802	2114,5	76,3	18929,2	76,9	1880,4
Житомирська	9307,3	1961,4	7660,3	1601,7	70,7	4775,7	70	1911,5
Закарпатська	7149,4	1394,5	5897,3	1139,7	75,9	1885,9	76	868,5
Запорізька	23949	3456	19707,1	2821,2	77,3	21683,2	77,3	4685,3
Івано-Франківська	7194,1	1794,7	5937,6	1461,6	78,6	3972,7	78,8	1165,2
Київська	31153,1	6141,3	25802,2	5008	74,8	23615,4	74,9	5349,6
Кіровоградська	6633,3	1948,9	5434,9	1584	80,4	6406,1	80,5	3732,7
Луганська	6480,7	846	5317,4	686,7	78,6	3612,6	79,4	1510,7
Львівська	25085,4	5813,9	20695	4775,6	71,6	11997,2	71,4	4272,6
Миколаївська	10241,3	2192,7	8451,7	1785	78,1	7369,7	78,1	3236,9
Одеська	22546	6280,3	18662,2	5134,6	75,3	17770,8	75,3	7292,2
Полтавська	20274,4	2730,5	16773,3	2236,9	74,6	18351,5	74,5	2892,6
Рівненська	6117,5	1501,2	5033,7	1225	69,6	3091,2	69,3	1179,2
Сумська	9358,8	1649,1	7731,5	1349,4	72,5	7793	72,1	2260,3
Тернопільська	5265	1479,6	4331,7	1208,7	76,8	4156,4	76,5	1923,6
Харківська	27261,2	6434,8	22461,3	5254,1	69,7	18169,9	69,2	7280,1
Херсонська	5629,1	1747,9	4628,9	1420,7	76,5	5331,5	76,4	2680,2
Хмельницька	8042,5	2015	6631,4	1647,1	76,5	8960,4	76,2	2133,9
Черкаська	10105,3	2244	8341,4	1832,5	77,4	9451,9	77,4	2460,3
Чернівецька	3209,2	1086,2	2625,1	879	69,5	1501,6	69,3	691
Чернігівська	7504,1	1723,3	6186,1	1402,3	73,2	7611,1	72,8	2238,9
м.Київ	207412,7	32128,7	173123,1	26554,5	66,1	223071,8	65,6	32114,6

Джерело: за даними Державної служби статистики України [4]

Розглянуті в табл. 1 та 2 показники переважно є абсолютними і відповідно не враховують розміри середовища. На нашу думку, оцінка соціально-економічних явищ в регіонах має проводитися на основі питомих показників. Таким чином, для характеристики стану підприємництва та подальшого аналізу нами пропонується система показників (табл. 3):

1. Кількість підприємств-суб'єктів господарювання в розрахунку на 10 тис. осіб населення регіону (Кп).

2. Кількість малих підприємств в розрахунку на 10 тис. осіб населення регіону (Км).

3. Кількість фізичних осіб-підприємців в розрахунку на 10 тис. осіб населення регіону (Кф).

4. Частка зайнятих працівників на підприємствах в структурі населення регіону (Зп), %.

5. Частка зайнятих працівників на малих підприємствах в структурі населення регіону (Зм), %.

6. Частка зайнятих працівників у фізичних осіб-підприємців в структурі населення регіону (Зф), %.

7. Частка найманих працівників на підприємствах в структурі населення регіону (Нп), %.

8. Частка найманих працівників на малих підприємствах в структурі населення регіону (Нм), %.

9. Частка найманих працівників у фізичних осіб-підприємців в структурі населення регіону (Нф), %.

10. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) на підприємствах в розрахунку на 1 підприємство (РПп), млн. грн.

11. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) на малих підприємствах в розрахунку на 1 мале підприємство (РПм), млн. грн.

12. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) фізичними особами-підприємцями в розрахунку на 1 фізичну особу-підприємця (Пф), млн. грн.

13. Витрати на персонал підприємств в розрахунку на 1 зайнятого працівника (ВПп), млн. грн.

14. Витрати на персонал малих підприємств в розрахунку на 1 зайнятого працівника (ВПм), млн. грн.

15. Витрати на оплату праці підприємств в розрахунку на 1 найманого працівника (ОПп), млн. грн.

16. Витрати на оплату праці малих підприємств в розрахунку на 1 найманого працівника (ОПм), млн. грн.

17. Частка прибуткових підприємств в регіоні (П%п), %.

18. Частка прибуткових малих підприємств в регіоні (П%м), %.

19. Прибуток підприємств в розрахунку на 1 підприємство (Пп), млн. грн.

20. Прибуток малих підприємств в розрахунку на 1 мале підприємство (Пм), млн. грн., млн. грн.

Таблиця 3

Система показників стану підприємництва в регіонах у 2017 році

Області (сокращ.)	Розрахункові показники																			
	Кп	Км	Кф	Зп	Зм	Зф	Нп	Нм	Нф	РПп	РПм	Пф	ВПп	ВПм	ОПп	ОПп	П%п	П%м	Пп	Пм
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
УКР	80	347	76	14,1	5,5	3,9	13,8	2,0	3,7	23,2	0,41	4,6	95,9	61,1	80,9	53,2	72,4	72,3	2,10	0,46
ВІН	58	377	55	9,1	6,0	3,2	8,8	2,2	3,0	15,8	0,41	4,8	83,0	56,2	70,3	49,3	76,9	76,6	1,70	0,60
ВОЛ	54	353	51	9,9	6,1	2,8	9,6	2,6	2,6	27,1	0,39	3,9	80,2	52,2	67,2	45,8	72,4	72,2	1,18	0,37
ДНЕ	86	352	82	18,9	5,8	4,2	18,6	2,2	4,0	32,2	0,43	5,0	95,1	57,2	79,3	49,1	72,7	72,7	3,41	0,45
ДОН	25	121	24	6,3	1,9	1,1	6,3	0,7	1,0	38,0	0,34	3,0	119,9	57,9	102,1	50,0	76,3	76,9	2,37	0,25
ЖИТ	53	354	50	9,6	5,8	3,1	9,5	2,3	2,9	13,7	0,39	3,8	79,1	52,2	66,2	44,9	70,7	70	1,04	0,45
ЗАК	46	367	44	6,5	5,6	2,2	6,2	2,0	2,0	8,6	0,38	2,7	88,0	51,3	75,1	46,3	75,9	76	0,43	0,21

ЗАП	84	363	81	15,0	5,8	3,9	14,7	2,2	3,6	19,3	0,37	3,6	91,9	50,5	77,2	44,8	77,3	77,3	1,92	0,43
ІФ	55	304	53	6,6	5,4	2,5	6,4	2,4	2,4	10,4	0,38	3,0	78,3	50,8	66,6	44,7	78,6	78,8	0,66	0,20
КЮ	111	440	106	17,4	6,7	5,5	17,2	2,3	5,3	21,3	0,45	5,0	102,6	64,2	86,2	54,7	74,8	74,9	1,63	0,39
КІР	80	297	77	9,8	4,8	4,0	9,4	1,9	3,6	10,9	0,35	4,4	70,1	50,6	59,8	45,4	80,4	80,5	1,03	0,63
ЛУГ	16	84	15	4,6	1,3	0,8	4,5	0,5	0,7	11,4	0,34	3,4	66,3	49,5	55,1	43,2	78,6	79,4	1,35	0,59
ЛЬВ	71	368	68	11,9	6,1	3,9	11,7	2,4	3,7	14,8	0,42	4,2	83,6	59,0	70,2	51,1	71,6	71,4	0,93	0,35
МИК	94	378	91	10,5	5,4	4,0	10,1	1,7	3,5	12,3	0,32	3,4	84,7	47,8	73,0	43,9	78,1	78,1	0,87	0,40
ОДЕ	101	436	98	11,6	6,4	4,9	11,3	2,1	4,5	13,7	0,34	4,1	81,4	54,4	69,2	47,5	75,3	75,3	0,98	0,42
ПОЛ	72	357	68	15,6	6,3	3,6	15,4	2,7	3,4	25,5	0,41	4,4	91,9	53,0	77,1	46,3	74,6	74,5	2,41	0,40
РІВ	45	280	43	7,2	5,2	2,6	7,0	2,4	2,4	11,4	0,39	3,7	72,8	49,7	61,3	43,3	69,6	69,3	0,84	0,34
СУМ	52	311	49	10,2	5,5	2,9	10,1	2,4	2,7	15,2	0,40	4,0	83,3	51,9	69,9	44,8	72,5	72,1	1,88	0,59
ТЕР	45	299	43	6,9	5,4	2,6	6,8	2,4	2,5	12,7	0,38	4,3	72,6	53,6	61,1	46,5	76,8	76,5	1,15	0,56
ХАР	84	486	80	13,2	7,7	4,3	13,0	2,8	4,1	14,6	0,43	4,6	76,6	55,3	64,2	47,6	69,7	69,2	1,15	0,49
ХЕР	77	357	74	7,9	5,5	3,5	7,6	1,9	3,2	8,1	0,31	3,5	67,3	47,5	57,7	42,5	76,5	76,4	0,86	0,45
ХМЕ	54	399	51	8,4	6,3	3,0	8,1	2,3	2,8	12,9	0,34	3,6	74,7	52,5	63,2	46,1	76,5	76,2	1,68	0,43
ЧРК	72	357	68	10,6	6,0	3,5	10,3	2,4	3,2	16,2	0,48	4,0	77,8	51,9	65,9	45,8	77,4	77,4	1,38	0,38
ЧРН	43	434	41	5,4	6,3	2,4	5,2	2,0	2,2	6,9	0,32	2,8	65,1	50,5	54,9	44,0	69,5	69,3	0,55	0,27
ЧРГ	58	327	55	9,8	5,4	3,4	9,6	2,1	3,2	16,3	0,39	4,2	75,2	50,4	63,3	43,4	73,2	72,8	1,76	0,55
КІЇ	291	554	279	60,1	7,8	13,2	59,5	2,2	12,7	38,6	0,59	6,0	117,8	83,1	99,3	71,7	66,1	65,6	3,96	0,60

Джерело: за даними Державної служби статистики України [4]

Головним інструментом обрано кластерний аналіз, який є одним з методів багатовимірної статистики. Термін “кластерний аналіз” вперше вжив англійський вчений Р.Тріон в 1939 році, він охоплює 100 різних алгоритмів [5]. Основною метою кластерного аналізу є розподіл багатовимірної сукупності вхідних даних на однорідні групи так, щоб об’єкти всередині групи були подібними між собою згідно з деяким критерієм, а об’єкти із різних груп відрізнялися один від одного. Причому класифікація об’єктів проводиться одночасно за декількома ознаками на основі введення певної міри сумарної близькості за всіма ознаками класифікації. Кластерний аналіз використовують для дослідження структури соціально-економічних показників чи об’єктів: регіонів, підприємств, господарств, соціальних обстежень тощо, описаних багатьма апріорно однаковими факторами [6, с. 414].

Значна перевага кластерного аналізу в тому, що він дозволяє здійснити розподіл об’єктів не за одним параметром, а за цілим набором ознак. Крім того, кластерний аналіз, на відміну від більшості математико-статистичних методів, не накладає ніяких обмежень на вид розглянутих об’єктів і дозволяє розглядати безліч вихідних даних практично довільної природи [7, с. 36].

Більшість сучасних кластерних методів належать до групи ієрархічних. Ієрархічні агломеративні методи (Agglomerative Nesting, AGNES) характеризуються послідовним об’єднанням вихідних елементів і відповідним зменшенням кількості кластерів. Такі методи переглядають матрицю подібності та послідовно об’єднують найсхожіші об’єкти [8]. Ієрархічні дивізивні (подільні) методи (Divisive ANALysis, DIANA) є логічною протилежністю агломеративних методів [9]. Сутність ітеративних методів кластерного аналізу полягає в тому, що процес класифікації починається з завдання деяких початкових умов (кількості утворених кластерів, порога завершення процесу класифікації і т.д.).

