

# АГРОСВІТ

№ 11 червень 2020

Науково-практичний журнал



ISSN 2306-6792



9 772306 679204

## ГОЛОВНИЙ РЕДАКТОР:

**Васильєва Наталя Костянтинівна**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри інформаційних систем і технологій, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

## ЗАСТУПНИК ГОЛОВНОГО РЕДАКТОРА:

**Вініченко Ігор Іванович**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

## ВІДПОВІДАЛЬНИЙ СЕКРЕТАР: Кучеренко Г. Б.

## ЧЛЕНИ РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ:

**Андрющенко Катерина Анатоліївна**, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економіки та підприємництва, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

**Безус Роман Миколайович**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

**Гончаренко Оксана Володимирівна**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

**Катан Людмила Ігорівна**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

**Козловський Сергій Володимирович**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки, Донецький національний університет імені Василя Стуса (м. Вінниця)

**Кураташвілі Альфред Анзорович (Тбілісі, Грузія)**, доктор економічних, філософських і юридичних наук, професор в галузі суспільних наук, професор Грузинського технічного університету в області Публічного права (Факультет Права і Міжнародних відносин), науковий керівник Інституту Бізнесу і Права факультетів Права і Міжнародних відносин і Бізнестехнологій ГГУ, завідувач відділом економічної теорії Інституту економіки імені П.Г.Гуцушвілі Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі

**Лозинський Дмитро Леонідович**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку і аудиту, Державний університет «Житомирська політехніка»

**Павлова Галина Євгеніївна**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку, оподаткування та управління фінансово-економічною безпекою, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

**Самойленко Алла Олександрівна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та туристичного бізнесу, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

**Сардак Сергій Едуардович**, доктор економічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

**Пантелєєва Наталія Миколаївна**, доктор економічних наук, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи, Черкаський навчально-науковий інститут Державного вищого навчального закладу «Університет банківської справи»

**Трусова Наталя Вікторівна**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Таврійського державного агротехнологічного університету, Таврійський державний агротехнологічний університет

**Федоренко Станіслав Валентинович**, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри охорони праці і навколишнього середовища КНУБА, академік академії будівництва України

**Халатур Світлана Миколаївна**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

**Череп Олександр Григорович**, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економіки, Запорізький національний університет

**Чирва Ольга Григорівна**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

**Шабатура Тетяна Сергіївна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії і економіки підприємства, Одеський державний аграрний університет



Журнал засновано у січні 2001 року. Виходить 2 рази на місяць.

**№ 11 червень 2020 р.**

Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України з

**ЕКОНОМІЧНИХ НАУК** (Категорія «Б»).

Наказ Міністерства освіти і науки України

№ 975 від 11.07.2019 р.

*Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292*

## ІНДЕКСАЦІЯ ВИДАННЯ В НАУКОМЕТРИЧНИХ БАЗАХ:

— Index Copernicus (IC);

— SIS;

— Google Scholar.

Свідоцтво KB № 23728-13568ПР від 27.12.2018 року

ISSN 2306-6792

**Передплатний індекс: 21847**

**Адреса редакції:**

04112, м. Київ, вул. Дорогожицька, 18, к. 29

**Поштова адреса:**

04112, м. Київ, вул. Дорогожицька, 18, к. 29

Телефон: (044) 223-26-28, 537-14-33

Тел./факс: (044) 458-10-73

E-mail: [economy\\_2008@ukr.net](mailto:economy_2008@ukr.net)

[www.agrosvit.info](http://www.agrosvit.info)

Засновники:

**Дніпровський державний аграрно-економічний університет, ТОВ "ДКС Центр"**

Видавець:

**ТОВ "ДКС Центр"**

Передрукування дозволяється лише за згодою редакції.

Відповідальність за добір і викладення фактів несуть автори. Редакція не завжди поділяє позицію авторів публікацій.

За зміст та достовірність реклами несе відповідальність рекламодавець.

Рекомендовано до друку Вченою Радою Дніпровського державного

аграрно-економічного університету 11.06.20 р.

Підписано до друку 11.06.20 р.

Формат 60x84 1/8, Ум. друк. арк. 20,2.

Наклад — 1000 прим.

Папір крейдований, друк офсетний.

Замовлення № 1106/1.

Віддруковано у ТОВ «ДКС Центр»

м. Київ, пров. Куренівський, 17

Тел. (044) 537-14-34

© АгроСвіт, 2020

**У НОМЕРІ:**

<u>Третяк А. М., Третяк В. М., Третяк Н. А., Поліщук А. С.</u> Міфи та ризики Закону України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення .....	4
<u>Дорош Й. М., Ібатуллін Ш. І., Шкуратов О. І., Харитоненко Р. А.</u> Сутність земельного капіталу в контексті інвестиційного забезпечення аграрного сектору економіки .....	13
<u>Вініченко І. І., Павленко О. С., Маховський Д. В.</u> Вибір стратегій підвищення управління конкурентоздатністю підприємств .....	20
<u>Лаврук В. В., Будняк А. М., Лаврук О. С.</u> Проблематика залучення інвестицій у економічну модернізацію і підвищення конкурентоспроможності тваринництва .....	26
<u>Гринчук Ю. С., Коваль Н. В.</u> Удосконалення управління розвитком ринку молока з метою забезпечення продовольчої безпеки України .....	37
<u>Доценко В. Ф., Косова Т. Д., Ярошевська О. В.</u> Економічна діагностика фінансово-майнового стану закладів готельно-ресторанного господарства .....	42
<u>Ігнатенко М. М., Адамчик О. О.</u> Підвищення конкурентоспроможності підприємств сільського зеленого туризму на засадах брендингу та маркетингових стратегій .....	50
<u>Денисенко М. П., Петрівський О. О.</u> Вплив платіжної системи М-Pesa на економіку Кенії .....	58
<u>Николюк О. М., Гуреля В. В., Топольницький П. П.</u> Оцінка ефективності використання технологій аерофотозйомки малими та середніми сільськогосподарськими підприємствами .....	66
<u>Ярошевська О. В.</u> Похідні цінні папери в системі формування капіталу і управління ризиками суб'єктів господарювання .....	75
<u>Крамаренко І. С., Козаченко Л. А., Стиценко О. В., Карабін К. О.</u> Інклюзивний туризм — інвестиційна складова економіки регіону .....	83
<u>Войт Д. С.</u> Удосконалення методичних підходів до моніторингу рівня соціально-економічного розвитку України .....	90
<u>Соколенко А. Ф.</u> Інформаційні потоки керуючої компанії в сфері ЖКГ .....	99
<u>Бриндіна О. А., Труш М. С.</u> Стратегічний набір товарної політики та стратегії управління товарним портфелем .....	107
<u>Клімова А. М.</u> Професійна компетентність персоналу як складова успіху туристичного підприємства .....	115
<u>Ковтуник І. І.</u> Природно-географічні рекреаційні ресурси та курортні території Поділля .....	122
<u>Лук'янова М. М.</u> Роль організацій громадянського суспільства в розвитку сільських територій .....	127
<u>Дмитренко В. І.</u> Загрози розвитку підприємств будівельної галузі: теоретичний аспект .....	136
<u>Бегаль І. І.</u> Дефініції економічних категорій регулювання землекористування в умовах децентралізації влади .....	141
<u>Тараненко А. П.</u> Івентивний туризм як сучасна складова розвитку туристичної діяльності та його класифікація .....	149



## **CONTENTS:**

<u>Tretiak A., Tretiak V., Tretiak N., Polishchuk A.</u> MYTHS AND RISKS OF THE LAW OF UKRAINE REGARDING THE AGRICULTURAL LAND COMMERCE .....	4
<u>Dorosh Y., Ibatullin Sh., Shkuratov O., Kharytonenko R.</u> THE ESSENCE OF LAND CAPITAL IN THE CONTEXT OF INVESTMENT SUPPORT OF THE AGRICULTURAL SECTOR .....	13
<u>Vinichenko I., Pavlenko O., Makhovsky D.</u> SELECTION OF STRATEGIES FOR INCREASING COMPETITIVENESS MANAGEMENT OF ENTERPRISES .....	20
<u>Lavruk V., Budnyak L., Lavruk O.</u> PROBLEMS OF ATTRACTING INVESTMENTS IN ECONOMIC MODERNIZATION AND INCREASING THE COMPETITIVENESS OF ANIMAL HUSBANDRY .....	26
<u>Grynchuk Y., Koval N.</u> IMPROVING THE MANAGEMENT OF THE MILK MARKET DEVELOPMENT TO ENSURE FOOD SECURITY OF UKRAINE .....	37
<u>Dotsenko V., Kosova T., Yaroshevska O.</u> ECONOMIC DIAGNOSTICS OF FINANCIAL AND PROPERTY CONDITION OF HOTEL AND RESTAURANT ESTABLISHMENTS .....	42
<u>Ihnatenko M., Adamchuk O.</u> IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF RURAL GREEN TOURISM ENTERPRISES ON THE BASIS OF BRANDING AND MARKETING STRATEGIES .....	50
<u>Denisenko M., Petrivsky O.</u> M-PESA PAYMENT SYSTEM IMPACT ON KENYA'S ECONOMY .....	58
<u>Nykolyuk O., Hurelia V., Topolnitsky P.</u> ASSESSMENT OF EFFICIENCY OF USING AERIAL PHOTOGRAPHY TECHNOLOGIES BY SMALL AND MEDIUM-SIZED AGRICULTURAL ENTERPRISES .....	66
<u>Yaroshevska O.</u> DERIVATIVE SECURITIES IN THE SYSTEM OF CAPITAL FORMATION AND RISK MANAGEMENT OF ECONOMIC ENTITIES .....	75
<u>Kramarenko I., Kozachenko L., Stytsenko O., Karabin K.</u> INCLUSIVE TOURISM — INVESTMENT COMPONENT OF THE REGION'S ECONOMY .....	83
<u>Voit D.</u> IMPROVEMENT OF METHODOLOGICAL APPROACHES TO MONITORING THE LEVEL OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE .....	90
<u>Sokolenko L.</u> INFORMATION FLOWS OF THE MANAGEMENT COMPANY IN THE FIELD OF HOUSING .....	99
<u>Bryndina O., Trush M.</u> STRATEGIC SET OF PRODUCT POLICY AND STRATEGIES OF PRODUCT LINE MANAGEMENT .....	107
<u>Klimova A.</u> PROFESSIONAL STAFF COMPETENCE AS A COMPONENT OF TOURISM BUSINESS SUCCESS .....	115
<u>Kovtunyk I.</u> NATURAL-GEOGRAPHICAL RECREATION RESOURCES AND RESORT TERRITORIES OF PODILLYA .....	122
<u>Lukianova M.</u> THE ROLE OF CIVIL SOCIETY ORGANIZATIONS IN THE DEVELOPMENT OF RURAL AREAS .....	127
<u>Dmytrenko V.</u> THREATS TO THE DEVELOPMENT OF CONSTRUCTION COMPANIES: A THEORETICAL ASPECT .....	136
<u>Behal I.</u> DEFINITIONS OF ECONOMIC CATEGORIES OF LAND USE REGULATION IN THE CONDITIONS OF DECENTRALIZATION OF POWER .....	141
<u>Taranenko A.</u> EVENT TOURISM AS A MODERN COMPONENT OF TOURISM DEVELOPMENT AND ITS CLASSIFICATION .....	149

УДК 332.2/021

**А. М. Третяк,**

д. е. н., професор, директор ННІ економіки та екології природокористування,  
Державна екологічна академія післядипломної освіти та управління

ORCID ID: 0000-0002-1154-4797

**В. М. Третяк,**

д. е. н., професор, професор кафедри екології та економіки землекористування,  
Державна екологічна академія післядипломної освіти та управління

ORCID ID: 0000-0001-6779-1941

**Н. А. Третяк,**

к. е. н., старший науковий співробітник відділу проблем економіки земельних  
та лісових ресурсів, Державна установа "Інститут економіки природокористування  
та сталого розвитку Національної академії наук України"

ORCID ID: 0000-0001-7602-8606

**А. С. Поліщук,**

аспірант, Державна екологічна академія післядипломної освіти та управління

ORCID ID: 0000-0002-8740-1741

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.4

## **МІФИ ТА РИЗИКИ ЗАКОНУ УКРАЇНИ ЩОДО ОБІГУ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ**

**A. Tretiak,**

Doctor of Economic Sciences, Professor, Director of Scientific Research Institute of Economics and Ecology  
of Nature Management, State Ecological Academy of Postgraduate Education and Management

**V. Tretiak,**

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of Ecology and Economics of Land Use, State Ecological  
Academy of Postgraduate Education and Management

**N. Tretiak,**

PhD in Economics, Senior Researcher at the Department of Land and Forest Resources Economics,  
Public Institution "Institute of Environmental Economics and Sustainable Development  
of the National Academy of Sciences of Ukraine"

**A. Polishchuk,**

Postgraduate student, State Ecological Academy of Postgraduate Education and Management

### **MYTHS AND RISKS OF THE LAW OF UKRAINE REGARDING THE AGRICULTURAL LAND COMMERCE**

У статті авторами висвітлено концептуальні положення прийнятого Урядом Закону України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення. Відзначено, що ключовими положеннями Закону України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення" є питання власності на землю юридичних осіб та банків і її розмір. Зазначено, що саме вони створюють соціальні, екологічні та економічні ризики для сільського населення та України загалом.

У результаті дослідження відзначено, що основною властивістю і особливістю землекористування сільськогосподарського призначення є необхідна умова виробничо-господарської діяльності в сільському господарстві. Саме це обумовило, розглянути розміри власності на землю у європейських країнах та в Україні, а також фактори підвищення вартості сільськогосподарських угідь. Авторами статті встановлено, що розмір земельних ділянок сільськогосподарського призначення у власності для України має бути обмежена та із диференціацією. Крім того, обґрунтовано, що вартість сільськогосподарських угідь залежить від величини доданої вартості, створеної на них, а не від купівлі-продажу земельних ділянок власників земельних часток (паїв).

In the article the authors highlight the main conceptual provisions of the law of Ukraine adopted by the Government regarding the commerce in agricultural land. It is noted that the key provisions of the Law of Ukraine "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on the Commerce in Agricultural Land" are the issues of land ownership of legal entities and banks and the land size. It is stated that they create social, environmental and economic risks for the rural population and Ukraine as a whole.

As a result of the study it was noted that the main property and feature of agricultural land use is a necessary condition for production and economic activity in agriculture. This led to consider the size of land ownership in European countries and in Ukraine, as well as factors increasing the value of agricultural land.

The authors of the article found that the total area of agricultural land for ownership in Ukraine should be limited with differentiation by natural areas or regions, depending on the provision of land for population. Because the size of land ownership is not based on the model of land management in Ukraine and its territories, but by the interests of individual lobby groups. In addition, it is substantiated that the value of agricultural land depends on the amount of the added value created on it, and not on the opening of the land market, i.e. not on the purchase and sale of land by owners of land shares (units). This conclusion follows from a comparison of value added created per unit area with the value of agricultural land in Ukraine and EU countries.

In this regard, the authors proposed that in Ukraine, even if the land will be given into the ownership of agricultural enterprises, its size should be for the Forest-steppe zone up to 500 hectares; for the Steppe zone up to 1000 hectares; for the Polissya zone up to 300 hectares; for the Carpathian region up to 100 hectares per enterprises. Also to acknowledge that the value of agricultural land in official documents is underestimated, because the data of the normative monetary valuation of land are taken, as there are no others. In particular, the authors present a study of comparative productivity and the value of agricultural land, which show that its real value was 3744 dollars USA as of 2015.

*Ключові слова: ринок земель, сільськогосподарське землекористування, власність на землю, розмір земельної ділянки, вартість на землю.*

*Key words: land market, agricultural land use, land ownership, land size, land value.*

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Враховуючи світову тенденцію та новітні умови господарювання у ринковій економіці, потрібно зазначити, що всі елементи виробництва, а саме: земля, праця і капітал — функціонують як товар. У разі, применшення або виключення одного з ресурсів, це призводить до звуження дії й унеможливує досягнення повного ефекту від форм господарювання ринкового типу.

Уже майже 29 років українській земельній реформі, з яких осанні 18 років діяв мораторій на землі сільськогосподарського призначення. В березні 2020 року, урядом прийнято Закон України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення", яким з 1 липня 2021 року водиться ринок земель.

Попри це, до сьогодні в Україні відсутня законодавча база щодо ефективного регулювання ринку земельних ділянок сільськогосподарського призначення, не визначено роль держави в регулюванні економічного обігу землі, не проведено інвентаризацію і зонування земель за типами (підтипами) землекористування із врахуванням придатності для сільського господарства та цінності інших природних ре-

сурсів, не завершено створення системи державного земельного кадастру, ліквідовано земельний облік, не створено державний земельний банк, земельні біржі. І це тоді, коли відповідно до статті 14 Конституції України "Земля є основним національним багатством, що перебуває під особливою охороною держави". Все це свідчить про недооцінку інституційних чинників при реформуванні земельних відносин та створює соціальні, екологічні та економічні ризики для сільського населення та України загалом. Саме зазначеним, обумовлений вибір напряму дослідження цієї статті, де вважаємо однією із важливих складових для ефективного регулювання ринку землі в Україні є обґрунтованість розміру власності на землю у розвитку аграрної галузі нашої країни та факторів підвищення вартості сільськогосподарських угідь, чому і присвячено статтю.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Перед Україною з прийняття незалежності, як країною, яка має перехідну економіку, стояв важливий вибір, який тип моделі ринку земель та платформи взаємодій вибрати, щоб мати можливість активізувати капіталізацію

землекористування із використанням важелів земельного ринку в постіндустріальному світі. Саме тому можна з впевненістю сказати, що дослідженню питання ринку земель в Україні присвячено низку праць вітчизняних вчених у різних галузях. Наприклад, поставленою проблематикою займалися такі вчені: В. Андрійчук, І. Гайдуцький, А. Мартин, А. Мірошніченко, А. Новаковський, А. Паламарчук, А. Третяк, та багато інших вчених. Попри це, з прийняттям Закону України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення" перед науковцями постають нові завдання з вибору моделі земельного устрою України та її територій, вирішення яких потребує дослідження щодо забезпечення економічно ефективного, екологічно безпечного та соціально спрямованого сільськогосподарського землекористування, зокрема, і державного регулювання обігу земельних ділянок сільськогосподарського призначення.

#### МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою статті є дослідити обґрунтованість розміру власності на землю у розвитку земельного устрою України та її аграрної галузі і фактори підвищення вартості сільськогосподарських угідь із врахуванням європейського досвіду.

#### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У пояснювальній записці урядового проекту закону України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення" зазначено, що його метою є формування законодавчого поля для запровадження ринкового обігу земель сільськогосподарського призначення, забезпечення конституційних прав громадян України на вільне розпорядження своєю власністю, створення прозорих умов для набуття у власність земельних ділянок сільськогосподарського призначення громадянами та юридичними особами України [7]. Також зазначено, що врегулювання зазначеного питання сприятиме розвитку аграрної галузі України, підвищення вартості сільськогосподарських угідь, залучення інвестицій в сільське господарство України та дозволить подолати негативні явища, які виникли у зв'язку з існуванням заборони на відчуження земель сільськогосподарського призначення, зокрема, корупція, деградація ґрунтів, знецінення земель, тощо.

Проте аналіз прийнятого Закону України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення" показує [8], що основними концептуальними положеннями в ньому є:

юридичні особи України, створені і зареєстровані за законодавством України, учасниками (акціонерами, членами) яких є лише громадяни України та/або держава, та/або територіальні громади;

загальна площа земельних ділянок сільськогосподарського призначення у власності громадянина не може перевищувати десяти тисяч гектарів. Загальна площа земельних ділянок сільськогосподарського призначення у власності юридичної особи (крім банків) не може перевищувати загальної площі земельних ділянок сільськогосподарського призначення, які можуть перебувати у власності усіх її учасників (членів, акціонерів), але не більше десяти тисяч гектарів. При цьому, якщо громадянину належить право власності на частку у статутному (складеному) капіталі, у пайовому фонді юридичної особи або на лише окремі акції, паї, для цілей цієї статті вважається, що такому громадянину, крім земельних ділянок, що належать йому на праві власності, також належить право власності на земельні ділянки сільськогосподарського призначення загальною площею, що дорівнює площі земельних ділянок сільськогосподарського призначення у власності юридичної особи, учасником (членом, акціонером) якої він є, помноженої на розмір частки такого громадянина, вираженої у відсотках, у статутному (складеному) капіталі, пайовому фонді цієї юридичної особи;

право власності на земельні ділянки сільськогосподарського призначення може також набуватися банками лише в порядку звернення стягнення на них як на предмет застави. Такі земельні ділянки мають бути відчужені банками на земельних торгах протягом двох років з дня набуття права власності.

Проте, законодавче врегулювання використання банками земельних ділянок сільськогосподарського призначення протягом двох років та процедури відчуження відсутнє.

Положення, щодо розміру власності на землю сільськогосподарського призначення для громадян України до 1 січня 2024 року залишилися без змін — до 100 га [8].

Таким чином, ключовими концептуальними положеннями Закону України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського

призначення" є питання власності на землю юридичних осіб та банків і її розмір.

Вважаємо, що основною властивістю і особливістю землекористування сільськогосподарського призначення є необхідна умова виробничо-господарської діяльності в сільському господарстві. Оскільки сільськогосподарське землекористування — це "процес використання людиною (суспільством) інтегрального потенціалу території, який включає всі ресурси на відповідній ділянці геопростору. Зокрема, землекористування визначається в трьох аспектах [2, с. 35]:

1) як користування землею в установленому законом порядку (земельна ділянка);

2) як частина єдиного земельного фонду, що надана державою або набута у власність чи оренду окремим користувачем для господарської або іншої мети, обмежена на місцевості;

3) як об'єкт права, об'єкт економічних, екологічних, сільськогосподарських та інших земельних відносин, на який землекористувачу виданий документ, що посвідчує право на землю з визначеними межами, площею, складом угідь, майнових об'єктів та за необхідністю з геодезичними координатами межових знаків, що визначені в натурі.

Також воно є складовою частиною суспільно-територіального комплексу регіонального рівня і веде до ускладнення його структури, що знаходить своє проявлення у процесі регулювання земельних відносин" [13, с. 36].

Для формування економічно ефективного та екологічно безпечного сільськогосподарського землекористування в Україні є два ринки земельних ділянок: ринок оренди землі; ринок купівлі-продажу земельних ділянок. Як ринок оренди землі, так і ринок купівлі-продажу земельних ділянок не тільки грають важливу роль у розвитку і діяльності сільського господарства, але і конкурують один з одним, створюють альтернативний вибір для сільськогосподарських виробників і власників землі, допомагають визначитися з питаннями, що робити, а саме: чи купувати, чи орендувати землю.

Аналізуючи розвиток земельних відносин у сільському господарстві інших країн, можна помітити, що на сьогодні фактично є два шляхи: латиноамериканський, у якому переважають латифундисти; європейський, що базується на родинних фермах. Інші моделі розвитку — то варіації першого або другого. В Україні офіційно модель земельного устрою не визначена, а фактично виписується варіація латиноамериканської і європейської із поганою системою гарантування прав власності на землю

[16, с. 72—83]. Ця думка підтверджується процесом розроблення та обговорення проекту закону України про обіг земель сільськогосподарського призначення, в якому розміри власності на землю для юридичних осіб не повинна перевищувати 0,5 відсотка земель сільськогосподарського призначення України у варіанті Кабінету Міністрів України [9], що за розрахунком складає 210 000 га та до 10 000 га у прийнятому варіанті [8]. Отже, розмір власності на землю обґрунтовується не моделлю земельного устрою України та її територій, а інтересами окремих лобіських груп.

У більшості країн об'єднаної Європи юридичні особи не мають права на купівлю сільськогосподарських, так само як вони не мають права і на оренду угідь. Воно надається тільки фізичним особам, які вже вели сільськогосподарське виробництво, мають відповідну кваліфікацію і беруть на себе зобов'язання безпосередньо займатися сільським господарством протягом тривалого часу. Купівля землі забороняється, якщо ця операція є засобом розміщення капіталу, або ціна угоди з купівлі землі не відповідає її реальній вартості. Враховуючи чинні обмеження, у більшості країн не вбачають за необхідність встановлювати обмеження пов'язані із громадянством на право купівлі сільськогосподарської землі.

Утворення (формування) землекористування юридичної особи являє собою в основному інтелектуальний процес, тому що протягом всього часу його створення доводиться вирішувати нестандартні завдання, у яких визначальна роль належить інтелекту людини. Тому, на думку деяких вчених, в Україні утворилася найнесприятливіша ситуація для створення ефективного функціонування землекористування юридичних осіб [14, с. 94—100], зокрема:

по-перше, створена законодавча база, яка загалом перешкоджає ефективному функціонуванню економічних відносин у сфері відносин суб'єктів землекористування юридичних осіб;

по-друге, у суспільстві панує ідея вдосконалювання "права одержувати землю" і не усвідомлюється проста істина, що первинним є відпрацьовування комплексу питань, пов'язаних з реалізацією "права створювати землекористування". Водночас без відпрацьовування "права створювати землекористування" неможливо одержати й ефективний механізм реалізації "права одержувати землю". А найголовніше полягає в тому, що коли немає, що одержувати, то найефективніший механізм розподілу не допоможе;



**Таблиця 1. Характеристика землекористування сільськогосподарських підприємств в Німеччині (2013 р.) та Україні (2016 р.)**

Країна	Сільськогосподарські підприємства				Сільськогосподарські угіддя				
	всього	в т.ч. з орендою землі	питома вага	середня площа	всього	в т.ч. оренованих	середня площа оренди	доля оренди землі	середня орендна плата
	тис. одиниць		%	га	тис. га		га	%	є/га
Німеччина, всього	284	217	76,4	58,7	16675	10002	46,1	60,0	243
Західна	260	199	76,5	42,9	11160	6080	30,6	54,5	261
Східна	24	18	73,4	229,8	5515	3922	222,9	71,1	169
Україна, разом сільгосппідприємства і фермерські господарства	76	19	25,0	273,6	20794	15540	817,9	74,7	42
В т.ч.: сільськогоспо- дарські підприємства	19	16	84,2	893,9	16329	15540	859,4	95,2	42
Фермерські господарства	57	3	5,2	78,6	4465	0,05	0,8	-	-

Джерело: доповнено авторами з використанням джерела [6].

по-третє, при загальному, вкрай низькому рівні виробництва матеріальних благ, що спостерігається в нашій країні, процес реалізації "права одержувати землю" неминуче перетворюється в процес реалізації тільки права одержувати земельну ділянку індивідом, а не в процес організації її економічно ефективного, екологічнобезпечного та соціально спрямованого використання, що досягається за рахунок обмеження права одержувати, яким володіють інші члени суспільства.

Якщо говорити про землекористування в аграрному секторі Європи, то, мабуть, ключовим положенням для переважної більшості країн ЄС є надання переваги оренді землі. Наприклад, за даними Федеральної статистичної служби Німеччини [6], в 2013 році із 16,7 млн га земель сільськогосподарського призначення 10,0 млн га (приблизно 60,0%) сільськогосподарські підприємства брали в оренду, а інші землі перебували у приватній власності їх власників, які самостійно обробляли свої сільськогосподарські угіддя. Характеристика землекористування сільськогосподарських підприємств на прикладі Німеччини та України приведено у таблиці 1.

Як видно з таблиці 1, між Німеччиною в цілому (так і, між старими (західна Німеччина) та новими (східна Німеччина) федеральними землями) та Україною існують значні відмінності в розмірах землекористування, в розмірах сільськогосподарських підприємств (майже в 4 рази більші), в орендній платі за землю. Однак дещо інша ситуація по фермерських господарствах.

Згідно зі звітом Німецького селянського союзу, в 2013 році обсяги купівлі-продажу сільськогосподарських угідь в цілому по Німеччині склали 101,6 тис. га, тобто всього 0,6% від загальної площі земель сільськогосподарського призначення [6]. З цього обсягу в нових федеральних землях було продано 60,9 тис. га (тобто 1,1%), а в старих землях — тільки 40,6 тис. га (0,4%). Загалом, середній розмір земельної площі при купівлі-продажу землі в цілому по Німеччині склав в середньому 2,3 га, в той час як в Східній Німеччині він склав — 4,2 га та в Західній Німеччині — 1,3 гектарів.

Для переважної більшості країн Європи роль держави в агрополітиці обмежується проведенням єдиної сільськогосподарської політики у рамках ЄС та виплат дотацій фермерам на гектар ріллі. Проте вона ширша, і спрямована на забезпечення нормального функціонування агросектору та землекористування. А саме, щоб ефективно використовувати дотаційні гроші, фермер має вміти працювати на землі маючи відповідну кваліфікацію.

Крім того, наприклад, у Швейцарії, Іспанії, Франції, Данії, Німеччині, Італії та Португалії земельним законодавством регулюється недопущення надмірної концентрації землі в одних руках або її дроблення тощо. У Данії закон встановлює верхню межу землекористування сільськогосподарських угідь — своєї власної і орендованої, яка становить 150 гектарів. У Німеччині максимально вона становить 500 га. В Угорщині, наприклад — 300 га у власності та 2 тис. га в оренді [11].

Середні розміри господарств у європейських країнах дуже відмінні, проте (незалежно

**Таблиця 2. Характеристика тенденцій зростання ефективності використання сільськогосподарських земель у країнах Європи після відкриття земельних ринків у Німеччині і Франції**

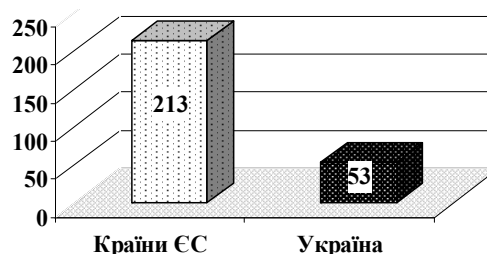
Період	Середня врожайність зернових, ц/га								
	Болгарія	Румунія	Чехія	Польща	Словаччина	Угорщина	Німеччина	Франція	Україна
2003			39,4	28,6	31,3	30,4	57,5		
2004			54,4	35,4	46,4	55,9	73,6		
2005			47,4	32,3	45,1	55,3	67,2		26,0
2006	35,7	31,0	41,6	26,0	39,7	51,0	64,9	68,0	24,1
2007	21,0	16,4	45,2	32,5	35,6	34,9	61,8	65,2	21,8
2008	41,0	32,5	53,6	32,2	51,8	58,0	71,2	72,5	34,6
2009	34,2	28,2	50,7	34,8	43,3	47,2	72,0	74,1	29,8
2010	40,2	33,3	47,0	33,9	37,4	47,2	67,2	70,7	26,9
2011	42,5	39,9	55,9	34,3	50,1	51,0	64,6	69,2	37,0
2012	36,7	23,6	45,3	37,1	38,3	37,6	69,6	72,6	31,2
2013	45,6	38,6	53,1	38,0	44,9	48,3	73,2	70,8	39,9
2014	46,6	40,7	62,2	42,7	60,4	59,0	80,5	75,6	43,7

Джерело: розраховано з використанням джерел [4; 5; 10; 12].

від країни) можна виділити два протилежних типи ферм: переважна більшість господарств використовують порівняно невелику площу та малу кількість ферм, які оброблюють досить значні (за європейськими, не українськими мірками) площі. Проте кожен ефективно працює у своїй "екологічній ніші". Понад 80% усіх ферм у ЄС-28 мали менше 10 га сільськогосподарських угідь, а загальна площа їх земель становила лише 12,2% від сукупної площі сільськогосподарських угідь. Лише 5,9% господарств у країнах ЄС обробляли ділянки понад 50 га, та на їхню частку припадало дві третини (66,6%) сільськогосподарської землі [11]. За європейськими мірками ферма, що має понад 50 га угідь, вважається великою.

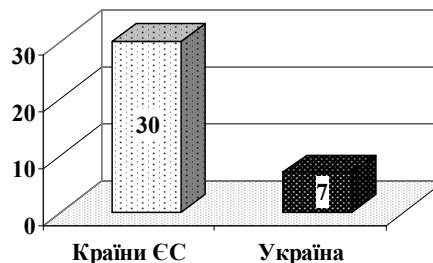
Аналізуючи зміни у період 2005—2010 років для ЄС-27 (іншими словами, для ЄС-28 без Хорватії), слід зазначити, що загальна кількість ферм зменшилась на 17,0%, а площа їх сільськогосподарських угідь, навпаки, збільшилась на 1,5%. Як наслідок, середній розмір ферми підвищився із 11,9 га у 2005 році до 14,5 га у 2010-му. Для класу найбільших ферм із площею сільськогосподарських угідь понад 100 га середній розмір ферми зріс із 265 га в 2005 році до 273 га в 2010-му [11]. Проте у Болгарії, Чехії, Угорщині, Естонії та Словаччині групу великих господарств, на яку припадає 20% площ, становлять сільськогосподарські підприємства з площею понад 1000 га. Це пояснюється тим, що в окремих нових державах-членах структура сільськогосподарських угідь пов'язана з великими колективними господарствами, успадкованими від колишніх державних кооперативів.

У цьому зв'язку впливає, що в Україні якщо і надавати у власність сільськогосподарських підприємств земельні ділянки, то їх розмір має бути обмежений із диференціацією по природних зонах або регіонах, залежно від забезпе-



**Рис. 1. Порівняння використання добрив у сільському господарстві України та країн ЄС, кг/га**

Джерело: [3].

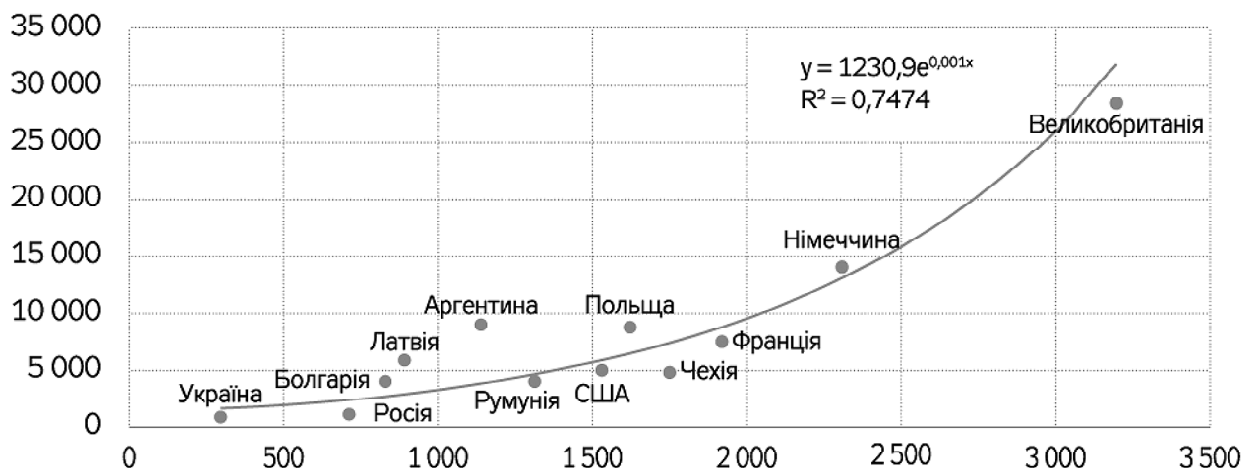


**Рис. 2. Порівняння частки високомаржинальних культур у структурі посівних площ України та країн ЄС, у %**

Джерело: [3].