Для класифікації регіонів за всіма отриманими в таблиці 3 показниками використано алгоритм методу k-середніх, який належить до групи ітеративних методів еталонного типу. Цей метод є найпоширенішим серед неієрархічних методів (також називається швидким кластерним аналізом). Повний опис алгоритму можна знайти в роботі Хартігана і Вонга [10]. Метод k-середніх вимагає прийняття попереднього рішення про число кластерів. Це рішення дослідник може прийняти або спираючись на власну інтуїцію, або провівши поперед-

ньо ієрархічну кластеризацію. Вважаючи за тодом Варда і мірою Евклідової відстані. краще другий спосіб, ми скористалися ме-

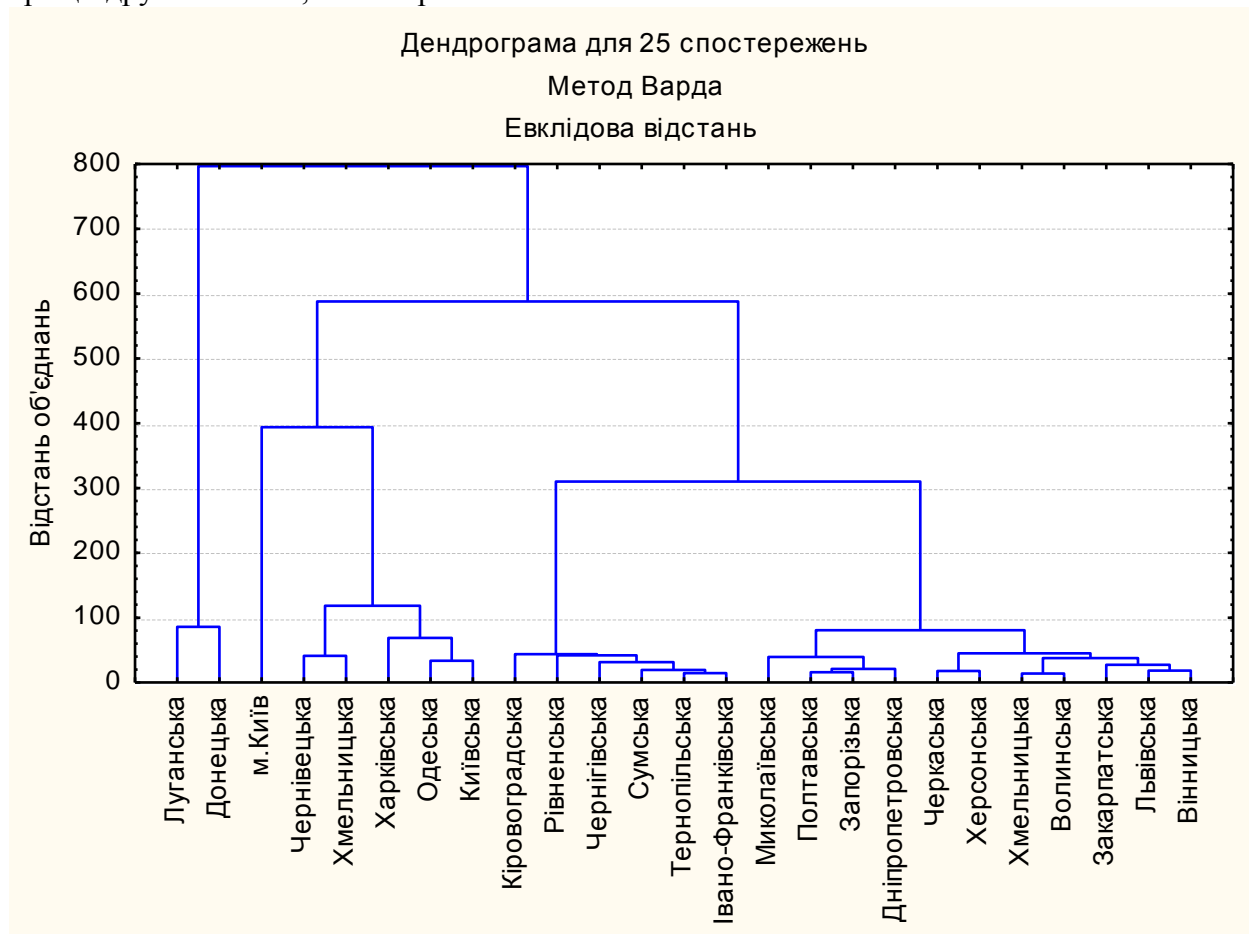


Рис. 1. Дендрограма схожості регіонів України за станом підприємництва

Послідовність об'єднань кластерів регіонів за станом підприємництва можна представити візуально у вигляді деревоподібної діаграми, яка називається дендрограмою (рис. 1). Кожен крок, на якому об'єднується пара об'єктів, відображається гілкою цього дерева. Дерево зображує ієрархічну організацію зв'язків між декількома точками даних. На найнижчому рівні всі

точки незалежні; на наступному рівні вони об'єднуються в групи, на найвищому рівні всі об'єднуються в одну велику групу.

Дендрограма бізнес-схожості регіонів демонструє, що при використанні методу k-середніх доцільним є виділення 6 кластерів, по яких за допомогою ПП STATISTICA було розраховано середні показники стану підприємництва (табл. 4).

Таблиця 4
Середні показники стану підприємництва по кластерах регіонів

Кластери	Середні показники																			
	К _п	К _м	К _ф	З _п	З _м	З _ф	Н _п	Н _м	Н _ф	РП _п	РП _м	РП _ф	ВП _п	ВП _м	ОП _п	ОП _м	П _п	П _м		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	99	454	57	14,1	6,9	4,9	13,8	2,4	4,6	16,6	0,41	4,60	86,9	58,0	73,2	49,9	73,3	73,1	1,26	0,43
2	70	362	64	11,4	5,8	3,5	11,1	2,2	3,2	17,6	0,39	3,93	83,9	52,6	70,8	46,3	74,8	74,8	1,47	0,41
3	49	416	64	6,9	6,3	2,7	6,7	2,1	2,5	9,9	0,33	3,21	69,9	51,5	59,1	45,0	73,0	72,8	1,12	0,35
4	56	303	79	8,4	5,3	3,0	8,2	2,2	2,8	12,8	0,38	3,93	75,4	51,2	63,7	44,7	75,2	75,0	1,22	0,48
5	21	102	55	5,5	1,6	0,9	5,4	0,6	0,9	24,7	0,34	3,21	93,1	53,7	78,6	46,6	77,5	78,2	1,86	0,42
6	291	554	279	60,1	7,8	13,2	59,5	2,2	12,7	38,6	0,59	6,0	117,8	83,1	99,3	71,7	66,1	65,6	3,96	0,60

Для подальшого аналізу стану підприємництва по групах регіонів використаємо рейтингове оцінювання кластерів за всіма

показниками с узагальненням їх позиції за допомогою суми місць (табл. 5).

Таблиця 5

Рейтинг кластерів регіонів по середніх показниках стану підприємництва

Кластери	Рейтингові місця																				Сума місць	Загальне місце
	К _п	К _м	К _ф	З _п	З _м	З _ф	Н _п	Н _м	Н _ф	РП _п	РП _м	РП _ф	ВП _п	ВП _м	ОП _п	ОП _м	П _п	П _м				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
1	2	2	5	2	2	2	2	1	2	4	2	2	3	2	3	2	4	4	5	3	54	2
2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	5	69	3
3	5	3	3	5	3	5	5	5	5	6	6	6	6	5	6	5	5	5	6	6	101	6
4	4	5	2	4	5	4	4	2	4	5	4	4	5	6	5	6	2	2	4	2	79	4
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2	5	5	2	3	2	3	1	1	2	4	84	5
6	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	6	6	1	1	33	1

За результатами рейтингового оцінювання еталонним для країни очікувано став кластер 6, представлений одним об'єктом – м. Київ, який є безперечним лідером по всіх показниках, крім частки найманих працівників на малих підприємствах та прибуткових підприємств (табл. 6). Високий рівень розвитку підприємництва відмічається в 3 областях кластеру 1, який є лідером по показнику залучення найманих працівників на малих підприємствах та наступним після м. Київ по 11 інших показниках. Оцінку стану підприємництва вище середнього одержали 11 областей кластеру 2, який стабільно утримував 3 сходинку по 12 показниках. Рівень 6 областей кластеру 4 був оцінений нами як середній, при цьому тре-

ба відмітити, що в дана група має високі рейтинги за показниками щільності осіб-підприємців, залучення найманих працівників на малих підприємствах та прибутковості підприємств. Донецька та Луганська області, об'єднані у кластер 5, не дивлячись на об'єктивні складнощі, мали у 2017 році найвищий рейтинг за часткою прибуткових підприємств та високий - за показниками реалізованої продукції (товарів, послуг), витрат на персонал, оплати праці та розміру прибутку на підприємствах, за рахунок чого одержали оцінку «нижче середнього» та обійшли у загальному рейтингу Хмельницьку та Чернівецьку області, які входять до кластеру 3.

Таблиця 6

Кластери регіонів по показниках стану підприємництва

Рівень стану підприємництва	Номер кластера	Кількість регіонів у кластері	Регіони
Еталонний	6	1	м. Київ
Високий	1	3	Київська, Одеська та Харківська області
Вище середнього	2	11	Вінницька, Волинська, Дніпропетровська, Житомирська, Закарпатська, Запорізька, Львівська, Миколаївська, Полтавська, Херсонська та Черкаська
Середній	4	6	Івано-Франківська, Кіровоградська, Рівненська, Сумська, Тернопільська та Чернігівська обл.
Нижче середнього	5	2	Донецька та Луганська області
Низький	3	2	Хмельницька та Чернівецька області

Висновки. Запропонований методичний підхід до дослідження особливостей та оцінки регіонального стану підприємництва України дає змогу ідентифікувати групи регіонів, які є подібними за системою вищезгаданих економічних показників, що можна використовувати в координації регіональних стратегій економічного розвитку та для прийняття рішень щодо державного

стимулювання певних регіонів в аспекті заохочення до активізації розвитку підприємництва за конкретними критеріями. Крім того, такий підхід дає змогу ідентифікувати регіональні структури за ознаками соціальних, гуманітарних та економічних процесів та будувати комплексні рейтинги регіонів за інтегрованими ознаками залежно від мети рейтингування.

Список літератури:

1. Економічний розвиток регіону на основі активізації підприємницької діяльності: монографія // За заг. ред. док. економ. наук, професора А.І.Ковальова — Одеса: Атлант, 2014. — 178 с.
2. Проданова Л.В. Потенціал розвитку підприємництва та бізнесу в регіонах України / Л.В. Проданова // Економіка і суспільство. - Випуск 7.- 2016 с.- с. 567-572.
3. Федорова А.С. Аналіз проблеми розвитку підприємництва на регіональному рівні [Електронний ресурс] / А.С. Федорова, В.В. Голомб. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/10_fedorova.htm
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Tryon R. C. Cluster analysis / R. C. Tryon, D. E. Bailey. – New York : McGraw-Hill Inc., US. – 1970. – 352 p.
6. Бойко Н.І. Застосування кластерного аналізу для діагностики дієвості господарського механізму торговельних підприємств / Н.І. Бойко // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2014. – № 783 : Інформаційні системи та мережі. – С. 412–420.
7. Єрмак С.О. Кластерний аналіз регіонів України за ключовими індикаторами інноваційного розвитку / С.О. Єрмак // Науковий журнал «Економіка розвитку». – Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. – 2017. -№3(83). – С. 34-44.
8. Fayyad, U.M., Piatetsky-Shapiro, G. & Smyth, P. (1996) From Data Mining to Knowledge Discovery: An Overview , AI Magazine, Vol. 17, no.2, pp. 37-54
9. Wagstaff, K. Constrained K-means Clustering with Background Knowledge. Proceedings of the Eighteen International Conference on Machine Learning [Text] /Wagstaff K., Cardie C., 2001. – P. 577–584.
10. Hartigan JA, Wong MA (1979) Algorithm AS 136: A k-means clustering algorithm. Journal of the Royal Statistical Society Series C (Applied Statistics) 28: 100–108.