ченості населення землею. Наприклад, для лісостепу — до 500 га, для степу — до 1000 га, для полісся — до 300 га, для карпатської області — до 100 гектарів.

Крім того, досліджуючи тенденції ефективності використання сільськогосподарських земель у країнах Європи після відкриття земельних ринків, особливо у Німеччині і Франції можна констатувати, що вони є аналогічні українським. Тенденцій зростання ефективності використання сільськогосподарських земель в країнах Європи після відкриття земельних ринків у Німеччині і Франції, приведено у таблиці 2.



**Рис. 3. Кореляція доданої вартості, створеної на 1 га сільськогосподарських угідь і його вартості, в дол.**

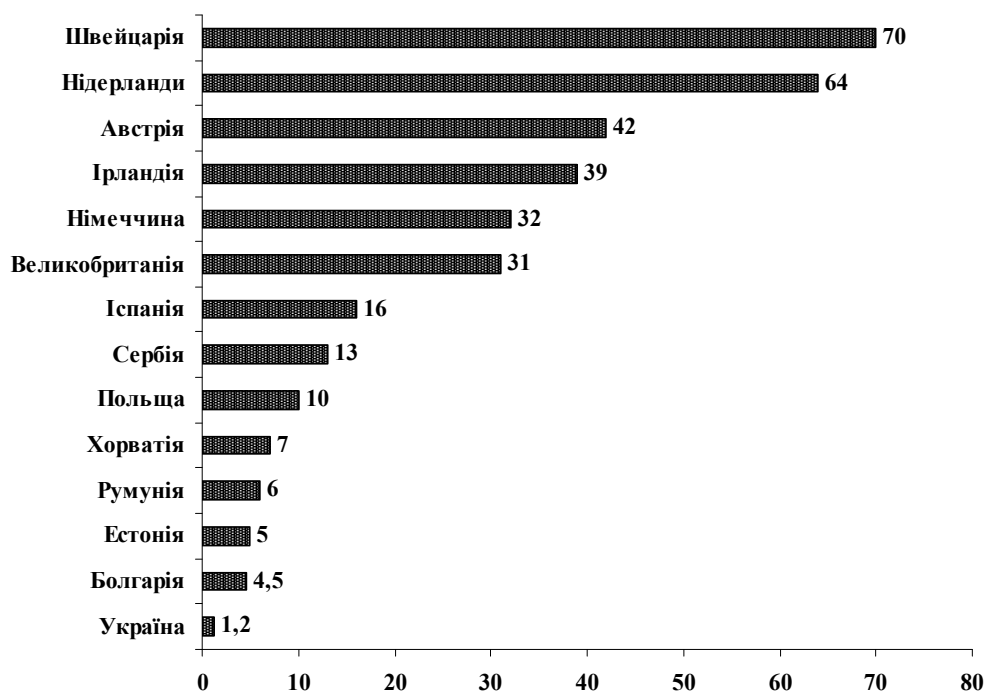
Джерело: [4].

Потрібно відмітити, що, як показують дані таблиці 2, наявність в Україні мораторію на купівлю-продаж земельних ділянок власників земельних часток паїв не мала суттєвого впливу на ефективність використання сільськогосподарських земель.

Крім того, за деякими дослідженнями, українські сільськогосподарські підприємства і фермери в середньому використовують в 4 рази менше добрив на 1 гектар сільськогосподарських земель, ніж країни ЄС (рис. 1) [3].

Бізнес-модель, що ґрунтується на вирощуванні зернових та олійних культурах та уникненні багаторічних культур, які приносять більший прибуток, не дозволяє підвищити вартість землекористування, а відповідно і його капіталізацію, до рівня європейських країн. Наприклад, порівняно з країнами Європи, частка високомаржинальних культур у загальній структурі виробництва є меншою в 4 рази (рис. 2) [3].

Відповідно доходність на одиницю площі, а відповідно і капіталізація землекористування,



**Рис. 4. Середня вартість орних земель у різних країнах, тис. дол.**

Джерело: [1].

в Україні є набагато нижчою ніж в країнах ЄС. Такий висновок підтверджується порівнянням доданої вартості, створеної на одиницю площі із вартістю сільськогосподарських угідь (рис. 3) [4], при значному кореляційному їх зв'язку (0,7474). Тому відповідно і вартість української землі значно нижча, ніж у Болгарії та Румунії, і особливо Франції та Німеччині.

Отже, впливає такий висновок, що вартість сільськогосподарської землі визначається рівнем доданої вартості, яка на ній створюється, а не купівлею-продажем земельних ділянок власників земельних часток (паїв). Порівняння рівня доданої вартості, створюваної на 1 га сільськогосподарських угідь, з вартістю цього гектара, показує, що ціна української сільськогосподарської землі майже виправдана (рис. 4).

Водночас потрібно констатувати, що у офіційних документах вона є заниженою, оскільки беруться дані нормативної грошової оцінки земель. Зокрема проведені нами дослідження порівняльної продуктивності та вартість сільськогосподарських земель в Україні [15, с. 165] показують, що реальна їх вартість складала 3744 дол. США станом на 2015 рік.

#### ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК

Отож з прийняттям Закону України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення" повстають нові питання і виклики для забезпечення ефективного ринку сільськогосподарських земель. Оскільки ключовими концептуальними положеннями закону щодо обігу земель сільськогосподарського призначення є питання власності на землю юридичних осіб та банків і її розмір. Саме тому дослідження проводилося через призму того, що основною властивістю і особливістю землекористування сільськогосподарського призначення є умова виробничо-господарської діяльності в сільському господарстві. Зазначене обумовило, що загальна площа земельних ділянок сільськогосподарського призначення у власності для України має бути обмежена із диференціацією по природних зонах або регіонах, залежно від забезпеченості населення землею. В цьому зв'язку авторами запропоновано, в Україні якщо і надавати у власність сільськогосподарських підприємств земельні ділянки, то їх розмір має бути для лісостепу — до 500 га, для степу — до 1000 га, для полісся — до 300 га, для карпатської області — до 100 гектарів. Також встановлено, що вартість сільськогосподарських угідь залежить від величини

доданої вартості, створеної на них, а не від відкриття земельного ринку, тобто купівлі-продажу земельних ділянок власників земельних часток (паїв).

#### Література:

1. Деякі питання удосконалення управління в сфері використання та охорони земель сільськогосподарського призначення державної власності та розпорядження ними: Постанова Кабінету Міністрів України від 7 червня 2017 р. № 413. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/250068882> (дата звернення 22.04.2020).

2. Другак В.М. Економіка сільськогосподарського землекористування: теорія, методологія та практика: дис.... докт. екон. наук: 08.00.06. Київ, НУБіП, 2011. 461 с.

3. Ливч Д. В очікуванні ринку. Кому належить українська земля. Реанімаційний пакет реформ. 2019. URL: <https://rpr.org.ua/news/v-ochikuvanni-rynku-komu-nalezhyt-ukrains-ka-zemlia/>

4. Мартинюк М. Оптимальний сценарій земельної реформи. Дзеркало тижня. Україна. 16 липня — 5 серпня 2019 року. № 26. URL: <https://dt.ua/macrolevel/optimalnyy-scenariy-zemelnoy-reformy-.html>

5. Мировой атлас данных. Кноема. URL: <https://knoema.ru/atlas>

6. Перехожук А. Рынки земель сельскохозяйственного назначения в Германии: факты и тенденции. AgroPortal. 2016. URL: <http://agroportal.ua/publishing/lichnyi-vzglyad/rynki-zemel-selskokhozyaistvennogo-naznacheniya-v-germanii-fakty-i-tendentsii/>

7. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення: Проект Закону України від 10 жовтня 2019 року № 2178-10. URL: [https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=67059](https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=67059) (дата звернення 09.04.2020).

8. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення: Закон України від 31 березня 2020 року № 552-IX. URL: <https://www.rada.gov.ua/laws/show/552-20> (дата звернення 09.04.2020).

9. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення: Проект Закону України від 25 вересня 2019 року № 2178. URL: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/JI00538A.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JI00538A.html) (дата звернення 09.04.2020).

10. Регіони України: статистичний збірник / Державна служба статистики України; За ред. О.Г. Осауленка. Київ. 2011. Ч. II. 783 с.

11. Рєпін К. Земельні відносини у Європі. Газета Агробізнес Сьогодні. 2018. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/10330-zemelni-vidnosyny-u-yevropi.html>

12. Сільське господарство України: статистичний збірник / Державна служба статистики України; Відпов. за випуск. О.М. Прокопенко. Київ, 2015. 379 с.

13. Третяк А.М. Екологія землекористування: теоретико-методологічні основи формування та адміністрування. Херсон: Грінь Д.С., 2012. 440 с.

14. Третяк А.М. Земельний капітал: теоретико-методологічні основи формування та функціонування. Львів: СПОЛОМ, 2011. 520 с.

15. Третяк А.М., Третяк В.М., Ковалишин О.Ф., Третяк Н.А. Економіка земельного ринку: базові засади теорії, методології, практики. Львів: СПОЛОМ, 2019. 488 с.

16. Третяк А.М., Третяк В.М., Третяк Н.А. Земельна реформа в Україні: тенденції та наслідки у контексті якості життя і безпеки населення. Херсон: Грінь Д.С., 2017. 522 с.

#### References:

1. Cabinet of Ministers of Ukraine (2017), Resolution "Some issues of management improvements in the area of use and protection of state-owned agricultural lands and their disposition", available at: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/250068882> (Accessed 22 April 2020).

2. Drugak, V.M. (2011), "Economics of agricultural land use: theory, methodology and practice", Abstract of Ph.D. dissertation, Economy, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

3. Lyvch, D. (2019), "In anticipation of the market. Who owns the Ukrainian land", Reanimation package of reforms, [Online], available at: <https://rpr.org.ua/news/v-ochikuvanni-rynku-komunalnezhyt-ukrains-ka-zemlia/>

4. Martyniuk, M. (2019), "The optimal scenario of land reform", Mirror weekly. Ukraine, [Online], vol. 26, available at: [https://dt.ua/macrolevel/optimalnyy-scenariy-zemelnoy-reformy\\_.html](https://dt.ua/macrolevel/optimalnyy-scenariy-zemelnoy-reformy_.html).

5. Knoema (2020), "World Data Atlas", [Online], available at: <https://knoema.ru/atlas>

6. Perekhozhuk, A. (2016), "Agricultural Land Markets in Germany: Facts and Trends", Agro-Portal, [Online], available at: <http://agroportal.ua/publishing/lichnyi-vzglyad/rynki-zemel-selskokhozyaistvennogo-naznacheniya-v-germanii-fakty-i-tendentsii/>

7. The Verkhovna Rada of Ukraine (2019), The draft Law of Ukraine "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on the Commerce in Agricultural Land", available at: [https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=-67059](https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=-67059) (Accessed 09 April 2020).

8. The Verkhovna Rada of Ukraine (2020), The Law of Ukraine "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on the Commerce in Agricultural Land", available at: <https://www.rada.gov.ua/laws/show/552-20> (Accessed 09 April 2020).

9. The Verkhovna Rada of Ukraine (2019), The draft Law of Ukraine "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on the Commerce in Agricultural Land", available at: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/JI00538-A.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JI00538-A.html) (Accessed 09 April 2020).

10. State Statistics Service of Ukraine (2011), Statystychnyi zbirnyk Rehiony Ukrainy [Statistical publication Regions of Ukraine], vol. II, State Statistics Service of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

11. Riepin, K. (2018), "Land relations in Europe", Ahrobiznes Sohodni, [Online], available at: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/10330-zemelni-vidnosyny-u-yevropi.html>

12. State Statistics Service of Ukraine (2015), Statystychnyi zbirnyk Silske hospodarstvo Ukrainy za 2014 rik [Statistical Yearbook Agriculture of Ukraine for 2014], State Statistics Service of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

13. Tretiak, A.M. (2012), Ekolohiia zemlekorystuvannia: teoretyko-metodolohichni osnovy formuvannia ta administruvannia [Ecology of land use: theoretical and methodological bases of formation and administration], Hrin D.S., Kherson, Ukraine.

14. Tretiak, A.M. (2011), Zemelnyi kapital: teoretyko-metodolohichni osnovy formuvannia ta funktsionuvannia [Land capital: theoretical and methodological foundations of formation and operation], SPOLOM, Lviv, Ukraine.

15. Tretiak, A.M. Tretiak, V.M. Kovalyshyn, O.F. and Tretiak, N.A. (2019), Ekonomika zemelnogo rynku: bazovi zasady teorii, metodolohii, praktyky [Land market economics: basic principles of theory, methodology, practice], SPOLOM, Lviv, Ukraine.

16. Tretiak, A.M. Tretiak, V.M. and Tretiak, N.A. (2017), Zemelna reforma v Ukraini: tendentsii ta naslidky u konteksti yakosti zhyttia i bezpeky naselennia [Land reform in Ukraine: trends and consequences in the context of quality of life and security of the population], Hrin D.S., Kherson, Ukraine.

*Стаття надійшла до редакції 16.05.2020 р.*



УДК 332.2: 330.14: 338.43

Й. М. Дорош,

д. е. н., доцент, директор, Інститут землекористування НААН України, м. Київ

ORCID ID: 0000-0002-1764-6188

Ш. І. Ібатулін,

д. е. н., професор, член-кореспондент НААН,

заступник директора з наукової роботи,

Інститут землекористування НААН України, м. Київ

ORCID ID: 0000-0002-4032-6182

О. І. Шкуратов,

д. е. н., професор, провідний науковий співробітник,

Інститут землекористування НААН України, м. Київ

ORCID ID: 0000-0002-8656-723X

Р. А. Харитоненко,

к. е. н., молодший науковий співробітник,

Інститут землекористування НААН України, м. Київ

ORCID ID: 0000-0002-7992-3339

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.13

## СУТНІСТЬ ЗЕМЕЛЬНОГО КАПІТАЛУ В КОНТЕКСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Y. Dorosh,

Doctor of Economics Sciences, Docent, Director, Land Management Institute of NAAS of Ukraine, Kyiv

Sh. Ibatullin,

Doctor of Economics Sciences, Professor, Corresponding Member of NAAS, Deputy Director for Research, Land Management Institute of NAAS of Ukraine, Kyiv

O. Shkuratov,

Doctor of Economics Sciences, Professor, Leading Researcher, Land Management Institute of NAAS of Ukraine, Kyiv

R. Kharytonenko,

PhD in Economics, Junior Researcher, Land Management Institute of NAAS of Ukraine, Kyiv

### THE ESSENCE OF LAND CAPITAL IN THE CONTEXT OF INVESTMENT SUPPORT OF THE AGRICULTURAL SECTOR

У статті доведено, що в процесі розвитку ринкових відносин у сільському господарстві земельні ресурси стають предметом економічного обороту, що дає можливість трансформувати їх у капітал. З метою визначення сутності земельного капіталу проаналізовано основи теорії капіталу та здійснено історичний аналіз формулювання терміну "капітал". Визначено, що в існуючих інституціональних умовах земельні ресурси не створюють капіталу в аграрному виробництві, що потребує обґрунтування механізмів залучення їх до економічного обігу з метою інвестиційного забезпечення аграрного сектору економіки. Систематизовано підходи до розуміння сутності земельного капіталу в сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки.

Доведено, що землі сільськогосподарського призначення відповідають основним характеристикам капіталу лише тоді, коли вони є об'єктом господарської діяльності і створюють блага чи додану вартість. Тому набрання земельними ресурсами рис капіталу, який може створювати додатковий дохід, можливе лише у разі їх залучення до економічного обороту. Враховуючи переваги та недоліки існуючих визначень сутності поняття "земельний капітал", а також

з огляду на специфічні особливості сільськогосподарської галузі, пропонуємо власний підхід до визначення сутності земельного капіталу в аграрному секторі економіки як вартості земельних ресурсів, що використовуються в сільськогосподарській діяльності для отримання додаткової вартості шляхом залучення їх до економічного обороту.

The article proves that land resources become the subject of economic circulation in the process of market relations development in agriculture; it makes possible to transform land resources into capital. The basics of the theory of capital are analyzed, as well as the historical analysis of the wording of the term "capital" is made with the purpose of definition of the essence of land capital. It is determined that in the existing institutional conditions land resources do not create capital in agricultural production, which requires justification of mechanisms for their involvement in economic circulation in order to provide investment to the agricultural sector of the economy.

Approaches to understanding the essence of land capital in modern conditions of domestic economy development are systematized. The first approach defines the concept of "land capital" as a stock of funds needed to create tangible and intangible goods. The next approach, in which the process of formation of land capital provides for the mandatory receipt of additional value from the use of land. On the other hand, land capital is considered as a set of land goods, which a person disposes of on the corresponding rights.

It is proved that agricultural land meets the basic characteristics of capital only when it is the object of economic activity and creates benefits or added value. Therefore, land resources' acquisition of features of capital, which can generate additional income, is possible only if they are involved in economic circulation. Given the advantages and disadvantages of existing definitions of the essence of the concept of "land capital", as well as given the specific features of the agricultural sector, we propose our own approach to defining the essence of land capital in the agricultural sector as the "value of land used in agriculture involving it in economic circulation".

It is substantiated that for the effective market capitalization of agricultural land as a mechanism for investment support of the agricultural sector of the economy, it is necessary to improve the financial and economic tools of this process in order to provide agricultural land with the form of financial assets.

*Ключові слова: земельні ресурси, капітал, земельний капітал, інвестиції, аграрний сектор економіки.*

*Key words: land resources, capital, land capital, investment, agricultural sector of the economy.*

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сільське господарство — одна з галузей економіки України, де залучення у виробництво земельних ресурсів, як засобу виробництва, є одним із визначальних чинників його розвитку. При цьому, як природний об'єкт, земельні ресурси є основою агроєкосистеми, а як природний ресурс земля володіє тими компонентами, що використовуються або можуть бути використані при здійсненні сільськогосподарської діяльності.

У міру розвитку ринкових відносин у сільському господарстві земельні ресурси стають предметом обігу, що в подальшому трансформує їх в товар. у подальшому земельні ресурси як товар, який перебуває в ринковому обігу, перетворюються в капітал, що може створювати додану вартість. У зв'язку з цим особливої актуальності набувають питання формування земельного капіталу в сільському господарстві з подальшим його залученням в економічний оборот з метою підвищення ефективності інвестиційного забезпечення аграрного сектора економіки. При цьому економічні процеси, пов'язані з формуванням земельного капіталу, на нашу думку, необхідно досліджувати, починаючи з визначення змісту самого поняття "земельний капітал", оскільки суть процесів трансформації земельних активів у

капітал багато в чому визначаються особливостями сутнісної характеристики, тенденціями і закономірностями його функціонування в сучасних умовах господарювання.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Теоретико-методичні та прикладні засади формування земельного капіталу були досліджені у наукових працях І.К. Бистрякова, І.О. Бланка, О.С. Дорош, Ш.І. Ібатулліна, Р.М. Курильціва, О.В. Лазаревої, С.М. Остапчук, А.М. Третьяк, Н.В. Третьяк, М.А. Хвесика та інших. Їх наукові праці присвячені дослідженню сутності та поняття земельного капіталу, його ролі та проблемам функціонування у складі природного капіталу тощо. Попри велику кількість наукових праць з дослідження питань формування земельного капіталу, наукове обґрунтування сутності та концептуальних засад цього поняття з урахуванням специфіки сільського господарства залишається недостатнім.

## МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою дослідження є узагальнення результатів існуючих наукових досліджень сутності земельного капіталу та визначення його економічного змісту в контексті інвестиційного забезпечення аграрного сектору економіки.

## РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕНЬ

Зрозуміти сутність земельного капіталу, а також передбачити спільні шляхи розв'язання організаційно-економічних проблем його формування в аграрному секторі економіки можливе завдяки визначенню основ теорії капіталу. Аналіз наукової літератури свідчить, що капітал був і є предметом вивчення багатьох наукових шкіл та економічних теорій, зокрема представників класичної школи, марксистів, фізіократів, неокласиків, інституціоналістів тощо.

Провівши історичний аналіз формулювання терміну капітал, встановлено, що спроби описати збагачення, накопичення грошей, що є притаманним терміну капітал, можна знайти в працях античних філософів. Матеріальною базою для вивчення економічних процесів їм слугували натуральне господарство, товарообіг, поділ праці, надання в позику (лихварство). Постійний товарообіг між полісами та накопичення багатства сприяло збільшенню капіталу. Саме від лихварства в своєму трактаті "Політика" Арістотель під збагаченням від грошей вивів термін хрематистика — науку про збагачення, накопичення грошей, збільшення багатства як самоціль. У праці "Політика" хрематистика не виділяє економіку як саму, тому що хрематистика — це спосіб прибутку із самих грошей, а не речей, за допомогою яких були введені гроші [3].

У середньовіччі вчені схоласти продовжили дослідження розпочаті Арістотелем щодо засудження торгівлі як способу багатства та прояву лихварства. В праці Ф. Броделя "Ігри обміну" слово капітал "capitale" з'являється в середньовічній Італії 12—13 ст. у мові між торговцями. Від латинської "capitalis" — головний. Головним у розумінні торговців є багатство, гроші та їх збільшення. Проте у середньовіччі поняття терміну капітал, або тотожним із ним, не прослідковується [2].

Серед визнаних економістів вперше змістовне визначення "капіталу" надав засновник класичної англійської школи політекономії А. Сміт, який запропонував розуміти його як "сукупності тих запасів, від яких очікується одержання прибутку та які використовуються для подальшого виробництва продукції" [19]. А. Сміт перераховує чотири складові капіталу: знаряддя праці, що полегшують виробництво; дохід від оренди будівель, до яких відносить майстерні, крамниці, склади; поліпшення якісних властивостей земель та приведення її в найбільш придатний для вирощення сільськогосподарських культур стан; здібності

людей, що працюють. За А. Смітом елементи капіталу є такими, що приносять дохід та прибуток без зміни власника або обміну між власниками. Тобто ним вперше зазначено, що земельна ділянка при впорядкованості її угідь, може давати більший прибуток та нагромаджувати основний капітал [19].

Французький економіст Жан-Батіст Сей (фр. Jean-Baptiste Say) — представник класичної школи економічної науки в "Трактаті політичної економії" [12] визначає капітал як суму цінностей, за рахунок яких підтримується виробництво та створюється будь-який інший дохід. Проте він не дає прямого визначення терміну капітал, але виділяє три фактори виробництва, де капітал на рівні із працею та землею є факторами виробництва. На його думку, ці фактори утворюють "продуктивні фонди" та з їх безпосередньою участю утворюються всі блага даної нації, а їх сукупність утворює основне національне багатство.

Меркантилісти Г. Скаруффі, А. Монкретьєн, Т. Ман [3,11] поняття капітал ототожнювали із грошима, тому що на той час основним майном вважалися гроші, за допомогою яких можна створити нові гроші, тобто збільшити свій капітал. Водночас французький економіст Франсуа Кене (Francois Quesnay) [11], на відміну від меркантилістів, не ототожнює капітал як гроші. Під капіталом він розуміє аванс, який розділяє на початковий та щорічний.

У розглянутих поглядах щодо поняття капітал майже у всіх науковців-економістів того часу розкривається матеріальний та речовий зміст поняття капітал, що пов'язаний з різними факторами виробництва. Необхідно враховувати, що першоджерела досліджень вчених 16—17 ст. у більшості відсутні, а переклади і осмислення праць іншими вченими сприяли втраті остаточних визначень авторів першоджерел.

К. Маркс у роботі "Капітал" вказує на те, що капітал — це [8], по-перше, гроші, одержані від продажу певного товару, придбаного раніше з врахуванням додаткової вартості. При цьому зазначається, що капітал формується у процесі  $G \rightarrow T \rightarrow G'$ , де економічна форма на початку і в кінці процесу одна і та ж — гроші, проте різниця спостерігається в їх кількості. Відтак капіталом є гроші на стадії  $G'$ , який включає авансовану вартість та додаткову вартість або прибуток. В економічній теорії К. Маркса капітал характеризується як самозростаюча вартість та як суспільні відносини [8]. Виробництво додаткової вартості К. Маркс визначив як основний економічний закон капіталізму і сформу-

**Таблиця 1. Систематизація підходів до визначення сутності поняття "капітал"**

Автор	Визначення сутності поняття капітал та тотожних із ним термінів
А. Сміт	<i>Kapital</i> – сукупність тих запасів, від яких очікується одержання прибутку
Ж.-Б. Сей	<i>Kapital</i> – це сума цінностей, за рахунок яких підтримується виробництво та створюється будь-який інший дохід
Г. Скаруффі, А. Монкретсьн, Т. Ман	<i>Kapital</i> – це гроші, за допомогою яких можна створити нові гроші, тобто збільшити свій капітал
Ф. Кене	<i>Kapital</i> – це аванс, який в свою чергу розділяє на початковий та щорічний аванс
К. Маркс	<i>Kapital</i> – це економічна категорія, що виражає виробничі відносини, що само примножуються; вартість, яка внаслідок експлуатації найманої праці дає капіталістам додаткову вартість
А. Маршалл	<i>Kapital</i> – це фонд речей
Дж. Кейнс	<i>Kapital</i> – багатство, здатне приносити більший дохід, ніж у разі його альтернативного використання – збереження в грошовій формі
Дж. Мілля	<i>Kapital</i> – це все, що необхідно для утримання та застосування праці людей... повинно бути спочатку накопичене шляхом зберігання, хтось повинен його виробити та утриматися від споживання

Джерело: систематизовано авторами на основі [5; 8; 12; 16–18; 20].

лював його наступним чином [8]: "Рушієм мотивом і певною метою капіталістичного процесу виробництва є можливість самозростання капіталу, тобто можливість виробництва доданої вартості".

Подальші дослідження капіталу показали, що в зв'язку з розвитком економічної системи, заснованої на зростанні продуктивності праці, появу нових видів економічної діяльності та процесу поглиблення громадського поділу праці відбулося відокремлення торгового і грошового капіталів. Це в свою чергу дозволило капіталу більш ефективно виконувати свої функції по реалізації вироблених товарів і послуг.

На сучасному етапі розвитку суспільної думки представники української економічної науки продовжили удосконалювати термінологію та визначення поняття капітал. С.В. Мочерний визначає капітал, як систему відносин економічної власності, за яких знаряддя праці та інші об'єкти власності дають змогу власникам знарядь привласнювати частину чужої неоплаченої праці у всіх сферах суспільного відтворення [9]. І.О. Бланк, розглядаючи поняття капітал з позиції фінансового менеджменту, формулює його визначення таким чином: "Капітал підприємства характеризує загальну вартість засобів в грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестованих у формування його активів" [1].

Підсумовуючи всі ці визначення терміну "капітал", можемо стверджувати, що під капі-

талом розуміють вкладення фінансових ресурсів (власних і позичкових засобів) в щось (підприємство, землю) з метою їх збільшення в майбутньому. Різниця у визначеннях терміну капітал залежить від того, як кожен науковець його трактує та обґрунтовує зберігаючи суть (табл. 1).

Попри різноманітність думок вчених, варто зазначити: більшість авторів притримується думки, згідно з якою капітал є в першу чергу засобом (багатством), що створюється відповідною працею, використовується в подальшому виробництві і приносить дохід його власників.

Нинішні трансформаційні перетворення у сфері земельних відносин ґрунтуються на розумінні та сприйнятті вітчизняних земельних ресурсів винятково як об'єкта нерухомості, який використовується лише з метою задоволення комерційних інтересів, попри існуючий інвестиційний потенціал земель, що проявляється за рахунок високого природного та виробничого потенціалів земельних ресурсів у сільському господарстві. Таким чином, в існуючих інституціональних умовах земельні ресурси не створюють капіталу. У зв'язку з надлишковим експлуатаційним ставленням до сільськогосподарських земель відбувається істотне їх виснаження, погіршення їхніх якісних характеристик. При цьому не спостерігається жодних перспективних сприятливих економічних ефектів.

Серед вітчизняних вчених сутність земельного капіталу в сучасних умовах вперше дав у своїй монографії "Земельний капітал: теоретико-методологічні основи формування та функціонування" А.М. Третяк [13]. Приймаючи за основу уявлення, що поняття капітал містить у собі "блага" він дає визначення поняттю земельний капітал [13; 14]: "як сукупності благ (земельних), якими розпоряджається людина на відповідних правах (або які вона може використовувати) і які являють собою синтез природної енергії в різних формах та людських здібностей (праця, інтелект людини), а також земельні поліпшення та інше предметне багатство (дорожня, інженерна, меліоративна інфраструктура тощо), що нерозривно пов'язане із землекористуванням чи ділянкою землі та раніше створене людиною у вигляді матеріальних і нематеріальних засобів, ресурсів, інформації".

Взявши за основу поняття, визначене А.М. Третяком, у статті про особливості формування земельного капіталу, О.В. Лазарева запропонувала своє визначення терміну зе-

Таблиця 2. Підходи до визначення сутності поняття "земельний капітал"

Автор	Визначення терміну поняття земельний капітал та тотожних із ним термінів
А.М. Третяк	<i>Земельний капітал</i> – це сукупність благ (земельних), якими розпоряджається людина на відповідних правах (або які вона може використовувати) і які являють собою синтез природної енергії в різних формах та людських здібностей (праця, інтелект людини), а також земельні поліпшення та інше предметне багатство (дорожня, інженерна, меліоративна інфраструктура тощо), що нерозривно пов'язане із землекористуванням чи ділянкою землі та раніше створене людиною у вигляді матеріальних і нематеріальних засобів, ресурсів, інформації
О.В. Лазарева	<i>Земельний капітал</i> – це особлива якість, часто властива органічній природі (і повною мірою неорганічній), завдяки якій підтримується органічне життя в умовах сприятливого зовнішнього середовища
Р.М. Курильців	<i>Земельний капітал</i> – це земельні ділянки та землекористування, що перебувають на різних правах власності людини (групи людей) та забезпечують потік земельних (економічних, екологічних, соціальних) благ
Представники ДУ «Інституту економіки природокористування та сталого розвитку НАН України»	<i>Земельний капітал</i> – це вартість земельних ресурсів, яка використовується для одержання доданої вартості у процесі економічної діяльності, що формується як у результаті дії об'єктивних закономірностей просторового розвитку, так і цілеспрямованого впливу системи заходів економічного, планувального та адміністративно-організаційного змісту щодо його зростання.
С.М. Остапчук	<i>Земельний капітал</i> – складова природного капіталу, надані у власність або користування фізичній чи юридичній особі земельні ресурси, наділені природною енергією, щодо яких здійснені землевпорядкувальні та інші види підготовчих робіт та які будуть використані у виробничому процесі

Джерело: систематизовано авторами на основі [6; 7; 10; 13].

мельний капітал "як особливу якість, часто властиву органічній природі (і повною мірою неорганічній), завдяки якій підтримується органічне життя в умовах сприятливого зовнішнього середовища" [7]. При обґрунтуванні організаційної структури інтегрованого управління капіталом землекористувань Р.М. Курильців на основі визначень капіталу запропонував також визначення понять земельного, інтелектуального та соціального капіталу [6]. Представники Інституту економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України в своїй монографії [4, с. 38] розуміють земельний капітал, як вартість земельних ресурсів, яка використовується для одержання доданої вартості у процесі економічної діяльності, що формується як у результаті дії об'єктивних закономірностей просторового розвитку, так і цілеспрямованого впливу системи заходів економічного, планувального та адміністративно-організаційного змісту щодо його зростання. Підходи до визначення сутності поняття земельний капітал наведено в таблиці 2.

На нашу думку, розбіжність підходів до визначення сутності поняття "земельний капітал" зумовлено відсутністю чітко сформульованої концепції його формування, а також недостатнім нормативно-правовим забезпеченням цього процесу. Отже, визначення поняття земельного капіталу трансформується залежно від особливостей використання земельних ре-

сурсів, існуючі дефініції є нестійкими, часто переглядаються, та конкретизуються.

Аналізуючи підходи до розуміння сутності земельного капіталу в сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки, є можливість виділити декілька підходів до розуміння його змісту. Перший підхід визначає поняття "земельний капітал" як запас засобів, необхідних для створення матеріальних і нематеріальних благ. Наступний підхід, за якого процес формування земельного капіталу передбачає обов'язкове отримання додаткової вартості від використання земель. Тобто земельний капітал є вартістю, що приносить додатковий дохід. З іншого боку, земельний капітал розглядається як сукупність земельних благ, якими розпоряджається людина на відповідних правах [15]. Тобто в основі поняття "земельний капітал", згідно з цією парадигмою, передбачається, що земля не перестає бути благом і не втрачає здатність задовольняти потреби людини. Однак варто не погодитись з таким твердженням у зв'язку з тим, що земельна ділянка, яка не використовується у виробництві та не приносить дохід своєму власнику не може продукувати блага і відповідно не є за своєю суттю капіталом. Тобто землі сільськогосподарського призначення відповідають основним характеристикам капіталу саме тоді, коли вони є об'єктом господарської діяльності і створюють блага чи додану вартість. А до цього моменту вони є лише сукупністю земельних благ, що мають



потенціал капіталізуватися. Виходячи з цього, земельний капітал, як і будь-який інший капітал, це перш за все сукупність засобів виробництва (земельних ресурсів), що використовуються для отримання додаткової вартості шляхом залучення їх в господарську діяльність. Тому набрання земельними ресурсами рис капіталу, який може створювати додатковий дохід, можливий лише у разі їх залучення до економічного обороту.

Варто відмітити, що нині нормативна грошова оцінка сільськогосподарських земель України становить близько 40 млрд дол. Це свідчить про недостатню капіталізацію земельних ресурсів сільського господарства. За нашими розрахунками, ринкова оцінка сільськогосподарських земель після зняття мораторію може становити понад 225 млрд дол. Проте і ця величина не відображає реальних параметрів функціонування національної економіки в структурі глобального світового економічного простору. Так, з одного боку, активи всієї банківської системи України становлять близько 48 млрд дол., що є вкрай недостатнім для використання вітчизняних механізмів та фінансово-кредитних ресурсів для розвитку довгострокових інвестиційних процесів у сільському господарстві України. З іншого боку, незначними є вартісні показники земельного капіталу України у порівнянні з світовими масштабами. Адже, лише один великий європейський банк має активів понад 2 трлн дол. Тому капіталізація земель сільськогосподарського призначення України суттєво залежатиме від підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської галузі на світових ринках та підвищення її інвестиційної привабливості. Це необхідно враховувати при формуванні стратегії інвестиційно-економічного розвитку сільського господарства України та капіталізації її земельних ресурсів.