References:

1. Ekonomichnyy rozvytok rehionu na osnovi aktyvizaciji pidpryjemnyts'koji diyal'nosti: monohrafiya (2014) [Za zah. red. dok. ekonom. nauk, profesora A.I.Koval'ova]. Odesa: Atlant, 178 p. [in Ukrainian].
2. Prodanova L.V. (2016) Potencial rozvytku pidpryjemnyctva ta biznesu v rehionax Ukrainy. Ekonomika i suspil'stvo, Vypusk 7, pp. 567-572 [in Ukrainian].
3. Fedorova A.S., Holomb V.V. Analiz problemy rozvytku pidpryjemnyctva na rehional'nomu rivni [Online]. Retrieved from: http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/10_fedorova.htm [in Ukrainian].
4. Oficijnyj sajт Deržavnoji služby statystyky Ukrainy [Online]. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
5. Tryon R. C., Bailey D. E. (1970) Cluster analysis. New York: McGraw-Hill Inc., US, 352 p. [in English].

6. Bojko N.I. (2014) Zastosuvannja klasterneho analizu dlja diahnostryky dijevosti hospodars'koho mexanizmu torhovel'nyx pidpryjemstv. Visnyk Nacional'noho universytetu "L'vivs'ka politexnika", 783 : Informacijni systemy ta mereži, pp. 412–420 [in Ukrainian].
7. Jermak S.O. (2017) Klasternyj analiz rehioniv Ukrajinu za ključovymi indykatoramy innovacijnoho rozvytku. Naukovyj žurnal «Ekonomika rozvytku». Xarkiv: XNEU im. S. Kuznecja, no. 3(83), pp. 34-44 [in Ukrainian].
8. Fayyad, U.M., Piatetsky-Shapiro, G. & Smyth, P. (1996) From Data Mining to Knowledge Discovery: An Overview , AI Magazine, Vol. 17, no.2, pp. 37-54 [in English].
9. Wagstaff, K. (2001) Constrained K-means Clustreing with Background Knowledge. Proceedings of the Eighteen International Conference on Mahine Learning [Text] /Wagstaff K., Cardie C., pp. 577–584 [in English].
10. Hartigan JA, Wong MA (1979) Algorithm AS 136: A k-means clustering algorithm. Journal of the Royal Statistical Society Series C (Applied Statistics) 28, pp. 100–108 [in English].

УДК: 658:631; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-277-285

*Яворська Т. І., д. е. н., професор
Прус Ю. О., к. е. н., доцент*

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

МОДЕЛЮВАННЯ ФАКТОРІВ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ ЯК СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

***Анотація:** розглянуто доцільність використання моделювання при дослідженні діяльності фермерських господарств як складної системи в управлінні процесами. Проведене умовне групування факторів впливу на формування прибутку фермерських господарств. Обґрунтовано віднесення більшості фермерських господарств до суб'єктів малого бізнесу. Розроблена когнітивна модель впливу факторів на формування прибутку фермерських господарств як основи їх сталого розвитку. Здійснена інтерпретація факторів за можливостями їх впливу на збільшення прибутку фермерських господарств*

***Ключові слова:** моделювання, когнітивна модель, фермерські господарства, прибуток, сталий розвиток, фактори збільшення прибутку*

JEL code classification: M2

*Yavorska T., doctor of economic sciences, professor,
Prus Ju.O., PhD, Ass. Prof.
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
super_yavort@ukr.net*

MODELING FACTORS OF INCREASING THE PROFITABILITY OF FARMERS AS A SMALL BUSINESS ENTITIES

Постановка проблеми. Важливе значення для вивчення внутрішніх і зовнішніх зв'язків об'єкта дослідження має моделювання, за допомогою якого вивчають ті процеси і явища, які не піддаються безпосередньому вивченню. Метод моделювання виявився ефективним при визначенні суттєвих ознак явищ і процесів за допомогою моделі (концептуальної, вербальної, математичної, графічної, фізичної тощо). Під моделлю розуміють уявну або матеріальну систему, яка, відображаючи або відтворюючи об'єкт дослідження, може замінити його так, що її вивчення дає нову інформацію про цей об'єкт.

Діяльність фермерських господарств як суб'єктів малого підприємництва, є складною системою в управлінні процесами.

Тобто розгляд проблеми підвищення прибутку фермерських господарств, вимагає дослідження процесів, які відбуваються у складних системах, таких як формування конкурентного середовища, механізм державної підтримки сільськогосподарського виробництва, підвищення ролі обслуговуючої інфраструктури тощо. Рішення у сфері діяльності фермерських господарств досить часто приймаються на рівні інтуїції керівників, що вимагає розробки відповідного управлінського інструментарію для їх прийняття. У цьому плані доцільно використати когнітивне моделювання як ефективний інструмент аналізу виникнення та розвитку управлінських ситуацій щодо збільшення прибутку фермерських господарств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню питання когнітивного моделювання присвячені публікації таких науковців як З. Авдєєвої, Е. Бравермана, В. Волкової, А. Денисова, С. Ковриги, Д. Макаренко, І. Прангішвілі та ін. Вони, серед інших методів, виділяють когнітивне моделювання як науковий метод, який виправдав себе при практичних дослідженнях підвищення ефективності управління в організаційних, соціально-економічних і політичних системах для вирішення слабоструктурованих проблем, які часто зустрічаються при управлінні складними системами [5].

Сталий розвиток фермерських господарств на основі когнітивного моделювання розглядали такі науковці як К. Тужик, Е. Хевельке, П. Хевельке. Формування прибутковості сільського господарства розглядається у наукових публікаціях вітчизняних вчених: Л. Бойко, О. Гуторова, М. Дем'яненка, В. Месель-Веселяка, В. Мосаковського, П. Саблука та інших. Вивченню діяльності фермерських господарств як суб'єктів малого бізнесу присвячені публікації Збарського В. К., Горьового В. П., Липчука В. В., Макаренка П. М. та інших науковців.

Формулювання цілей статті. Когнітивне моделювання дає змогу розв'язати два типи завдань. Перше – ідентифікувати, перевірити та вибрати коефіцієнти впливу на сталий розвиток господарств. Друге – візуалізувати рівень впливу факторів на стійкість господарств [14]. Метою роботи є вирішення другого завдання, яке полягає в оцінці впливу окремих факторів зовнішнього середовища як інструменту прийняття рішень щодо підвищення прибутку фермерських господарств та їх сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу. Під методом когнітивного моделювання розуміють розв'язання традиційних для науки проблем методами, які враховують когнітивні аспекти процесів сприйняття, мислення, пізнання, пояснення й розуміння. Технологія когнітивного моделювання полягає в тому, щоб на її основі визначити можливі й раціональні шляхи управління ситуацією, діяти на випередження й не доводити потенційно небезпечні ситуації до конфліктних, а у разі їх виникнення – приймати раціональні рішення в інтересах економічних суб'єктів [3].

Сталий розвиток фермерських господарств розглядається як процес відтворення їх виробництва, ресурсів, капіталу та економічних відносин, що у тривалому періоді забезпечує конкурентоздатність продукції, активну операційну, інвестиційну та інші види діяльності, а також досягнення умов ефективності [2]. За іншим визначенням це максимізація доходів спрямована на збереження стабільності соціальних, культурних та екологічних систем, не ставлячи під загрозу розвиток наступних поколінь [4].

Фактори, які на нашу думку, вирішальним чином впливають на формування прибутку фермерських господарств можна умовно поділити на прямі та непрямі (опосередковані). Досить часто для прийняття певного рішення важливо виявити вплив саме непрямих факторів, які в основному є факторами зовнішнього середовища (зовнішні фактори). Це дасть можливість фермерським господарствам відповідно і своєчасно реагувати на зміни в середовищі їх функціонування та формувати конкурентні переваги, що у довгостроковій перспективі забезпечать досягнення ними стратегічних цілей (рис. 1).

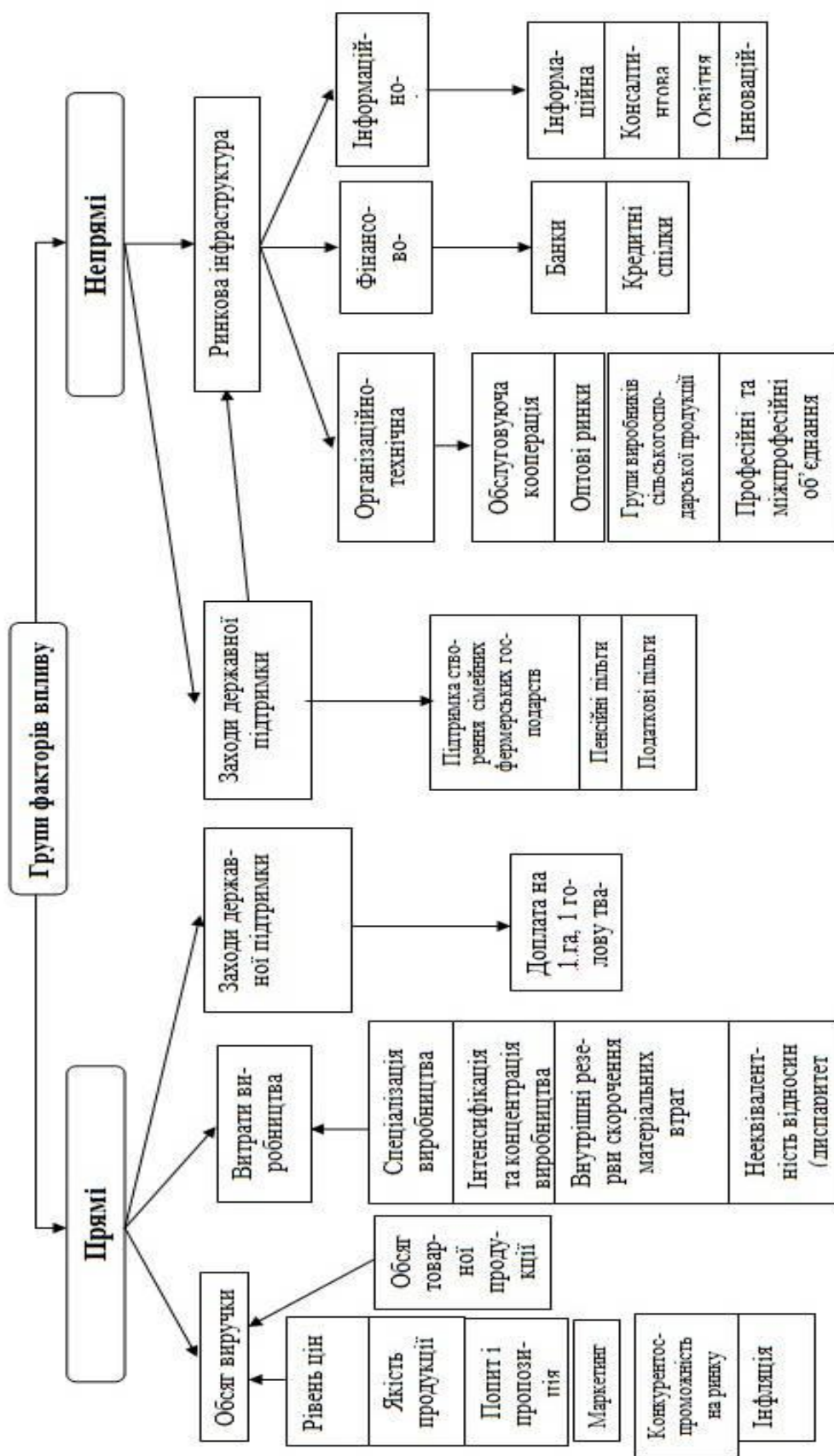


Рис. 1. Прямі та непрямі фактори впливу на формування прибутку фермерських господарств
Джерело: узагальнено автором.