### **ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ**

Враховуючи переваги та недоліки існуючих визначень сутності поняття "земельний капітал", а також з огляду на специфічні особливості сільськогосподарської галузі, пропонуємо власний підхід до визначення сутності земельного капіталу в аграрному секторі економіки як вартості земельних ресурсів, що використовуються в сільськогосподарській діяльності для отримання додаткової вартості шляхом залучення їх в економічний оборот.

Загалом для ефективної ринкової капіталізації земель сільськогосподарського призначення як механізму інвестиційного забезпечен-

ня аграрного сектора економіки необхідно вдосконалити фінансово-економічний інструментарій цього процесу, щоб надати земельним ресурсам агросфери форму фінансових активів. Провідну роль при цьому відіграє гнучке та ефективне інфраструктурне забезпечення, побудоване з урахуванням специфіки товару (земельних ділянок), особливо на етапі становлення ринку.

### **Література:**

1. Бланк И.А. Управление формированием капитала. К.: "НикаЦентр", 2000. 512 с.
2. Бродель Фернан. Матеріальна цивілізація, економіка і капіталізм, XV — XVIII ст. У 3-х т. Том 2. Іри обміну. Пер. з фр. Г. Філіпчук. К.: Основи, 1997. 585 с.
3. Європейський словник філософій: Лексикон неперекладностей. Пер. з фр. Том перший. Вид. друге, виправл. К.: ДУХ І ЛІТЕРАТУРА, 2011. 576 с.
4. Ібатулін Ш.І., Степенко О.В., Сакаль О.В. та ін. Механізми управління земельними відносинами в контексті забезпечення сталого розвитку. К.: ІЕПСР НАНУ, 2012. 52 с.
5. Кейнс Дж. М. Избранные произведения. М.: Экономика, 1993. 412 с.
6. Курильців Р.М. Інтегроване управління сукупним капіталом землекористування. Землевпорядний вісник. 2014. № 1. С. 11—14.
7. Лазарева О. В. Особливості формування земельного капіталу. Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. Серія: Економіка. 2012. Т. 189, Вип. 177. С. 146—148.
8. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Том первый, книга 1: процесс производства капитала. М., Политиздат. 1983. 663 с.
9. Мочерний С.В. Економічна теорія. К.: ВЦ "Академія", 2003. 656 с.
10. Остапчук С.М. Сутність та соціально-економічна значимість земельного капіталу в аграрній галузі. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2014. № 2 (12). С. 165—174.
11. Причепій Є.М., Черній А.М., Чекаль Л.А. Філософія: підручник. 3-тє вид., стер. К.: Академвидав, 2009. 592 с.
12. Сэй Ж.-Б. Трактат политической экономии. — СПб.: Изд-во СПб-го ун-та, 1896. 642 с.
13. Третяк А.М. Земельний капітал: теоретико-методологічні основи формування та функціонування: монографія. Л.: СПОЛОМ, 2011. 520 с.
14. Третяк А.М. Теоретичні основи формування земельного капіталу як похідного від

природного та людського. Екологічні науки. 2012. № 1. С. 15—26.

15. Шкуратов О.І. Роль природно-ресурсного капіталу в процесі екологізації аграрного виробництва. Інноваційна економіка. 2012. № 11. С. 127—129.

16. Blaug M., Great Economists Before Keynes: An Introduction to the Lives & Works of One Hundred Great Economists of the Past Hardcover. 1997. UK Brookfield, Vermont, US: Edward Elgar Pub. 286 p.

17. Clark J.S., Klein, K.K., Thompson S.J. Are subsidies capitalized into land values? Some time series evidence from Saskatchewan. Canadian Journal of Agricultural Economics. 1993. Vol. 41. Pp. 155—168.

18. Mill, John Stuart Principles of Political Economy with some of their Applications to Social Philosophy. London; Longmans, Green and Co., 1909.

19. Smith Adam. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations: A Selected Edition Adam Smith (Author), Kathryn Sutherland (Editor), 2008, Oxford Paperbacks, Oxford. 668 p.

20. Stokes J., Jansen J. The Economics of the Capitalization Rate for Farmland. Agricultural Economics. 2018. Vol. 7. Pp. 1—8.

#### References:

1. Blank, I.A. (2000), Upravlenie formirovaniem kapitala [Capital Management], "Nika-Center", Kyiv, Ukraine.

2. Brodel, F. (1997), Materialna tsyvilizatsiia, ekonomika i kapitalizm, XV—XVIII st. Iry obminu. [Material civilization, economics and capitalism, XV—XVIII centuries. Ira exchange], 3rd ed, Osnovy, Kyiv, Ukraine.

3. Vasylychenko, A. Kassen, B. and Sihov, K. (2011), Ievropeyskyi slovnyk filosofii: Leksykon neperekladnostei [European Dictionary of Philosophies: Lexicon of Intranslatability], 2nd ed, DUKh I LITERATURA Kyiv, Ukraine.

4. Ibatullin, Sh.I. Stepenko, O.V. and Sakal', O.V. (2012), Mekhanizmy upravlinnia zemel'nymy vidnosynamy v konteksti zabezpechennia staloho rozvytku [Land management mechanisms in the context of sustainable development], IEPSR NANU, Kyiv, Ukraine.

5. Kejns, Dzh. M. (1993), Izbrannye proizvedeniia [Featured Works], Economics, Moscow, Russia.

6. Kuryltsiv, R.M. (2014), "Integrated management of total land use capital", Zemlevporiadnyi visnyk, vol. 1, pp. 11—14.

7. Lazariieva, O. V. (2012), "Features of land capital formation", Naukovi pratsi Chorno-

mors'koho derzhavnoho universytetu imeni Petra Mohyly. Seriiia: Ekonomika, vol. 189, no. 177, pp. 146—148.

8. Marks, K. (1983), Kapital. Kritika politicheskoy jekonomii. Tom pervyj, kniga 1: process proizvodstva kapitala [Capital. Criticism of political economy. Volume One, Book 1: The Process of Capital Production.], Political Publishing, Moscow, Russia.

9. Mochernyj, S.V. (2003), Ekonomichna teoriia [Economic theory], VC "Academy", Kyiv, Ukraine.

10. Ostapchuk, S.M. (2014), "The essence and socio-economic significance of land capital in the agricultural sector", Ekonomika: realii chasu, vol. 2 (12), pp. 165—174.

11. Prychepii, Ye.M. Chernii, A.M. and Chekal, L.A. (2009), Filosofiia: pidruchnyk [Philosophy: a textbook], 3rd ed, Akademvydav, Kyiv, Ukraine.

12. Szej, Zh.-B. (1896), Traktat politicheskoy jekonomii [Treatise of Political Economy], Sankt-Peterburgskiy univestitet, Sankt-Peterburg, Russia.

13. Tretiak, A.M. (2011), Zemel'nyj kapital: teoretyko-metodolohichni osnovy formuvannia ta funktsionuvannia [Land capital: theoretical and methodological foundations of formation and operation], SPOLOM, L'viv, Ukraine.

14. Tretiak, A.M. (2012), "Theoretical bases for the formation of land capital as derived from natural and human", Ekolohichni nauky, vol. 1, pp. 15—26.

15. Shkuratov, O.I. (2012), "The role of natural resource capital in the process of greening agricultural production", Innovatsijna ekonomika, vol. 11, pp. 127—129.

16. Blaug, M. (1997), Great Economists Before Keynes: An Introduction to the Lives & Works of One Hundred Great Economists of the Past Hardcover, US: Edward Elgar Pub, Brookfield, Vermont, UK

17. lark, J.S. Klein, K.K. and Thompson, S.J., (1993), "Are subsidies capitalized into land values? Some time series evidence from Saskatchewan", Canadian Journal of Agricultural Economics, vol. 41, pp. 155—168.

18. Mill, J. S. (1909), Principles of Political Economy with some of their Applications to Social Philosophy, Longmans, Green and Co., London.

19. Smith, A. (2008), An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations: A Selected Edition, Oxford Paperbacks, Oxford, UK.

20. Stokes, J. and Jansen, J. (2018), "The Economics of the Capitalization Rate for Farmland", Agricultural Economics, vol. 7, pp. 1—8.

Стаття надійшла до редакції 27.05.2020 р.

УДК 336.531.2

**І. І. Вініченко,**

д. е. н., професор, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ORCID ID: 0000-0002-9527-1625

**О. С. Павленко,**

к. е. н., Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ORCID ID: 0000-0003-3557-3338

**Д. В. Маховський,**

к. е. н., Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ORCID ID: 0000-0001-7843-7307

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.20

## **ВИБІР СТРАТЕГІЙ ПІДВИЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ**

I. Vinichenko,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Dnipro State University of Agrarian and Economics

O. Pavlenko,

PhD in Economics, Dnipro State University of Agrarian and Economics

D. Makhovsky,

PhD in Economics, Dnipro State University of Agrarian and Economics

Dnipro State University of Agrarian and Economics

### **SELECTION OF STRATEGIES FOR INCREASING COMPETITIVENESS MANAGEMENT OF ENTERPRISES**

У статті досліджено теоретичні засади управління конкурентоздатністю суб'єктів господарювання та представлено авторський погляд на сутність стратегії управління конкурентоздатністю підприємства. Проаналізовано конкурентоздатність вітчизняних підприємств з переробки м'яса птиці з використанням методичного підходу, який базується на теорії ефективної конкуренції, що дозволяє оцінити ефективність роботи кожного підрозділу за різними критеріями й показниками на основі розрахунку ефективності виробничої, фінансової, маркетингової діяльності підприємства та конкурентоздатності його продукції. Подано перелік та тлумачення стратегій управління конкурентоздатністю підприємств з переробки м'яса птиці, що можуть мати практичне застосування в сучасних умовах. Зроблено висновок про необхідність застосування специфічних заходів з метою підвищення конкурентоздатності підприємств з переробки м'яса птиці в Україні.

The article investigates the theoretical principles of competitiveness management of business entities and presents the authorial vision of the essence of enterprise's competitiveness management. The list and explanation of competitiveness management strategies at poultry meat processing plants are given. It can be used in practice nowadays.

There was analyzed a competitiveness of national poultry meat processing plants by the methodical approach based on the theory of effective competition. This approach allows estimating of work efficiency at each division by different indicators using calculating efficiency of production, financial, marketing enterprise's activities and its product's competitiveness. In a competitive environment are prevail factors such as: a technology, a price, a quality, an established sales network, a variety; which help achievement and support of competitive advantages on the local poultry meat products market. The main factors which determine competitiveness of poultry meat processing plants are economic behavior strategy and type of competitive on food market.

The conclusions have been drawn about the need of specific measures for the purpose of competitiveness rise of poultry meat processing plants in Ukraine. The main reasons of low strategic efficiency at national poultry meat processing plants are lack of standards for developing strategies and plans, insufficient experience in conducting business in market conditions; low timeliness of strategy developing; gap and unreliable of operative information; lengthy procedure for agreeing strategies and plans due to results of separation between function divisions and process of strategic developing; constant adjustment of strategies depending on available financial and material resources.

There was substantiated that the relatively high degree of capacity integration at poultry meat processing plants resulted from background, because they are implemented and developed based on information directly comes from the external environment. This is especially true of competencies such as innovation and strategy. The relatively low degree of business-process integration in business-space of enterprises indicates that the implementation is in enterprise edges and quality of result isn't owing to external conditions variety.

*Ключові слова: підприємство, галузь птахівництва, конкурентоздатність, стратегія, управління конкурентоздатністю, інтегральна оцінка.*

*Key words: enterprise, poultry industry, competitiveness, strategy, competitiveness management, integrated assessment.*

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

В умовах зниження ділової активності, стрімкого погіршення визначальних макроекономічних індикаторів, поглиблення соціальних проблем, негативних очікувань щодо майбутнього соціально-економічного розвитку в Україні з'являється необхідність дослідження та обґрунтування напрямів підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств з переробки м'яса птиці. Ефективне функціонування підприємств з переробки м'яса птиці в довгостроковій перспективі неможливе без досягнення високого рівня їх конкурентоздатності. Задля підвищення рівня конкурентоздатності необхідно застосувати широкий спектр стратегічних заходів. Актуальність досліджень обумовлюється також доцільністю удосконалення та пошуком нових підходів до вибору стратегій конкурентоздатності підприємств з переробки м'яса птиці з огляду на складне соціально-економічне становище в країні та необхідність забезпечення гармонійного розвитку вітчизняних підприємств.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблематику визначення конкурентних переваг, оцінки та підвищення рівня конкурентоздатності підприємств досліджували багато вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких слід назвати Л.В. Балабанову, І.І. Вініченка, Н.І. Горбаль, Ю.Б. Іванова, Л.А. Євчука, С.М. Клименко, Н.А. Савельєву, Л.І. Сопільник, О.Б. Чернегу, Р.А. Фатхутдінова, О.Є. Шандрівську [1–12]. Зокрема Є.М. Смирнов зосередив увагу на науковому обґрунтуванні теоретичних, методичних та практичних засад удосконалення стратегічного управління конкурентоздатністю підприємства. Євчук Л.А. на прикладі сільськогосподарських підприємств обґрунтувала теоретико-методологічні й прикладні засади та практичні пропозиції щодо розробки стратегій забезпечення конкурентоз-

датності підприємств. Чернега О.Б. науково обґрунтувала концепцію удосконалення організаційно-економічного механізму управління підприємством в умовах конкуренції. Вініченко І.І. досліджує систему стратегічного забезпечення управління конкурентоздатністю підприємств. Науковець наголошує на тому, що систему управління конкурентоздатністю доцільно формувати на основі наявних нині конкурентних переваг підприємства. Н.І. Горбаль, О.Є. Шандрівська, Л.І. Сопільник, вивчаючи зарубіжний досвід підвищення конкурентоздатності підприємства, значну увагу приділяють саме стратегічному управлінню, оскільки воно дає змогу сформувати ключові цілі розвитку підприємства на довгострокову перспективу.

## МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою дослідження є обґрунтування теоретичних та прикладних аспектів вибору стратегій управління конкурентоздатністю підприємств з переробки м'яса птиці в сучасних умовах.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Невід'ємним елементом ефективної діяльності підприємства є достатній рівень конкурентоздатності, який можна досягнути за допомогою впровадження та реалізації стратегій управління. Саме тому в сучасних умовах управління конкурентоздатністю підприємства за допомогою стратегічного управління є першочерговим завданням. В цьому аспекті Л.В. Балабанова під управлінням конкурентоздатністю підприємства розуміє сукупність управлінських дій, спрямованих на дослідження діяльності активних і потенційних конкурентів, їх сильних і слабких сторін, а також розробку конкурентних стратегій, що забезпечують формування й підтримку довгострокових конкурентних переваг. Забезпечення конкурентоздатності підприємства здійснюється на опера-

ційному, тактичному і стратегічному рівнях управління [3, с. 29—30]. І. Ансофф стратегічне управління трактує як реалізацію концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральний підходи до діяльності підприємства, що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями (потенціалом) підприємства та приводити їх у відповідність шляхом розробки та реалізації системи стратегій [2, с. 60]. Отже, стратегії управління конкурентоздатністю підприємства — це побудова довгострокової, цільової концепції розвитку підприємства, яка передбачає впровадження заходів щодо досягнення високого рівня конкурентоздатності, формування й підтримку довгострокових конкурентних переваг підприємства.

Цікавим є підхід Л.А. Євчука, який вважає, що підприємство не може успішно функціонувати, спираючись на одну стратегію, а тому необхідним є формування стратегічного набору — множини стратегій, що діють комплексно, системно, чинять мультиплікативний вплив на економічний суб'єкт. На думку автора, стратегічний набір включає в себе альтернативи основних видів стратегій: загальні, конкурентні, продуктово-товарні, ресурсні, функціональні. Погоджуємося з науковцем у тому, що кожне підприємство залежно від своїх позицій формує індивідуальний стратегічний набір (тобто обирає свою множину стратегій), розробляє стратегічний план функціонування, ефективність якого визначається успішністю реалізації. Запроваджені стратегії повинні періодично оцінюватися за результатами їх реалізації. Будь-яка стратегія з часом стає об'єктивно непродуктивною і має бути замінена іншою [6, с. 8]. Проте Є.М. Смирнов розробив науковий підхід, що дає змогу на підставі оцінки стану стратегічного управління конкурентоздатністю поетапно обрати конкурентну стратегію та відповідну їй альтернативу управління конкурентоздатного підприємства. Як критерії визначення конкурентних стратегій автором використано показники рівня конкурентоздатності та стійкості конкурентної позиції підприємств, які є основними детермінантами їх стратегічної конкурентної поведінки [10, с. 12]. Досить цікавим є підхід О.Б. Чернеги, яка вважає, що стійкою конкурентною перевагою і об'єктом управління є організаційна культура, яка ґрунтується на загальнолюдських цінностях з урахуванням особливостей і менталітету взаємодії даної групи людей; вона є базисом організаційної структури управління підприємством, визначає стиль і методи менеджменту, формує

імідж виробника [12, с. 5]. Але аналізовані наукові підходи мають лише теоретико-методологічний характер і позбавлені практичного змісту.

Птахівнича промисловість України має високий потенціал розвитку та потребує інновацій. Для підвищення рівня рентабельності птахопереробних підприємств необхідно об'єднати у високоінтегровану систему виробництва, переробку та реалізацію готової продукції. При зваженій інвестиційній політиці на всіх підприємствах-учасниках технологічного процесу (від виробництва сільськогосподарської сировини до реалізації кінцевої продукції) можна досягти стабільного розвитку сировинної бази, що позитивно впливатиме на вирішення основних поточних проблем учасників інтеграційного об'єднання, стабілізацію та успішну роботу всього птахопереробного комплексу.

Проаналізувавши сучасний стан птахопереробної промисловості України, можна зробити висновок, що вона загалом орієнтується на вітчизняного товаровиробника продукції птахівництва. Відносини між виробниками і переробниками сировини характеризуються певною розбалансованістю взаємовідносин як у забезпеченні сировини, так і формуванні взаємовигідної ціни. Нині птахопродуктовий підкомплекс України не в змозі забезпечити переробні птахівничі підприємства власною сировиною в достатній кількості. Саме тому вітчизняний ринок все ще насичується імпоротною продукцією, яка не завжди відповідає вимогам якості та безпеки. Збільшення цін на продукцію птахівництва спричинене, передусім, відокремленістю підприємств з вирощування птиці й переробних підприємств. За цих умов саме птахопереробна галузь повинна виконувати не лише економічну, але й соціальну функцію із забезпечення населення достатньою кількістю якісної продукції різної цінової категорії.

Регіональний ринок продукції птахівництва є невід'ємною складовою частиною агропродовольчого ринку і за своєю сутністю являє систему відносин, пов'язаних із виробництвом і товарообігом сировини для виробництва продукції з м'яса птиці. Кон'юнктура регіонального ринку формується в результаті взаємодії первинного та похідного попиту, первинної та похідної пропозиції товарів як від виробників даного виду продукції, які працюють в регіоні, так і за його межами. Для оптимізації процесів формування регіональних ринків, а також регулювання процесів розвитку підприємств галузі в контексті забезпечення продовольчої безпеки, пріоритетним завданням прикладної



науки є проведення аналізу та оцінки конкурентоздатності підприємств з переробки м'яса птиці у розрізі його основних складових, а також визначення тенденцій розвитку потенціалу ринку, ефективності діяльності та ідентифікації причинно-наслідкових зв'язків.

Для оцінки конкурентоздатності підприємства на мікрорівні нами використано методичний підхід, що базується на теорії ефективної конкуренції, який дозволяє оцінити ефективність роботи кожного підрозділу за різними критеріями й показниками. З цією метою показники об'єднано в чотири групи, що характеризують ефективність виробничої, фінансової, маркетингової діяльності підприємства та конкурентоздатність його продукції. Оцінка конкурентних переваг підприємств з переробки м'яса птиці Дніпропетровської області здійснено з використанням системи показників за 2015—2019 рр., що наведено в таблицях 1—3.

З таблиці 1 видно, що рентабельність діяльності підприємств коливається в межах 66—78 %, тоді як рентабельність продукції — від 51 до 65%. Найнижчі витрати на одиницю продукції спостерігаються у двох підприємств — ТОВ Птахокомбінат "Дніпровський" та ТОВ "Агро-Овен", що свідчить про інтенсивну технологію та ефективне управління ресурсами досліджуваних підприємств. За цим показником дані підприємства мають вагомі конкурентні переваги порівняно з іншими досліджуваними підприємствами.

Стосовно фінансової діяльності, то більш незалежним підприємством від зовнішніх джерел фінансування є ПрАТ "Оріль-Лідер", хоча дані таблиці 2 вказують на те, що всі підприємства є фінансово залежними від інвесторів. ТОВ Птахокомбінат "Дніпровський" та ПрАТ "Оріль-Лідер" здатні покрити позичкові кошти більше ніж у дво-разовому розмірі, а от для ПП "Агро-Союз" це слабке місце, існує ризик не витримати конкурентну боротьбу при інших рівних умовах, оскільки коефіцієнт фінансової стійкості підприємства дорівнює

Таблиця 1. Ефективність виробничої діяльності

Показники	ТОВ «Крила Таврії»	ТОВ Птахокомбінат «Дніпровський»	ПрАТ «Оріль-Лідер»	ПП «Агро-Союз»	ТОВ «Агро-Овен»
Рентабельність виробництва, (Рв)	0,66	0,78	0,71	0,70	0,75
Витрати на одиницю продукції, (В)	2,98	1,82	3,33	5,72	1,96
Фондовіддача (Фв)	0,99	1,15	1,12	1,15	0,96
Матеріаловіддача (Мв)	0,78	0,86	0,65	0,48	0,66
Продуктивність праці (ПП)	12,01	12,69	13,56	11,06	14,43
Рентабельність продукції (Рпр)	0,60	0,65	0,58	0,51	0,61

0,6. Загалом всі підприємства здатні виконувати свої поточні фінансові зобов'язання, а середня ефективність використання майна та власних коштів становить відповідно 33,3% та 40,4%.

Ефективність маркетингової діяльності є важливим показником діяльності м'ясопереробних підприємств, оскільки від неї залежить конкурентоздатність господарюючих суб'єктів (табл. 3). Найприбутковішим підприємством на

Таблиця 2. Ефективність фінансової діяльності

Показники	ТОВ «Крила Таврії»	ТОВ Птахокомбінат «Дніпровський»	ПрАТ «Оріль-Лідер»	ПП «Агро-Союз»	ТОВ «Агро-Овен»
Коефіцієнт автономії (фінансової незалежності) Ка)	0,94	0,95	0,98	0,91	0,93
Коефіцієнт фінансової стійкості (Кфс)	1,66	2,65	2,62	0,58	2,61
Коефіцієнт загальної ліквідності (коефіцієнт покриття) (Кзл)	1,05	1,15	1,18	1,01	1,17
Коефіцієнт оборотності оборотних активів (Ко)	2,12	2,09	2,17	2,11	2,15
Рентабельність активів підприємства (Ра)	30,2	37,7	38,97	26,21	33,74
Рентабельність власного капіталу (Рвк)	36,6	45,65	47,20	31,74	40,87

Таблиця 3. Ефективність маркетингової діяльності

Показники	ТОВ «Крила Таврії»	ТОВ Птахокомбінат «Дніпровський»	ПрАТ «Оріль-Лідер»	ПП «Агро-Союз»	ТОВ «Агро-Овен»
Рентабельність продажу (Рп)	47	74	56	41	68
Коефіцієнт затовареності готовою продукцією (Кз)	0,56	0,48	0,61	0,74	0,52
Коефіцієнт завантаження виробничих потужностей (Квп)	0,43	0,71	0,68	0,50	0,63
Коефіцієнт ділової активності (Кда)	0,62	0,76	0,66	0,59	0,71
Ефективність рекламної діяльності (Ер)	0,84	2,89	1,78	0,83	2,87
Ефективність маркетингової діяльності (Ем)	1,08	4,82	3,68	3,35	3,94

ринку продукції птахівництва є ТОВ Птахокомбінат "Дніпровський". Йому вдається втримувати попит на свою продукцію, конкуруючи з ТОВ "Крила Таврії" та ТОВ "Агро-Овен". Гірша ситуація на ПП "Агро-Союз", рівень затовареності якого склав 0,74. Конкурентну перевагу на ринку м'ясопродукції ТОВ Птахокомбінат "Дніпровський" утримує завдяки ефективній роботі служби збуту, рекламної діяльності та виваженої маркетингової політики. ПП "Агро-Союз" також значну увагу приділяє маркетингу продукції, більшою мірою через її унікальність.

Для визначення загальної конкурентоздатності підприємств з переробки м'яса птиці Дніпропетровської області скористаємося формулами:

$$КСП = 0,25ЕВД + 0,20ЕФД + 0,20ЕМД + 0,35КП;$$

$$ЕВД = 0,206P_B + 0,239 + 0,109F_B + 0,119M_B + 0,990ПП + 0,228P_{PP};$$

$$ЕФД = 0,218K + 0,161K_{фс} + 0,161K_{зл} + 0,104K_o + 0,195PA + 0,161P_{вк};$$

$$ЕМД = 0,193P_{п} + 0,128K_3 + 0,202K_{вп} + 0,101K_{дд} + 0,183E_p + 0,193E_m.$$

Згідно з цими методичними положеннями проведемо оцінку конкурентних переваг 5 підприємств з переробки м'яса птиці Дніпропетровської області різної форми господарювання, що дозволило виявити підприємства з високим рівнем конкурентоздатності. Результати розрахунку конкурентоздатності підприємств наведено у таблиці 4, де проведено ранжування у порядку зменшення рівня конкурентоздатності.

Результати розрахунку розподілили підприємства з переробки м'яса птиці за критерієм конкурентоздатності наступним чином: ТОВ Птахокомбінат "Дніпровський", ТОВ "Агро-Овен", ПрАТ "Оріль-Лідер", ТОВ "Крила Таврії", ПП "Агро-Союз". Таким чином, узагальнення результатів оцінки конкурентоздатності підприємств на різних рівнях конкурентного поля дозволяє визначати виробників переробної продукції птахівництва з високим рівнем конкурентоздатності, які зможуть втримувати конкуренцію як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

### ВИСНОВКИ

Для оцінки конкурентоздатності підприємств на мікрорівні застосовано методичний підхід теорії ефективної конкуренції за результатами якого встановлено, що рівень рентабельності діяльності підприємств з переробки м'яса птиці коливається в межах 66—

**Таблиця 4. Конкурентоздатність підприємств**

Показники	ТОВ «Крила Таврії»	ТОВ Птахокомбінат «Дніпровський»	ПрАТ «Оріль-Лідер»	ПП «Агро-Союз»	ТОВ «Агро-Овен»
Ефективність виробничої діяльності	12,83	13,53	14,73	12,77	15,52
Ефективність фінансової діяльності	12,64	15,75	16,25	11,00	14,18
Ефективність маркетингової діяльності	9,69	16,02	12,13	8,96	15,31
Конкурентоздатність продукції	10,03	16,11	14,08	9,15	14,49
Конкурентоздатність підприємства	11,19	15,37	14,29	10,38	14,85
Місце підприємства в конкурентному середовищі	4	1	3	5	2

78%. Найнижчі витрати на одинцю продукції спостерігаються на двох підприємствах — ТОВ Птахокомбінат "Дніпровський" та ТОВ "Агро-Овен", що говорить про інтенсивну технологію та ефективне управління ресурсами підприємств. ТОВ Птахокомбінат "Дніпровський" та ПрАТ "Оріль-Лідер" здатні покрити позикові кошти більше ніж у дво-разовому розмірі, а от для ПП "Агро-Союз" є ризик не витримати конкурентну боротьбу, оскільки коефіцієнт фінансової стійкості на цьому підприємстві дорівнює 0,6. Середня ефективність використання майна та власних коштів становить відповідно 33,3% та 40,4%. Найприбутковішим підприємством є ТОВ Птахокомбінат "Дніпровський". За оцінками моніторингу стратегій підприємств встановлено, що ТОВ Птахокомбінат "Дніпровський" — лідер ринку (36,6%); ТОВ "Агро-Овен" (34,2%), ПрАТ "Оріль-Лідер" (28,8%) — претенденти; ТОВ "Крила Таврії" (0,29%), ПП "Агро-Союз" (0,11%) — нішери ринку.

Проведений аналіз дав змогу зробити висновки про наявність значної кількості проблем та факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємств птахівництва, а отже, запропоновані стратегії конкурентоспроможності є актуальними і можуть бути застосовані на практиці. Вважаємо, що для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств птахівництва необхідно насамперед вжити таких заходів: модернізувати матеріально-технічну базу та здійснити перевірки відповідності технічного стану устаткування; інтенсифікувати інноваційну діяльність підприємств; підвищити ефективність маркетингової роботи на підприємствах; активізувати використання системи стратегічного управління; підвищити кваліфікацію персоналу в аспекті відповідності сучасним потребам ринку; знизити собівартість продукції; підвищити рівень ресурсного забезпечення підприємств; вдосконалити практичні аспекти управління грошовими коштами; за-

безпечити платоспроможність підприємств через пошук альтернативних джерел залучення фінансових ресурсів на більш вигідних умовах.

#### Література:

1. Аверчева Н.О. Стратегія конкурентоспроможності птахівничих підприємств регіону [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.stattionline.org.ua/agro/43/4063>
2. Ансофф И. Стратегическое управление. — М.: Экономика, 1989. — 519 с.
3. Балабанова Л.В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга. — Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. — 147 с.
4. Вініченко І.І. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: стан і перспективи // Агросвіт. — 2013. — № 21. — С. 10—13.
5. Стратегія конкурентоспроможності в системі управління підприємством / [Н.І. Горбаль, О.Є. Шандрівська, Л.І. Сопільник] [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/old\\_jrn/natural/Vnulp/Logistyka/2009\\_649/24.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/natural/Vnulp/Logistyka/2009_649/24.pdf)
6. Євчук Л.А. Стратегії забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств: автореф. дис. докт. екон. наук: спец. 08.00.04 "Економіка та управління підприємствами"; Миколаїв. держ. аграр. ун-т. — Миколаїв, 2010. — 36 с.
7. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия. — Х.: ХНЭУ, 2004. — 256 с.
8. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення. — Дніпропетровськ: ДУЕП, 2006. — 276 с.
9. Синіговець О.М. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства // Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2012. — № 39. — С. 275—278.
10. Смирнов Є.М. Стратегічне управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.04 "Економіка та управління підприємствами"; Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. — Донецьк, 2011. — 20 с.
11. Стельмашук М.А. Моделювання стратегії маркетингового управління конкурентоспроможності аграрних товаровиробників // Сталий розвиток економіки. — 2013. — № 5. — С. 125—134.
12. Чернега О.Б. Управління підприємством в умовах конкуренції: автореф. дис. докт. екон. наук: спец. 08.06.01 "Економіка, організація і управління підприємствами"; НАН України,

Ін-т економіки промисловості. — Донецьк, 2001. — 32 с.

#### References:

1. Avercheva, N.O. (2007), "Strategy of competitiveness of poultry enterprises of the region", [Online], available at: <http://www.stattionline.org.ua/agro/43/4063> (Accessed 20 May 2020).
  2. Ansoff, I. (1989), Strategicheskoe upravlenie [Strategic management abbr. lane. with English scientific ed. and ed. prev. Evenko L.I.], Ekonomika, Moscow, Russia.
  3. Balabanova, L.V. and Krivenko, A.V. (2004), Upravlenie konkurentosposobnost'yu predpiyat' na osnove marketinga: monografiya [Management of competitiveness of enterprises on the basis of marketing: monograph], DonGUET by M. Tugan-Baranovsky, Donetsk, Ukraine.
  4. Vinichenko, I.I. (2013), "The competitiveness of agricultural enterprises: state and prospects", Ahrosvit, vol. 21, pp. 10—13.
  5. Horbal, N.I. Shandrivska, O.Y. and Sopilnyk, L.I. (2009), "Competitiveness strategy in the enterprise management system", [Online], available at: [http://www.nbuv.gov.ua/old\\_jrn/natural/Vnulp/Logistyka/2009\\_649/24.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/natural/Vnulp/Logistyka/2009_649/24.pdf) (Accessed 20 May 2020).
  6. Yevchuk, L.A. (2010), "Strategies for ensuring the competitiveness of agricultural enterprises", Ph.D. Thesis, Economy, Mykolaiv state agrarian university, Mykolaiv, Ukraine.
  7. Ivanov, Y.B. (2004), Konkurentosposobnost' predpriyatiya: otsenka, diagnostika, strategiya: monografiya [Competitiveness of the enterprise: assessment, diagnostics, strategy: monograph], KhNEU, Kharkiv, Ukraine.
  8. Pavlova, V.A. (2006), Konkurentosposobnost' pidpiemstva: otsinka ta strategiya zabezpechenya [Competitiveness of the enterprise: assessment and strategy of providing], DUEP, Dnipropetrovsk, Ukraine.
  9. Sinigovets, O.M. (2012), "Strategic management of enterprise competitiveness", Visnik ekonomiki transportu i promoslovosti, vol. 39, p. 275—278.
  10. Smirnov, E.M. (2011), "Strategic management of the competitiveness of a commercial enterprise", Ph.D. Thesis, Economy, Donetsk National University of Economics and Trade by M. Tugan-Baranovsky, Donetsk, Ukraine.
  11. Stelmashchuk, N.A. (2013), "Modeling of strategy of marketing management of competitiveness of agrarian commodity producers", Staliy rozvitok ekonomiki, vol. 5, pp. 125—134.
  12. Chernega, O.B. (2001), "Enterprise management in terms of competitiveness", Ph.D. Thesis; Economy, NAS of Ukraine, Institute of Industrial Economics, Donetsk, Ukraine.
- Стаття надійшла до редакції 29.05.2020 р.