Фермерські господарства України у своїй більшості відносяться до суб'єктів малого бізнесу. Такий висновок можна зробити за різними критеріями. Так за нашими розрахунками за законодавчо закріпленим критерієм виручки від реалізації продукції (до 2 млн євро), 95,3 % фермерських господарств, які звітували за формами 2-ферм та 50-сг, відносяться до суб'єктів мікропідприємництва. Серед решти фермерських господарств 4,1 % можна віднести до суб'єктів малого підприємництва і 0,6 % – до великих підприємств. Групування за критерієм чисельності працюючих показало, що відсоток фермерських господарств віднесених до суб'єктів мікропідприємництва становить 95,8 % [11].

За трактуванням вітчизняної статистики сільськогосподарське підприємство (у т. ч. фермерське господарство), яке займається виробництвом продукції рослинництва, може бути визначено як мале сільськогосподарське підприємство, при умові, що площа сільськогосподарських угідь у його власності та/або користуванні є меншою 100 гектарів. [7]. Сільськогосподарське підприємство, яке утримує до 30 голів великої рогатої худоби та/або до 30 голів свиней, та/або до 30 голів овець та кіз, та/або до 10 голів коней, та/або до 2000 голів птиці всіх видів, вважається малим сільськогосподарським підприємством, яке займається виробництвом тваринницької продукції [8]. За офіційною статистикою в Україні у 2017 році налічується 34,1 тис. фермерських господарств, з яких 30,8 тис. мають сільськогосподарські угіддя (4,6 млн га). Ранжування за розміром сільськогосподарських угідь на одне господарство свідчить, що найбільша кількість фермерських господарств (31 %) входить в групу від 20 до 50 га. До 100 га сільськогосподарських угідь мають у своєму володінні і користуванні 69,4 % фермерських господарств [9].

Методологія когнітивного моделювання (когнітивна карта) спрямована на аналіз та прийняття рішень в умовах невизначеної ситуації. Концепція створення когнітивних

моделей була введена Едвардом Толманом [15]. Когнітивна карта - це графічне зображення, або візуальна картина змісту та структури вибраної системи [12]. Процес когнітивного відображення був введений у сферу наукового управління компанією Аксельрода в 1976 р. [13].

Основні фактори, які виявляють прямий чи опосередкований вплив на максимізацію доходів (у нас збільшення прибутковості фермерських господарств) представлені у когнітивній моделі (рис. 2). На моделі виділено два типи причинно-наслідкових зв'язків: позитивні та негативні. При позитивному зв'язку збільшення значення фактора-причини призводить до збільшення значення фактора-наслідку, а при негативному зв'язку збільшення значення фактора-причини призводить до зменшення значення фактора-наслідку.

Причинно-наслідковий граф являє собою спрощену суб'єктивну модель функціональної організації аналізованої системи і є матеріалом для подальших досліджень та перетворень – когнітивного моделювання [1]. У результаті когнітивна модель ситуації має вигляд орієнтованого знакового графа і задається матрицею суміжності $W=\{w_{ij}\}$, $w_{ij} \in \{-1,0,1\}$.

Когнітивну модель керування системою – “прибуток фермерських господарств” представлено у вигляді графа:

$$G = (x, e), x = \{x1, x2, x3, x4, x5, x6, x7, x8, x9, x10, x11, x12\}$$

Побудована матриця взаємозв'язків параметрів, у якій наявність зв'язку між параметрами і факторами позначена “1”, а відсутність зв'язку – “0”. Інтенсивність взаємодії оцінимо за бальною шкалою:

0,1 – немає прямого впливу;

0,5 – слабкий вплив;

1,0 – середній вплив;

2,0 – сильний вплив.

На підставі одержаних матриць по кожному із факторів можна надати характеристику взаємозв'язків, які впливають на збільшення прибутку фермерських господарств (табл. 1).

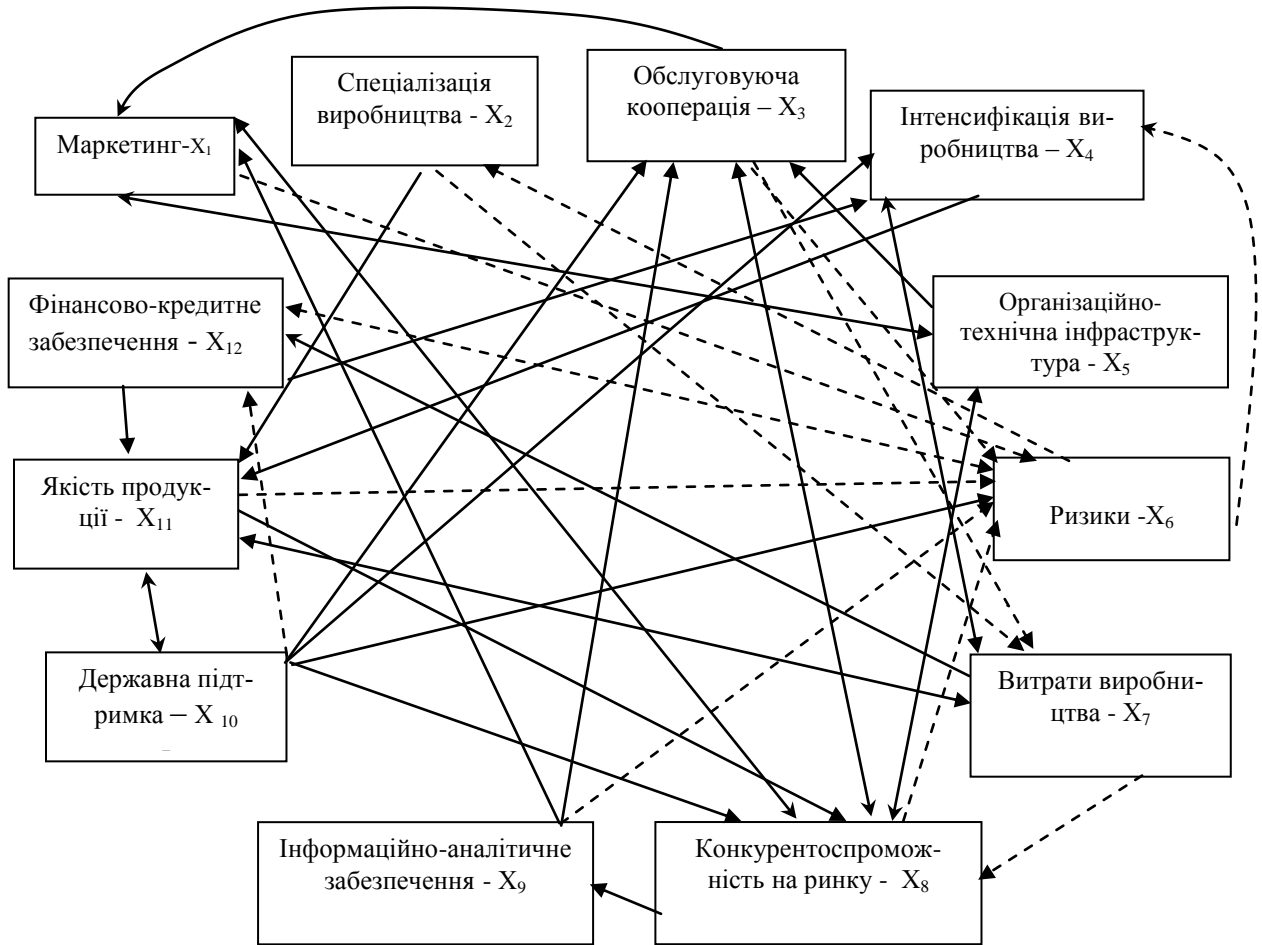


Рис. 2. Когнітивна модель впливу факторів на прибуток фермерських господарств

Таблиця 1

Інтерпретація факторів за можливостями їх впливу на збільшення прибутку фермерських господарств

Фактор	Стимулювання	Гальмування	Інтерпретація фактора
Фактор 1 – маркетинг	Сильний ступінь взаємодії та середній рівень активності	Сильно взаємодіє та середній рівень активності	Система має визначальний вплив на фактор. При кращому розвитку маркетингу збільшується прибуток фермерських господарств. Проте підвищення даного фактору спричиняє зростання ролі інших факторів та водночас гальмування системи. Фактор може бути використаним як важіль управління станом системи.
Фактор 2 – спеціалізація виробництва	Слабкий ступінь взаємодії та активний	Слабкий ступінь взаємодії та пасивний	Фактор не залежить від зміни системи. Проте сам активно впливає на систему і може стати ідеальним важелем для її управління. Разом з тим активність фактора у матриці гальмування значно вища, ніж у матриці прискорення. Фак-

			тор слід віднести до критичних каталізаторів системи, необґрунтоване коригування якого може спричинити гальмівний ефект.
Фактор 3 – обслуговуюча кооперація	Сильно взаємодіє та пасив- ний	Сильно вза- ємодіє та і пасивний	Зміна даного фактора є метою управління систе- ми. Фактор має високий рівень взаємодії і за- знає впливу інших факторів. Так, на розвиток обслуговуючої кооперації впливає рівень держа- вної підтримки, конкурентоспроможність фер- мерських господарств на ринку, стан інформа- ційно-аналітичного забезпечення тощо
Фактор 4 - інтенсифікація виробництва	Середній рівень вза- ємодіє та пасивний	Слабо взає- модіє та па- сивний	На момент дослідження фактор знаходиться на стадії формування і практично не має великого впливу на систему. Може бути використаний для стимулювання зміни параметрів системи.
Фактор 5 – організаційно- технічна інфраструктура	Слабо вза- ємодіє і активний	Слабо взає- модіє і акти- вний	Фактор може бути критичним каталізатором, тому що розвиток організаційно-технічної ін- фраструктури не завжди призводить до збіль- шення прибутку фермерських господарств
Фактор 6 – ризики	Середній рівень вза- ємодії і активний	Сильно вза- ємодіє і па- сивний	Зміна даного фактора є метою управління систе- мою. Фактор зазнає впливу багатьох інших елементів системи. Ризики для фермерських го- сподарств підвищуються через низьку якість продукції та невідповідність її світовим стандар- там, майже повну відсутність державної підтри- мки, неможливість організації належного рівня фінансово-кредитного забезпечення, наявність конкуренції з боку великих виробників сільсько- господарської продукції та інші фактори
Фактор 7 – витрати виробництва	Сильно взаємодіє і активний	Середній рівень взає- модії і паси- вний	Фактор має високий рівень взаємодії із систе- мою і зазнає впливу інших елементів системи. Зміна даного фактора є метою управління систе- мою. На формування витрат виробництва у сільському господарстві впливає спеціалізація, інтенсифікація виробництва, обслуговуюча коо- перація та інші фактори
Фактор 8 – конкурентосп- роможність на ринку	Слабо вза- ємодіє і пасивний	Сильно взає- модіє і па- сивний	Елементи системи тісно пов'язані із дією даного фактора, тому він може бути індикатором для моніторингу її стану. Спостерігається сильніша взаємодія фактора із системою в матриці галь- мування, тобто для підвищення конкурентосп- роможності фермерських господарств на ринку потрібна зовнішня підтримка, передусім фінан- сова.
Фактор 9 – інформаційно- аналітичне за- безпечення	Слабкий ступінь взаємодії та актив- ний	Слабо взає- модіє та ак- тивний	Фактор може бути критичним каталізатором. Поліпшення інформаційно-аналітичного забез- печення не завжди веде до збільшення прибутку фермерських господарств
Фактор 10 – державна підт- римка	Середній ступінь взаємодії та актив- ний	Середній ступінь вза- ємодії та активний	На момент дослідження даний фактор можна віднести до активних важелів управління систе- мою

Фактор 11 – якість продукції	Середній ступінь взаємодії та пасивний	Слабкий рівень взаємодії та активний	Спостерігається слабкий вплив на фактор з боку системи. Даний фактор може мати як стимулюючий, так і гальмівний вплив на систему. Гальмівна дія цього фактора сильніша, тому його можна віднести до критичних каталізаторів
Фактор 12 – фінансово-кредитне забезпечення	Слабо взаємодіє та пасивний	Слабкий ступінь взаємодії та активний	Фактор має тісний зв'язок з елементами системи, тому може бути використаний як індикатор для моніторингу її стану. Взаємодія фактора із системою сильніша в матриці гальмування, тому необхідні втручання і підтримка ззовні

Аналіз чутливості та інтерпретації факторів впливу на збільшення прибутку фермерських господарств передбачає поділ їх на категорії:

1. Цільові фактори, зміна або стабілізація яких є метою управління системою: x_3 – обслуговуюча кооперація, x_6 – ризики, x_7 – витрати виробництва.

2. Фактори індикатори, які відображають та пояснюють розвиток процесів у проблемній ситуації: x_4 – інтенсифікація виробництва, x_5 – організаційно-технічна інфраструктура, x_8 – конкурентоспроможність на ринку, x_9 – інформаційно-аналітичне забезпечення, x_{11} – якість продукції, x_{12} – фінансово-кредитне забезпечення.

3. Фактори важелі (керуючі) – потенційно можливі важелі впливу на ситуацію: x_1 – маркетинг, x_2 – спеціалізація виробництва, x_{10} – державна підтримка.

Висновки. Проблема підвищення прибутку фермерських господарств є слабоструктурованою через наявність складної системи зв'язку між станом сільського господарства, суб'єктами, які працюють у ньому, зовнішнім середовищем, недостатнім обсягом інформації та неточністю кількісної та

якісної оцінки факторів впливу. У цьому випадку когнітивне моделювання є одним із основних сучасних напрямів прийняття рішень при дослідженні управління слабоструктурованими системами і ситуаціями. Технологія когнітивного аналізу і моделювання дає змогу системно охарактеризувати й обґрунтувати ситуацію, що склалася, і на якісному рівні запропонувати шляхи вирішення проблеми в цій ситуації з урахуванням факторів зовнішнього середовища. Ефективне прийняття рішень щодо збільшення прибутку фермерських господарств, а отже і їх подальшого сталого розвитку, за результатами проведеного моделювання можливе за умови поліпшення або стабілізації впливу трьох головних факторів: розвитку обслуговуючої кооперації, зменшення витрат виробництва та ризиків, властивих розвитку фермерських господарств у сучасних умовах. Поглиблення спеціалізації виробництва, впровадження маркетингу та заходів державної підтримки є факторами регулювання важелів впливу на ситуацію, за допомогою яких можна досягти очікуваної мети.

Список літератури

1. Авдеева З. К. Когнитивное моделирование для решения задач управления слабоструктурированными системами (ситуациями) / З. К. Авдеева, С. В. Коврига, Д. И. Макаренко. – М.: Ин-т проблем управления РАН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://masters.donntu.edu.ua/2010/fknt/andriichenko/library/article6.pdf>.
2. Гарбар В. В. Стратегічні напрями сталого розвитку фермерських господарств / В. В. Гарбар / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3421>.
3. Гиг Дж. Ван. Прикладная общая теория систем: В 2-х т, т. 1 / Гиг Дж. Ван; пер. с англ. – М.: Мир, 1981. – 336 с.
4. Любар Р. П. Основні напрями сталого розвитку фермерських господарств України / Р. П. Любар / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.agrosvit.info/pdf/10_2015/2.pdf.
5. Прангишвили И. В. О методах эффективного управления сложными системами / И. В. Прангишвили // Тр.5-ой междунар. конф. "Когнитивный анализ и управление развитием ситуаций" (CASC'2005) / ИПУРАН. – М., 2005. – С. 7–15.

6. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України від 22 березня 2012 року № 4618-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>.
7. Про затвердження Методологічних положень з організації державних статистичних спостережень зі статистики рослинництва: Наказ Державного комітету статистики України від 18 серпня 2018 року № 208 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/metod_polog/metod_doc/2017/208/208_2017.htm.
8. Про затвердження Методологічних положень з організації державного статистичного спостереження щодо виробництва продукції тваринництва, кількості сільськогосподарських тварин і забезпеченості їх кормами: Наказ Державного комітету статистики України від 22 листопада 2016 року № 219 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/2016/219/219_2016.htm.
9. Сільське господарство України за 2017 рік: Статистичний збірник / Державна служба статистики України; відп. за випуск О. М. Прокопенко. – К.: Державна служба статистики України, 2018. – 245 с.
10. Яворська Т. І. Малий бізнес у сільському господарстві: теорія і практика: монографія / Т. І. Яворська. – К.: ННЦ “ІАЕ”, 2012. – 384 с.
11. Яворська Т. І. Доцільність галузевого підходу у віднесенні до суб'єктів підприємництва в сільському господарстві / Т. І. Яворська // Проблеми та перспективи сталого розвитку АПК: матер. міжнар. наук.-практ. конф., м. Мелітополь, 14-25 квітня 2016 року. – Мелітополь: ТДАТУ, 2016. – 151 с. С. 35-36.
12. Eden C., Ackermann F., Cropper S. 1992: The analysis of cause maps. *Journal of Management Studies* 29 (3), 309–324
13. Markoczy L., Goldberg J. 1995: A method for eliciting and comparing causal maps. *Journal of Management* 21 (2), 305–333.
14. Tuzhyk K., Hewelke E., Hewelke P. 2017: Dynamic simulation of sustainable farm development scenarios using cognitive modeling [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/318144585_Dynamic_simulation_of_sustainable_farm_development_scenarios_using_cognitive_modeling.
15. Tolman E.C. 1948: Cognitive maps in rats and men. *Psychological Review* 55(4), 189–208.

Reference:

1. Avdeeva Z. K., Kovryha S. V., Makarenko D. Y. Kohnytnvnoe modelyrovanye dlia resheniya zadach upravleniya slabostrukturyrovannymy systemamy (sytuatsiyamy). M.: Yn-t problem upravleniya RAN [Online]. Retrieved from: <http://masters.donntu.edu.ua/2010/fknt/andriichenko/library/article6.pdf> [in Ukrainian].
2. Harbar V. V. Stratehichni napriamy staloho rozvytku fermerskykh gospodarstv [Online]. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3421> [in Ukrainian].
3. Hyh Dzh. Van. (1981) Prykladnaia obshchaia teoriya system: V 2-kh t, t. 1. [per. s anh.] M.: Myr, 336 p. [in Ukrainian].
4. Liubar R. P. Osnovni napriamy staloho rozvytku fermerskykh gospodarstv Ukrainy [Online]. Retrieved from: http://www.agrosvit.info/pdf/10_2015/2.pdf [in Ukrainian].
5. Pranhshvyly Y. V. (2005) O metodakh efektyvnoho upravleniya slozhnymy systemamy. Tr.5-oi mezhdunar. konf. “Kohnytnvnyi analiz u upravlenye razvytyem situatsiy” (CASC2005) / YPURAN. M., p. 7–15 [in Ukrainian].
6. Pro rozvytok ta derzhavnu pidtrymku maloho i serednoho pidpriemnytstva v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 22 bereznia 2012 roku № 4618-VI [Online]. Retrieved from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4618-17> [in Ukrainian].
7. Pro zatverdzhennia Metodolohichnykh polozhen z orhanizatsii derzhavnykh statystychnykh sposterezhen zi statystyky roslynnystva: Nakaz Derzhavnoho komitetu statystyky Ukrainy vid 18 serpnia 2018 roku № 208 [Online]. Retrieved from: https://ukrstat.org/uk/metod_polog/metod_doc/2017/208/208_2017.htm [in Ukrainian].
8. Pro zatverdzhennia Metodolohichnykh polozhen z orhanizatsii derzhavnoho statystychnoho sposterezhennia shchodo vy-robnnytstva produktsii tvarynnnytstva, kilkosti silskohospodarskykh tvaryn i zabezpechenosti yikh kormamy: Nakaz Derzhavnoho komitetu statystyky Ukrainy vid 22 lystopada 2016 roku № 219 [Online]. Retrieved from: http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/2016/219/219_2016.htm [in Ukrainian].
9. Silske gospodarstvo Ukrainy za 2017 rik: Statystychnyi zbirnyk (2018) Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy; vidp. za vypusk O. M. Prokopenko. K.: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 245 p. [in Ukrainian].
10. Yavorska T. I. (2012) Maliy biznes u silskomu gospodarstvi: teoriia i praktyka: monohrafiia. K.: NNTs “IAE”, 384 p. [in Ukrainian].
11. Iavorska T. I. (2016) Dotsilnist haluzevoho pidkhodu u vidnesenni do subiektiv pidpriemnytstva v silskomu gospodarstvi. Problemy ta perspektyvy staloho rozvytku APK: mater. mizhnar. nauk.-prakt. konf., m. Melitopol, 14-25 kvitnia 2016 roku. – Melitopol: TDAU, 151 p., pp. 35-36 [in Ukrainian].

12. Eden C., Ackermann F., Cropper S. (1992) The analysis of cause maps. *Journal of Management Studies*, 29 (3), pp. 309–324 [in English].
13. Markoczy L., Goldberg J. (1995) A method for eliciting and comparing causal maps. *Journal of Management*, 21 (2), pp. 305–333 [in English].
14. Tuzhyk K., Hewelke E., Hewelke P. 2017: Dynamic simulation of sustainable farm development scenarios using cognitive modeling [Online]. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/318144585_Dynamic_simulation_of_sustainable_farm_development_scenarios_using_cognitive_modeling [in English].
15. Tolman E.C. (1948) Cognitive maps in rats and men. *Psychological Review*, 55(4), pp. 189–208 [in English].

УДК: 631.14.001.76; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-39-286-294

*Яворська Т.І., д. е. н., професор,
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
super_yavort@ukr.net*

ФОРМУВАННЯ ГАЛУЗЕВОЇ СТРУКТУРИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

***Анотація.** В роботі розглянуто стан галузевої структури сільськогосподарських підприємств України, в тому числі малих фермерських господарств в 2014-2018 роках. Встановлено, що тенденція зменшення частки тваринницької продукції в загальному обсязі реалізації продукції зберігається. Виявлені відмінності зміни галузевих структур в основних природно-кліматичних зонах України. Розглянуто вплив галузевої структури на рівень рентабельності виробництва продукції.*

***Ключові слова:** галузева структура, сільськогосподарські підприємства, фермерські господарства, рослинництво, тваринництво, рівень рентабельності*

JEL code classification: Q12, Q19

*Yavorska T. I., doctor of economic sciences, professor
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
super_yavort@ukr.net*

FORMATION OF THE SECTORAL STRUCTURE OF AGRICULTURAL ENTERPRISES OF UKRAINE

***Abstract. Formulation of the problem.** A study of the industry structure of enterprises showed that the efficiency of production depends largely on the composition of the industries and the relationship between them. Ignoring the problem of sectoral restructuring of the production leads structure to negative consequences. Therefore, managing a rational combination of industries in agricultural enterprises has been and remains an urgent problem.*

***Research results.** The main factors influencing the development of agriculture are: climatic conditions, specialization and concentration of production, market conditions, scientific and technological progress and economic policy of the state. The changes in the branch structure of agricultural enterprises and small farms of Ukraine are analyzed for the period 2014-2018. Sectoral structure was determined by the indicator (income) from the sale of agricultural products. It is determined that the share of crop production in total sales continues to increase. Accordingly, the share of livestock products is decreasing. This has a certain impact on the level of profitability of production of enterprises, especially small farms.*

The differences in the sectoral structures of agricultural production in the three major natural and climatic zones of Ukraine are revealed. It is determined that the most significant changes occurred in the sectoral structure of agricultural enterprises of the Steppe.