УДК 330.32:636:001.8

**В. В. Лаврук,**

д. е. н., доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи, страхування та електронних платіжних систем, Подільський державний аграрно-технічний університет  
ORCID ID: 0000-0002-0778-7227

**Л. М. Будняк,**

к. е. н., доцент кафедри фінансів, банківської справи, страхування та електронних платіжних систем, Подільський державний аграрно-технічний університет  
ORCID ID: 0000-0002-0130-1564

**О. С. Лаврук,**

к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування, Подільський державний аграрно-технічний університет  
ORCID ID: 0000-0001-9089-237X

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.26

## **ПРОБЛЕМАТИКА ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У ЕКОНОМІЧНУ МОДЕРНІЗАЦІЮ І ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТВАРИННИЦТВА**

V. Lavruk,

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of finance, banking, insurance and Electronic Payment Systems, State Agrarian and Engineering University in Podilia

L. Budnyak,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of finance, banking, insurance and Electronic Payment Systems, State Agrarian and Engineering University in Podilia

O. Lavruk,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Management, Public management and Administration, State Agrarian and Engineering University in Podilia

### **PROBLEMS OF ATTRACTING INVESTMENTS IN ECONOMIC MODERNIZATION AND INCREASING THE COMPETITIVENESS OF ANIMAL HUSBANDRY**

Досліджено питання інвестиційної діяльності в галузі тваринництва та виявлено негативні чинники, що впливають на його виробничий і економічний розвиток. Встановлено, що проблемою досягнення високого рівня модернізаційного процесу у розвитку тваринницьких підприємств та їх конкурентоспроможності є незадовільне фінансове забезпечення. Виявлено сектори тваринництва, на розвиток яких найефективніше впливає підвищення інвестиційної активності. Вказується на необхідність удосконалення матеріально-технічної і сировинної бази та активізації інвестиційної діяльності тваринницьких підприємств, ураховуючи при цьому низькі доходи населення регіонів і наявність на внутрішньому ринку іноземної тваринницької продукції відомих торгівельних марок, як запоруку підвищення конкурентоспроможності тваринництва. Розглянуто можливість позитивних змін у розвитку тваринницької галузі у разі активізації інвестиції у її розвиток. Досліджено динаміку змін у індексах інвестицій, основних засобів і виробництва тваринницької продукції та обсяги освоєних у сільському господарстві інвестицій і валової продукції тваринництва. Для більш детального вивчення проблеми інвестиційного забезпечення тваринництва проведено багатофакторний кореляційно-регресійний аналіз з метою виявлення впливу обсягу капітальних інвестицій у розрахунку на одну умовну голову худоби і птиці, вартості основних засобів і виробничих витрат у розрахунку на одну умовну голову тварин на вартість валової продукції тваринництва. Доведено значну роль у залученні значних обсягів інвестицій та організації якісного інвестиційного процесу внутрішніх і зовнішніх інвестицій, які у змозі визначити основні тенденції і перспективи подальшого розвитку тваринництва. Визначено фактори в складі заходів, які є складовими виробничих програм інвестиційного забезпечення подальшого розвитку і підвищення конкурентоспроможності тваринництва. Розробле-

но організаційно-економічний механізм інвестиційного забезпечення економічної модернізації тваринництва, який відображає теоретичні, методологічні і практичні підходи до розробки завдань, формування пріоритетних напрямів інвестиційного забезпечення модернізаційних процесів галузі.

The issues of investment activity in the field of animal husbandry are investigated and the negative factors affecting its production and economic development are identified. It is established that the problem of achieving a high level of modernization process in the development of livestock enterprises and their competitiveness is unsatisfactory financial support. The livestock sectors, whose development is most effectively influenced by the increase in investment activity, were identified. The necessity of improvement of material and technical base and raw material base and intensification of investment activity of livestock enterprises is pointed out, taking into account the low incomes of the population of the regions and the presence on the domestic market of foreign livestock products of well-known trademarks, as a guarantee of increasing the competitiveness of animals. Positive changes in the development of the livestock industry are considered in the case of intensified investment in its development. The dynamics of changes in the indices of investments, fixed assets and livestock production and the volumes of agricultural investment and gross livestock production developed in agriculture are investigated. For a more detailed study of the problem of livestock investment, a multifactor correlation-regression analysis was conducted to identify the impact of capital investment per conditional head of livestock and poultry, fixed assets and production costs per contingent animal head on the cost of livestock production. Significant role in attracting large volumes of investments and organization of qualitative investment process of internal and external investments, which are able to determine the main tendencies and prospects of further development of animal husbandry, have been proved. The factors that are part of the measures that are part of the production programs of investment support for further development and improving the competitiveness of livestock are identified. The organizational and economic mechanism of investment support for economic modernization of animal husbandry has been developed, which reflects theoretical, methodological and practical approaches to the development of tasks, formation of priority directions of investment support for the modernization processes of the industry.

*Ключові слова: інвестиції, модернізація, конкурентоспроможність, тваринництво, розвиток, економічний потенціал, організаційно-економічний механізм.*

*Key words: investments, modernization, competitiveness, animal husbandry, development, economic potential, organizational and economic mechanism.*

## **ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ**

Підприємствам тваринницького напрямку вкрай важливо мати постійну інвестиційну підтримку техніко-технологічного оновлення виробництва, формування стійких цін на тваринницьку продукцію, підготовку кваліфікованих працівників, забезпечення лізингової діяльності, науково-дослідних робіт і інформаційно-консультаційного обслуговування. А тому проблематика інвестиційного забезпечення (його види, особливості, форми, напрями) аграрного виробництва і його окремим галузям необхідно приділяти особливу увагу.

## **АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ**

Проблеми здійснення інвестиційної діяльності в сільськогосподарському виробництві висвітлюються в роботах вітчизняних: Бабець Є.К., Бланк І.О., Гуткевич С.О., Гайдуцький М.Ю., Бужимська К.О., Кісіль М. І., Кожем'якін М.Ю., Коденська М.Ю., Лупенко Ю.О., Месель-Веселяк В.Я., Саблука П.Т., Стецюк П.А. та зарубіжних: Neary J.P., Eisenstadt S.N., Ratering T.T. вчених. Але наукові дослідження

цих науковців не в повній мірі охоплюють глибинне вивчення проблеми інвестування розвитку конкурентоспроможного тваринництва в контексті забезпечення його економічної модернізації.

## **МЕТА СТАТТІ**

Метою статті є дослідження проблематики залучення інвестицій у економічну модернізацію і підвищення конкурентоспроможності тваринництва та надання пропозиції щодо формування механізму інвестиційного забезпечення ефективного розвитку тваринницької галузі.

## **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ**

Тваринництво — особлива галузь сільськогосподарства, стан розвитку якої вагомо впливає на економічний потенціал АПК країни, на всі сфери суспільного виробництва. Тваринництво забезпечує населення високоякісними, калорійними, дієтичними і вітамінізованими продуктами харчування, а промисловість — сировиною. Екологічне значення полягає в забезпеченні землеробства органічними добривами, внесення у ґрунт яких повертає в природу значну кількість органічної маси, сприяє підвищенню його родючості, вмісту гумусу, розвит-



ку мікрофлори, інтенсифікації ґрунтотворного процесу і кругообігу речовин у природі [1].

Інвестиційна інфраструктура сільськогосподарського виробництва є системою, складовими якої є сукупність елементів інституційного середовища (інститути та інституції) та організаційного і економічного механізмів з їх інформаційними, матеріальними, організаційними, фінансовими, кредитними та іншими інструментами, функціонування і взаємодія яких забезпечує стабільність і ефективність процесів залучення, акумулювання, реалізації і повернення інвестицій в цілях розвитку та покращення якісних характеристик функціонування сектора агропромислового виробництва [2].

У діяльності сільськогосподарських підприємств спостерігається низка проблем, у тому числі недостатність припливу інвестицій (дефіцит інвестиційного ресурсу). Підприємства АПК не мають змоги акумулювати належні фінансові ресурси задля здійснення масштабних інвестицій, спрямованих на розвиток власної виробничої бази, у тому числі на основі впровадження новітніх технологій. Відтак мають бути узагальнені та вироблені науково-практичні пропозиції з питань оптимізації інструментів стимулювання інвестиційної діяльності у АПК [3].

Надходження інвестицій у сільське господарство залежить від інвестиційного середовища, на формування якого впливають такі фактори, як відповідність рівня розвитку галузей в агропромисловому комплексі наявності власних ресурсів, державні пільги для інвесторів, страхування ризиків, технічний рівень організації виробництва та ін. Для ефективного розвитку сільського господарства в Україні необхідне формування як активно функціонуючого фінансового ринку, так і інтегрованої системи взаємозв'язків із міжнародними фінансовими потоками, підвищення рівня інвестиційної забезпеченості сільськогосподарських підприємств. Структура та обсяги інвестиційної діяльності на рівні кожного господарюючого суб'єкта є головними факторами, що зумовлюють інвестиційний розвиток країни [4].

Проблема залучення та фінансування інвестицій, їх раціонального використання особливо важлива в умовах важкого економічного стану сьогодення. Сучасний стан ринкових перетворень в Україні потребує таких умов, які б гарантували економічну безпеку інвесторам та забезпечували б інноваційний розвиток вітчизняної економіки. Особливу увагу слід звернути на інвестування аграрного сектору та ролі

держави у регулюванні інвестиційної діяльності в сільськогосподарському виробництві [5].

Як свідчить досвід залучення інвестиційних ресурсів до сільськогосподарських підприємств, на сьогодні в Україні існує брак інвестицій для забезпечення ефективної діяльності господарств. Ті інвестиційні ресурси, які залучаються в агропідприємства, є мізерними порівняно з інвестиціями в промисловість. Найбільш високого рівня інвестування досягли лише підприємства, які мають у своїй структурі іноземний капітал. Інвестиції на місцевих рівнях здійснюються слабкими темпами [6].

У складних умовах стабілізації ринкових відносин у тваринництві для формування і нагромадження генетичного потенціалу сільськогосподарських тварин знадобляться додаткові фінансові ресурси, які можна буде використати для забезпечення галузі сучасними модернізованими тваринницькими фермами і виробничими приміщеннями.

Встановлено, що від високого рівня інноваційних змін у тваринництві залежить його конкурентоспроможність. Однак завадою для широкого відродження і стабільного розвитку тваринництва стала відсутність та неналагодженість дієвого механізму залучення інвестицій у процес економічної модернізації, що спричинило появу руйнівних процесів у цій, раніше прибутковій галузі.

Попри покращення за останні роки виробничого і економічного стану розвитку тваринництва, до цього часу ще спостерігається вплив на нього негативних чинників:

- низький рівень забезпечення фінансовими і виробничими ресурсами, фермськими машинами та обладнанням;
- продовжує існувати диспаритет цін на сільськогосподарську і промислову продукцію;
- відсутність дієвих заходів по організації проведення економічної модернізації;
- нерозвиненість виробничої і соціальної інфраструктури;
- низький рівень організації і оплати праці кваліфікованих працівників;
- неналагодженість мотиваційної роботи;
- низький рівень освоєння новітніх технологій, що сприяють випуску інноваційних видів тваринницької продукції та підвищенню її конкурентоздатності;
- невисокий рівень дохідності основних галузей тваринництва.

Усе це вимагає значного покращення існуючих ситуацій за рахунок залучення із різних джерел інвестиційних ресурсів, які можуть

бути спрямовані на техніко-технологічну модернізацію виробничих процесів і забезпечення інноваційного розвитку тваринництва у наступні роки. Встановлено, що високий рівень модернізаційного процесу у розвитку тваринницьких підприємств можливо досягти лише за умови їхнього фінансового забезпечення. Водночас дефіцит власних інвестиційних ресурсів на підприємствах і бюджетних ресурсів у держави практично повністю обмежує можливості широкого використання джерел інвестування [7, с. 141].

Існуючі проблеми із самостійним залученням тваринниками інвестицій ураховують важливі причини (обмежені можливості швидкого генетичного оновлення високопродуктивних тварин, тривала продовжність виробничого циклу, залежність від природно-кліматичних умов) неповної реалізації стратегічних можливостей галузей тваринництва, які підтримуються функціональними стратегіями та програмами, що визначають основних конкурентів, обсяги необхідних інвестицій та напрями їхнього цільового використання [8, с. 144].

Для підвищення конкурентоспроможності тваринництва необхідно удосконалити матеріально-технічну і сировинну базу та активізувати інвестиційну діяльність тваринницьких підприємств, ураховуючи при цьому низькі доходи населення регіонів і наявність на внутрішньому ринку іноземної тваринницької продукції давно відомих торгівельних марок.

Перешкоди на шляху до підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на зовнішніх ринках наступні [9]:

- низький рівень розвитку вітчизняної фінансово-кредитної системи, що проявляється у високій вартості банківських кредитів та позик (невеликі суми на 2—3 роки під 24 % річних у гривнях, у той час, як фермерам у країнах ЄС надаються кредити терміном до 20 років під 2—3 % річних);

- нерозвиненість виробничої інфраструктури, що призводить до збільшення вартості сільськогосподарського виробництва, значних втрат продовольчої продукції під час її транспортування та зберігання;

- недостатня гармонізація українських стандартів якості з міжнародними;

- низька капіталізація вітчизняних малих аграрних підприємств, яка обмежує їх можливості щодо залучення додаткових коштів для розвитку бізнесу;

- переважно низький рівень спеціалізації сільськогосподарських підприємств, які виробляють 10—20 найменувань продукції. Фер-

мери країн ЄС обмежуються виробництвом лише 2—3 видів сільськогосподарської продукції;

- недостатність державного цільового фінансування науково-прикладних розробок в аграрному секторі, що зменшує продуктивність сільськогосподарського виробництва;

- недостатня активність державної підтримки та контролю відтворення родючості ґрунтів, що призводить до збільшення частки ґрунтів, які є непридатними для ведення сільського господарства тощо.

Їх подолання значною мірою залежить від значних інвестиційних ресурсів. За цих умов інвестиції у розвиток тваринництва сприяють:

- удосконаленню організаційно-економічного рівня виробництва;

- модернізації, реструктуризації і повної автоматизації виробничих процесів;

- ефективному обслуговуванні і використанні генетичного потенціалу;

- підвищенню обсягів інноваційної продукції у її загальному обсязі;

- розробці нових методів мотивації праці і управління трудовим потенціалом;

- забезпеченню виробництва якісної і конкурентоспроможної продукції;

- впровадженню маркетингових інновацій;

- удосконаленню методів логістики у збутовій діяльності;

- естетичному оформленні приміщень і територій тваринницьких ферм.

Велике значення у державній підтримці має надання державних гарантій за кредитами, що залучаються для фінансування інвестиційних проектів сільського господарства, а тому Державним бюджетом на цей захід виділено прямих видатків розміром 31,68 млрд грн. Окрім цього, у 2017 р. було залучено 400 млн євро від Європейського інвестиційного банку у рамках проекту "Основний кредит для аграрної галузі — Україна — на реалізацію інвестиційних проектів в агропромисловому комплексі. Однак встановлення першочергових об'єктів інвестування для проведення модернізації, відповідно до вибраних ефективних інвестиційних проектів, потребує мати у наявності необхідні (бажано власні) фінансові ресурси. Але найбільш вагомим перешкодою для здійснення економічної модернізації тваринництва є відсутність джерел довгострокового фінансування інвестицій. Водночас за останні роки у більшості підприємств регіонів тваринництво було збитковим, а тому фінансування інвестиційної діяльності за рахунок власних коштів було практично нездійсненним.



**Рис. 1. Динаміка змін у індексах інвестицій, основних засобів і виробництва тваринницької продукції (у % до попереднього року)**

Джерело: [11].

У більшості випадків для фінансування інвестицій використовувалися позикові кошти (різні види кредиту, лізинг), але через підвищення рівня кредитної ставки для окремих підприємств вони стали неефективними. Нині, ураховуючи досвід світової практики інвестування проектів модернізації, доцільно було би скористатися такими джерелами залучення інвестиційних ресурсів, як інвестиційний селінг, факторинг, інжиніринг, форфейтинг та коштів приватних інвесторів на основі державно-приватного партнерства.

Адже нестача інвестиційних ресурсів відчутна насамперед у сільському господарстві, причому найбільшого зниження виробництва, крім птахівництва, зазнало тваринництво. Причина цього, насамперед, полягає в тому, що рівень рентабельності виробництва білкової продукції у товаровиробників дуже низький, а іноді вони отримують значні збитки, що пов'язано з високою матеріаломісткою галузі. Доповнює негативні тенденції недосконала система ціноутворення й великі витрати на збут продукції тваринництва. Логістика постачання комбікормів та інших необхідних ресурсів призвели до того, що собівартість продукції галузі значно перевищувала її реалізаційну ціну.

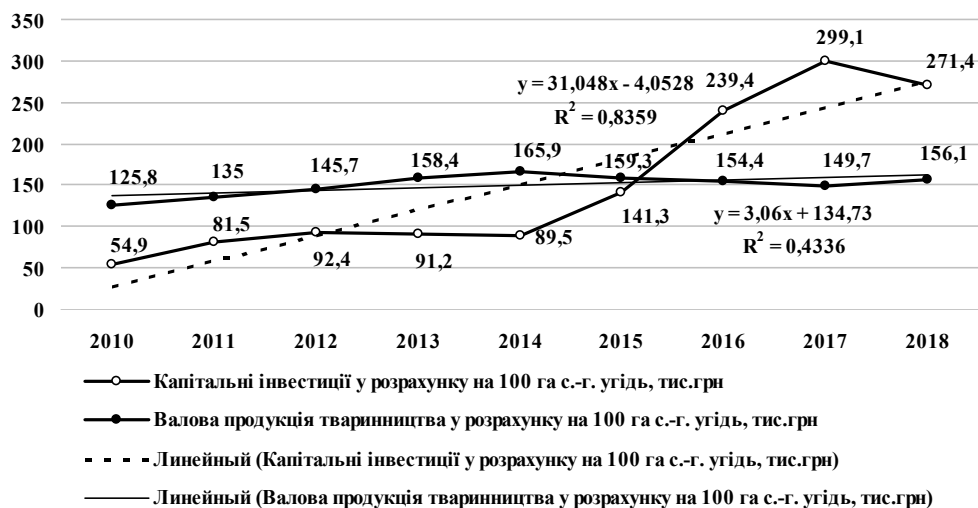
Необхідність збільшення інвестиційних ресурсів у розвиток тваринництва викликана й тим, що воно є однією з найбільш енерговитратних галузей, а рівень зношення його основних засобів коливається по регіонах у межах 55—70%.

Головною причиною високої енергоємності процесів є низький технологічний і технічний

рівень тваринницької галузі, використання малоефективних енерговитратних технологій. Масштаби використання досягнень науково-технічного прогресу в Україні значно відстають від використання аналогічних технологій в розвинених країнах світу. Тому стоїть завдання пошуку нових технологічних підходів, які дозволяють понизити витрату електроенергії, палива і інших матеріальних ресурсів на виробництво тваринницької продукції [10].

Усе це потребує значних капіталовкладень. Однак фінансово-інвестиційних ресурсів на оновлення застарілих і зношених фермських машин і обладнання за рахунок власних джерел не вистачає. А тому одним із напрямів його подальшого розвитку є не тільки модернізація найбільш важливих галузей, але й впровадження енергозберігаючих новітніх технологій виробництва продукції з використанням сучасних альтернативних видів палива. В основному досягають значних успіхів ті підприємства, які за рахунок інвестицій зробили реконструкцію тваринницьких ферм, оновили на інноваційній основі виробничі потужності та збільшили обсяги якісної і екологічно чистої продукції.

Широке залучення інвестицій дасть можливість розширити границі експорту продукції, своєчасно проводити висококваліфікованими працівниками економічну модернізацію і забезпечити інтенсивний розвиток тваринництва за рахунок застосування сучасних інтенсивних технологій виробництва і переробки тваринницької продукції. Окрім цього, реалізація програм здійснення економічної модернізації і залучення різних видів інвестиції в інфраструктурні об'єкти тваринництва сприятиме збіль-



**Рис. 2. Динаміка обсягів освоєних у сільському господарстві інвестицій і валової продукції тваринництва**

Джерело: [11, с. 6; 12, с. 46].

шенню обсягів виробництва продукції з високою доданою вартістю, забезпечить створення додаткових робочих місць та зростання експортних можливостей країни.

За досліджуваний період у сільському господарстві України простежувалися деякі коливання в інвестиційній діяльності, що вплинуло на зміну виробничих умов і результати господарської діяльності сільськогосподарських підприємств (рис. 1).

Як бачимо, відносні показники освоєваних у сільському господарстві інвестицій досить різко коливаються, але амплітуда коливання основних засобів незначна, тоді як індекси тваринницької продукції практично залишаються бути стабільними, тобто сформований рівень інвестиційних вкладень позитивно впливає на стан виробництва продукції.

Вивчення проблематики інвестиційного забезпечення тваринництва потребує проведення багатофакторного кореляційно-регресійного аналізу з метою виявлення впливу окремих факторних ознак, які розраховувалися на одну умовну голову сільськогосподарських тварин ( $X_1$  — обсяг капітальних інвестицій у розрахунку на одну умовну голову худоби і птиці, грн,  $X_2$  — вартість основних засобів у розрахунку на одну умовну голову тварин, тис. грн,  $X_3$  — виробничі витрати тваринництва у розрахунку на одну умовну голову тварин, грн) на вартість валової продукції тваринництва у розрахунку на одну умовну голову, грн ( $Y$ ). У результаті проведених розрахунків було отримано таку кореляційно-регресійну модель по встановленню тісноти зв'язку між досліджуваними факторами:

$$Y = 3451,7655 + 0,3968X_1 + 1,6722X_2 + 0,8142X_3.$$

У отриманому рівнянні множинної регресії його кожний коефіцієнт характеризує ступінь впливу прийнятих до уваги факторів на обсяг валової продукції тваринництва у розрахунку на одну умовну голову тварин при фіксованому значенні решти факторів, тобто як зі зміною окремого фактору на одиницю змінюється результативний показник. У цьому випадку розрахований коефіцієнт множинної кореляційної моделі ( $R=0,8201$ ) свідчить про те, що ступінь тісноти зв'язку між результативною і факторіальними ознаками досить високий. При цьому коефіцієнт множинної детермінації ( $R^2=0,659$ ) характеризує 65,9% суттєвого впливу вибраних факторів на обсяг виробництва валової тваринницької продукції у розрахунку на одну умовну голову сільськогосподарських тварин.

Вважаємо, що усі ці фактори необхідно урахувати при розробці заходів, які є складовими виробничих програм інвестиційного забезпечення подальшого розвитку тваринництва та зниження виробничих витрат при виробництві тваринницької продукції. Вже зараз тваринницька галузь більшості регіонів України потребує залучення значних обсягів інвестицій та організації якісного інвестиційного процесу з метою глибокої структурної перебудови і модернізації найбільш перспективних тваринницьких галузей. Велику роль за цих умов відіграють внутрішні і зовнішні інвестиції, які у змозі визначити основні тенденції і перспективи подальшого розвитку тваринництва та забезпечити йому високу інвестиційну привабливість. Встановлено, що із збільшенням обсягів капітальних інвестицій у розрахунку на

одиницю земельних ресурсів, які вкладаються у сільське господарство, зростає обсяг валової продукції тваринництва у сільськогосподарських підприємствах України (рис. 2).

Передусім під час інвестування процесу економічної модернізації і забезпечення конкурентоспроможності тваринництва необхідно, передусім, урахувати наявний генетичний потенціал тварин кожної області країни, наявність наукових ідей і пропозицій щодо здійснення модернізації, набутий техніко-технологічний досвід спеціалістів, що обслуговують підгалузі тваринництва, а також працівників, обслуговуючих галузі тваринництва відповідно до їхньої спеціалізації. Своєчасне виконання цих завдань, як і багатьох інших (покращення цінової політики, збалансування попиту, виробництва і реалізації тваринницької продукції), значною мірою сприятиме покращенню кінцевих результатів господарської діяльності тваринницьких підприємств.

Як бачимо за досліджуваний період у розрахунку на одиницю земельної площі обсяг капітальних інвестицій, освоєних у сільському господарстві збільшився у 4,9 рази, а валової продукції тваринництва — у 1,2 рази. Таким чином, щоб збільшити обсяги виробництва тваринницької продукції необхідно більш ефективно використовувати виділені тваринництву грошові кошти, які передусім слід направляти на реконструкцію виробництва і модернізацію виробничих процесів та придбання сучасних фермських машин і обладнання.

Встановлено, що економічна модернізація тваринництва є одним з важливих чинників його інтенсивного розвитку. А тому повинна віддзеркалювати сукупність розроблених заходів, які ураховують сучасні досягнення науки і техніки та спрямовуються на покращення оновлення фермських машин, обладнання, технологічних процесів відповідно до встановлених вимог, нормативів і технічних умов. Водночас реконструкція характеризує здійснення інвестиційного процесу реорганізації і технічного переозброєння (підготовка виробничих потужностей) тваринництва з метою збільшення виробництва тваринницької продукції. У цьому контексті технічне переозброєння тваринництва (є різновидністю інноваційного процесу реконструкції) передбачає заміну технологічних процесів і засобів технологічного оснащення тваринницьких ферм більш сучасними для забезпечення виробництва нових видів конкурентоспроможної тваринницької продукції.

З'ясовано, що інвестування є особливим чинником, оскільки сприяє здійсненню проце-

су модернізації тваринництва через залучення фінансово-інвестиційних ресурсів з метою забезпечення його прибутковості, відтворення генетичного потенціалу тварин, розширення обсягів виробництва тваринницької продукції. Встановлено, що до цих пір проведенню модернізації тваринництва перешкоджає ряд причин, що пов'язані з відсутністю принципового підходу до встановлення і покращення рівня ресурсного забезпечення, організації залучення інвесторів, визначення напрямів і термінів здійснення процесу інвестування.

Усе це у кінцевому підсумку негативно впливає на ефективність використання інвестиційних ресурсів і рівень підвищення конкурентоспроможності тваринницької продукції. Безперечно при залученні інвестицій дуже важливо створити для них дієвий механізм і сприятливе середовище, оскільки інвестори вимагають надати їм гарантії щодо повернення своїх інвестицій і кінцевого терміну отримання доходів, особливо такою ситуацією переймаються іноземні інвестори [13].

На нашу думку, щоб забезпечити стабільний розвиток тваринництва підприємствам необхідно створити усі умови для залучення інвестицій і проведення модернізації тваринницьких ферм, освоєння інноваційних наукомістких технологій і впровадження інноваційних проєктів щодо підвищення ефективності технологічного обладнання при виробництві нових видів продукції та скороченні витрат на її виготовлення.

За результатами дослідження зменшення розміру інвестицій у тваринництво призвело до суттєвого скорочення технічного парку галузі, зниження якісних характеристик машин і устаткування, уповільнення темпів впровадження сучасних енергозберігаючих технологій, досягнення науки і передової практики, що знижує конкурентоспроможність тваринницької продукції на продовольчих і сировинних ринках.

Результати дослідження дозволяють стверджувати, що у даний час для залучення інвестицій у тваринництво пріоритетними є такі галузі, як свиначство і птахівництво, які поглинають значну кількість інвестиційних проєктів, що спрямовані на стабілізацію і покращення структури споживання м'яса і молока населенням в окремих регіонах країни. У результаті фондспоживання м'яса і м'ясопродуктів зменшився з 2384 тис. т у 2010 р. до 2227 тис. т у 2018 р., молока і молочних продуктів з 9470 до 8754 тис. т, або ж відповідно на 6,6 і 7,6%. Водночас у господарствах усіх категорій в структурі м'яса

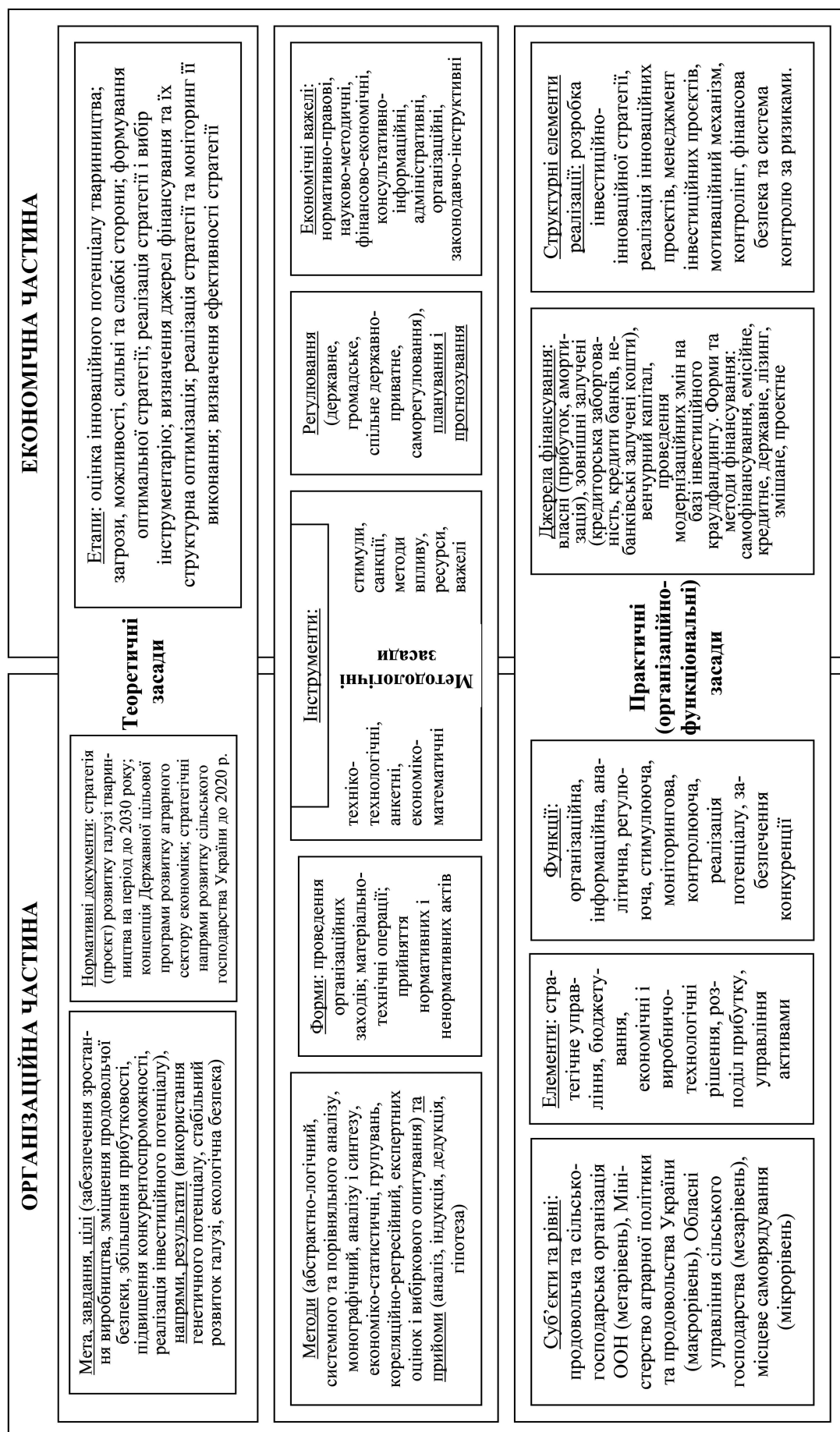


Рис. 3. Організаційно-економічний механізм інвестиційного забезпечення економічної модернізації тваринництва

Джерело: складено автором.



за видами яловичина і телятина складала лише 16,2%, свинина — 32,2%, м'ясо птиці — 50,2%, інші види м'яса — 1,4%.

В останні роки окремі галузі тваринництва (молочне і м'ясне скотарство та свинарство) показують позитивну динаміку свого розвитку. Натомість існують ще нерозв'язані питання, які стосуються комплексної техніко-технологічної модернізації тваринництва. З огляду на цю ситуацію підприємствам більшості регіонів виникає потреба шукати різні шляхи інвестування оновлення, реконструкції і будівництва сучасних тваринницьких ферм, комплексів та виробництва інноваційних видів тваринницької продукції.

Насамперед необхідно заохочувати інвесторів вкладати інвестиційні ресурси і субсидійні кредити у молочне скотарство. Цей шлях досить тернистий, оскільки інвестори зважують своє бажання інвестувати довгострокові проекти (при ризиковій результативності і низькій реалізації можливостей), а тому надають перевагу свинарству і птахівництву, тобто тим галузям, де дуже швидко можна отримати прибуток. Слід зазначити, що у продовольчому забезпеченні населення України енергетичними м'ясними продуктами харчування значне місце займає така інтенсивна і ефективна галузь тваринництва, як свинарство. Але обмеженість матеріальних і фінансових ресурсів у більшості підприємств не дозволяє добиватися найкращих результатів у забезпеченні населення свининою високої якості без інвестицій, техніко-технологічних і організаційно-економічних нововведень.

Зважаючи на таку ситуацію для забезпечення ефективного розвитку тваринництва, підвищення його конкурентоспроможності і рентабельності підприємствам необхідно шукати інвестиційні резерви для фінансового забезпечення інвестиційних проектів по здійсненню модернізації тваринництва, придбанню сучасних фермських машин і обладнання, впровадженню ресурсозберігаючих технологій виробництва тваринницької продукції. Насамперед підприємствам важливо надати увагу пошуку надійних (самофінансування) і доступних джерел фінансування інвестицій у розвиток тваринництва.

Слід відмітити, що через складний фінансовий стан банківської системи щорічно спостерігається обмеження доступу тваринницьких підприємств до кредитних ресурсів. У результаті частка освоєння капітальних інвестицій за рахунок кредитів банків та інших позик коливалася за 2010—2018 рр. у межах 8—14%. При

цьому, як стверджують вчені, частка банківського кредитування в обігових коштах аграрного виробництва складала майже 20%, тоді як у розвинутих країнах світу — 70%.

Відповідно ставка за короткостроковими кредитами для сільського господарства складала 19,8%, що перевищувало середню відсоткову ставку (16,4%) за кредитами по економіці [14].

Отже, ефективна політика інвестиційно-економічної і технологічної модернізації тваринництва у регіонах повинна базуватися на:

- визначенні і розвитку пріоритетних галузей тваринництва;
- формуванні інвестиційного потенціалу;
- створенні привабливого інвестиційного клімату;
- першочерговому освоєнні інвестицій у стратегічно важливих галузях;
- впровадженні без ризикових і ефективних інвестиційних проектів економічної модернізації;
- формуванні складу і обслуговуванні портфеля інвестиційних проектів.

Вирішення завдання поліпшення інвестиційної привабливості слід здійснювати, передусім, через удосконалення організаційно-економічного механізму інвестиційної діяльності у агропромисловому комплексі [15]. Оптимізація організаційно-економічного механізму інвестиційної діяльності агропромислового комплексу як напрям поліпшення інвестиційної привабливості вказаного комплексу на практичному рівні передбачає ідентифікацію (виявлення) проблем здійснення інвестиційної діяльності, та оперативне вирішення виявлених проблем [16].

Проведені дослідження спонукали до розробки цілісної структури організаційно-економічного механізму інвестиційного забезпечення економічної модернізації тваринництва, який відображує теоретичні, методологічні і практичні підходи до розробки завдань, формування пріоритетних напрямів інвестиційного забезпечення модернізаційних процесів у цій важливій галузі, яка безпосередньо підпорядковується і є однією із основних складових державної стратегії розвитку країни (рис. 3).

Слід відмітити, що сформовані у єдину систему складові і їхні елементи запропонованого механізму взаємодіють між собою і зовнішнім середовищем. Процес функціонування механізму інвестиційного забезпечення економічної модернізації тваринництва сприяє забез-

печенню тісного взаємозв'язку між виробничими і бізнесовими структурами, іншими галузями організаційно-функціональної системи з метою визначення методів, оптимізації розміру джерел фінансування, ефективного розподілу і реалізації інвестицій для прискорення здійснення модернізаційних змін у тваринництві.