***Conclusions.** The modern sectoral structure of Ukrainian agricultural enterprises is far from rational. The study showed that the downward trend in the share of livestock products in total agricultural production persists. In small farmers, this reduction is accelerating, especially in the steppe zone. Sectoral structure influences production efficiency. Its change in dynamics causes a change in the level of profitability of production. In order to increase the efficiency of their activities, agricultural enterprises must constantly improve their sectoral structure of production. This, in turn, will change the economic parameters of their development.*

***Keywords:** branch structure, agricultural enterprise, crop production, animal husbandry, level of profitability.*

Постановка проблеми. Рівень розвитку галузевої структури сільськогосподарських підприємств значною мірою визначає розвиток як агропромислового комплексу, так і економіки країни в цілому. В умовах ринкових відносин у галузевій структурі аграрного сектора економіки відбулися суттєві зміни, які привели до ряду негативних наслідків: зниження рівня забезпеченості населення сільськогосподарською продукцією, особливо тваринницькою, значного підвищення нерівномірності зайнятості сільського населення, погіршення екологічних умов виробництва, перш за все погіршенням родючості ґрунтів. Визначення раціонального поєднання галузей у господарствах, регіонах, країні є дуже важливою проблемою ефективного функціонування сільськогосподарських підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми поглиблення спеціалізації та удосконалення галузевої структури сільськогосподарських підприємств з метою удосконалення структури виробництва, оптимального планування та управління галузями висвітлені у наукових працях вітчизняних вчених-аграрників А. П. Азізова, В. Я. Амбросова, В. Г. Андрійчука, І. Ф. Баланюка, П. К. Канінського, В. Я. Месель-Веселяка, М. Й. Маліка, І. О. Олійника, П. Т. Саблука, Н. В. Статівки та ін. Водночас у наукових дослідженнях мало уваги звертається вивченню впливу галузевої структури на економічну ефективність сільськогосподарського виробництва і факторів, що обумовлюють зміни у галузевій структурі сільськогосподарських підприємств.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення впливу галузевої структури, вираженої через показник частки грошової виручки від реалізації продукції в загальній виручці підприємства, на ефективність виробництва основних її видів у сільськогосподарських підприємствах, виражену через показник рівня рентабельності виробництва.

Виклад основного матеріалу. Під галуззю прийнято розуміти сукупність підприємств, які виробляють якісно однорідну

продукцію або здійснюють однорідні послуги. Галузевою структурою визначається, на які галузі поділяється виробництво, якими повинні бути співвідношення між ними для підвищення ефективності використання наявних ресурсів і забезпечення сталого розвитку [1-3].

Сільськогосподарське виробництво складається з багатьох галузей, з яких дві є основними: рослинництво і тваринництво, які, в свою чергу, діляться на багато підгалузей. Для оцінки галузевої структури можуть бути використані різні показники: валова продукція, товарна продукція (дохід або виручка від реалізації продукції), посівні площі і поголів'я тварин. Додатковими показниками галузевої структури підприємства є структура трудових і матеріально-грошових витрат. В кількісному виразі ці показники можуть дещо відрізнятися, але загальна тенденція зміни галузевої структури зберігається [4]. У нашому дослідженні для визначення галузевої структури сільськогосподарських підприємств ми користуємося показником структури доходу (виручки) від реалізації продукції.

Основними факторами, які впливають на розвиток галузей сільського господарства є: природно-кліматичні умови, спеціалізація та концентрація виробництва, науково-технічний прогрес та економічна політика держави в області забезпечення населення продовольством, кон'юнктура ринку [5-8].

Приведені в табл. 1 дані свідчать, що частка рослинництва в загальному обсязі товарної продукції у сільськогосподарських підприємствах України хоч і повільніше ніж в попередні роки (1995-2010), але невпинно продовжує збільшуватися (від 73,8 % в 2014 році до 82,1 % в 2018 році). Цей процес в основному відбувається за рахунок збільшення часток зернових і зернобобових культур і соняшнику. Відповідно зменшується частка продукції тваринництва. Дана тенденція є небезпечною для сільськогосподарських підприємств: знижується родючість ґрунтів, підвищується нерівномірність зайнятості сільського населення тощо [9].

З даних табл. 2 видно, що фермерські господарства України, які звітують за формою № 2-ферм «Основні показники господарської діяльності фермерського господарства, малого підприємства у сільському господарстві за 20_рік» виробляють в основному продукцію рослинництва і мають зерново-соняшниковий напрям спеціалізації.

Таблиця 1

Структура доходів (виручки) від реалізації продукції сільськогосподарських підприємств України, %

	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Продукція сільського господарства	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
у т.ч. продукція рослинництва	73,8	80,0	83,1	81,6	82,1
культури зернові та зернобобові	37,2	39,6	44,1	41,6	46,5
пшениця	14,3	14,6	19,1	18,1	18,7
жито	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2
кукурудза на зерно	17,9	20,7	19,1	17,8	22,4
ячмінь	3,7	3,0	4,0	3,8	3,6
насіння культур олійних	27,5	32,7	36,4	35,1	32,3
з них насіння соняшнику	16,6	21,2	24,0	22,7	20,4
боби сої	6,3	7,7	9,0	6,7	5,6
насіння ріпаку й кользи	4,4	3,6	3,1	5,5	6,3
буряк цукровий фабричний	2,3	1,4	3,2	2,9	1,0
картопля	0,6	0,3	0,3	0,2	0,3
культури овочеві	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1
культури плодові та ягідні	1,5	0,5	0,5	0,6	0,4
виноград	0,3	0,3	0,4	0,4	0,3
продукція тваринництва	26,2	20,0	16,9	18,4	17,9
м'ясо ВРХ	1,3	1,1	1,3	2,1	1,2
м'ясо свиней	4,6	3,5	4,6	5,0	4,1
м'ясо птиці	9,8	8,1	10,7	10,0	3,2
молоко	4,6	3,3	4,8	5,5	5,0
яйця	4,7	3,5	2,7	2,3	3,3

Джерело: за даними Державної служби статистики України

Так, у структурі товарної продукції найвища частка зернових і зернобобових культур була у 2018 р. – 50,8 %. У 2017 р. реалізація соняшнику в загальній виручці від реалізації продукції становила 32,8 %. Дані таблиці відображають тенденцію до зниження частки картоплі, плодів, ягід, овочів та продукції тваринництва. Зміна галузевої структури малих фермерських господарств України відбувається аналогічно зміні галузевої структури

великих і середніх сільськогосподарських підприємств (у тому числі і фермерських господарств), які звітують за формою № 50-ст. Дану форму заповнюють юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб, незалежно від організаційно-правової форми господарювання (крім фермерських господарств з площею сільськогосподарських угідь менше 1000 гектарів і кількістю працюючих менше 50 осіб).

Таблиця 2

Структура доходів (виручки) від реалізації продукції малих фермерських господарств, %

	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Продукція сільського господарства	100	100	100	100	100
у т.ч. продукція рослинництва	93,7	95,9	96,4	95,9	97,8
культури зернові та зернобобові	41,9	40,2	42,8	43,6	50,8
пшениця	18,9	18,4	19,3	20,5	22,8
кукурудза на зерно	11,5	13,0	13,5	14,2	19,3
насіння соняшнику	29,7	32,4	32,2	32,8	28,8
буряк цукровий фабричний	0,7	0,4	0,5	0,5	0,5
картопля	0,8	0,7	0,4	0,5	0,4
культури овочеві	3,2	3,6	2,1	1,5	1,5
культури плодові та ягідні	1,2	0,6	0,9	0,6	0,6
виноград	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1
продукція тваринництва	6,3	4,1	3,6	4,1	2,2
велика рогата худоба	1,0	0,7	0,6	0,9	0,2
свині	1,5	1,5	1,0	1,5	0,5
птиця	1,6	0,5	0,4	0,5	0,2
молоко	1,4	0,8	1,0	0,9	1,1

Джерело: за даними Державної служби статистики України

Особливо слід відзначити, що темпи зменшення частки тваринницької продукції в загальному обсязі реалізованої продукції за аналізований період у малих фермерських господарствах є значно швидшими: за 5 років—майже в 3 рази. Більшість фермерів через відсутність умов для прибуткового ведення галузі тваринництва, а також достатніх коштів для будівництва тваринницьких приміщень з урахуванням новітніх технологій та придбання племінної худоби, не мають можливості займатися виробництвом тваринницької продукції. Проблеми з реалізацією виробленої продукції змушують малі фермерські господарства відмовлятися від вирощування широко культивованих раніше в їхніх господарствах овочевих культур і картоплі, плодових і ягідних культур. Отже, у фермерських господарствах майже відсутній чіткий напрям спеціа-

лізації, в основному їхні власники виробляють продукцію, яка є високотоварною, не враховуючи негативні моменти такого виробництва (недотримання технології, чергування культур у сівозміні, виснажування ґрунтів тощо).

Є деякі відмінності в галузевих структурах сільськогосподарського виробництва природно-кліматичних зонах України (табл. 3). На території країни виділяють такі природно-економічні зони: Лісостеп, Північний, Центральний та Південний Степ, Полісся та передгірні й гірські райони Карпат і Криму. Оскільки межі зон не збігаються з кордонами областей України, їх було укрупнено до трьох найбільших: Степ, Лісостеп і Полісся, які мають чітко виражену галузеву структуру виробництва продукції сільського господарства.

Таблиця 3

Структура доходів (виручки) від реалізації продукції сільськогосподарських підприємств по природно-економічних зонах України, %

	2014 р.				2018 р.			
	Степ	Лісо-степ	Полісся	Україна	Степ	Лісо-степ	Полісся	Україна
Продукція сільського господарства	100	100	100	100	100	100	100	100
у т.ч. продукція рослинництва	79,4	70,6	73,9	73,8	91,2	78,1	79,0	82,1
культури зернові та зернобобові	36,3	37,3	39,0	37,2	45,8	46,4	47,9	46,5
пшениця	20,7	11,9	10,0	14,3	28,6	15,0	13,5	18,7
жито	0,1	0,1	0,6	0,2	0,0	0,1	0,6	0,2
кукурудза на зерно	7,6	21,7	25,6	17,9	9,1	27,5	29,4	22,4
ячмінь	6,3	2,7	1,9	3,7	6,2	2,5	2,8	3,6
Насіння культур олійних	37,8	23,7	19,9	27,5	41,8	28,4	28,2	32,3
з них насіння соняшнику	29,7	12,0	6,0	16,6	31,3	17,4	10,8	20,4
боби сої	3,5	7,9	6,4	6,3	2,9	6,3	7,8	5,6
насіння ріпаку й кользи	4,3	3,7	7,3	4,4	7,4	4,6	9,4	6,3
буряк цукровий фабричний	0,1	1,7	1,6	1,2	0,1	1,4	1,0	1,0
картопля	0,3	0,6	1,2	0,6	0,2	0,1	0,7	0,3
культури овочеві	2,0	0,9	0,7	1,2	1,9	0,9	0,4	1,1
культури плодові та ягідні	0,5	0,5	7,8	1,6	0,3	0,5	0,6	0,5
виноград	1,0	0,0	0,0	0,3	0,9	0,0	0,0	0,3
продукція тваринництва	20,6	29,4	26,1	26,2	8,8	21,9	21,0	17,9
м'ясо ВРХ	0,7	1,4	2,3	1,3	0,6	1,5	1,5	1,2
м'ясо свиней	5,0	3,8	6,9	4,6	3,2	3,6	7,2	4,1
м'ясо птиці	5,9	12,6	8,2	9,8	0,8	3,9	4,8	3,2
молоко	2,5	5,6	5,3	4,6	2,3	6,3	5,5	5,0
яйця	6,1	4,5	2,5	4,7	1,6	4,7	1,6	3,3

Джерело: за даними Державної служби статистики України

По всіх природно-економічних зонах України незмінною залишається тенденція збільшення частки продукції рослинництва і відповідне зменшення частки тваринницької продукції. Найбільш суттєві зміни відбулися в галузевій структурі сільськогосподарських підприємств зони Степу: за 5 років частка продукції рослинництва збільшилася на 11,8 %, у Лісостепу цей показник становить 7,5 %, в Поліссі - 5,1 %. Підвищення частки продукції рослинництва у всіх зонах України відбувається в основно-

му через збільшення виробництва зернових культур і соняшнику.