В умовах нестабільності бюджетної фінансової підтримки першочерговими джерелами інвестування економічної модернізації, ефективного функціонування тваринництва та підвищення його конкурентоспроможності повинні стати: прибуток підприємств, фонд амортизації, банківські кредити та інші інвестиційні ресурси, зокрема іноземні. Що ж стосується відтворення технічного потенціалу тваринницьких ферм, то необхідно здійснити моніторинг і раціоналізувати його склад (провести списання тієї техніки, яка відслужила амортизаційний термін і зазнала фізичного та морального зносу), забезпечити поповнення (при потребі розширення) новою надійною і високопродуктивною фермською технікою та створити умови для її якісного технічного обслуговування.

### **ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ЦЬОМУ НАПРЯМІ**

За результатами дослідження трансформаційні процеси у сільськогосподарському виробництві наклали свій негативний відбиток не тільки на розвиток практично усіх галузей тваринництва, але й на забезпеченість його виробничими ресурсами, фермськими машинами і обладнанням, яке на підприємствах швидше списується, ніж поповнюється новими моделями. На жаль, усе це викликає скорочення розмірів окремих галузей тваринництва і зменшення рівня конкурентоспроможності виробництва тваринницької продукції. Відновити і наростити раніше досягнуті позиції можливо тільки за рахунок інтенсивного залучення і цілеспрямованого вкладання фінансових ресурсів у модернізацію виробництва і ефективний розвиток тваринництва.

На сьогодні існує ряд негативних чинників, які безпосередньо впливають на стабільність розвитку тваринництва: непередбачуваність постійних трансформаційних змін у ринковому середовищі; адаптація підприємств до вимог зовнішнього середовища; слабкість матеріально-технічної бази; моральне і фізичне зношення основних фондів, що використовувалися

протягом тривалого періоду; незацікавленість керівників і працівників проводити модернізацію тваринництва. Означене коло існуючих проблем у першу чергу потребує налагодження на тваринницьких підприємствах фінансової і інвестиційно-інноваційної діяльності з метою забезпечення їм ефективного функціонування у складних ринкових умовах господарювання.

Доцільно збільшити дотації на реалізовану тваринницьку продукцію високої якості, ураховуючи при цьому можливості і умови її виробництва у кожному регіоні країни, продовжувати виконувати заходи щодо компенсації підприємствам частини витрат на придбання племінних тварин, селекційну роботу, а також надавати фіксовані субсидії тим господарствам, які відтворюють поголів'я рідкісних і високопродуктивних порід сільськогосподарських тварин і птиці. Вважаємо, що цілеспрямоване і раціональне використання інвестицій дасть можливість провести структурування генетичного і виробничого потенціалу підприємств, ефективно використовувати науково-технічний потенціал при модернізації виробництва, впровадженні нових продуктів і новітніх технологій з метою переоснащення технологічних процесів для виготовлення конкурентоспроможної інноваційної продукції тваринництва і реалізації її на внутрішньому і зовнішньому ринках.

#### **Література:**

1. Іванух Р.А., Дусановський С.А., Білан Є.М. Аграрна економіка і ринок. Тернопіль: Збруч, 2003. 305 с.
2. Бутирська І.В. Інфраструктурне забезпечення регіонального розвитку: проблеми та шляхи їх вирішення: монографія. Чернівці: Книги-XXI, 2006. 238 с.
3. Захарін С.В., Ільєнко Р.В., Смирнов Є.В. Стимулювання інвестиційної діяльності у агропромисловому комплексі. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія Економіка. Вип. 1 (9), 2018. С. 170—173.
4. Плаксієнко В.Я., Блажевич О.Г. Інвестиції в аграрне виробництво в сучасних умовах розвитку економіки України. Науковий вісник: фінанси, банки, інвестиції. № 1. 2008. С. 54—57.
5. Жарун О.В., Соколюк С.Ю., Ткачук С.П. Особливості інвестування аграрних підприємств. Молодий вчений. № 11 (38). 2016. С. 594—597.
6. Вяткін П. Інвестиційні ресурси сільськогосподарських підприємств. Економічний аналіз. Вип. 10. Ч. 1. 2012. С. 99—102.

7. Лаврук В.В. Інвестування інноваційної діяльності аграрних підприємств Хмельниччини. Збірник наукових праць ПДАТУ. Вип. 19. Кам'янець-Подільський, 2011. С. 140—148.

8. Лаврук В.В. Формування інноваційної політики аграрних підприємств. Збірник наукових праць Уманського державного аграрного університету. Економіка. Вип. 71. Ч. 2. 2009. С. 143—151.

9. Кваша С.М., Кваша К.С. Стан та тенденції розвитку сільського господарства країн-членів Європейського Союзу. К.: ННЦ ІАЕ, 2013. С. 40.

10. Болтянська Н.І. Показники оцінки ефективності застосування ресурсозберігаючих технологій в тваринництві. Вісник Сумського НАУ. Серія Механізація та автоматизація виробничих процесів. Вип. 10/3 (31). Суми, 2016. С. 118—121.

11. Тваринництво України 2018: Статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики України, 2019. 166 с.

12. Сільське господарство України 2018: Статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики України, 2019. 246 с.

13. Neary J.P. Measuring competitiveness. Economic and Social review. 2006. Vol. 37, No. 2. P. 197.

14. Данилишин Б. Нова державна підтримка агропромислового комплексу шлях в нікуди. URL: [http://ukr.lb.ua/economics/2016/04/07/332278\\_nova\\_derzhavna\\_pidtrimka.html](http://ukr.lb.ua/economics/2016/04/07/332278_nova_derzhavna_pidtrimka.html) (дата звернення: 05.03.2020).

15. Киценко В.П. Формування інвестиційної привабливості в сільськогосподарському виробництві. Вісник ЖДТУ. 2016. № 4 (46). С. 273—276.

16. Захарін С.В. Фінансові важелі активізації інвестиційної та інноваційної діяльності. Науковий вісник Полісся. 2016. № 1. С. 88—93.

#### References:

1. Ivanukh, R.A. Dusanovs'kyj, S.L. and Bilan, Ye.M. (2003), *Ahrarna ekonomika i rynek* [Agrarian economy and market], Zbruch, Ternopil, Ukraine.

2. Butyrskaya, I.V. (2006), *Infrastrukturne zabezpechennja regional'nogo rozvytku : problemy ta shljahy i'h vyrishennja* [Infrastructure support of regional development: problems and ways of their solution], Books-XXI, Chernivtsi, Ukraine.

3. Zaharin, S.V, Il'jenko, R.V. and Smyrnov, E.V. (2018), "Stimulation of investment activity in the agro-industrial complex", *Naukovyj visnyk Mukachivs'kogo derzhavnogo universytetu. Serija Ekonomika*, vol. 1 (9), pp. 170—173.

4. Plaksijenko, V.Ja. and Blazhevych, O.G. (2008), "Investments in agrarian production in modern conditions of economic development of Ukraine", *Naukovyj visnyk: finansy, banky, investycii*, vol.1, pp. 54—57.

5. Zharun, O.V. Sokoljuk, S.Ju. and Tkachuk, S.P. (2016), "Features of investing in agricultural enterprises", *Molodyj vchenyj*, vol. 11 (38), pp. 594—597.

6. Vjatkin, P. (2012), "Investment resources of agricultural enterprises", *Ekonomichnyj analiz*, vol. 10, no. 1, pp. 99—102.

7. Lavruk, V.V. (2011), "Investing innovative activity of agricultural enterprises of Khmelnytsky region", *Zbirnyk naukovykh prac' PDAU*, vol.19, pp. 140—148.

8. Lavruk, V.V. (2009), "Formation of innovation policy of agricultural enterprises", *Zbirnyk naukovykh prac' Umans'kogo derzhavnogo universytetu. Ekonomika*, vol.71, no. 2, pp. 143—151.

9. Kvasha, S.M. and Kvasha, K.S. (2013), *Stan ta tendencii rozvytku sil's'kogo gospodarstva krajn-chleniv Jevropejs'kogo Sojuzu* [State and tendencies of agricultural development of the EU Member States], IAE, Kyiv, Ukraine.

10. Boltjans'ka, N.I. (2016), "Indicators of estimation of efficiency of application of resource-saving technologies in animal husbandry", *Visnyk Sums'kogo NAU. Mehanizacija ta avtomatyzacija vyrobnychych procesiv*, vol. 10/3 (31), pp. 118—121.

11. State Statistics Service of Ukraine (2019), *Tvarynnystvo Ukrai'ny 2018: Statystychnyj zbirnyk* [Livestock of Ukraine 2018. Statistical Collection], *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy*, Kyiv, Ukraine.

12. State Statistics Service of Ukraine (2019), *Sil'ske gospodarstvo Ukrainy 2018: Statystychnyj zbirnyk* [Agriculture of Ukraine 2018. Statistical yearbook], *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy*, Kyiv, Ukraine.

13. Neary, J. P. (2006), "Measuring competitiveness". *Economic and Social review*, vol. 37, no. 2. p. 197.

14. Danylyshyn, B. (2016), "New state support for the agro-industrial complex is nowhere to be found", Available at: [http://ukr.lb.ua/economics/2016/04/07/332278\\_nova\\_derzhavna\\_pidtrimka.html](http://ukr.lb.ua/economics/2016/04/07/332278_nova_derzhavna_pidtrimka.html) (Accessed 5 March 2020).

15. Kitsenko, V. P. (2016), "Formation of investment attractiveness in agricultural production", *Visnyk ZhDTU*, vol. 4 (46), pp. 273—276.

16. Zakharin, S.V. (2016), "Financial levers of activation of investment and innovation activity", *Naukovyj visnyk Polissya*, vol. 1, pp. 88—93.

*Стаття надійшла до редакції 13.05.2020 р.*

UDC 338.439.5:005.934:637.1(477)

Y. Grynchuk,  
 Doctor of Economic Sciences, Professor,  
 Head of Management department of Bila Tserkva National Agrarian University  
 ORCID ID: 0000-0003-0297-7432  
 N. Koval,  
 PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor  
 of Management department of Bila Tserkva National Agrarian University  
 ORCID ID: 0000-0003-1244-9297

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.37

## IMPROVING THE MANAGEMENT OF THE MILK MARKET DEVELOPMENT TO ENSURE FOOD SECURITY OF UKRAINE

Ю. С. Гринчук,  
 д. е. н., професор, завідувач кафедри менеджменту, Білоцерківський національний аграрний університет  
 Н. В. Коваль,  
 к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту, Білоцерківський національний аграрний університет

### УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ РИНКУ МОЛОКА З МЕТОЮ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

The current state, main tendencies and problems of development of the Ukrainian milk market are investigated. It is proved that there is an internal shortage of dairy raw materials in Ukraine: to provide enough milk and milk products for the population of Ukraine in 2019, according to The Adult Health Nutrition Guidelines, approved by the Minister of Health of Ukraine, at least 11500 tonnes of milk should have been produced, while in fact only 9686,9 tonnes were produced by all kinds of farms together. The reasons for the decrease in milk production have been identified: cow population decreasing in 2019 by 620 thousand animals, or 25,38%, versus 2013, and stabilizing of the average yearly milk yields in households.

Factors affecting the decrease in the number of cows are analyzed. Among agricultural enterprises the key factors are the rapid implementation of the land market in Ukraine, incomplete payouts of compensation provided by state support programs in 2019, as well as rumors about the significant reduction of these programs in 2020. Factors that influence the decrease in cow population at household farms include declining labour resources in rural areas due to migration and aging of the rural population that drives the elderly people who are mostly involved in milk production, to resign from owning cattle, not having sufficient means of sustaining it. Low purchasing prices for milk are also among the factors.

Budget support programs for dairy cattle breeding in 2018—2019 are considered. Proposals to improve the management of the development of the milk market, in particular, the need to develop a long-term program of development of the dairy industry of Ukraine are substantiated. This program needs to span at least five years, which is driven by the long term of return on investment in milk cattle farming. It should provide for preferential conditions and priority right to purchase land allotments by dairy farming enterprises; maintaining a number of current budget support programs for livestock (such as offsetting the cost of bank-financed assets; partial reimbursement of the cost of livestock facilities; partial reimbursement of costs for stock-breeding animals, semen and embryos, subsidies for growing stock); replacement of special budgetary subsidies for keeping cows with subsidies for the volume of products sold.

Досліджено сучасний стан, основні тенденції та проблеми розвитку ринку молока України. Доведено, що в Україні спостерігається внутрішній дефіцит молочної сировини: для забезпечення населення України молоком та молочними продуктами у 2019 р., згідно з "Рекомендаціями щодо здорового харчування дорослих", затверджених міністром охорони здоров'я України, потрібно було виробити мінімум 11500 тис. т молока, тоді як всіма категоріями господарств було вироблено лише 9686,9 тис. т молока. Встановлено причини зменшення обсягів виробництва молока: скорочення поголів'я корів у 2019 р. порівняно з 2013 р. на 620 тис. голів або на 25,38% та стабілізація середніх річних надоїв молока у домогосподарствах. Проаналізовано чинники, що впливають на зменшення поголів'я корів. У сільськогосподарських підприємствах головною причиною є швидка імплементація ринку землі в Україні, неповні виплати компенсацій за існуючими програмами держпідтримки у 2019 р. та чутки про їх суттєве скорочення у 2020 р. До чинників, які впливають на скорочення поголів'я корів у домогосподарствах, належать зменшення кількості трудових ресурсів у сільській місцевості внаслідок процесів міграції, "старіння" сільського населення, внаслідок чого люди літнього віку, які переважно займаються виробництвом молока, позбавляються від худоби, не маючи сил її утримувати, а також низькі закупівельні ціни на молоко.

Розглянуто програми бюджетної підтримки молочного скотарства у 2018—2019 роках. Обґрунтовано пропозиції щодо удосконалення управління розвитком ринку молока, зокрема, необхідність розробки довгострокової програми розвитку молочної галузі України, яка повинна бути розрахована не менш, ніж на п'ять років, що пов'язано з тривалим терміном окупності об'єктів молочного скотарства. В ній необхідно передбачити пільгові умови та пріоритетне право на купівлю земельних наділів сільськогосподарськими підприємствами, що займаються молочним скотарством; збереження ряду чин-

них програм бюджетної підтримки галузі тваринництва (компенсація вартості об'єктів, профінансованих за рахунок банківських кредитів; часткове відшкодування вартості тваринницьких об'єктів; часткове відшкодування вартості племінних тварин, сперми та ембріонів; дотація за молодняк); заміну спеціальних бюджетних дотацій за утримання корів дотаціями на обсяг реалізованої продукції.

*Key words: deficit, milk market, state support of the producers.*

*Ключові слова: ринок молока, дефіцит, державна підтримка виробників.*

## INTRODUCTION

The milk market is an integral part of the food market and plays an important role in shaping the state's food security. Currently, there are quite contradictory statements in the media space of Ukraine regarding the problems and prospects of the development of the milk market in the country. Thus, according to the data of the International Farm Comparison Network (IFCN), Volodymyr Andriets, an analyst of the Ukrainian Milk Producers Association notes that Ukraine is ranked 22nd in the ranking of world milk producers and has every chance to increase its share in the structure of world exports. Among the main competitive advantages of Ukraine, the expert lists the price of milk, which is 10% below the world average, and the increase in the production of extra grade milk (26% of the total milk production). The role of Ukraine as a world exporter of casein — third largest in the world, butter — fifth largest, skimmed milk powder — eighth largest, and second largest (after New Zealand) exporter of butter to EU countries is also emphasized [1].

Leading researcher of the Department of Economics of Agrarian Production and International Integration of the National Science Center of the Institute of Agrarian Economics (IAE NSC) Olga Kozak, based on the results of the study "Forecast of milk production in Ukraine by 2030: methodology and calculations— [2], emphasizes that, given the current trends in the dairy industry, milk production in Ukraine will decrease by 12.3% (up to 8830,0 thousand tons) by 2030 compared to 2018, and there is already a shortage of dairy in the country raw materials, as evidenced by: rising purchase prices corresponding to, and in some places higher than the world, the expansion of up to 600 km of scales of raw materials of processors, reduction of export and increase of import of dairy products.

Vice President of the Milk Producers Association Anna Lavrenyuk warns that if cow population continues to decline at the same rate as in the second half of 2019, "we are at risk of being left without Ukrainian milk and lose the main budget-forming industry— [3].

## THE PURPOSE OF THE STUDY

The purpose of the study is to analyze the milk market of Ukraine, its current state, and sub-

stantiate concrete proposals for improving the management of its formation and development in order to improve its efficiency and ensure food security of Ukraine.

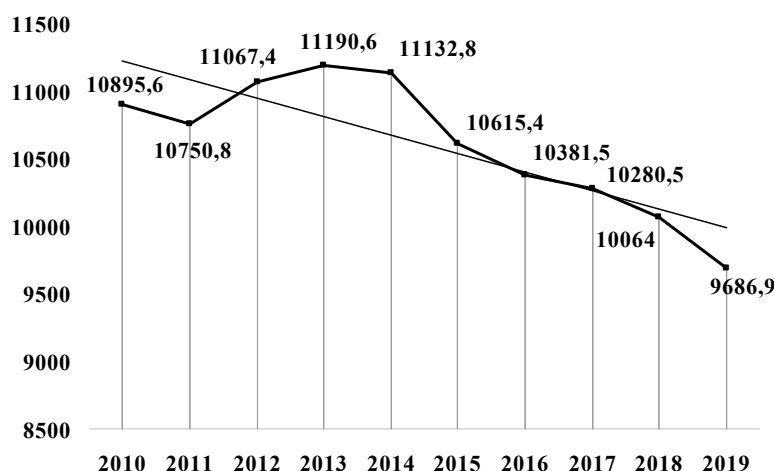
## DATA AND METHODS

The basis of the study is a systematic approach to the study of the formation and development of the milk market in Ukraine. The statistical and economic method, including its methods — dynamic, index, structural and graphical analysis, was used in the research process. The data of the State Statistics Service of Ukraine, the Association of Milk Producers, the legislative and regulatory acts of Ukraine, the work of domestic experts on the problem of research, as well as information resources of the Internet are analyzed.

## RESULT AND DISCUSSION

The Adult Health Nutrition Guidelines, approved by the Minister of Health of Ukraine, stated that daily consumption of dairy and sour milk products should be 2.5—3 servings per day (one serving is a glass of liquid product or 40 g of solid cheese or 120 g of homemade cheese) [4]. Similar recommendations are also provided by the USDA Center for Nutrition Policy & Promotion. Therefore, in order to provide milk and dairy products to the Ukrainian population in 2019, a minimum of 11500 thousand tons of milk was needed (taking into account that the average size of the existing population excluding the temporarily occupied territory of the Autonomous Republic of Crimea and Sevastopol in January–November 2019, according to the State Statistics Service of Ukraine, amounted to 42037936 people. Since in 2019 all categories of farms in Ukraine produced 9686.9 thousand tonnes of milk (Fig. 1), we can say that in Ukraine there is indeed an internal shortage of dairy raw materials.

Figure 1 shows that milk production in Ukraine by all categories of farms decreased in 2019 compared to 2010 by 1208.7 thousand tonnes or 11.09%. And if we compare with 2013 (the maximum volume of milk production in the last decade) — by 1503.7 thousand tons or by 13.44%. In 2019 only 9686.9 thousand tonnes of milk was produced in Ukraine, while in 1990 — 24508.3 thousand tonnes, in 2000 — 12657.9 thousand tonnes.



**Figure 1. Dynamics of milk production by all categories of farms in Ukraine in 2010–2019, thousand tons**

Source: built on data to the State Statistics Service of Ukraine.

It should be noted that during 2014–2019, with the annual decrease in the gross milk production in Ukraine, agricultural enterprises in general increased production by 6.21%, while households — decreased by 19.26% (Table 1). This led to a decrease of 5.19 in the share of households in gross milk production. n., which is a positive trend. It is this that gives rise to restrained optimism about the possibility of further increasing the volume of milk production by agricultural enterprises, subject to a prudent state policy to support agricultural producers. However, it is worrying that, by 2017, agricultural businesses have been steadily increasing their milk production, in 2018–2019, we are seeing the opposite trend.

Milk production depends on the number of cows and their productivity. The decrease in milk

production is primarily due to the decline in the number of cows that characterize the data in Table 2.

A significant decrease in the number of livestock is observed in all categories of farms. So, in 2019 compared to 2013, the total number of cows decreased by 620 thousand heads or by 25.38%. The number of cows in agricultural enterprises decreased by 122.4 thousand heads or 21.85%, in households — by 497.6 thousand heads or by 26.43%. The share of households in the total cow population fluctuates around 76%.

The calculation of the chain index showed a sharp decline in livestock in agricultural enterprises in 2019 (6.39%) after stabilization and even a slight increase in 2018. According to experts,

the main reason for the decrease in livestock is the rapid implementation of the land market in Ukraine: enterprises with inefficient animal husbandry do not plan to buy land for the organization of animal feeding, so they get rid of animals by concentrating on crop production; efficient enterprises have partially reduced domestic investment in order to accumulate funds for the purchase of the same land [3]. Also notable are the incomplete payment of compensation for existing state support programs in 2019 and rumors of a significant reduction in 2020.

As for the factors affecting the decline in cow livestock in households, one of them is the reduction of labor resources in rural areas, which is related to migration processes. Milk production is mainly done by elderly people who grow old and

**Table 1. Milk production by category of farms (thousand tons)**

Categories of farms	Years							2019 in % till 2013
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
Farms of all categories	11190,6	11132,8	10615,4	10381,5	10280,5	10064,0	9686,9	86,56
Agricultural enterprise	2558,9	2647,5	2669,2	2705,6	2765,7	2755,5	2717,7	106,21
Households	8631,7	8485,3	7946,2	7675,9	7514,8	7308,5	6969,2	80,74
Share of households, %	77,13	76,22	74,86	73,94	73,1	72,62	71,94	-

Source: calculated according to the State Statistics Service of Ukraine.

**Table 2. Cows by category of holdings, thousand heads**

Categories of farms	Years							2019 in % till 2013
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
Farms of all categories	2443,0	2262,7	2166,6	2108,9	2017,8	1919,4	1823,0	74,62
in% to the previous year	-	92,62	95,75	97,34	95,68	95,12	94,98	-
Agricultural enterprise	560,3	529,2	505,1	484,6	466,6	467,8	437,9	78,15
in% to the previous year	-	94,45	95,46	95,94	96,29	100,26	93,61	-
Households	1882,7	1733,5	1661,5	1624,3	1551,2	1451,6	1385,1	73,57
In % to the previous year	-	92,08	95,85	97,76	95,50	93,58	95,42	-
Share of households, %	77,07	76,61	76,68	77,02	76,88	75,63	75,98	-

Source: calculated according to the State Statistics Service of Ukraine.



get rid of livestock without the means to keep it. Also, under the obligations under the Association Agreement with the EU, Ukraine must harmonize its legislation with the provisions of Regulation (EC) No 853/2004 on special rules on food hygiene, including raw milk. In this regard, the new

DSTU3662 milk quality standard came into force on 01.01.2019: "Cow's milk raw. Specifications— [5]. The requirements for the quality of extra, higher and first grade milk have increased in accordance with the stated standard. The requirements for second-grade milk have not changed, but its producers (mainly households) may have it delivered to processing plants by 01.01.2020. From that date, a two-year transition period began during which second-grade milk will be accepted for technical purposes only (production of animal feed, casein, etc.). Taking into account the fact that the implementation of such measures was originally planned from 01.07.2018, part of the owners who donated milk for processing, lost cows in advance, as confirmed by the data in table 2: in 2018, the number of cows in households decreased by 6.42% compared to 2017.

An important factor affecting the desire of farms and households to keep cows is the purchase price of milk. The average price of milk sold by agricultural enterprises in January — October 2019 was 8058.7 UAH. per tonne, while milk sold by households — 6 497,2 UAH. per ton. Poor quality of milk produced by households leads to low purchase prices, which, together with the diminishing demand for such milk from processing companies, will result in the fact that the quantity of milk produced by households and its marketability will continue to decline. The increase in the purchase prices for extra grade milk, the highest and the first observed in the context of shortage of dairy raw materials, is a favorable factor for agricultural enterprises.

Along with the decline in the number of cows, milk production in the country is affected by farm productivity. In 2018, compared to 2013, the average annual milk yield per cow increased by 467 kg or 10.48% (Table 3). However, in agricultural enterprises in 2018, cow productivity averaged 6190 kg of milk per year, while in households — 4559 kg. The calculation of the chain index shows that the average annual milk yield per cow in agricultural enterprises increased by an average of 5% per year during the study period, while the increase in cow productivity in households was less

**Table 3. Average annual milk yield per cow, kg**

Categories of farms	Years						2018 in % till 2013
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Farms of all categories	4455	4508	4644	4735	4820	4922	110,48
in% to the previous year	-	101,19	103,02	101,96	101,80	102,12	-
Agricultural enterprise	4833	5027	5352	5643	6025	6190	128,08
in% to the previous year	-	104,01	106,47	105,44	106,77	102,74	-
Households	4351	4363	4437	4473	4480	4559	104,78
in% to the previous year	-	100,28	101,70	100,81	100,16	101,76	-

Source: calculated according to the State Statistics Service of Ukraine.

than 1% per year. That is why the reduction in the number of cows in households while stabilizing average annual milk yields leads to a decrease in milk production in the country. While increasing cow productivity in farms, despite the decline in livestock, has made it possible to increase milk production in this category of farms.

The performance of the cows was influenced by the improvement of breeding and breeding work, the strengthening of the forage base and the improvement of the conditions of keeping the cows. In particular, high-performance herds of Ukrainian black-spotted dairy breed were created in breeding plants, which was created by crossing black-spotted cattle of domestic breeding with Holstein. However, it should be remembered that Ukraine is far behind the level of productivity of dairy cattle from the developed countries of the world.

Thus, in order to increase milk production, cows' livestock production should be stopped and their productivity improved. To this end, the State Budget of 2018 and 2019 provided funds for livestock support and approved the Cabinet of Ministers of Ukraine Decree "On Approval of the Procedure for Using the Funds Provided in the State Budget for Support of Livestock, Storage and Processing of Agricultural Products, Aquaculture (Fisheries) — 2018 № 107, according to which the budget funds were directed to the state support of animal husbandry in the following areas:

- partial compensation for the cost of construction and reconstruction of livestock farms and complexes, milking parlors, agricultural processing enterprises in terms of costs financed without value added tax due to bank loans (offsetting the value of the objects financed by banks);

- special budgetary subsidy for keeping cows of dairy, dairy and meat and productivity direction (subsidy for keeping cows);

- special budget subsidy for the rearing of young cattle (subsidy for young animals);

- partial reimbursement of the value of the breeding animals purchased for further reproduction, namely heifers, heifers, dairy cows, dairy and meat products, pigs and rams, ewes, rams, boar boars and cattle, and embryos, which

have a breeding (genetic) value (partial reimbursement of the value of breeding animals, semen and embryos);

— partial reimbursement of the cost of construction and reconstruction of livestock farms and complexes, milking parlors, agricultural enterprises (partial reimbursement of livestock facilities) [6].

However, it is unknown whether these livestock support programs will continue to operate.

### CONCLUSION

To stop the decrease in milk production is possible only with the comprehensive support of the dairy cattle industry by the state.

For this purpose it is necessary to create a working group, which should include, in particular, representatives of the Association of Milk Producers, the Union of Dairy Enterprises of Ukraine, the Association of Cattle Breeders of Ukraine, and to develop a program for the development of the dairy industry. It should be calculated for at least five years, which is related to the long payback period of dairy cattle. The predictability of agrarian policy towards the industry and the certainty that the state support rate is unchanged will create clear rules for the game for agricultural producers.

The dairy development program should, first of all, provide for preferential conditions (lending, compensation of interest rates on land loans) and priority right to purchase allotments for growing roughage of dairy farming enterprises.

We consider it expedient to retain such government support programs as offsetting the cost of bank-financed assets; partial reimbursement of the cost of livestock facilities; partial reimbursement of the cost of breeding animals, semen and embryos; subsidy for the young.

We agree with the proposal of the Association of Milk Producers regarding the need to replace special budgetary subsidies for keeping cows with subsidies for the volume of sales, which will encourage farmers to increase the productivity of the herd.

### Література:

1. Україна на 22 місці у рейтингу світових виробників молока. URL: <http://avm-ua.org/uk/post/ukraina-na-22-misci-u-rejtingu-svitovih-virobnikiv-moloka>

2. Козак О.А., Грищенко О.Ю., Васильченко О.М. Прогноз виробництва молока в Україні до 2030 року: методика і розрахунки. Київ: ННЦ "ІАЕ", 2019. 24 с.

3. За 6 місяців в Україні закрилось 100 молочних ферм — тваринники готуються до від-

криття ринку землі. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/10/17/652684/>

4. Рекомендації щодо здорового харчування дорослих. URL: [https://moz.gov.ua/uploads/ckeditor/%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8/01122017\\_Basic\\_Recommendations-1.pdf](https://moz.gov.ua/uploads/ckeditor/%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8/01122017_Basic_Recommendations-1.pdf)

5. ДСТУ 3662:2018 "Молоко-сировина коров'яче. Технічні умови". URL: [http://online.budstandart.com.ua/catalog/doc-page.html?id\\_doc=77350](http://online.budstandart.com.ua/catalog/doc-page.html?id_doc=77350)

6. Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для підтримки тваринництва, зберігання та переробки сільськогосподарської продукції, аквакультури (рибництва): Постанова КМУ від 7 лютого 2018 р. № 107. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/107-2018-%D0%BF>

### References:

1. The official site of Association of milk producers (2019), "Ukraine is ranked 22nd in the ranking of world milk producers", available at: <http://avm-ua.org/uk/post/ukraina-na-22-misci-u-rejtingu-svitovih-virobnikiv-moloka> (Accessed 10 May 2020).

2. Kozak, O. A. Gryshchenko, O. Y. and Vasilchenko, O. M. (2019), Prohnoz vyrobnytstva moloka v Ukraini do 2030 roku: metodyka i rozrahunky [Forecast of milk production in Ukraine until 2030: methodology and calculations], IAE Research Center, Kyiv, Ukraine.

3. Ekonomichna pravda (2019), "100 dairy farms closed in Ukraine in 6 months — livestock farmers are preparing to open the land market", available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/10/17/652684/> (Accessed 10 May 2020).

4. The official site of The Ministry of Health of Ukraine (2017), "Adult healthy eating guidelines", available at: [https://moz.gov.ua/uploads/ckeditor/%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8/01122017\\_Basic\\_Recommendations-1.pdf](https://moz.gov.ua/uploads/ckeditor/%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8/01122017_Basic_Recommendations-1.pdf) (Accessed 10 May 2020).

5. DP "UkrNDNTs" (2018), "DSTU 3662:2018 "Raw cow's milk. Specifications", available at: [http://online.budstandart.com.ua/catalog/doc-page.html?id\\_doc=77350](http://online.budstandart.com.ua/catalog/doc-page.html?id_doc=77350) (Accessed 10 May 2020).

6. Cabinet of Ministers of Ukraine (2018), Resolution "On approval of the Procedure of using the funds provided in the state budget for support of livestock, storage and processing of agricultural products, aquaculture (fisheries)", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/107-2018-%D0%BF> (Accessed 10 May 2020).

Стаття надійшла до редакції 15.05.2020 р.

УДК 338.242.2

**В. Ф. Доценко,**

д. т. н., професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної справи,  
Національний університет харчових технологій, м. Київ  
ORCID ID: 0000-0003-1788-1599

**Т. Д. Косова,**

д. е. н., професор, провідний науковий співробітник,  
Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ  
ORCID ID: 0000-0002-1859-0542

**О. В. Ярошевська,**

д. е. н., доцент, професор кафедри економіки,  
Класичний приватний університет, м. Запоріжжя  
ORCID ID: 0000-0003-3569-8763

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.42

## **ЕКОНОМІЧНА ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВО-МАЙНОВОГО СТАНУ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

**V. Dotsenko,**

Doctor of Technical Sciences, Professor, Head of the Department of Hotel  
and Restaurant Business, National University of Food Technology, Kyiv

**T. Kosova,**

Doctor of Economic Sciences, Professor, Leading Researcher, Institute  
of Industrial Economics, National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv

**O. Yaroshevska,**

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department  
of Economics of the Classical Private University, Zaporizhzhia

### **ECONOMIC DIAGNOSTICS OF FINANCIAL AND PROPERTY CONDITION OF HOTEL AND RESTAURANT ESTABLISHMENTS**

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні основи і практичні аспекти економічної діагностики фінансово-майнового стану закладів готельно-ресторанного господарства. Об'єктом дослідження є процеси формування активів, власного капіталу і зобов'язань. Для написання статті використано загальнонаукові методи дослідження аналізу і синтезу, індукції і дедукції, індекси, структурний підхід. За результатами економічної діагностики встановлено загальні тенденції зміну майнового стану закладів готельно-ресторанного господарства: скорочення вартості активів під впливом фінансової кризи 2014 р. з подальшим стійким зростанням із випереджальними темпами ресторанів; деконцентрація активів, яка виявляється у скороченні частки середніх підприємств на користь малих. Істотними відмінностями структури активів є превалювання: у закладів готельного господарства — необоротних активів з чітко вираженою тенденцією до зростання їх питомої ваги у малих підприємств; у закладів ресторанного господарства — оборотних активів зі зростанням їх частки у всіх підприємств. З'ясовано, що негативною ознакою діяльності закладів готельно-ресторанного господарства є втрата власного капіталу, на рівні готельного бізнесу загалом і середніх підприємств — до від'ємних значень. Найбільшу стійкість до втрат капіталу у готельному бізнесі мали малі підприємства, у ресторанному бізнесі — мікропідприємства. Фінансова стійкість підприємств готельного бізнесу є критично низькою, ресторанного бізнесу — низькою. Підприємствам усіх видів діяльності і розмірів притаманні від'ємні значення власного оборотного капіталу, що означає фінансування всіх оборотних активів і частини необоротних активів за рахунок зобов'язань. Показано, що основним джерелом зміцнення фінансового стану закладів готельно-ресторанного господарства є нарощування власного капіталу за рахунок внутрішніх джерел (збільшення нерозподіленого прибутку) і зовнішніх (залучення нових власників і додаткових внесків існуючих). Середні підприємства готельного бізнесу потребують проведення фінансової санації, оскільки їх фінансово-майновому стану притаманні ознаки банкрутства.