На думку Андрійчука В. Г. визначення галузевої структури сільськогосподарського підприємства за часткою товарної продукції, оціненої в поточних цінах реалізації, призводить нерідко до зміщення його оцінок. Це пов'язане з тим, що ціни на окремі види продукції за роками можуть істотно коливатися під впливом зміни попиту і пропозиції, переорієнтації підприємства на канали збуту або зміни їх співвідношення, реалізації продукції у різні строки. В ре-

зультаті цього відбувається заниження або завищення частки окремих видів продукції в структурі товарної продукції, що особливо чітко виявляється в разі її реалізації в однакових обсягах (у натуральному вимірі) за різні роки. Згодні із позицією вченого, що більш точно галузеву структуру підприємства визначати за структурою товарної продукції, оціненою у постійних цінах відповідного періоду. Відмінність у структурах товарної продукції за фактичними цінами реалізації та постійними цінами покаже вплив цінового фактору на формування виробничого напрямку підприємства, його галузеву структуру [10].

Економічна ефективність галузевої структури сільськогосподарського підприємства

ва виявляється через економічну ефективність його товарних галузей (табл. 4). Найвищий рівень рентабельності має виробництво винограду, найменший - виробництво м'яса великої рогатої худоби. Виявлено середній кореляційний зв'язок між часткою продукції в галузевій структурі і рівнем рентабельності її виробництва (коефіцієнт кореляції варіює між 0,3 і 0,5). У 2017 і 2018 роках немає даних по рівнях рентабельності продукції сільського господарства в цілому і основних галузях. Однак, якщо робити висновок із аналізу рівнів рентабельності окремих видів продукції за ці роки, то видно, що вказані показники дещо нижчі рівнів 2016 року.

Таблиця 4

Рівень рентабельності основних видів продукції сільськогосподарських підприємств України, %

	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Продукція сільського господарства	25,8	45,6	37,3	н.д.	н.д.
у т.ч. продукція рослинництва	29,2	50,6	44,4	н.д.	н.д.
культури зернові та зернобобові	25,8	43,1	37,8	25	24,7
пшениця	28,0	31,7	26,8	26,8	24,6
жито	-5,6	21,9	24,6	20,2	-2,2
кукурудза на зерно	26,2	50,3	45,7	23,7	27,2
ячмінь	18,3	28,3	25,4	24,0	25,6
насіння соняшнику	36,5	80,5	63,0	41,3	32,5
боби сої	34,5	38,6	52,0	28,8	21,0
насіння ріпаку й кользи	29,2	44,3	44,9	43,6	31,1
буряк цукровий фабричний	17,9	28,2	24,3	12,4	-11,4
картопля	9,2	24,2	-3,2	10,0	6,8
культури овочеві	14,1	32	15,3	9,9	13,3
культури плодові та ягідні	64,7	58,3	25	35,4	6,4
виноград	61,0	102,3	74,6	51,6	22,6
продукція тваринництва	13,4	22,1	7,7	н/д	н/д
м'ясо ВРХ	-35,9	-17,9	-24,8	3,4	-17,7
м'ясо свиней	5,6	12,7	-4,5	3,5	6,9
м'ясо птиці	-15,4	-6,1	5,0	7	5,7
молоко	11,0	12,6	18,2	26,9	16,1
яйця	58,8	60,9	0,5	-9	5,4

Джерело: за даними Державної служби статистики України

Особливо помітне зниження в 2018 році рівня рентабельності цукрових буряків і м'яса великої рогатої худоби. Тільки в 2017 році виробництво м'яса ВРХ було прибутковим, виробництво яєць тільки в тому ж

році було збитковим. М'ясо птиці за останні три роки є прибутковим виробництвом. У 2017-2018 роках виробництво м'яса свиней стало рентабельним, хоча цей показник поки- що значно менший за історичний

максимум останніх 25 років: у 2015 році рівень рентабельності виробництва м'яса свиней становив 12,7 %. Слід відзначити, що рівні рентабельності продукції тваринництва в 2017-2018 рр. дещо стабілізувалися у порівнянні із 2014-2016 роками.

Зменшення рівня рентабельності виробництва більшості видів сільськогосподарської продукції посилюватиме переорієнтацію сільськогосподарських підприємств на найбільш прибуткові, в першу чергу зернові та технічні культури, крім цукрового буряка [11].

Рівень рентабельності основних видів продукції у малих фермерських господарствах має таку ж тенденцію до зміни: в 2014-2016 роках її рівень підвищувався, в 2017-2018 роках спостерігається деяке його зниження (табл. 5). Найбільший рівень рентабельності мають овочеві культури і картопля, плодові і ягідні культури і цукровий буряк. Слід відзначити, що рівень рентабельності продукції малих фермерських господарств має значні коливання в різні роки.

Таблиця 5

Рівень рентабельності основних видів продукції малих фермерських господарств України, %

	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Продукція сільського господарства	27,7	44,2	42,4	38,0	32,0
у т.ч. продукція рослинництва	29,4	46,0	44,0	39,8	32,5
культури зернові та зернобобові	22,9	36,4	36,7	34,7	33,9
пшениця	24,0	36,5	35,5	37,9	32,1
кукурудза на зерно	22,3	40,1	42,7	30,8	37,5
насіння соняшнику	38,1	63,1	56,2	46,5	36,6
буряк цукровий фабричний	20,0	16,9	29,7	30,7	17,7
картопля	13,9	25,6	13,9	33,0	46,7
культури овочеві	16,2	42,1	23,7	26,6	15,5
культури плодові та ягідні	54,5	27,6	53,9	36,0	37,7
виноград	-18,7	47,0	30,9	86,2	3,9
продукція тваринництва	7,3	11,0	9,3	4,8	14,4
м'ясо ВРХ	7,6	10,7	7,2	-0,2	10,3
м'ясо свиней	6,6	9,7	2,7	-4,3	6,4
м'ясо птиці	0,6	1,9	-3,2	9,9	11,8
молоко	12,6	15,6	15,4	18,8	21,7

Джерело: за даними Державної служби статистики України

Для оцінки ефективності галузевої структури підприємства в цілому, порівнюємо структуру товарної продукції з показниками рівня рентабельності. Так за аналізований період найбільшу частку в структурі товарної продукції сільськогосподарських підприємств і малих фермерських господарств займала галузь зерновиробництва. У 2018 році вона становила відповідно 46,5

та 50,8 %. Рівень рентабельності виробництва зернових та зернобобових культур при цьому не відрізняється найвищим значенням і поступається у сільськогосподарських підприємствах насінню соняшнику та ріпаку, а у малих фермерських господарствах – картоплі, плодовим та ягідним культурам та насінню соняшнику.

Разом із тим, насіння соняшнику, рівень рентабельності якого у 2018 році є найвищим у сільськогосподарських підприємствах, у структурі товарної продукції останніх займає 20,4 %. Аналогічна ситуація склалася із плодовими та ягідними культурами, які вирощуються у малих фермерських господарствах. При одному з найвищих рівнів рентабельності (37,7 %), їх частка у виручці від реалізації продукції становила 0,6 %. Коефіцієнт кореляції між часткою продукції і рівнем рентабельності для цих господарств не перевищує значення 0,3, тому можна говорити про слабкий кореляційний зв'язок.

Висновки. Дослідження формування сучасної галузевої структури сільськогосподарських підприємств показало, що негативна тенденція зменшення частки тваринницької продукції в загальному обсязі зберігається. У малих фермерських підприємствах це скорочення відбувається швидшими темпами, особливо у зоні Степу. Галузева структура впливає на ефективність виробництва, її зміна у динаміці викликає зміну

рівня рентабельності виробництва продукції. Проте сучасна галузева структура сільськогосподарських підприємств є далекою від раціональної, яка би оптимально поєднувала головні, додаткові та підсобні сільськогосподарські галузі. По суті сформувалася «однобічна спеціалізація», особливо у малих фермерських господарствах, де частка зернових та соняшнику у структурі виручки від реалізації продукції підвищилася від 71,6 % у 2014 році до 79,6 % у 2018 році [12]. Насиченість ринку сільськогосподарською продукцією викликає зростання внутрішньої і зовнішньої конкуренції, зміни кон'юнктури ринку. У результаті виникає необхідність у прискореному розвитку одних галузей і скороченні виробництва продукції інших, що змінює галузеву структуру виробництва. Для підвищення ефективності діяльності сільськогосподарські підприємства мають постійно удосконалювати свою галузеву структуру виробництва, що в свою чергу зумовить зміну економічних параметрів їх розвитку.

Список літератури

1. Амбросов В. Я. Суспільний поділ праці та формування виробничих структур./ В. Я. Амбросов // *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ. 2013. Вип. 137. С.5-18.
2. Месель-Веселяк В. Я. Стратегічні напрями розвитку аграрного сектору України. / В. Я. Месель-Веселяк, М. М. Федоров// *Економіка АПК*. - 2016.- №6. - С. 37-49.
3. Малік М. Й. Розвиток аграрного підприємництва в умовах інституціональних трансформацій / М. Й. Малік, О. Г. Шпикуляк // *Економіка АПК*. - 2017. - №2. - С. 5-16.
4. Богданович О. А. Дослідження виробництва валової продукції та галузевої структури сільського господарства в Україні та по регіонах / О. А. Богданович// *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. П. Василенка*. Харків, 2015. вип. 161. С. 110-118.
5. Баланюк І. Ф. Галузева структура виробництва в сільськогосподарських підприємствах: монографія / І. Ф. Баланюк // Івано-Франківськ: - Вид-во Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника, 2010. - 200 с.
6. Канінський П. К. Спеціалізація та кооперація тваринництва зони Лісостепу в умовах ринкової економіки: монографія / П. К. Канінський // Київ: Інститут аграрної економіки, 2000.- 448 с.
7. Статівка Н. В. Основні тенденції зміни галузевої структури та рівня спеціалізації сільськогосподарських підприємств Харківської області /Статівка Н. В.// *Вісник ХНАУ*. Харків, 2008. №3. С. 192-203.
8. Daniel Karine. Concentration et specialization: quell schema pour l'agrculture communautaire? /К. Daniel// *Economie et prévision*.2003. № 158. Pp.105-120.
9. Гадзало Я. М, Бащенко М. І., Гладій М. В. та ін. Тваринництво України: стан, проблеми, шляхи розвитку (1990 – 2017 – 2030 рр.) / за ред. академіка НААН М. І. Бащенко//. Київ: Аграрна наука. 2017. 160 с.
10. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу : підручник / В. Г. Андрійчук. – К. : КНЕУ, 2013. – 779 с.
11. Лупенко Ю. О. Результати і проблеми реформування сільського господарства України / Ю. О. Лупенко, П. Т. Саблук, В. Я. Месель-Веселяк, М. М. Федоров // *Економіка АПК*. - 2014.- №7. - С. 26-38.
12. Яворська Т. І. Вплив спеціалізації на ефективність виробництва сільськогосподарської продукції у фермерських господарствах / Т. І. Яворська // *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. / За ред. М.Ф. Кропивка. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2013, 235 с. - № 3 (23) – С. 214–221.