The subject of the research is the theoretical, methodological bases and practical aspects of economic diagnostics of the financial and property condition of hotel and restaurant establishments. The object of research is the processes of formation of assets, equity and liabilities. To write the article, general scientific methods of analysis and synthesis, induction and deduction, indices, structural approach were used. According to the results of economic diagnostics, general trends in the change of property status of hotel and restaurant facilities have been established: reduction of asset value

under the influence of the financial crisis of 2014 with further steady growth with outpacing rates of restaurants; deconcentration of assets, which is manifested in the reduction of the share of medium-sized enterprises in favor of small ones. Significant differences in the structure of assets are the prevalence of: in the hotel industry — non-current assets with a clear tendency to increase their share in small businesses; in restaurants — current assets with an increase in their share in all enterprises. It was found that the negative sign of the hotel and restaurant business is the loss of equity, at the level of the hotel business in general and medium-sized enterprises — to negative values. Small enterprises had the greatest resistance to capital losses in the hotel business, and micro-enterprises in the restaurant business. The financial stability of the hotel business is critically low, the restaurant business — low. Enterprises of all types and sizes have negative values of working capital, which means financing all current assets and part of non-current assets through liabilities. It is shown that the main source of strengthening the financial condition of hotels and restaurants is to increase equity through internal sources (increase in retained earnings) and external (attracting new owners and additional contributions to existing ones). Medium-sized hotel businesses need financial rehabilitation, as their financial and property status is characterized by signs of bankruptcy.

*Ключові слова: економічна діагностика, фінансово-майновий стан, заклад, готельно-ресторанне господарство.*

*Key words: economic diagnostics, financial and property condition, hotel and restaurant establishments.*

#### **ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ**

У сучасних умовах готельно-ресторанний бізнес України знаходиться на етапі становлення і поступово перетворюється на значущий сегмент національної економіки. Його розвиток підтримує діяльність суміжних галузей туризму, оптової і роздрібною торгівлі, харчової і легкої промисловості, слугує важливим джерелом створення робочих місць, наповнення дохідної частини державного та місцевих бюджетів. Для здійснення виробничої, комерційної, посередницької та іншої діяльності заклади, що надають послуги гостинності, мають володіти специфічними активами, розпоряджатися необхідними фінансовими та матеріальними ресурсами. Для успішної протидії викликам внутрішнього і зовнішнього середовища суб'єктам готельно-ресторанного бізнесу необхідний певний запас фінансової міцності для страхування від ризиків втрати активів або недоотримання доходів у порівнянні з раціональним використанням ресурсів [1, с. 8].

#### **АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ, В ЯКИХ ЗАПОЧАТКОВАНО РОЗВ'ЯЗАННЯ ДАНОЇ ПРОБЛЕМИ І НА ЯКІ СПИРАЄТЬСЯ АВТОР, ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ ОЗНАЧЕНА СТАТТЯ**

Питання економічної діагностики різних аспектів діяльності закладів готельно-ресторанного господарства знаходяться у центрі уваги багатьох учених. Стригуль Л.С. акцентує

увагу на системному характері функціонування готельно-ресторанного бізнесу як сфери економічної діяльності, що характеризується щільними фінансово-господарчими зв'язками з багатьма сферами економіки країни та взаємодією з окремими суб'єктами господарювання [2, с. 91]. У статті Юдіної О.І. за допомогою методів економіко-математичного моделювання на основі функції цілі розроблено модель кореляційної залежності економічних показників виробничо-комерційної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу та визначено стан, структуру і закономірності розвитку ресурсно-економічних потенціалів, а також встановлено їхній вплив на результати роботи та економічне зростання суб'єкта господарювання [3, с. 122].

Предметом дослідження Чайки Т.Ю. є методика економіко-статистичної оцінки фінансової складової інноваційного потенціалу підприємств готельно-ресторанного бізнесу [4, с. 137]. Нагорняк Г.С., Малюта Л.Я., Мельник Л.Я., Шерстюк Р.П. справедливо наголошують на тому, що готовність готелів та ресторанів до інновацій є безальтернативним шляхом виживання в умовах глобальної конкуренції [5, с. 153]. Їх впровадження є засобом подолання системних проблем, представлених низькою якістю послуг готельно-ресторанного господарства України, їх високою ціною, відсутністю диференційованого підходу до задоволення потреб різних категорій споживачів, невідповідністю міжнародним нормам та стандартам [6, с. 54]. Інноваційні методи та технології мають покращувати відвідування та залучати велику кількість потенційних споживачів, а також сприяти зміцненню економічної безпеки

закладів, що надають послуги гостинності. Під економічною безпекою підприємств готельно-ресторанної сфери Гавловська Н.І., Рудніченко Є.М. розуміють стан захищеності життєво важливих інтересів суб'єкта господарювання, що досягається за рахунок гармонізації взаємовідносин з суб'єктами зовнішнього та внутрішнього середовища, і дозволяє забезпечити надання високоякісних послуг з максимальною економічною ефективністю [7, с. 244]. Пріоритетами для захисту у сфері готельно-ресторанного бізнесу, на думку Мойсієнко А.В., повинні бути такі категорії: люди (персонал, відвідувачі, концесіонери, підрядники); матеріальні активи (будівлі, утримання, обладнання, плани); інформація (електронні та паперові носії); процеси (ланцюги постачання, критичні процеси) [8, с. 97].

### МЕТА СТАТТІ

Метою статті є розробка пропозицій із зміцнення фінансово-майнового стану закладів готельно-ресторанного господарства за результатами економічної діагностики.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБГРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

У володінні закладів готельно-ресторанного господарства знаходиться значна вартість активів, яка протягом 2013—2018 рр. має стійку тенденцію до зростання, за виключенням 2014 р., коли вартість активів готелів скоротилася із 24,0 млрд грн до 17,7 млрд грн, або 26,25% (табл. 1), а вартість ресторанів — із 7,48 млрд грн до 6,2 млрд грн, або на 17,1% (табл. 2). На кінець аналізованого періоду вартість активів готелів і подібних засобів тимчасового розміщення за КВЕД 55.10 становила 29,6 млрд грн, що в 1,233 разів вище рівня початку періоду, вартість активів ресторанів і закладів із надання послуг мобільного харчування за КВЕД 56.10 у кінці 2018 р. становила 10,35 млрд грн, що в 1,385 разів більше рівня 2013 р. Тобто активи закладів ресторанного господарства у 2014 році скоротилися меншими темпами, а до кінця аналізованого періоду зросли вищими темпами. Середня вартість активів готелів (23201,7 млн

**Таблиця 1. Динаміка вартості і структури активів готелів і подібних засобів тимчасового розміщення за КВЕД 55.10**

Роки	Необоротні активи				Оборотні активи				Активи (Капітал)			
	усього	у т.ч. підприємства			усього	у т.ч. підприємства			усього	у т.ч. підприємства		
		середні	малі	з них мікро-		середні	малі	з них мікро-		середні	малі	з них мікро-
	тис. грн											
2013	17390576	12971443	4419133	2335115	6653076	3984088	2668988	1899139	24043818	16955697	7088121	4234254
2014	13388313	9603742	3784571	1855520	4310168	2820095	1490074	921255,4	17725468	12438158	5287310	2783010
2015	14397170	10305268	4091902	1812814	4918871	3077647	1841224	1065267	19338238	13399398	5938840	2883719
2016	16115388	10945897	5169491	2053077	6434165	3937924	2496241	1249650	22575770	14896258	7679513	3316455
2017	17969023	10424869	7544154	5035821	7891784	4500525	3391259	2092689	25883887	14936379	10947507	7140596
2018	21732428	13269279	8463150	5241505	7889348	4441096	3448253	1795987	29643313	17720773	11922540	7048620
середнє	16832150	11253416	5578733	3055642	6349569	3793562	2556006	1503998	23201749	15057777	8143972	4567776
темпу росту, разів	1,250	1,023	1,915	2,245	1,186	1,115	1,292	0,946	1,233	1,045	1,682	1,665
	структура активів у розрізі їх груп, %											
2013	72,33	76,50	62,35	55,15	27,67	23,50	37,65	44,85	100,00	100,00	100,00	100,00
2014	75,53	77,21	71,58	66,67	24,32	22,67	28,18	33,10	100,00	100,00	100,00	100,00
2015	74,45	76,91	68,90	62,86	25,44	22,97	31,00	36,94	100,00	100,00	100,00	100,00
2016	71,38	73,48	67,32	61,91	28,50	26,44	32,51	37,68	100,00	100,00	100,00	100,00
2017	69,42	69,80	68,91	70,52	30,49	30,13	30,98	29,31	100,00	100,00	100,00	100,00
2018	73,31	74,88	70,98	74,36	26,61	25,06	28,92	25,48	100,00	100,00	100,00	100,00
середнє	72,74	74,80	68,34	65,25	27,17	25,13	31,54	34,56	100,00	100,00	100,00	100,00
	структура груп активів у розрізі розміру підприємств, %											
2013	100,00	74,59	25,41	13,43	100,00	59,88	40,12	28,55	100,00	70,52	29,48	17,61
2014	100,00	71,73	28,27	13,86	100,00	65,43	34,57	21,37	100,00	70,17	29,83	15,70
2015	100,00	71,58	28,42	12,59	100,00	62,57	37,43	21,66	100,00	69,29	30,71	14,91
2016	100,00	67,92	32,08	12,74	100,00	61,20	38,80	19,42	100,00	65,98	34,02	14,69
2017	100,00	58,02	41,98	28,03	100,00	57,03	42,97	26,52	100,00	57,71	42,29	27,59
2018	100,00	61,06	38,94	24,12	100,00	56,29	43,71	22,76	100,00	59,78	40,22	23,78
середнє	100,00	67,48	32,52	17,46	100,00	60,40	39,60	23,38	100,00	65,58	34,43	19,05

Джерело: побудовано за даними [12].

грн) втричі вище середньої вартості активів ресторанів (7747,8 млн грн).

Готельне господарство є важливою складовою туристичного комплексу України, а його ефективне функціонування є індикатором позитивних змін в економіці нашої держави і важливою передумовою інтенсифікації міжнародних зв'язків і інтеграції країни в світову співдружність [9, с. 117]. Економічна політика щодо розвитку готельного господарства як основної складової туристичної галузі та сфери послуг спрямована на поліпшення якісних (підвищення якості послуг, розширення асортименту) та кількісних (зростання кількості закладів, збільшення номерного фонду, збільшення завантаженості) критеріїв його функціонування [10, с. 40]. Особливістю діяльності підприємств готельного комплексу є надання набору різних видів послуг, що мають більшою частиною нематеріальний характер [11, с. 57].

Проте у структурі активів готелів і подібних засобів тимчасового розміщування превалюють матеріальні об'єкти. Питома вага необо-

ротних активів готельного господарства протягом 2013—2018 рр. була відносно стабільною і в середньому склала 72,74%, проте по середнім підприємствам вона незначно скоротилася — із 76,5% до 74,88%, а по малим і мікропідприємствам — суттєво зросла: відповідно із 62,35% до 70,98%, із 55,15% до 74,36%.

Оцінюючи співвідношення між активами різних за розміром закладів готельного господарства, слід зробити висновок про процеси деконцентрації. Питома вага середніх підприємств в активах готельного комплексу скоротилася протягом 2013—2018 рр. із 70,52% до 59,78%, малих і мікропідприємств — зросла відповідно із 29,48% до 40,22%, із 17,61% до 23,78%, тобто прискорений приріст забезпечили саме малі підприємства.

У підприємств ресторанного господарства оборотні активи відіграють більшу роль, ніж у готельному господарстві. Середня вартість їх необоротних активів перевищує 50% — у середньому вона становить 53,7%, у малих — 51,59%, у середніх і мікропідприємств — перевищує

**Таблиця 2. Динаміка вартості і структури активів ресторанів і закладів із надання послуг мобільного харчування за КВЕД 56.10**

Роки	Необоротні активи				Оборотні активи				Активи (Капітал)			
	усього	у т.ч. підприємства			усього	у т.ч. підприємства			усього	у т.ч. підприємства		
		середні	малі	з них мікро-		середні	малі	з них мікро-		середні	малі	з них мікро-
	тис. грн											
2013	4411637	2288943	2122694	1031769	3062088	1663356	1398732	703522,7	7475599	3952544	3523055	1736307
2014	3779689	1412754	2366935	1193981	2413450	762503,5	1650946	672592,1	6196438	2175468	4020970	1869180
2015	3596415	1772159	1824256	1106475	2809451	916715,8	1892735	874342,8	6409854	2689896	3719958	1983764
2016	3752423	1454695	2297728	1352326	3627618	1396278	2231340	1126195	7382794	2851939	4530855	2480178
2017	4138182	1816669	2321513	1409338	4530154	1969308	2560846	1198744	8668959	3786017	4882942	2608536
2018	4916672	2610629	2306043	1335606	5435546	2396127	3039419	1396844	10352929	5006756	5346173	2733006
середнє	4099170	1892642	2206528	1238249	3646385	1517381	2129003	995373	7747762	3410437	4337326	2235162
темпл росту, разів	1,114	1,141	1,086	1,294	1,775	1,441	2,173	1,985	1,385	1,267	1,517	1,574
	структура активів у розрізі їх груп, %											
2013	59,01	57,91	60,25	59,42	40,96	42,08	39,70	40,52	100,00	100,00	100,00	100,00
2014	61,00	64,94	58,86	63,88	38,95	35,05	41,06	35,98	100,00	100,00	100,00	100,00
2015	56,11	65,88	49,04	55,78	43,83	34,08	50,88	44,07	100,00	100,00	100,00	100,00
2016	50,83	51,01	50,71	54,53	49,14	48,96	49,25	45,41	100,00	100,00	100,00	100,00
2017	47,74	47,98	47,54	54,03	52,26	52,02	52,44	45,95	100,00	100,00	100,00	100,00
2018	47,49	52,14	43,13	48,87	52,50	47,86	56,85	51,11	100,00	100,00	100,00	100,00
середнє	53,70	56,64	51,59	56,09	46,27	43,34	48,36	43,84	100,00	100,00	100,00	100,00
	структура груп активів у розрізі розміру підприємств, %											
2013	100,00	51,88	48,12	23,39	100,00	54,32	45,68	22,98	100,00	52,87	47,13	23,23
2014	100,00	37,38	62,62	31,59	100,00	31,59	68,41	27,87	100,00	35,11	64,89	30,17
2015	100,00	49,28	50,72	30,77	100,00	32,63	67,37	31,12	100,00	41,97	58,03	30,95
2016	100,00	38,77	61,23	36,04	100,00	38,49	61,51	31,05	100,00	38,63	61,37	33,59
2017	100,00	43,90	56,10	34,06	100,00	43,47	56,53	26,46	100,00	43,67	56,33	30,09
2018	100,00	53,10	46,90	27,16	100,00	44,08	55,92	25,70	100,00	48,36	51,64	26,40
середнє	100,00	45,72	54,28	30,50	100,00	40,76	59,24	27,53	100,00	43,44	56,57	29,07

Джерело: побудовано за даними [12].

**Таблиця 3. Динаміка вартості і структури пасивів готелів і подібних засобів тимчасового розміщування за КВЕД 55.10**

Роки	Власний капітал				Довгострокові зобов'язання				Поточні зобов'язання			
	усього	у т.ч. підприємства			усього	у т.ч. підприємства			усього	у т.ч. підприємства		
		середні	малі	з них мікро-		середні	малі	з них мікро-		середні	малі	з них мікро-
	тис. грн											
2013	8299151	5976551	2322599	1233679	7549943	5650535	1899408	901904	8193456	5328611	2864845	2097403
2014	901031	-214648	1115679	335208	8818934	6704046	2114888	1290004	8005480	5948760	2056721	1157776
2015	-3613558	-3867613	254056	-194571	12835054	9894095	2940959	1439197	10116742	7372917	2743825	1639093
2016	-7972099	-6905317	-1066781	-106637	18551805	14230474	4321331	1365030	11996064	7571101	4424963	2058063
2017	-5456002	-6155759	699757	-33171	15081661	12497737	2583924	1243173	16258228	8594402	7663826	5930594
2018	-1115125	-2825327	1710202	520329	14353854	11877006	2476848	1233672	16401025	8669094	7731931	5291060
середнє	-1492767	-2332019	839252	292473	12865209	10142315	2722893	1245497	11828499	7247481	4581018	3028998
темп росту, разів	-0,134	-0,473	0,736	0,422	1,901	2,102	1,304	1,368	2,002	1,627	2,699	2,523
	структура пасивів у розрізі їх груп, %											
2013	34,52	35,25	32,77	29,14	31,40	33,33	26,80	21,30	34,08	31,43	40,42	49,53
2014	5,08	-1,73	21,10	12,04	49,75	53,90	40,00	46,35	45,16	47,83	38,90	41,60
2015	-18,69	-28,86	4,28	-6,75	66,37	73,84	49,52	49,91	52,31	55,02	46,20	56,84
2016	-35,31	-46,36	-13,89	-3,22	82,18	95,53	56,27	41,16	53,14	50,83	57,62	62,06
2017	-21,08	-41,21	6,39	-0,46	58,27	83,67	23,60	17,41	62,81	57,54	70,01	83,05
2018	-3,76	-15,94	14,34	7,38	48,42	67,02	20,77	17,50	55,33	48,92	64,85	75,07
	структура груп пасивів у розрізі розміру підприємств, %											
2013	100,00	72,01	27,99	14,87	100,00	74,84	25,16	11,95	100,00	65,03	34,97	25,60
2014	100,00	-23,82	123,82	37,20	100,00	76,02	23,98	14,63	100,00	74,31	25,69	14,46
2015	100,00	107,03	-7,03	5,38	100,00	77,09	22,91	11,21	100,00	72,88	27,12	16,20
2016	100,00	86,62	13,38	1,34	100,00	76,71	23,29	7,36	100,00	63,11	36,89	17,16
2017	100,00	112,83	-12,83	0,61	100,00	82,87	17,13	8,24	100,00	52,86	47,14	36,48
2018	100,00	253,36	-153,36	-46,66	100,00	82,74	17,26	8,59	100,00	52,86	47,14	32,26

Джерело: побудовано за даними [12].

56%. Проте загальною тенденцією аналізованого шестирічного періоду є підвищення ролі оборотних активів у відтворювальному процесі ресторанів: у середньому їх частка зросла із 40,96% до 52,50%, передусім за рахунок малих підприємств — збільшення із 39,70% до 56,85%, у т.ч. мікропідприємств — із 40,52% до 51,11%. Питома вага середніх підприємств також зросла, але меншими темпами порівняно з зазначеними групами підприємств — із 42,08% до 47,86%.

Як і в готельному бізнесі, так і в ресторанному комплексі тривають процеси деконцентрації, приблизно такими же темпами. Частка середніх підприємств в активах скоротилася з 52,87% до 48,36%, а малих зросла — із 47,13% до 51,64%, у т.ч. мікропідприємств — із 23,23% до 26,40%. Ключовим утримувачем активів на кінець аналізованого періоду у готельному господарстві є середні підприємства, а в ресторанному господарстві — малі підприємства. Негативною ознакою діяльності закладів готельного господарства є втрата власного капіталу (табл. 3). На рівні підгалузі від'ємні значення власного капіталу спостерігаються з кінця 2015 р. із максимальним обсягом (-7972,1) млн грн у

2016 р., основною причиною такої ситуації є фінансовий стан середніх підприємств, які отримали від'ємні значення власного капіталу в пасиві балансу ще у 2014 році із максимальним значенням у 2016 році (-6905,3) млн грн, або 86,6% дефіциту по підгалузі. Малі підприємства готельного бізнесу демонстрували від'ємні значення власного капіталу лише на одну звітну дату — кінець 2016 року (-1066,8) млн грн, а мікропідприємства — двічі (у 2015 р. і 2016 р.). Причинами системних збитків 2015—2016 рр. було зниження внутрішнього платоспроможного попиту на послуги готельно-ресторанного господарства через скорочення реальних доходів населення в умовах різкої девальвації національної грошової одиниці і зростання інфляції.

На кінець 2018 р. від'ємне значення власного капіталу середніх підприємств становило (-2825,3) млн грн, на початок аналізованого періоду його додатна вартість була 5976,6 млн грн, тобто втрати капіталу становили 8801,9 млн грн. Вартість власного капіталу малих підприємств протягом 2013—2018 рр. скоротилася на 26,4%, мікропідприємств — на 57,8%. Загальна вартість підприємств готельного бізнесу на кінець



Таблиця 4. Динаміка вартості і структури пасивів ресторанів і закладів із надання послуг мобільного харчування за КВЕД 56.10

Роки	Власний капітал				Довгострокові зобов'язання				Поточні зобов'язання			
	усього	у т.ч. підприємства			усього	у т.ч. підприємства			усього	у т.ч. підприємства		
		середні	малі	з них мікро-		середні	малі	з них мікро-		середні	малі	з них мікро-
	тис. грн											
2013	2829411	1484964	1344447	624057	1241189	658736	582453	239850	3392589	1808844	1583746	870282
2014	1537311	347839	1189473	643541	1528115	694621	833494	269348	3131011	1133009	1998003	956291
2015	-325370	36364	-361734	-499648	2009967	1199555	810412	355170	4724959	1453977	3270982	2127943
2016	797326	453423	343902	427713	2195947	865694	1330253	581499	4389158	1532822	2856336	1470967
2017	1559749	600291	959458	717967	2340073	1408883	931189	451422	4766918	1776843	2990075	1436926
2018	2025322	1013241	1012080	622492	2416887	1449283	967604	428272	5910375	2544231	3366145	1681896
середнє	1403958	656020	747938	422687	1955363	1046129	909234	387593	4385835	1708287	2677548	1424051
темп росту, разів	0,716	0,682	0,753	0,997	1,947	2,200	1,661	1,786	1,742	1,407	2,125	1,933
	структура пасивів у розрізі їх груп, %											
2013	37,85	37,57	38,16	35,94	16,60	16,67	16,53	13,81	45,38	45,76	44,95	50,12
2014	24,81	15,99	29,58	34,43	24,66	31,93	20,73	14,41	50,53	52,08	49,69	51,16
2015	-5,08	1,35	-9,72	-25,19	31,36	44,59	21,79	17,90	73,71	54,05	87,93	107,27
2016	10,80	15,90	7,59	17,25	29,74	30,35	29,36	23,45	59,45	53,75	63,04	59,31
2017	17,99	15,86	19,65	27,52	26,99	37,21	19,07	17,31	54,99	46,93	61,24	55,09
2018	19,56	20,24	18,93	22,78	23,34	28,95	18,10	15,67	57,09	50,82	62,96	61,54
	структура груп пасивів у розрізі розміру підприємств, %											
2013	100,00	52,48	47,52	22,06	100,00	53,07	46,93	19,32	100,00	53,32	46,68	25,65
2014	100,00	22,63	77,37	41,86	100,00	45,46	54,54	17,63	100,00	36,19	63,81	30,54
2015	100,00	-11,18	111,18	153,56	100,00	59,68	40,32	17,67	100,00	30,77	69,23	45,04
2016	100,00	56,87	43,13	53,64	100,00	39,42	60,58	26,48	100,00	34,92	65,08	33,51
2017	100,00	38,49	61,51	46,03	100,00	60,21	39,79	19,29	100,00	37,27	62,73	30,14
2018	100,00	50,03	49,97	30,74	100,00	59,96	40,04	17,72	100,00	43,05	56,95	28,46

Джерело: побудовано за даними [12].

2018 р. була від'ємною (-1115,1) млн грн, а втрати капіталу становили 113,4% первісної кінця 2013 р.

Таким чином, на рівні підгалузі готельного господарства підприємства загалом (передусім за рахунок середніх підприємств) мають критичний фінансовий стан, оскільки їх діяльність повністю фінансується за рахунок залученого капіталу. Протягом 2013—2018 рр. частка довгострокових джерел у структурі фінансування зросла з 31,4% до 48,42%, а поточних — із 34,08% до 55,33%. Середні підприємства мають більшу залежність від довгострокових зобов'язань, частка яких збільшилася із 33,33% до 67,02%, а поточних — із 31,43% до 48,92%. Частка власного капіталу в структурі джерел фінансування малих і мікропідприємств скоротилася відповідно із 32,77% до 14,34%, із 29,14% до 7,38%. Основним джерелом їх фінансування є поточні зобов'язання, питома вага яких зросла по малим підприємствам — із 40,42% до 64,85%, по мікропідприємствам — із 49,53% до 75,07%.

Діяльність закладів ресторанного господарства протягом 2013—2018 рр. також характеризується втратою капіталу, але в менших обсягах: загалом — на 28,4%, по середнім підприємствам — на 31,8%, по малим підприємствам — на 24,7%, по мікропідприємствам — на

0,3% (табл. 4). Від'ємні значення власного капіталу спостерігалися тільки на одну дату (кінець 2015 р.) у зведеному балансі за рахунок малих підприємств (у т. ч. мікропідприємств).

У ресторанному господарстві структура джерел фінансування за підприємствами, різними за розміром, різниться несуттєво. Частка власного капіталу по підприємствам загалом і середнім підприємствам скоротилася із 38% до 20%, по малим — із 38,16% до 18,93%, по мікропідприємствам — із 35,94% до 22,78%. Власний капітал майже порівну розподілений між середніми і малими підприємствами, у т.ч. на мікропідприємства приходить майже 31% його вартості. По підприємствам готельного бізнесу загалом і середнім підприємствам частка довгострокових зобов'язань зросла відповідно із 16,60% до 23,34%, із 16,67% до 28,95% і станом на кінець 2018 р. перевищує питому вагу власного капіталу. Зростання ролі довгострокового фінансування для малих і мікропідприємств на є таким значним — відповідно із 16,53% до 18,10%, із 13,81% до 15,67%. На кінець аналізованого періоду його питома вага є меншою порівняно з власним капіталом.

Основним джерелом фінансування закладів ресторанного господарства є поточні зобов'язання. При базовому рівні їх частки 45% (для мікропідприємств — 50%) на кінець аналізованого пе-

ріоду вона становить для середніх підприємств 50,82%, загалом по підгалузі — 57,09%, по малим і мікропідприємствам — перевищує 61%.

Власний оборотний капітал (ВОК), який розраховується як різниця оборотних активів і поточних зобов'язань, є важливим індикатором фінансово-майнового стану підприємства. Протягом всього досліджуваного періоду у підприємств всіх видів діяльності і розмірів абсолютні значення ВОК є від'ємними. Враховуючи значні відмінності у масштабах діяльності, розраховано відношення ВОК до величини оборотних активів. Дефіцит ВОК у закладів готельного господарства збільшився протягом 2013—2018 рр. із (-23,15%) до (-107,9%) при середньому значенні (-85,82%), у середніх і мікропідприємств він більше — відповідно (-93,8%) і (-88,8%), у малих підприємств — менше (-70,3%).

У підприємств ресторанного бізнесу усіх розмірів дефіцит ВОК у 2018 році скоротився порівняно з 2013 роком: всього — із (-10,79%) до (-8,74%), по середнім підприємствам — із (-8,75%) до (-6,18%), по малим — із (-13,23%) до (-10,75%), по мікропідприємствам — із (-23,7%) до (-20,41%). Таким чином, у зазначеної групи підприємств рівень дефіциту є більш низьким, порівняно з закладами готельного бізнесу, а тенденція — сприятливішою.

### **ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ЦЬОМУ НАПРЯМІ**

1. За результатами економічної діагностики встановлено загальні тенденції зміну майнового стану закладів готельно-ресторанного господарства: скорочення вартості активів під впливом фінансової кризи 2014 р. з подальшим стійким зростанням із випереджальними темпами ресторанів; деконцентрація активів, яка виявляється у скороченні частки середніх підприємств на користь малих. Істотними відмінностями структури активів є превалювання: у закладів готельного господарства — необоротних активів з чітко вираженою тенденцією до зростання їх питомої ваги у малих підприємств; у закладів ресторанного господарства — оборотних активів зі зростанням їх частки у всіх підприємств.

2. Негативною ознакою діяльності закладів готельно-ресторанного господарства є втрата власного капіталу, на рівні готельного бізнесу загалом і середніх підприємств — до від'ємних значень. Найбільшу стійкість до втрат капіталу у готельному бізнесі мали малі підприємства, у ресторанному бізнесі — мікропідприємства. Фінансова стійкість підприємств готельного

бізнесу є критично низькою, ресторанного бізнесу — низькою. Основним джерелом фінансування закладів готельно-ресторанного господарства є поточні зобов'язання, за виключенням середніх готелів (ним виступають довгострокові зобов'язання). Підприємствам усіх видів діяльності і розмірів притаманні від'ємні значення власного оборотного капіталу, що означає фінансування всіх оборотних активів і частини необоротних активів за рахунок зобов'язань.

3. Основним джерелом зміцнення фінансового стану закладів готельно-ресторанного господарства є нарощування власного капіталу за рахунок внутрішніх джерел (збільшення нерозподіленого прибутку) і зовнішніх (залучення нових власників і додаткових внесків існуючих). Середні підприємства готельного бізнесу потребують проведення фінансової санації, оскільки їх фінансово-майновому стану притаманні ознаки банкрутства.

Перспективами подальших досліджень є обґрунтування комплексу заходів зі збільшення фінансової результативності закладів готельно-ресторанного господарства.

### **Література:**

1. Бієвець А.В. Економічна безпека у сфері готельно-ресторанного бізнесу у сучасних економічних умовах. Вісник Черкаського університету. Серія: Економічні науки. 2017. № 4 (2). С. 3—9.
2. Стригуль Л.С. Дослідження особливостей застосування статистично-економічних методів оцінювання стану та перспектив розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу України. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2017. № 3 (1). С. 88—92.
3. Юдіна О.І. Методичні основи цільового управління сталим економічним розвитком підприємства готельно-ресторанного господарства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 27 (2). С. 118—123.
4. Чайка Т. Ю. Методика економіко-статистичної оцінки фінансової складової інноваційного потенціалу (на прикладі підприємств готельно-ресторанного бізнесу). Інтелект XXI. 2018. № 3. С. 133—139.
5. Нагорняк Г.С., Малюта А.Я., Мельник А.Я., Шерстюк Р.П. Організаційно-економічні засади розвитку інноваційного процесу вітчизняних закладів готельно-ресторанної сфери в туристичному контексті. Соціально-економічні проблеми і держава. 2017. Вип. 1. С. 148—158.
6. Головня О. М. Тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства в умовах фор-

мування соціально орієнтованої національної економіки. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2019. № 1. С. 48—57.

7. Гавловська Н.І., Рудніченко Є.М. Теоретичний базис системи економічної безпеки підприємств готельно-ресторанної сфери. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2014. № 4 (1). С. 241—245.

8. Мойсієнко А.В. Управління загрозами економічній безпеці підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Вісник Черкаського університету. Серія: Економічні науки. 2016. № 1. С. 95—99.

9. Довгаль Г.В., Данько Н.І. Розвиток готельно-ресторанного та санаторно-курортного комплексу як складова інтенсифікації економіки України. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Сер.: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2013. № 1042. Вип. 1. С. 115—118.

10. Гук Х.З. Концептуальні засади державного регулювання економіки на галузевому рівні (на прикладі готельно-ресторанного бізнесу). Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2015. Вип. 12. С. 37—41.

11. Волковська Я.В. Економічна сутність підприємств готельно-ресторанного комплексу. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2015. Вип. 14 (1). С. 54—58.

12. Показники балансу підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства за 2013-2018 роки. Державна служба статистики. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/fin/fin\\_new/fin\\_new\\_u/pbp\\_ek\\_vsmm\\_2013\\_2018\\_u.xlsx](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/fin/fin_new/fin_new_u/pbp_ek_vsmm_2013_2018_u.xlsx) (дата звернення 15.05.2020).

#### References:

1. Biievets, A. V. (2017), "Economic security in the hotel and restaurant business in modern economic conditions", Visnyk Cherkaskoho universytetu. Seriiia : Ekonomichni nauky, vol. 4(2), pp. 3—9.

2. Stryhul, L. S. (2017), "Research of peculiarities of application of statistical and economic methods of estimation of a condition and prospects of development of the enterprises of hotel and restaurant business of Ukraine", Problemy i perspektivy rozvytku pidpriemnytstva, vol. 3(1), pp. 88—92.

3. Yudina, O. I. (2019), "Methodical bases of target management of sustainable economic development of the hotel and restaurant enterprise", Naukovyi visnyk

Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriiia : Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo, vol. 27 (2), pp. 118—123.

4. Chaika, T. Yu. (2018), "Methods of economic and statistical assessment of the financial component of innovation potential (on the example of hotel and restaurant businesses)", Intel'ekt XXI, vol. 3, pp. 133—139.

5. Nahorniak, H. S. and Maliuta, L. Ya., Melnyk L. Ya., Sherstiuk R. P. (2017), "Organizational and economic bases of development of innovative process of domestic establishments of hotel and restaurant sphere in a tourist context", Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava, vol. 1, pp. 148—158.

6. Holovnia, O. M. (2019), "Trends in the development of hotel and restaurant industry in the formation of a socially oriented national economy", Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky, vol. 1, pp. 48—57.

7. Havlovskaya, N. I. and Rudnichenko, Ye. M. (2014), "Theoretical basis of the system of economic security of hotel and restaurant enterprises", Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky, vol. 4 (1), pp. 241—245.

8. Moisiienko, A. V. (2016), "Management of threats to economic security of hotel and restaurant business enterprises", Visnyk Cherkaskoho universytetu. Seriiia : Ekonomichni nauky, vol. 1, pp. 95—99.

9. Dovhal, H. V. and Danko, H. I. (2013), "Development of hotel-restaurant and sanatorium-resort complex as a component of intensification of Ukraine's economy ", Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Ser. : Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm, vol. 1042, no. 1, pp. 115—118.

10. Huk, Kh. Z. (2015), "Conceptual principles of state regulation of the economy at the sectoral level (on the example of hotel and restaurant business)", Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriiia : Ekonomika i menedzhment, vol. 12, pp. 37—41.

11. Volkovskaya, Ya. V. (2015), "The economic essence of the hotel and restaurant complex", Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia : Ekonomichni nauky, vol. 14 (1), pp. 54—58.

12. State Statistics Service (2019), "Indicators of the balance of enterprises by type of economic activity with a division into large, medium, small and micro enterprises (2013-2018)", Available at: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/fin/fin\\_new/fin\\_new\\_u/pbp\\_ek\\_vsmm\\_2013\\_2018\\_u.xlsx](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/fin/fin_new/fin_new_u/pbp_ek_vsmm_2013_2018_u.xlsx) (accessed 15 May 2020).

Стаття надійшла до редакції 21.05.2020 р.

УДК 338.48

**М. М. Ігнатенко,**

д. е. н., професор, завідувач кафедри економіки,

Університет Григорія Сковороди в Переяславі

ORCID ID: 0000-0002-5713-7951

**О. О. Адамчик,**

аспірант, Херсонський державний аграрний університет, м. Херсон

ORCID ID: 0000-0003-3054-6509

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.50

## **ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА ЗАСАДАХ БРЕНДИНГУ ТА МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ**

**М. Ihnatenko,**

Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Economics,

Hryhorii Skovoroda University in Pereiaslav

**O. Adamchik,**

Postgraduate student, Kherson State Agrarian University, Kherson

### **IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF RURAL GREEN TOURISM ENTERPRISES ON THE BASIS OF BRANDING AND MARKETING STRATEGIES**

У статті досліджено проблеми розвитку підприємств сільського зеленого туризму та підвищення їх конкурентоспроможності з використанням інструментів брендингу та маркетингових стратегій. Встановлено, що у їх випадку основоположне значення матимуть саме бренди їх продуктів і послуг, що вирізнятиме їх з-поміж конкурентів, а також брендинг необхідний для індивідуалізації діяльності підприємств сільського зеленого туризму; створення у свідомості клієнтів відповідного образу та прихильності до конкретного підприємства, роблячи їх постійними та залучаючи нових. Наведено моделі створення брендів, їх функції та переваги й ризики для підприємств. Виявлено основні чинники формування, просування, реклами та менеджменту. Визначено значення інформаційних технологій в управлінні брендами. Запропоновано принципи розробки брендів не тільки для фахових маркетологів та менеджерів, але й для звичайних сільських жителів — власників туристичного бізнесу. Надано рекомендації щодо алгоритму створення брендів.

The article examines the problems of development of rural green tourism enterprises and increase their competitiveness using branding tools and marketing strategies. It is established that in their case the brands of their products and services will be of fundamental importance, which will distinguish them from competitors, as well as the branding necessary for the individualization of rural green tourism enterprises; creating in the minds of customers the appropriate image and commitment to a particular enterprise, making them permanent and attracting new ones. It helps to form and maintain the image, business reputation of tourist enterprises in the countryside, to compete in the market. Models of brand creation, their functions and advantages and risks for enterprises are given. The main factors of formation, promotion, advertising and management are revealed. The importance of information technologies in brand management is determined. The principles of brand development are proposed not only for professional marketers and managers, but also for ordinary villagers — owners of the tourism business. Recommendations on the algorithm for creating brands are given. As a result, it is determined that such measures should be taken into account in the formation of the brand not only

by marketers with a high level of creativity and professionalism, but also ordinary villagers — owners and employees of enterprises and farmsteads of rural green tourism. It is investigated that the brand of products, services and actually the enterprise or farmstead of rural green tourism means sustainability or is a factor of stability of their functioning, all variety of tourist services and products provided and made by them. It is established that in the conditions of fierce intra— and intersectoral competition, reduction of effective demand of the population the competitiveness of enterprises can be preserved and maintained and developed due to the recognition of their brand. This means that one of the most important tasks for the owners of rural green tourism enterprises in the future is to develop measures that could separate their business activities and their organization from the total number of businesses engaged in this field in the region of their location.

*Ключові слова: підприємства, сільський зелений туризм, продукти, послуги, торгова марка, бренд, брендинг, моделі, маркетингові стратегії, принципи, менеджмент, управлінські рішення.*

*Key words: enterprises, rural green tourism, products, services, trademark, brand, branding, models, marketing strategies, principles, management, management decisions.*

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Стан розвитку ринку туристичних послуг супроводжується активізацією підприємницької діяльності, посиленням конкуренції на вітчизняному та зарубіжному ринках, зміною потреб та вподобань туристів. В умовах обмежень міжнародних пересувань та видів туризму через пандемію коронавірусу принаймні у найближчій перспективі значні шанси у конкурентній боротьбі отримують підприємства сільського зеленого туризму. Попит на їх послуги може зацікавити значно більше споживачів, ніж було раніше. Тому важливе значення має пропозиція якісних продуктів та послуг, які могли б не тільки замінити, але й перевищити зарубіжні аналоги.

Для досягнення поставленої мети у процесі розробки та здійснення маркетингових стратегій підприємств сільського зеленого туризму доцільно використовувати інструменти брендингу та ребрендингу продуктів і послуг. Адже саме бренди характеризують їх високу якість та підтверджують особливу популярність і навіть моду у споживачів. Це також забезпечує гарантовані доходи для них.

Брендинг необхідний також для індивідуалізації діяльності підприємств сільського зеленого туризму; створення у свідомості клієнтів відповідного образу та прихильності до конкретного підприємства, роблячи їх постійними та залучаючи нових. Він допомагає формувати та підтримувати імідж, ділову репутацію туристичних підприємств на селі, конкурувати на ринку. Тому проблеми, що розглядаються та

вирішення яких пропонуються у статті, є актуальними, своєчасними та значимими.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Вагомий внесок у розвиток теоретико-методологічних засад створення та використання брендів, управління брендингом та ребрендингом продуктів, послуг, торгових марок, підприємств здійснили такі вчені: Д. Аакер, Ж.-Ж. Ламбен, Дж. Грант, Ф. Котлер, А. Котляр, М. Портер, Ю.А. Юданов, Р.А. Фатхутдінов, Л. Райс, А. Уїллер та ін. У їх працях напрацьовані вагомі теоретичні й практичні положення щодо їх залучення у маркетингові стратегії розвитку підприємств.

Над цією проблемою стосовно туристичних підприємств працювали й українські дослідники. Серед них Я. Ващук, О. Володченко, М. Ігнатенко, Н. Кара, М. Карий, Л. Мармуль, О. Марченко, О. Петрович, І. Романюк, В. Яровий та інші науковці. Проте питання брендингу підприємств сільського зеленого туризму, особливо у зв'язку з необхідністю й додатковими можливостями підвищення їх конкурентоспроможності, вимагають подальших розробок.

## МЕТА СТАТТІ

Метою статті є обґрунтування значення брендів і брендингу для розвитку й підвищення конкурентоспроможності підприємств сільського зеленого туризму, виявлення їх змісту, особливостей, моделей, стратегій просування й надання практичних пропозицій з

алгоритму розробки на основі запропонованих принципів.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сучасні вітчизняні туристичні підприємства, у т.ч. на селі, працюють у той час, коли відбувається потужний розвиток і швидка зміна ринків, пріоритетів споживачів, соціально-економічної політики різних країн, міжнародні відносини, а також збільшується конкуренція між підприємствами. Для підприємств сільсько-го зеленого туризму додається ще й велика міжгалузева конкуренція з суб'єктами господарювання агробізнесу, які в Україні традиційно й попри наявні ризики та загрози є конкурентоспроможними та мають широке поширення [1, с. 38].

З іншої сторони, з огляду на зниження рівня платоспроможності значної частини населення та невеликі доходи споживачів послуг споживачі стали чутливішими до цін, обирають продукти або послуги різних визнаних торгових марок (ТМ) залежно від того, на яку з них діють знижки, проводяться акції, нараховуються бонуси і т.п. Крім того, організації-конкуренти прагнуть у своїй продукції і послугах відтворити якості кращих марочних продуктів, що приводить до великої схожості продуктів, пропонованих під різними торговельними марками. Це вимагає від підприємств туристичної галузі на селі формування конкурентоздатного бренду, що відображає цінність, культуру, високі стандарти й індивідуальність їх послуг і продуктів.

Це призвело до необхідності у підприємстві сільського зеленого туризму освоювати новітні технології комфортного розміщення, харчування, відпочинку, оздоровлення і розваг; залучати Інтернет у створенні новітніх методів управління та реалізації своїх пропозицій. Серед них виділяється інструмент брендингу та брендів. На платформі конкурентної боротьби, більшість власників туристичних підприємств, господарів агросадиб розуміють, що їхній товар чи послуга повинен відрізнитись від конкурента [2]. Особливо це важливо при наданні однакових послуг та пропозицій на обмежених територіях сільських туристичних дестинацій.

У складних процесах конкуренції та глобалізації зазнають (і, відповідно, потребують) змін не тільки умови соціально-економічного функціонування підприємств, фактори виробництва, але й самі отримувачі послуг, тобто клієнти. Змінюється їх світогляд, збагачується

культура, удосконалюються смаки. Вони стають більш вибагливими, вимагають все якісніших і різноманітніших продуктів та послуг, висувають все новіші вимоги до контенту послуг, етики й естетики туризму і відпочинку.

Спостерігаючи за сьогоденням, можна зробити ще більше висновків і надати аргументів про те, що створення власної торгової марки продуктів і послуг та перетворення її на бренд є ключовим моментом у маркетингових стратегіях розвитку сільських підприємств туристичної галузі. Бренди дозволяють швидко й наочно показати відмінності між підприємствами сільського зеленого туризму в одному або декількох регіонах, що стає все більш важливою складовою їх позиціонування [3, с. 61]. У сучасному світі ефективний зв'язок між виробником та споживачем відбувається саме завдяки створенню бренду.

У ринковому або маркетинговому розумінні бренд (англ. brand) — це назва, знак, необхідний для ідентифікації товару чи послуги з метою вирізнення їх з поміж інших. Брендінг підприємств сільського зеленого туризму — це позиціонування їх як брендів, тобто еталонів надання тих або інших послуг і продуктів, створення торгових марок останніх та перетворення їх на бренди. Наприклад, брендами стала значна кількість підприємств Карпатського регіону та послуги й продукти, які вони надають: відпочинок у горах та у лісі, сплав по гірських річках, збирання грибів і ягід; автентичні й унікальні вироби народних промислів, якісні продукти й кулінарні шедеври. До цього слід додати мальовничу природу, чисте повітря й цілющу воду.

Отже, брендінг — це набір масштабного спектру напрямків роботи з контенту засобів маркетингу та PR-менеджменту, що, в свою чергу, дає можливість створити імідж бренду. І саме він у сільському зеленому туризмі вказує споживачу на якість послуги, ціну і статус підприємства. У сучасному трактуванні бренд можна охарактеризувати як "торгова марка плюс думка про неї споживача", причому це, передусім, відноситься до туристичних послуг і продуктів.

Загалом, бренд у туристичній галузі — це оголошення споживачу найякіснішого обсягу послуг та пропозицій. Наприклад, найвідоміші туроператори та фірми, які пропонують свої послуги на відпочинок у Єгипті, чи Туреччині, відомі всім. Це Tez tour, TUI, ANEX Tour, Join UP, Koral travel. Вони задають певні стандарти й нововведення у роботі інших компаній, а їх бренди заслуговують на увагу завдяки якості

роботи, сукупності видів продуктів і послуг, цінам, бонусам та акціям для клієнтів.

Водночас треба пам'ятати, що не кожна торговельна марка є брендом, проте будь-який бренд — торговельна марка. Брендом є та торговельна марка, яка досягає успіху на ринку та в бізнесу. Бренд — це набір певних обіцянок клієнту, які є унікальними і найбільше відповідають потребам [4, с. 175]. Його можна означити і як сприйняття в уяві споживача. У разі створення бренду підприємства сільського зеленого туризму акумулюють систему візуальних знаків, що несуть певний зміст: символ, слоган, колір, картинку та інше. Це дає можливість встановлювати зв'язки між брендом та споживачами послуг, показати його місце у системі цінностей і пріоритетів споживачів.

Бренд має два складники, такі як ознаки, що об'єктивно належать продукту/послугі, та ознаки, які штучно йому надані, тобто психологічна цінність продукту чи послуги [5, с. 72]. Зазвичай бренди складаються з різних елементів, як-от: ім'я — слова чи слово, яке використовується для ідентифікації підприємства, продукту, послуги або концепції; логотип — візуалізація торгової марки, яка ідентифікує бренд; девіз або фраза; графіка; форми; кольори; звуки; аромати; смаки; рух. Розрізняються такі якості бренду:

- 1) функціональна якість — здатність певної марки товару виконувати своє призначення;
- 2) індивідуальна якість — дає змогу споживачеві ідентифікувати власні особисті цінності через свою взаємодію з маркою;
- 3) соціальна якість — здатність певної ТМ відповідати значимому змісту соціальної групи, до якої належить чи прагне належати споживач (визнання чи соціальне схвалення);
- 4) комунікативна якість — здатність певної ТМ підтримувати відносини між нею і споживачем, підтверджуючи функціональну, індивідуальну та соціальну якості бренду.

З усіх завдань, які стоять перед брендом, на першому місці для підприємств сільського зеленого туризму є не стільки його відмінність від інших, скільки відповідність сучасним стандартам розміщення і харчування, чистоти і санітарно-гігієнічних умов. Адже житлово-комунальні умови на селі не дозволяють це забезпечити належним чином. Тому досягнення саме вказаних конкурентних переваг є надзвичайно важливим. Воно надає можливість встановлювати підвищену ціну на свої послуги, залучати постійних клієнтів та підвищити фінансово-економічну стійкість підприємства.

Це є дійсним тільки тоді, коли споживач упевнений у перевазі туристичного продукту, тобто вже бренду. Клієнт заплатить високу ціну за відмінну (реальну або сприйману ним) якість. Мається на увазі, що туристичний бренд розвивається у часі, перетворюючись з "нетуристичного брендованого предмета споживання" у відносини, змінює зв'язки між однаковими за змістом брендами і між підприємством сільського зеленого туризму і споживачем [6, с. 35]. До поняття туристичного бренду входять: туристичний продукт і його характеристики; набір очікувань, уявлень, асоціацій і сподівань клієнта; обіцянки переваг, що надаються розробниками споживачам, тобто той зміст, який втілюють у нього власники, фахівці, маркетингологи та менеджери створення.

Туристичний брендинг являє собою процес додавання вартості до туристичного продукту, який у свою чергу рекламується, використовує торгову марку, стимулює продажі, просування і займає чільне місце у думках і планах клієнтів на відпочинок. Він ідентифікує туристичний продукт або послугу. Водночас запорукою конкурентоспроможності туристичного бренду є його можливість зберегти додані вартості перед конкурентами. Визначення бренду наголошує на збільшену вартість, яка постійно зростає, коли споживач купує туристичний бренд, який зарекомендував себе як якісний, престижний, модний, статусний, а не простий товар і/або послугу.

Теоретичне та практичне застосування брендингу підприємств сільського зеленого туризму створює фундамент для впровадження нових змін в організацію їх роботи та підвищення ефективності управління розвитком. Вагоме значення має план, проєкт або програма розробки, виведення на ринок та забезпечення життєздатності брендів у подальшій перспективі. З огляду концепції брендингу, підприємства створюють стабільно-стійкі переваги для своїх торгових марок у лояльності споживачів. На ринку відбувається боротьба торгових марок за місце у свідомості споживачів. Результатом боротьби є досягнення пріоритетності серед клієнтів. Наведені висновки свідчать про те, що головне завдання у використанні інструменту брендингу у сільському зеленому туризмі полягає у нарощуванні капіталу, ринкової частки за рівнем продаж і сегментом споживачів і сили бренду.

Успішний брендинг є результатом ефективного стратегічного управління, управління розвитку та PR-менеджменту підприємств сільського зеленого туризму. Сила бренду зале-



жити від таких чинників, як образ країни, де розміщуються й функціонують виробники послуг сільського зеленого туризму; особливості, специфіка та імідж їх сільських територій, житлово-комунальних умов і засобів комунікацій; якість і унікальність послуг, що надаються; репутація, імідж, стандарти підприємства або агросадиби; пристосованість до очікувань та вподобань споживачів; здатність змінюватись; наявність відповідних ресурсів, капіталу й розробок для цього [7, с. 149].

У кількісному відношенні сила бренду вимірюється кількістю лояльних споживачів та обсягів продаж продуктів і послуг, а також прибутків, які він приносить. Для створення, просування та збереження успішного бренду варто звернути увагу на інші бренди, присутні у тому ж сегменті ринку. Це дасть змогу уникнути повторювання брендів, що вже існують на ринку, врахувати помилки і прорахунки конкурентів, а також може наштовхнути на оригінальні й креативні ідеї нових торгових марок і брендів. Формування брендів має певний алгоритм та складається з кількох етапів.

У створенні нового бренду туристичне підприємство на селі може використовувати певну модель розробки стратегічного плану позиціонування нового бренду на ринку. Модель Brand Wheel (колесо бренду) допомагає детально описати та систематизувати процес взаємодії бренду та споживача, де бренд розглядається як сукупність п'яти елементів, укладених один в одного. Елементами цієї моделі є ядро бренду, центральна ідея, індивідуальність, переваги, атрибути.

Згідно з моделлю Thompson Total Branding (загальний брендинг Томпсона) ядром бренду є продукт та його якісні характеристики. Ще один елемент — це призначення продукту та складники, що відрізняють його від інших. Далі йде цільова аудиторія потенційних споживачів. Останнім складником буде індивідуальність бренду. Ця модель допомагає визначити основні чинники, які формують враження від бренду.

За моделлю Brand Key (ключ бренду) в основі створення бренду знаходиться визначення цільової аудиторії та аналіз конкурентного середовища; визначення мотивів покупок, притаманних споживачам, які можна використати для побудови бренду. Модель Brand Name Development Services (послуги з розвитку назви бренду) передбачає етапність створення бренду (ринкове позиціонування, розробка стратегії просування, створення ідеї та перевірка чистоти майбутнього бренду, лінгвістичне тестуван-

ня та тестування під час маркетингових досліджень). Ця модель описує основні етапи створення бренду та просування його на туристичний ринок.

Використання інструментів та розробка ефективних систем PR-менеджменту або бренд-менеджменту, тобто управління брендом, дає змогу підприємству сільського зеленого туризму формувати конкурентні переваги та стабільно функціонувати на ринку. Під бренд-менеджментом пропонується розуміти сукупність організаційно-управлінських функцій щодо розробки, просування, позиціонування, підтримки та збереження бренду з метою утримання та збільшення зайнятих позицій на ринку.

Просування бренду сільського зеленого туризму в Україні залежить від різних факторів [8, с. 215]. Часто туристичні підприємства або агросадиби, які відпрацювали на ринку більше п'яти років, для оновлення свого бренду та зацікавлення й залучення нових споживачів вдаються до ребрендингу (англ. rebranding) — зміни назви, оформлення і, можливо, зміни ідеології бренду. Це рішення ухвалюється власниками без жодного впливу зовні. Наприклад, вони обрали новий напрям діяльності і мають показати це у новоствореній назві. Змінюються при цьому й асоціації у клієнтів. Дуже часто ребрендинг робить підприємство більш успішним та конкурентоспроможним. Підприємства галузі можуть вдаватися і до рестайлінгу — зміни або поліпшення дизайну торгового знака та логотипу підприємства.

Таким чином, брендинг має велике значення для розвитку і збільшення присутності підприємств сільського зеленого туризму на ринку туристичних послуг та в сільській економіці. Він забезпечує підтримку запланованого обсягу продаж на певних ринках і реалізацію на ньому довгострокових планів і програм із закріпленням у свідомості клієнтів образу послуг, товарів або товарних груп. Бренд сприяє підвищенню прибутків через збільшення асортименту послуг та інформації про них; сприяє висвітленню у рекламних матеріалах культури, історії, природи країни, регіону, сільської місцевості свого походження та де він використовується. У такому розумінні він несе значне соціальне навантаження. Нарешті, досягнення успішності брендів при малих затратах на його розробку може спиратися на застосування трьох найважливіших факторів у рекламній компанії та постійній бізнесовій діяльності: історичних традицій і уявлень, на-

ціонального менталітету, розуміння сучасності й обґрунтованих прогнозів на перспективу.

Ефективна реалізація брендингу, її результативність залежить не тільки від професіоналізму і підприємницької культури рекламодавців, а й від їх можливостей працювати з інтелектуальною власністю, товарними знаками, дизайном і текстами. Сьогодні маркетологи та рекламисти називають українськими брендами не завжди ті продукти, що ними є насправді. Проте, наприклад, бренд "херсонські овочі і фрукти" не викликає сумнівів. У його якості мали змогу переконатися цілі покоління українських і міжнародних споживачів. Тому засновані на засадах використання якісних продуктів харчування, виняткових та сприятливих для відпочинку погодно-кліматичних умов з переважуючою кількістю сонячних днів (311 із 365) і теплом разом з дніпровсько-морськими атракціями підприємства сільського зеленого туризму мають великий потенціал стати справжніми брендами.

Отже, розробка брендів, а не просто назв, відбувається не один рік. Великі можливості для їх просування може дати звернення до історії, від прадавньої до новітньої [9, с. 218]. В Україні завжди була значна кількість підприємств, магазинів, закладів громадського харчування, садово-паркових мистецько-архітектурних ансамблів, добре знаних у Європі. Використання їх історії сприяло б розробці та продовженню розвитку брендів туристичних підприємств, у т.ч. на селі. Основна сукупність вітчизняних брендів потребує подальшого розвитку й фахової рекламної підтримки, у тому числі на державному рівні. Головною причиною слабого використання багатой історичної спадщини є непослідовність її трактувань, комунікацій та нестабільність соціально-економічної ситуації.

Але завжди слід пам'ятати, що маючи бренд, підприємства сфери сільського зеленого туризму отримують такі переваги або вигоди: можливість мати додаткові кошти і доходи; є більш захищеними у процесі роботи з партнерами; пріоритетним стає вибір туристичного продукту споживачем; переконливо ідентифікуються серед конкурентів; покращується робота на суміжних ринках; надається можливість інвестування у майбутнє.

Крім цього, потрібно звернути увагу на те, що з'явилися й стрімко розвиваються нові напрями туристичної діяльності: релігійний, лікувальний, подієвий і гастрономічний види туризму; шопінг-тури, серф-тури, еко-тури; поїздки вихідного дня, одноденні екскурсії та інше. Ве-

ликої популярності набрав подієвий туризм — тури на фестивалі, ярмарки, футбольні та інші ігри, змагання тощо. Такий вид туризму став популярним і в сільській місцевості (Чорноморські ігри у Скадовську, Свято кавуна (Кавун солодке диво) у Голій Пристані, Таврійська родина у Генічеську, Кронау-фест у Високопільлі (фестиваль етнічних німців, які його заснували у 1869 р.).

Тому більше потрібно працювати саме у цьому напрямі, створюючи відповідні бренди й торгові марки. Так, з усієї сукупності підприємств сільського зеленого туризму на Херсонщині брендами стали: "Зелені хутори Таврії", " Два лебеді", "Надія". Як про туристичний бренд можна говорити про мальовничий осередок сільського зеленого туризму поблизу цілющого Лемурійського озера у Присивашші, — село Григорівку Присиваської об'єднаної територіальної громади (ОТГ). Тут функціонує 26 зелених або гостинних агросадіб з брендовими продуктами та послугами.

Проте у вітчизняних учасників туристичного бізнесу на селі зовсім мало практичних навиків брендингу, бренд-менеджменту й маркетингових стратегій за відсутності належної фахової теоретичної підготовки. Здобутки інших дослідників потрібно підлаштовувати під свій бізнес, умови, специфіку країни. Тому в організації цього процесу доцільно дотримуватись певних принципів або правил.

По-перше, потрібно розмежовувати поняття бренду та реклами. Насамперед, досягати емоційного піднесення за рахунок фактичних властивостей продуктів і послуг у споживачів, а не акцентувати увагу на перевагах реклами. Бренд не може бути "слабким" або "сильним", він може донести до клієнта всю інформацію про послугу й без реклами. Зарубіжні вчені стверджують, що бренд може прекрасно існувати без реклами, але над його створенням потрібно працювати. По-друге, не потрібно акцентувати увагу тільки на назві туристичного підприємства на селі або агросадіби, оскільки брендинг є багатофакторним комплексом, в якому є і PR, і реклама, і відношення зі споживачами та конкурентами та багато інших аспектів.

В умовах глобалізації та розвитку економіки знань на ринку навіть певною мірою патріархального сільського зеленого туризму провідною тенденцією стає використання інформаційних технологій. Сільські туристичні підприємства здійснюють продажі послуг та їх просування за рахунок віртуальних технологій, соціальних мереж, мобільних додатків, мережних спільнот.

Стало звичайною практикою інтерактивне бронювання, відеоекскурсії та інші види інформаційної реклами та послуг. Отже, використання інформаційно-комунікаційних технологій є важливим напрямом розвитку підприємств та агросадіб сільського зеленого туризму.

У цьому контексті їм важливо звернути увагу на створення брендів у вигляді електронних кодів-додатків, веб-сайтів та інших програмних елементів, використовуючи можливості служб Інтернету та хмарних технологій [10, с. 204]. Доцільно створювати сучасні експертні системи, які б не тільки допомагали позиціонувати бренд у туристичному середовищі, а й проводили його експертизу.

Можна сформулювати деякі практичні рекомендації використання бренд сайтів для туристичних підприємств на селі. Насамперед, це використання простої навігації сайту за допомогою його назви, яку важливо узгодити з назвою підприємства, використовуючи ключові слова та правила релевантності. Контент сайту повинен бути якісним, картинка та відео мають бути тривимірними. Також це використання новітніх інформаційних технологій проектування та реалізації туристичних брендів; використання служб і мереж Інтернету для обміну повідомленнями між партнерами, споживачами та інвесторами.

Важливе значення має використання різних медіа засобів для запрошення нових відвідувачів сайтів. За допомогою інтерактивних можливостей можна здійснювати будівництво інтерактивних відносин, що є істотною перевагою бренд-сайтів. Наступним кроком є використання гіпертекстових посилань та гіпертекстових сторінок у позиціонуванні власного бренду; персоналізація, соціалізація та модернізація бренд-сайтів з метою задоволення персональних та емоційних потреб користувачів; використання мультимедійних засобів, програм, звукових ефектів, тривимірного простору для представлення повідомлень; використання електронної пошти для персоніфікації користувачів.

Основоположним чинником роботи у віртуальному просторі має бути безпека транзакцій з одночасним наданням можливості використання рекламної площі сайту; використання системи навігації та налаштованого пошуку інформації на сайті. Це дозволить переходити до посилань на сайти партнерів та конкурентів, інформаційні сайти й форуми, на яких висвітлена робота туристичного підприємства, його найбільш популярні туристичні продукти й послуги. Вказане допоможе підвищити ефек-

тивність інформаційної толерантності та прозорості за рахунок у т.ч. й використання інтерактивного діалогу на бренд-сайтах, що відрізняє саме їх від звичайних мас-медіа та інтернет-видань.

Робота по створенню бренду має певний алгоритм. Це такі етапи та їх послідовність:

1. Збір інформації, вивчення ринку підприємства або агросадоби сільського зеленого туризму, інтересів і смаків споживачів, їх попиту і пропозиції. Виявлення та врахування власних конкурентних переваг і ризиків, створення концепції позиціонування та назви бренду.

2. Створення економічно-математичної, статистико-економічної, балансової або програмної моделі затрати — вихід, тобто, розрахунок витрат та прибутків від використання впровадження бренду, терміну його окупності.

3. Перевірка достовірності концептуальної моделі бренду, його верифікації.

Отже, такі заходи мають бути враховані при формуванні бренду не тільки маркетологами з високим рівнем креативності та професіоналізму, але й звичайними сільськими жителями — власниками та працівниками підприємств і агросадіб сільського зеленого туризму.

## ВИСНОВКИ

Як показали дослідження, бренд продуктів, послуг та власне підприємства або агросадоби сільського зеленого туризму означає стійкість або є чинником стійкості їх функціонування, всього різноманіття туристичних послуг і продуктів, що надаються та виробляються ними. В умовах жорсткої внутрішньої- та міжгалузевої конкурентної боротьби, зменшення платоспроможного попиту населення конкурентоспроможність підприємств можна зберегти й підтримувати та розвивати за рахунок впізнаності їх бренду. Це означає, що одним із найважливіших завдань власників підприємств сільського зеленого туризму на перспективу є розробка заходів, що змогли б виділити їх бізнесову діяльність та її організацію із загальної сукупності суб'єктів господарювання, зайнятих у даній сфері у регіоні їх розміщення.

## Література:

1. Мельниченко С., Авдан О. Формування бренду туристичних підприємств. Вісник КНТЕУ. №6. 2012. С. 35—44.
2. Котляр А.Б. Бренд-менеджмент у системі стратегічного управління підприємством. URL: [http://www.rusnauka.com/33\\_DWS\\_2010/33\\_DWS\\_2010/Economics/73784.doc.htm](http://www.rusnauka.com/33_DWS_2010/33_DWS_2010/Economics/73784.doc.htm) (дата звернення: 7.05.2020).

3. Мармуль Л.О., Яровий В.Ф. Методологічні засади управління брендами підприємств і організацій у галузі туризму. Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. Серія економіка та менеджмент. Вип. 12. 2017. С. 57—63.

4. Кендюхов О.В., Ягельська К.Ю. Паблік релейшнз у корпоративному брендингу: механізм управління та методологія оцінки: монографія. Донецьк: Донецький національний технічний університет, 2010. 225 с.

5. Забуранна Л.В., Крамаренко В.Г. Формування брендингових стратегій на вітчизняному туристичному ринку. Актуальні проблеми економіки. 2012. № 2 (128). С. 68—76.

6. Ігнатенко М.М., Мармуль Л.О., Сарапіна О.А. Соціально-економічний потенціал сільських територій як основа розвитку підприємств сільського зеленого туризму на засадах інноваційності. Економіка та менеджмент культури. № 2. 2016. С. 32—38.

7. Парфіненко А.Ю. Подієвий туризм як чинник формування туристичної привабливості міста. Географія та туризм. 2015. Вип. 34. С. 144—154.

8. Романюк І.А., Мандич О.В., Нікітіна О.М. Особливості впровадження маркетингових комунікацій в туристичні послуги. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2016. Вип. 174. С. 212—218.

9. Мельниченко С.В., Авдан О.Г. Брендинг у туристичному бізнесі: теоретичні аспекти. Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи розвитку. Під ред. д.е.н., проф. Кизима М.О., к.е.н., проф. Єрмаченка В.С. Х.: ВД "ІнЖЕК", 2012. С. 211—224.

10. Масюк Ю. Формування брендів туристичних підприємств за сучасних умов. Вісник Львівського національного університету ім. І. Франка. Серія міжнародні відносини. Львів, 2008. Вип. 24. С. 201—207.

#### References:

1. Mel'nychenko, S. and Avdan, O. (2012), "Brand formation of tourist enterprises", Visnyk KNTEU, vol. 6, pp. 35—44.

2. Kotlyar, A.B. (2010), "Brand management in the system of strategic management of the enterprise", available at: [http://www.rusnauka.com/33\\_DWS\\_2010/33\\_DWS\\_2010/Economics/73784.doc.htm](http://www.rusnauka.com/33_DWS_2010/33_DWS_2010/Economics/73784.doc.htm) (Accessed 7 May 2020).

3. Marmul', L.O. and Yarovyy, V.F. (2017), "Methodological principles of brand management of enterprises and organizations in the field of tourism", Problemy innovatsiyno-investytsiynoho rozvytku. Seriya ekonomika ta menedzhment, vol. 12, pp. 57—63.

4. Kendyukhov, O.V. and Yahel's'ka, K.Yu. (2010), Pablik ryleyshnz u korporatyvnomu brendynhu: mekhanizm upravlinnya ta metodohiya otsinky [Public relations in corporate branding: management mechanism and evaluation methodology], Donets'kyi natsional'nyy tekhnichnyy universytet, Donets'k, Ukraine.

5. Zaburanna, L.V. and Kramarenko, V.H. (2012), "Formation of branding strategies in the domestic tourism market", Aktual'ni problemy ekonomiky, vol. 2 (128), pp. 68—76.

6. Ihnatenko, M.M. Marmul', L.O. and Sarapina, O.A. (2016), "Socio-economic potential of rural areas as a basis for the development of rural green tourism enterprises on the basis of innovation", Ekonomika ta menedzhment kul'tury, vol. 2, pp. 32—38.

7. Parfinenko, A.Yu. (2015), "Event tourism as a factor in shaping the tourist attractiveness of the city", Heohrafiya ta turizm, vol. 34, pp. 144—154.

8. Romaniuk, I.A. Mandych, O.V. and Nikitina, O.M. (2016), "Features of introduction of marketing communications in tourist services", Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka, vol. 174, pp. 212—218.

9. Mel'nychenko, S.V. and Avdan, O.H. (2012), "Branding in the tourism business: theoretical aspects", Turizm v umovakh hlobalizatsiyi: osoblyvosti ta perspektyvy rozvytku [Tourism in the context of globalization: features and prospects of development], VD "ІнЖЕК", Kharkiv, Ukraine.

10. Masyuk, Yu. (2008), "Formation of brands of tourist enterprises in modern conditions", Visnyk L'viv's'koho natsional'noho universytetu im. I. Franka. Seriya mizhnarodni vidnosyny, vol. 24, pp. 201—207. *Стаття надійшла до редакції 21.05.2020 р.*

[www.dy.nayka.com.ua](http://www.dy.nayka.com.ua)

Електронне фахове видання

**ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ**  
удосконалення та розвиток

**Виходить 12 разів на рік**

включено до переліку наукових фахових видань України  
з питань **ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**  
(Категорія «Б»)

Наказ Міністерства освіти і науки України  
від 28.12.2019 №1643

e-mail: [economy\\_2008@ukr.net](mailto:economy_2008@ukr.net)

тел.: (044) 223-26-28

(044) 458-10-73

УДК 336.64

**М. П. Денисенко,**

д. е. н., професор, Київський національний університет технологій та дизайну

ORCID ID: 0000-0001-8767-9762

**О. О. Петрівський,**

аспірант, Київський національний університет технологій та дизайну

ORCID ID: 0000-0002-9466-9324

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.58

## **ВПЛИВ ПЛАТІЖНОЇ СИСТЕМИ M-PESA НА ЕКОНОМІКУ КЕНІЇ**

M. Denisenko,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Kyiv National University of Technologies and Design

O. Petrivsky,

Postgraduate student, Kyiv National University of Technologies and Design

### **M-PESA PAYMENT SYSTEM IMPACT ON KENYA'S ECONOMY**

У статті проведено дослідження впливу продуктів та послуг інноваційних фінансових компаній галузі фінтех на зміну архітектури фінансового ринку та їх потенційний вплив на економіку. Інновації, які останнім часом відбуваються у фінансовому секторі, часом мають досить несподівані наслідки та вплив як на архітектуру фінансових систем, так і на економіку країн в цілому. Вони змінюють купівельні звички населення, підвищують вимоги до швидкості і якості сервісів, змінюються способи розрахунків, що безпосередньо впливає на зміну способу ведення господарської діяльності. Головними особливостями таких фінансових інновацій є вирішення фінансових потреб клієнтів там, де банки з цим не справляються, підвищення фінансової інклюзії, зменшення безпосередньої комунікації клієнтів з банками, а також перетікання значної частини трансакційних доходів від банків до компаній, які надають такого роду альтернативні фінансові послуги.