Reference:

1. Ambrosov V. Ya. (2013) Suspilnyi podil pratsi ta formuvannia vyrobnychych struktur. *Visnyk KhNTUSH: Ekonomichni nauky. Kharkiv: KhNTUSH*, Vyp. 137, pp. 5-18.
2. Mesel-Veseliak V. Ya., Fedorov M. M. (2016) Stratehichni napriamy rozvytku aharnoho sektoru Ukrainy. *Ekonomika APK*, №6, pp. 37-49.
3. Malik M. Y., Shpykuliak O. H. (2017) Rozvytok aharnoho pidpriemnytstva v umovakh instytutsionalnykh transformatsii, *Ekonomika APK*, №2, pp. 5-16.
4. Bohdanovych O. A. (2015) Doslidzhennia vyrobnytstva valovoi produktsii ta haluzevoi struktury silskoho hospodarstva v Ukraini ta po rehionakh. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu silskoho hos-podarstva im. P. Vasylenka. Kharkiv*, vyp. 161, pp. 110-118.
5. Balaniuk I. F. (2010) Haluzeva struktura vyrobnytstva v silskohospodarskykh pidpriemstvakh: monohrafiia. *Ivano-Frankivsk: Vyd-vo Prykarpatskoho natsionalnoho universytetu im. Vasylia Stefanyka*, 200 p.
6. Kaninskyi P. K. (2000) Spetsializatsiia ta kooperatsiia tvarynnytstva zony Lisostepu v umovakh rynkovoi ekonomiky: monohrafiia. *Kyiv: Instytut aharnoi ekonomiky*, 448 p.
7. Stativka N. V. (2008) Osnovni tendentsii zminy haluzevoi struktury ta rivnia spetsializatsii silskohospodarskykh pidpriemstv Kharkivskoi oblasti. *Visnyk KhNAU. Kharkiv*, №3, 192-203.
8. Daniel Karine (2003) Concentration et specialization: quell schema pour lagrsculture communautaire? *Economie et prévision*, № 158, pp. 105-120.
9. Hadzalo Ya. M., Bashchenko M. I., Hladii M. V. [ta in.] (2017) Tvarynnytstvo Ukrainy: stan, problemy, shliakhy rozvytku (1990 – 2017 – 2030 rr.) [za red. akademika NAAN M. I. Bashchenka]. *Kyiv: Aharna nauka*, 160 p.
10. Andriichuk V. H. (2013) Ekonomika pidpriemstv ahropromysloвого kompleksu: pidruchnyk. *K. : KNEU*, 779 p.
11. Lupenko Yu. O., Sabluk P. T., Mesel-Veseliak V. Ya., Fedorov M. M. (2014) Rezultaty i problemy reformuvannia silskoho hospodarstva Ukrainy. *Ekonomika APK*, №7, pp. 26-38.
12. Yavorska T. I. (2013) Vplyv spetsializatsii na efektyvnist vyrobnytstva silskohospodarskoi produktsii u fermerskykh hospodarstvakh. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky)*. [Za red. M. F. Kropyvka]. Melitopol: Vyd-vo Melitopolska typohrafiia «Liuks», 2013, 235 p., № 3 (23), pp. 214–221.

**Вимоги до статей, що друкуються
у “Збірнику наукових праць Таврійського державного
агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)”**

Збірник призначений для фахівців, які цікавляться теоретичними та прикладними проблемами економіки, фінансів і кредиту, обліку і аудиту, менеджменту та маркетингу мікро-, мезо- та макрорівня національної та міжнародної економіки. Збірник надає можливість вченим та здобувачам наукових ступенів провести публічну апробацію, а науковій спільноті – ознайомитися з останніми результатами досліджень теоретичних і прикладних проблем національної та міжнародної економіки.

Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) включений до Переліку наукових фахових видань України, є науковим виданням, в якому можуть бути опубліковані основні результати дисертаційних робіт (наказ МОН №1328 від 21.12.2015 р.).

Збірник виходить 4 рази на рік. Останні дати подання статей:

№1 – до 1 березня; №2 – до 1 травня; №3 – до 1 жовтня; №4 – до 1 грудня.

Для участі у формуванні збірника наукових праць необхідно подати:

1. Електронний варіант статті, оформлений відповідно до наведених нижче вимог, виконаний у редакторі MS Word.

2. Рецензію доктора наук (за тематикою статті) – для авторів без вченого ступеня. Відсканований документ повинен містити підпис рецензента, засвідчений печаткою установи, в якій він працює.

3. Файл із відомостями про автора (прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання, посада, місце роботи, поштова адреса для пересилання авторського примірника, контактні телефони, адреса електронної скриньки) та інформацією про кількість примірників і необхідність поштової пересилки.

4. Електронні копії анотації англійською мовою у форматах *jpeg* (сканована копія) та *doc* (у редакторі MS Word), завірену професійним перекладачем або викладачем англійської мови зі знанням економічної термінології.

5. Електронну копію платіжних документів (оплата здійснюється після прийняття позитивного рішення щодо друку статті).

Пакет перерахованих вище матеріалів надсилається на електронну скриньку:

sp_tsatu@tsatu.edu.ua, ludsinsin2017@ukr.net

Структура статті:

1. Індекс УДК.

2. Прізвище та ініціали автора.

3. Відомості про автора – науковий ступінь, вчене звання, посада та місце роботи автора (повністю без аббревіатур), e-mail.

4. Назва статті (до десяти слів).

5. Анотація мовою статті (від 300 до 500 знаків)

6. Ключові слова мовою статті (не менше шести слів або словосполучень).

7. Код JEL Classification.

8. Прізвище та ініціали автора (англійською).

9. Відомості про автора (англійською) – науковий ступінь, вчене звання, посада та місце роботи автора (повністю без аббревіатур), e-mail.

10. Назва статті (англійською).

11. Розширена анотація англійською мовою (від 1600 до 1800 знаків) містить наступні розділи: постановка завдання, результати дослідження, висновки

12. Ключові слова (англійською).

13. Текст у структурованому вигляді із виділенням наступних елементів:

13.1 Постановка проблеми (постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями);

13.2 Аналіз останніх досліджень і публікацій (аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття);

13.3 Формулювання цілей статті (постановка завдання);

13.4 Виклад основного матеріалу (виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів);

13.5 Висновки (висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку).

14. Список літератури (мовою оригіналу). Бібліографічний опис літературних джерел оформлюється згідно з ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 «Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання» (Приклади оформлення бібліографічного опису наведено в «Бюлетені ВАК України. – 2009. – № 5. – С. 26-30.)

15. Список літератури в романській абетці (транслітерація) – References, оформлений відповідно до вимог APA (<http://www.apastyle.org>).

16. Вказати назву рубрики, в якій має бути надрукована стаття – відповідає назві однієї з наукових спеціальностей галузі "Економічні науки":

056 – Економіка;

071 – Облік і оподаткування;

072 – Фінанси, банківська справа та страхування;

073 – Менеджмент;

075 – Маркетинг;

076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність.

Технічні вимоги до оформлення статті:

- Приймаються статті, написані однією із трьох мов: українською, російською, англійською.
- Назва файлу зі статтею – прізвище автора.
- Формат сторінки – А4.
- Поля з усіх боків – 2 см.
- Всі сторінки мають бути у книжковій орієнтації.
- Обсяг статті – не менше 10 друкованих сторінок.
- Окремі елементи статті:
 - Індекс УДК - Times New Roman, 12, напівжирний, вирівнювання ліворуч, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;
 - Прізвище та відомості про автора (авторів) - Times New Roman, 12, курсив, вирівнювання праворуч, інтервал – 1,0;
 - Порожній рядок;
 - Назва статті - Times New Roman, 16, великими літерами, напівжирний, вирівнювання по центру, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;
 - Порожній рядок;
 - Анотація та ключові слова - Times New Roman, 10, курсив, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 1,25 см;
 - Порожній рядок;

- Код JEL Classification - Times New Roman, 12, напівжирний, вирівнювання ліворуч, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;
- Прізвище та відомості про автора (англійською) - Times New Roman, 12, курсив, вирівнювання праворуч, інтервал – 1,0;
- Порожній рядок;
- Назва статті (англійською) - Times New Roman, 16, великими літерами, напівжирний, вирівнювання по центру, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;
- Порожній рядок;
- Анотація та ключові слова (англійською) - Times New Roman, 10, курсив, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 1,25 см;
- Порожній рядок;
- Текст статті - Times New Roman, 14, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,5, абзацний відступ – 1,25 см, назви підпунктів виділяються напівжирним шрифтом;
- Порожній рядок;
- Список літератури – Arial Narrow, 10, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0,5 см, слова "Список літератури" виділяються напівжирним шрифтом;
- Порожній рядок;
- Список літератури (англійською) - References – Arial Narrow, 10, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0,5 см.

- Оформлення таблиць:

Таблиця 1

Назва таблиці		

- Оформлення ілюстрацій:

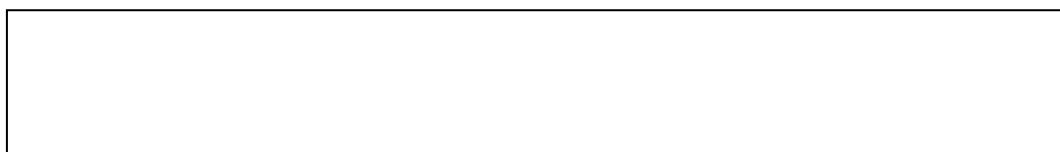


Рис. 1. Назва рисунку.

- Формули виконуються за допомогою вбудованого редактора формул MS Word і нумеруються з правого боку:

$$\text{Формула} \tag{1}$$

- Абзаци позначати тільки клавішею "Enter", не застосовувати пробіли або табуляцію (клавіша "Tab").
- Посилання на літературу в тексті необхідно давати в квадратних дужках, наприклад, [3, с. 35; 8, с. 56-59], в яких перша цифра вказує порядковий номер джерела в списку літератури, а друга – відповідну сторінку в цьому джерелі; одне джерело (зі сторінкою) відокремлюється від іншого крапкою з комою.
- Всі статистичні дані мають бути підкріплені посиланнями на джерела.
- Всі цитати мають закінчуватися посиланнями на джерела.
- Кількість джерел у списку літератури повинна складати на менше 10 (з них не менше 4 іноземних).
- Посилання на підручники та науково-популярну літературу не допускаються.
- Назви праць у списку літератури розташовуються в порядку цитування.

- Скорочення слів і словосполучень, окрім загальноприйнятих, не допускається.

Редакція може відхилити статтю, якщо:

- відсутній повний пакет супровідних документів;
- оформлення статті не відповідає зазначеним вище вимогам;
- тематика статті не відповідає профілю видання;
- назва статті не відповідає змісту;
- стаття написана на низькому науковому рівні;
- матеріали повністю або частково публікувались раніше в інших виданнях або подані до розгляду редакціям інших журналів;
- стаття повністю або частково чужа (автор вчинив плагіат);
- порушена в статті проблема втратила актуальність.

Автори несуть відповідальність за точність наведених у статті термінів, прізвищ, даних, цитат, статистичних матеріалів тощо.

Усі матеріали, що надсилаються для публікації, проходять рецензування.

Рішення про публікацію статті приймає редколегія.

Рукописи, які відхилила редакційна колегія, авторам не повертаються.

Редакція залишає за собою право скорочувати, правити текст і змінювати назву статті.

Сподіваємося на плідну співпрацю!

Редакційна колегія Збірника наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)

Контактні дані:

Адреса: 72315, Україна, Запорізька область,
м. Мелітополь, пр-т Б. Хмельницького, 18,
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного,
Факультет економіки та бізнесу.

моб. (067) 603-78-26 – Синяєва Людмила Василівна

тел. (096) 739-76-07; (0619) 42-31-09 – Демченко Іван Володимирович

тел. (0619) 42-32-01 – Карман Сергій Вікторович

факс: (0619) 42-12-47

e-mail:

sp_tsatu@tsatu.edu.ua, ludsin2017@ukr.net – для надсилання статей на рецензування;

ivanvd@ukr.net – для запиту щодо можливості англomовного супровіду та довідок з технічних питань.

Плату за публікацію статті (**40 грн.** за кожен сторінку) направляти фіз. особі Демченку Івану Володимировичу (№ банківської карти 4149 4978 7037 7332 у Приватбанку). Для осіб, що переводять гроші із інших банків, слід зазначити додаткові реквізити. Одержувач: Демченко Іван Володимирович; найменування банку: Приватбанк; номер рахунку: 29244825509100; МФО 305299; ЄДРПОУ 14360570; призначення платежу – за розміщення статті від «ПБ автора».

З питань надання допомоги щодо перекладу на англійську мову анотації та інших елементів статті, присвоєння коду JEL Classification, а також оформлення списку літератури в романській абетці, звертатися до Демченка Івана Володимировича – тел. 096-7397607,

e-mail: ivan.demchenko@tsatu.edu.ua (вартість послуг 100 грн.).