Фінансові інститути не завжди приділяють належну увагу цій галузі, і далеко не завжди, особливо, якщо ми говоримо про банківський менеджмент, сприймають її серйозно. Досить багато управлінців банківської галузі сприймають фінтех здебільшого як маргінальне явище, популярне серед вузького кола ІТ-спеціалістів. Проте, продукти фінтех-галузі запускають невідворотні процеси, які серйозно трансформують фінансовий ринок, і ті фінансові інститути, які сьогодні ігнорують цю галузь, завтра будуть змушені грати за її правилами, або покинути ринок. Власне, це досить добре відчули на собі банки Кенії і змушені були модернізувати свої бізнес-процеси, продукти і діяльність, щоб зберегти певну частку ринку. M-Pesa не є унікальним у своєму роді продуктом, не є винятком і виключенням з правил у функціонуванні фінансової системи. Це тенденція, яка набирає обертів. Як один з багатьох прикладів — система WeChat Wallet, в Китаї, яка фактично уже має власну фінансову екосистему, щоденними активними користувачами якої є близько 1 мільярда китайського населення. Ці люди не мають практично жодної взаємодії з банками. Банки не мають практично жодної інформації про цих людей і не отримують дохід від їх транзакцій, оскільки всі плоди пожинає WeChat Wallet. Банки в цьому випадку виконують лише роль шлюзів для заведення або виведення клієнтських коштів, які система WeChat зберігає на своїх рахунках у цих банках. Тому такого роду фінансові продукти одночасно потребують уваги, вивчення і аналізу, оскільки вони формують архітектуру фінансового ринку завтрашнього дня та мають дуже великий вплив на економіку в національних масштабах.

У роботі акцентовано увагу на аналізуванні впливу M-Pesa на економіку країни крізь призму змін у введенні господарської діяльності кенійців. Описано вплив фінансової інклюзії на підвищення ефективності ведення господарської діяльності та її сумарний позитивний ефект на економіку. Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані під час прийняття управлінських та інвестиційних рішень та розробці заходів з метою підвищення рівня фінансової інклюзії населення та розвитку економіки держави.

The article examines the impact of products and services of innovative financial companies in the fintech industry on changing the financial market architecture and their potential impact on the economy. Recent innovations in the financial sector sometimes have quite unexpected consequences and impacts on both financial systems architecture and the economy as a whole. They change the population's purchasing habits, increase the requirements for speed and quality of services, change the calculation methods, which directly affects the change in the way of doing business. The main features of such financial innovations are addressing the financial needs of customers where banks fail to do it, increasing financial inclusion, reducing direct communication between customers and banks, and the flow of a significant portion of transaction income from banks to companies providing such alternative financial services. The paper focuses on the analysis of M-Pesa impact on the economy through the prism of changes in the introduction of economic activity of Kenyans. The impact of financial inclusion on improving the efficiency of economic activity and its total positive effect on the economy has been described. The practical significance of the obtained results is that they can be used in making management and investment decisions and developing measures to increase the population's level of financial inclusion and the state economy development.

Financial institutions do not always pay due attention to this industry, and not always take it seriously, especially when we talk about banking management. Quite a few banking executives perceive fintech mostly as a marginal phenomenon, popular among an inner circle of IT professionals. Meanwhile, the fintech industry products are launching inevitable processes that are seriously transforming the financial market, and those financial institutions that ignore this industry today will be forced to play by its rules tomorrow, or leave the market. In fact, Kenyan banks have felt this quite well, and have been forced to modernize their business processes, products and activities to maintain a certain market share. M-Pesa is not a unique product, it is not an exception and dropping to the rules in the financial system functioning. This is a trend that is gaining momentum. One example is the WeChat Wallet system in China, which in fact has already its own financial ecosystem, with about 1 billion Chinese people daily active users. These people have almost no interaction with banks. Banks have virtually no information about these people and do not receive income from their transactions, because all the benefits are reaped by WeChat Wallet. Banks in this case perform only the role of gateways for the introduction or withdrawal of customer funds, which WeChat system stores in their accounts in these banks. Therefore, such financial products clearly need attention, study and analysis, because they form the architecture of the financial market of tomorrow and have a very large impact on the economy on a national scale.

*Ключові слова: фінансова інклюзивність, мобільні платежі, фінансовий ринок, електронні гроші, Safaricom, система грошових переказів, M-Pesa, фінансова система, система грошових переказів.*

*Key words: financial inclusion, mobile payments, financial market, electronic money, Safaricom, money transfer system, M-Pesa, financial system, money transfer system.*

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сьогодні в глобальних масштабах відбувається зміна ландшафту фінансового ринку. Постійно з'являються інноваційні розробки, які змінюють наше уявлення про платежі і розрахунки, депозити і кредити, міжнародні перекази, валютнообмін тощо. Досить багато фінансових експертів і банкірів вважають, що Україна надто далеко від цих процесів, оскільки зміни на фінансових ринках і впровадження інноваційних фінансових технологій асоціюється передусім зі США та Західною Євро-

пою та з їх продуктами типу PayPal, Revolut тощо. Експерти абсолютно переконані, що Україна як ринок, абсолютно не цікава інноваційним фінансовим компаніям з двох причин: по-перше, низька платоспроможність населення, по-друге, фінансовий ринок України в порівнянні з ринком США чи Європейським ринком мізерно малий, а отже, потенційних користувачів таких послуг буде дуже мало. В статті наводиться приклад з впровадженням одного з таких фінансових продуктів у Кенії, де в рази менша платоспроможність населення в по-

рівнянні з Україною і в рази менша кількість фінансово грамотного населення, тобто потенційних клієнтів. У статті розглянуто досвід ефективного впровадження продукту, його вплив на фінансову інклюзію населення, покращення його добробуту та збільшення ВВП країни в цілому. Приклад впровадження і функціонування М-Pesa в Кенії наочно показує, що об'єм ринку потенційних користувачів та рівень платоспроможності населення є другорядним питанням, оскільки на перше місце виходить питання закриття нагальних фінансових проблем населення. М-Pesa зуміла закрити потребу з обігом безготівкових коштів та розрахунками під час ведення господарської діяльності кенійців, маючи більше активних клієнтів серед чотирьох найбільших банків Кенії разом взятих. Досвід Кенії цікавий для України ще й тим, що Україна теж має незакриті фінансові потреби населення, тому досить ймовірно, всупереч оцінкам і прогнозам експертів, через деякий час одна з компаній галузі фінтех знайде рішення для забезпечення українців споживчими кредитами на рівні відсоткових ставок країн Європи, або забезпечення малого і середнього бізнесу кредитами за аналогічними ставками. І тоді можливо ми будемо вивчати новий український досвід, а також вплив на рівень ВВП цих інноваційних продуктів.

#### **АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ**

Серед авторів можна виділити праці Сьюзан Джонсон [9], Ольга Моравчинські [10], М.П. Денисенко [11], дослідження Світового банку [1; 2] та ін.

#### **МЕТА СТАТТІ**

Метою статті є дослідження впливу інноваційних фінансових продуктів на фінансовий ринок та економіку країни на прикладі впровадження платіжної системи М-PESA в Кенії.

#### **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ**

У світі глобалізації і прискореного економічного розвитку може здатись шокуючим той факт, що близько 1,7 мільярдів світового населення не мають банківських рахунків [1]. Мільярди людей виключені з фінансової системи, позбавлені доступу до традиційних фінансових послуг, без яких ми уже не уявляємо свого повсякденного життя. Недостатнє фінансове залучення, тобто відсутність банківських рахунків у певної частини громадян, обговорюється і в розвинених країнах. Однак

справжньою проблемою це стає в країнах що розвиваються, де депозити, кредити і грошові перекази можуть бути недоступні більшій половині населення. Не дивно, що фінансова ізоляція іде поряд з бідністю. Їх включенню у фінансову систему заважає бюрократія місцевих фінансових установ, необхідність долати великі відстані до найближчого відділення банку і супутні витрати. Особливо низьке охоплення фінансового обслуговування в сільській місцевості, де переважна більшість населення веде свою господарську діяльність виключно готівкою. До недавнього часу це означало фінансову ізоляцію приблизно чверті населення планети, однак, полегшення доступу до мобільних телефонів кардинально змінює стан справ.

На початку 2000-х у країнах Африки і Латинської Америки й без того висока вартість транзакцій була ще більш затратною через стабільно високу інфляцію. Водночас почалось широке розповсюдження мобільних телефонів, вони почали з'являтися і в самих бідних категоріях населення. В умовах бідності і нерозвинутої інфраструктури примітивні види розрахунків все ще були популярні, але почали приймати дещо іншу форму. Так, у Кенії передплачені мобільні хвилини стали товаром, "квазі-грошима". Люди обмінювали їх на продукти та послуги.

Safaricom, найбільший кенійський мобільний оператор, побачив у цій ситуації для себе можливість. Дійсно, кейс Safaricom у Кенії дуже цікавий і багато в чому унікальний — він дав можливість познайомити населення з найпростішими, проте раніше недоступними фінансовими послугами в обхід традиційної практики. Платіжна система М-Pesa дала можливість отримати фінансові послуги практично по всій території країни, раніше такою привілеєм користувались переважно жителі великих міст, бо лише там є банківські відділення. Чому банківські відділення не знаходяться в легкодоступній зоні для більшості кенійців? Тому що відділення відкриваються в економічно виправданій локації, зокрема в місцях компактного проживання великої численності людей. Відповідно, відкривати відділення в поселенні скажімо на сотню чоловік, з відстанню в кілька десятків кілометрів до найближчого населеного пункту економічно не виправдано. Проте люди, що проживають у такого роду поселеннях, мають також потреби у фінансових послугах.

М-Pesa — система грошових переказів, яка належить компанії Safaricom, найбільшому



оператору стільникового зв'язку в Кенії. М-Pesa дозволяє користувачам обмінювати готівку на електронні гроші на мобільному рахунку своїх телефонів, надсилати їх іншим користувачам та обмінювати їх назад у готівку. Протягом тільки перших восьми місяців з моменту створення М-Pesa, в березні 2007 року, клієнтами системи уже стало понад 1,1 млн кенійців та було переслано через систему 87 мільйонів доларів, у 2009 році сума переказів склала 3,7 мільярдів доларів США, що на той час еквівалентно десяти відсоткам ВВП Кенії [2]. Крім того кількість агентів в центрі сервісу М-Pesa, теж росла шаленими темпами: якщо в середині 2007 року їх кількість складала близько 450, то до квітня 2010 року уже становила понад 18 тисяч локацій. Для порівняння у Кенії в той час було лише 491 відділення банку, 500 відділень поштового зв'язку та 352 банкомати.

Основні операції, які можуть здійснювати користувачі М-Pesa:

**Send Money** — Дозволяє миттєво переказувати кошти з одного рахунку на інший. До появи М-Pesa, кенійці в основному переказували кошти рейсовими автобусами, оскільки банківське і поштове покриття недостатньо розгалужені. Це був найдешевший, проте не самий безпечний спосіб передачі коштів.

**Withdraw Cash** — будь-який з 150 тисяч агентів Safaricom видасть вам готівку, якщо ви захочете зняти її зі свого рахунку. Процес займає 1—2 хвилини, а агенти знаходяться практично скрізь.

**Buy Airtime** — дає можливість купувати голосовий або інтернет-трафік для себе або для іншого абонента Safaricom.

**Loans and Savings** — система мікрокредитування та заощаджень. Кредит видається миттєво. Його сума визначається рухом коштів по мобільному рахунку. Чим більший рух коштів по рахунку, тим більшу суму можливо отримати в кредит.

**Lipa na M-Pesa** — система оплати, завдяки якій можна розрахуватись у будь-якому магазині, кіоску, ресторані, заправці тощо.

Як бачимо, функціонал М-Pesa повністю покриває базові потреби у фінансових операціях пересічного населення — можливість розрахунків, грошових переказів, мікрокредитів та зберігання коштів. Такий спектр послуг достатній для того, щоб пересічний громадянин не звертався до банку взагалі.

Компанія Safaricom, оператор М-Pesa, стала флагманом кенійської економіки. Багато хто з економістів, які бачили, як М-Pesa розвивалась в Кенії, і який вона дала ефект на еконо-

міку, оптимістично прогнозували, що такі системи чарівний інструмент, який подолає бідність. Однак в інших країнах він не всюди так ефективно спрацював, як у Кенії. Успіх впровадження такого роду альтернативних фінансових систем, багато в чому залежить від правильного виявлення пробілів у фінансовому обслуговуванні потенційних клієнтів, адаптації під місцевий ринок, а також вибору правильної стратегії просування продукту.

Сьогодні, коли М-Pesa стала універсальним платіжним засобом, який використовує практично все доросле населення Кенії, здається, що не так уже й важко було привчити кенійців до цього сервісу. Проте справа далеко не така легка як здається на перший погляд — привчити до віртуальних грошей людей, котрі взагалі не знали нічого іншого крім паперових грошей і металевих монет. Звичайно, в Кенії на той час існували платіжні картки, проте ними користувались менше 10% населення, переважно освічені і заможні жителі великих міст. За таких умов успіх нового сервісу був далеко не однозначним. Під час запуску будь-якого продукту чи сервісу важливо визначитись з цільовою аудиторією. Потрібно вибрати найбільш перспективні сегменти споживачів і уже на них зфокусувати свої зусилля. Це класика маркетингу. Однак, як показала практика, у випадку мобільних грошей, у цього правила бувають винятки.

Коли Safaricom запускала М-Pesa, була дуже велика спокуса сконцентрувати свої зусилля на сегменті так званих мікропідприємців, тих, які надто дрібні, щоб їх бізнес був цікавий традиційним банкам. Цей сегмент був надзвичайно привабливий для Safaricom. По-перше, тому що у них є гроші, по-друге, є потреба ці гроші постійно відправляти чи отримувати в процесі ведення бізнесу, і, по-третє, у них, як правило, немає банківських рахунків. Крім того, цей сегмент населення відносно освічений і відкритий до нового.

Проте Safaricom пішла проти такої логіки. Замість залучати дрібних підприємців, було прийняте рішення просувати М-Pesa одразу у всіх верствах населення і у всіх регіонах країни. 70% населення Кенії досі проживають у сільській місцевості і заробляють не більше 100 доларів на місяць, генеруючи при цьому всього лише 13% прибутку Safaricom. Так в чому ж був сенс просувати новий сервіс серед бідних селян? Суть полягає в тому, що в Кенії, як в принципі на всьому Африканському континенті загалом, основний потік грошових переказів здійснюється між містом і селом. Дрібні

підприємці — це переважно вихідці з сіл, так звані "заробітчани" або сезонні робітники, які заробляють кошти в містах і надсилають своїм членам сім'ї та родичам в села. Саме тому для того щоб змінити звички підприємців у відправці коштів, потрібно змінювати і звички отримувачів, більш консервативного сільського населення. Це логіка розвитку соціальної мережі. Є більш активні учасники, є більш пасивні. Але для того щоб соціальна мережа зростала і розвивалась, щоб набрала критичну масу користувачів, потрібно залучати і тих і інших. Розробники М-Pesa спеціально розробили інтерфейс з мінімальною кількістю слів, щоб навіть малограмотні користувачі могли в ньому розібратись. В Африці, особливо в сільській місцевості, доволі багато людей, які або взагалі не вміють читати, або знають тільки певні ключові слова. Це запобігло ситуаціям, коли малограмотні селяни не змогли самостійно розібратись з сервісом, і таким чином не створювало зайвих перешкод у прийнятті сервісу. Критичним моментом інтерфейсу виявилось підтвердження транзакції. Для користувачів, які все життя звикли мати справу з готівкою, дуже важливим був доказ того, що їх кошти не зникнуть і не загубляться — потрібне просте і миттєве підтвердження, яке можна використовувати як доказ оплати. Протягом 30 секунд після здійснення операції, користувач отримує sms з інформацією про те, скільки, кому і коли було відправлено коштів. Кожна транзакція має індивідуальний номер, тож за необхідності її можна легко відслідкувати. Крім того, дуже багато зусиль і коштів було вкладено в національну рекламну кампанію, метою якої було пояснити, як працює М-Pesa. На кожному торгову точку, не важливо що це — маленька кав'ярня, СТО чи магазинчик, вивішували офіційний список тарифів, щоб люди точно знали скільки вони мають заплатити за переказ певної суми коштів. Однак самим дієвим способом виявилось просто збільшення числа агентів, якими дуже часто ставали продавці даних торгових точок.

Доволі вдалим рішенням стало також позиціонування М-Pesa як "безпечний спосіб зберегти свої кошти". Досить велика кількість міського населення Кенії проживає в трущобах, де ситуація з безпекою та криміногенною обстановкою досить складна. Зберегти готівку досить складно, її з великою вірогідністю можуть вкрасти. А якщо покласти готівку на мобільний рахунок, то вкрасти її буде більш проблематично, тому використання М-Pesa в якості "мобільного гаманця" отримало широке розповсюдження.

Створення М-Pesa у 2007 році різко змінило ринок переказів коштів у Кенії. Менш ніж за два роки від моменту створення, М-Pesa стала провідною системою переказів на території країни. Поява М-Pesa, як домінуючої системи переказів коштів, практично виключила використання поштових переказів, автобусних компаній як способу передачі готівки, а також банків та Western Union з MoneyGram. Згідно з дозволами Центрального банку Кенії ліміт транзакцій в М-Pesa складає максимум 35 тисяч кенійських шилінгів, що трохи більше 300 доларів США, тоді, як ліміти транзакцій Western Union та MoneyGram перевищують 500 тисяч кенійських шилінгів, тобто більше 4500 доларів. Тому Western Union та MoneyGram різко знизили свої тарифи на суми переказів до 35 тисяч кенійських шилінгів, в той час, як тарифи на переказ коштів, що більше цієї суми практично не змінилися. Але ця стратегія не є надто успішною. Дрібні перекази, яких основна маса, ідуть через М-Pesa. Через Western Union та MoneyGram здійснюється перекази на великі суми, їх не так вже й багато.

До появи М-Pesa в Кенії відносно активно розвивались Visa і Mastercard. Тепер їх ріст значно уповільнився, фактично відбувається зростання карт тільки в преміальному сегменті. Більшість населення користується мобільними грошима і не бачить для себе необхідності в банківських картах. Кенійські банки фактично проспали появу мобільних грошей.

Звичайно, старих гравців на фінансовому ринку Кенії така ситуація не влаштовувала, крім спроб демпінгу Western Union та MoneyGram, банки взагалі лобювали закриття М-Pesa. Як писала газета "Nairobi Star", у грудні 2008 року [3], успіх М-Pesa представляє реальну загрозу "великій четвірці" банків Кенії, які в сумі мають 3 млн рахунків, у той час як М-Pesa має більше ніж 15 млн клієнтів. Тобто охоплення клієнтів у М-Pesa приблизно в 5 разів більше ніж у чотирьох найбільших банків Кенії разом узятих. Успіх М-Pesa передусім полягає в тому, що вона змогла проникнути і задовольнити потреби там, де цього не змогли зробити традиційні банки. Системи на зразок М-Pesa, які знаходяться в онлайн, не потребують особливих умов, на відміну від традиційних відділень і можуть бути доступними для клієнта будь-де і будь-коли, що особливо важливо для здійснення фінансових операцій в кенійських домогосподарствах. Як справедливо відмітила "The Economist", кенійський М-Pesa, ймовірно сама дивовижна історія успіху мобільного банкінгу в країні, що розвивається [4].

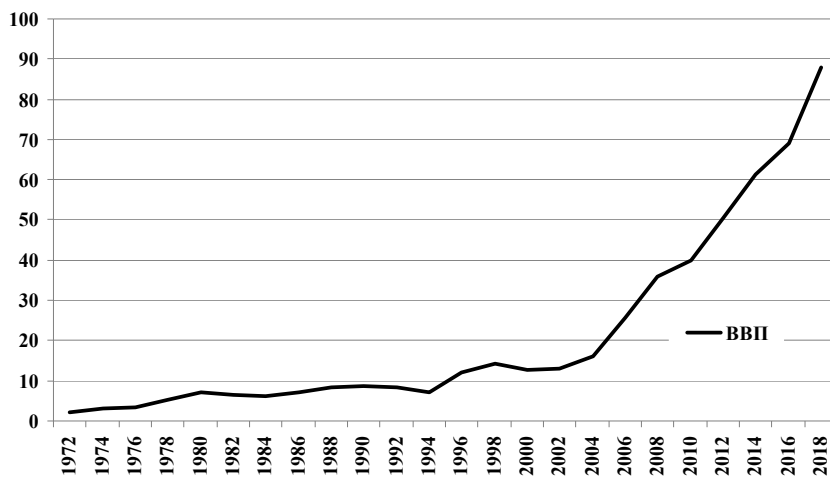


Рис. 1. Динаміка зростання ВВП Кенії, млрд \$

Джерело [2].

М-Pesa продовжувала рости по експоненті і стрімко завойовувати позиції на фінансовому ринку, потісняючи своїх конкурентів. У підсумку гравці фінансового ринку прийняли єдине правильне для себе рішення — почати співпрацювати з М-Pesa. Наприклад, Western Union стає партнером М-Pesa по міжнародним грошовим переказам. Відповідно, у мігрантів з'явилась можливість відправляти з-закордону своїм близьким кошти через Western Union, які зараховувались одразу на рахунки М-Pesa отримувачів. Мережа банкоматів PesaPoint дозволяє користувачам М-Pesa знімати готівку в будь-якому з них.

Поява М-Pesa підвищила ефективність банківської системи Кенії, оскільки змусила банки модернізувати свої продукти, стати більш доступними для населення як у ціновому, так і в технічному плані.

М-Pesa фактично виступає заміною банків там, де є потреба у фінансових послугах, але куди банки не поспішали заходити. Все ще достатньо низький рівень проникнення фінансових послуг, створює великий потенціал для подальшого розвитку М-Pesa, а також інших альтернативних платіжних систем, які можуть з'явитись на цьому ринку.

М-Pesa далеко не єдина платіжна система, яка відбирає доходи від платежів у традиційних банків. Чим більше відбувається проникнення інтернету, мобільних технологій та розвиток он-лайн торгівлі, тим більше з'являється такого роду альтернативні платіжні системи традиційного банкінгу.

Крім того, попри те, що всі, такого роду альтернативні платіжні системи, активно відбирають дохід у банків, практично жодна з них тим не обходиться без банків. Хоча банкам це не

сильно допомагає. Банки переважно грають роль своєрідних шлюзів для введення готівки в систему, або її виведення, а також роль хранителя коштів.

Стара банківська модель з дорогими філіями і обширною інфраструктурою не життєздатна в районах з бідним населенням, але варіант мобільного банкінгу може стати досить прибутковим сегментом.

Банківське обслуговування малозабезпечених верств населення стає економічно доцільним і вигідним не через мережу відділень і банкоматів а через мобільні телефони. З огляду на те, що відбувається підвищений попит на банківські послуги з боку малозабезпечених верств населення, і з огляду на те, що вони можуть бути платоспроможними клієнтами, варто працювати у напрямку заповнення пробілів банківської системи альтернативними фінансовими технологіями, продуктами і послугами.

Як конкретно система М-Pesa вплинула на звичайних жителів? М-Pesa перевернула уявлення про традиційну торгівлю місцевих жителів. Раніше розрахунки в торгівлі відбувались тільки готівкою. Приміром, у регіонах, де основний заробіток це рибний промисел, щоб продати добуту чоловіками рибу, жінки змушені були діставатись до ринку найближчого міста, витрачаючи на дорогу кошти і час, маючи змогу взяти з собою на ринок одну, максимум дві корзини з рибою. Тепер товар на ринок відправляють автобусом, а плату за нього отримують на мобільний гаманець, при цьому маючи змогу відправити не одну-дві корзини риби, а стільки скільки є в наявності, адже вони тепер не змушені самотужки доставляти її на ринок.

Поєднання зростання відсотку проникнення мобільних телефонів серед кенійського населення та поява інструменту, який дає можливість миттєво, надійно і недорого переказувати кошти, призводить до змін в організації господарської діяльності та сімейних відносинах. Ще якесь десятиліття до того, члени родини в різних районах Кенії мали дуже обмежені можливості спілкування, і зі ще більшими труднощами вони зіштовхувались при відправці або отриманні грошових переказів. З появою М-Pesa ситуація змінилась. М-Pesa використовується кенійцями не тільки, як інструмент переказу коштів, а як і інструмент збереження та заощаджень, як альтернатива банківським поточним та депозитним рахункам. Можливість миттєво і дешево здійснювати розрахунки завдяки М-Pesa, сприяє збільшенню грошового обороту між громадами та фізичними особами, і відповідно впливає на зростання і розвиток малого бізнесу.

Крім впливу безпосередньо на економічну діяльність шляхом доступу до коштів, М-Pesa впливає на рівень заощаджень у країні. Згідно з дослідженнями інституту SIT, тепер у сімей з'явилися певні заощадження, і тепер вони можуть дозволити собі робити довгострокові інвестиції для того щоб побудувати собі будинок, або відправити дітей в кращу школу.

Збільшення зайнятості сільського населення також відбулось завдяки М-Pesa - збільшуються потоки ресурсів, які спрямовуються на землеробство і створюють підвищення попиту на робочу силу та збільшення рівня зайнятості. Вплив М-Pesa на розвиток економіки Кенії найбільш красномовно показує динаміка росту ВВП Кенії на рисунку 1.

У 2006 році, за рік до появи М-Pesa, ВВП країни складав 25,83 млрд доларів США, а станом на 2018 рік ВВП уже складав 87,91 млрд доларів США [2]. Такою динамікою росту ВВП за даний період можуть похвалитись лише кілька країн Африканського континенту. Звичайно такий ріст ВВП відбувся не тільки завдяки М-Pesa, для цього було декілька факторів, проте М-Pesa була одним з локомотивів.

Окремо слід зауважити на тому, що надання можливості бідному сільському населенню подолати бідність, також служить стримуючим фактором відтоку сільського населення в міста, які вже страждають від перенаселення [5]. Фінансова інклюзія дозволяє бідним сільським місцевостям ефективніше вести господарство і відповідно знизити рівень бідності цих районів.

Фінансова інклюзія в Кенії сприяє досягненню декількох цілей ООН щодо сталого розвитку [6]:

- зменшення голоду і рівня бідності
- покращення балансу сільського і міського населення
- покращення гендерної рівності.

Тому не дивно, що сприяння фінансовій інклюзії в країнах, що розвиваються, все більше привертає увагу науковців. За даними індикаторів розвитку від Світового банку [7], у 2015 році 36,1% населення Кенії було бідним. За оцінками ООН, організації з питань продовольства та сільського господарства (FAO), 80% населення отримують засоби для існування переважно від ведення сільськогосподарської діяльності [8].

Така висока залежність від сільського господарства часто стає фактором фінансової нестабільності серед сільського населення, це означає, що екстрені грошові перекази від родичів, які живуть у місті, мають дуже важливе значення.

## ВИСНОВКИ

Успіх М-Pesa в Кенії є дуже показовим, проте не єдиним прикладом компаній у галузі фінтех, чия поява вплинула на архітектуру локального фінансового ринку, змінила спосіб ведення розрахунків та здійснила вплив на економіку країни. Крім того, ми бачимо, як фінансова інклюзія здатна вплинути на підвищення добробуту найбільш вразливих верств населення. Окреме явище — це поступове перетікання транзакційних доходів від банків до компаній галузі фінтех. Кейс М-Pesa показує нам потенційні варіанти розвитку фінансової системи, і головне, як такого роду фінансові компанії, через підвищення рівня фінансової інклюзії, можуть бути використані в арсеналі боротьби з бідністю в світі.

## Література:

1. <https://globalindex.worldbank.org/>
2. Дані Всесвітнього банку, ресурс Public Data: URL: [https://www.google.com/publicdata/explore?ds=d5bncppjof8f9\\_&met\\_y=ny\\_gdp\\_mkt\\_p\\_cd&idim=country:KEN:UGA:T-ZA&hl=uk&dl=uk#!ctype=l&strail=false&bcs=d&nselm=h&met\\_y=ny\\_gdp\\_mkt\\_p\\_cd&scale\\_y=lin&ind\\_y=false&rdim=world&idim=country:KEN&ifdim=world&hl=uk&dl=uk&ind=false](https://www.google.com/publicdata/explore?ds=d5bncppjof8f9_&met_y=ny_gdp_mkt_p_cd&idim=country:KEN:UGA:T-ZA&hl=uk&dl=uk#!ctype=l&strail=false&bcs=d&nselm=h&met_y=ny_gdp_mkt_p_cd&scale_y=lin&ind_y=false&rdim=world&idim=country:KEN&ifdim=world&hl=uk&dl=uk&ind=false)
3. Big Banks in Plot to Kill M-Pesa // Nairobi Star. 2008. 23 December.
4. The Economist. 2009. 26 September.

5. Gulyani, S.; Talukdar, D.; Bassett, E.M. A Sharing Economy? Unpacking Demand and Living Conditions in the Urban Housing Market in Kenya. *World Dev.* 2018, 109, 57—72.

6. United Nations. Sustainable Development Goals. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300>

7. World Bank. World Development Indicators. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.NAHC?locations=KE>

8. Food and Agriculture Organization (FAO). Kenya at a Glance. <http://www.fao.org/kenya/fao-in-kenya/kenya-at-a-glance/en/>

9. 'Upliftment', friends and finance: everyday exchange repertoires and mobile money transfer in Kenya — Susan Johnson. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-modern-african-studies/article/upliftment-friends-and-finance-everyday-exchange-repertoires-and-mobile-money-transfer-in-kenya/F84CFBC1BAF94EEE8498E33F2F1EB671>

10. Exploring the usage and impact of "transformational" mobile financial services: the case of M-PESA in Kenya — Olga Morawczynski. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17531050903273768>

11. Стан та тенденції розвитку сучасного підприємства: монографія / За ред. Д.Е.Н. Проф. М.П. Денисенко. — К.: ТОВ "ДСК-центр", 2019. — 464 с.

#### References:

1. World Bank (2017), "The Global Findex database", available at: <https://globalfindex.worldbank.org/> (Accessed 10 May 2020).

2. Public Data (2020), available at: [https://www.google.com/publicdata/explore?ds=d5bncppjof8f9\\_&met\\_y=ny\\_gdp\\_mkt\\_p\\_cd&idim=country:KEN:UGA:TZA&hl=uk&dl=uk#!ctype=l&strail=false&bcs=d&nselm=h&met\\_y=ny\\_gdp\\_mkt\\_p\\_cd&scale\\_y=lin&ind\\_y=false&rdim=world&idim=country:KEN&ifdim=world&hl=uk&dl=uk&ind=false](https://www.google.com/publicdata/explore?ds=d5bncppjof8f9_&met_y=ny_gdp_mkt_p_cd&idim=country:KEN:UGA:TZA&hl=uk&dl=uk#!ctype=l&strail=false&bcs=d&nselm=h&met_y=ny_gdp_mkt_p_cd&scale_y=lin&ind_y=false&rdim=world&idim=country:KEN&ifdim=world&hl=uk&dl=uk&ind=false) (Accessed 10 May 2020).

3. Mbugua, J. (2008), "Big Banks in Plot to Kill M-Pesa", *Nairobi Star*, vol. 23.12.

4. The Economist (2009), available at: <https://www.economist.com/printedition/2009-09-26> (Accessed 10 May 2020).

5. Gulyani, S. Talukdar, D. and Bassett, E.M. (2018), "A Sharing Economy? Unpacking Demand and Living Conditions", *Urban Housing Market in Kenya. World Dev.*, vol. 109, pp. 57—72.

6. United Nations. (2020), "Sustainable Development Goals", available at: <https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300> (Accessed 10 May 2020).

7. World Bank, "World Development Indicators", available at: <https://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.NAHC?locations=KE> (Accessed 10 May 2020).

8. Food and Agriculture Organization (FAO) (2020), "Kenya at a Glance", available at: <http://www.fao.org/kenya/fao-in-kenya/kenya-at-a-glance/en/> (Accessed 10 May 2020).

9. Johnson, S. (2018), "Upliftment', friends and finance: everyday exchange repertoires and mobile money transfer in Kenya", available at: <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-modern-african-studies/article/upliftment-friends-and-finance-everyday-exchange-repertoires-and-mobile-money-transfer-in-kenya/F84CFBC1BAF94EEE8498E33F2F1EB671> (Accessed 10 May 2020).

10. Morawczynski, O. (2009), "Exploring the usage and impact of "transformational" mobile financial services: the case of M-PESA in Kenya", available at: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17531050903273768> (Accessed 10 May 2020).

11. Denysenko, M.P. (2019), *Stan ta tendentsii rozvytku suchasnoho pidpriemstva* [The state and trends of modern enterprise], TOV "DSK-tsentr", Kyiv, Ukraine.

*Стаття надійшла до редакції 27.05.2020 р.*

[www.economy.nayka.com.ua](http://www.economy.nayka.com.ua)

Електронне фахове видання

Ефективна  
ЕКОНОМІКА

**Виходить 12 разів на рік**

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б») Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292

e-mail: [economy\\_2008@ukr.net](mailto:economy_2008@ukr.net)

тел.: (044) 223-26-28

(044) 458-10-73

УДК 528.71:631.115

**О. М. Николук,**

д. е. н., доцент, заступник керівника навчально-наукового  
центру інформаційних технологій, Поліський національний університет  
ORCID ID: 0000-0002-1705-3606

**В. В. Гуреля,**

к. с.-г. н., виконуючий обов'язки завідувача кафедри геодезії  
та землеустрою, Поліський національний університет  
ORCID ID: 0000-0001-8283-0152

**П. П. Топольницький,**

к. т. н., доцент, доцент кафедри комп'ютерних технологій  
і моделювання систем, Поліський національний університет  
ORCID ID: 0000-0001-7460-1130

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.66

## **ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ АЕРОФОТОЗЙОМКИ МАЛИМИ ТА СЕРЕДНІМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

O. Nykolyuk,

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, deputy head  
of the Center of Information Technologies, Polissia National University

V. Hurelia,

PhD in Agricultural Sciences, acting head of the Department  
of Geodesy and Land Survey, Polissia National University

P. Topolnitsky,

PhD in Technical Sciences, Associate Professor, associate professor of Computer  
Technologies and Modelling Systems Department, Polissia National University

### **ASSESSMENT OF EFFICIENCY OF USING AERIAL PHOTOGRAPHY TECHNOLOGIES BY SMALL AND MEDIUM-SIZED AGRICULTURAL ENTERPRISES**

У статті визначено напрями використання технологій аерофотозйомки сільськогосподарськими підприємствами та проблеми, які можливо ідентифікувати з їх допомогою. Розроблено методичний підхід до оцінювання ефективності придбання та використання безпілотних літальних апаратів (БПЛА) у виробничому процесі сільськогосподарських виробників. На основі результатів аерофотозйомки полів досліджуваного підприємства ідентифіковано проблеми, які зумовили зниження рівня урожайності кукурудзи, та визначено втрати урожаю сільськогосподарської культури. Обґрунтовано економічну ефективність використання БПЛА шляхом визначення втраченого доходу малих і середніх виробників сільськогосподарської продукції. Доведено економічну ефективність спільного придбання та експлуатації БПЛА суб'єктами малого та середнього агробізнесу. Визначено напрями та ключові правила взаємодії сільськогосподарських виробників щодо розподілу витрат, спільного використання БПЛА та обробки аерофотознімків.

The study advances the hypothesis that the use of the full range of opportunities provided by aerial photography will make it possible to increase the efficiency of growing crop products and reduce production risks of small and medium-sized agricultural enterprises. The purpose of the study is to test the hypothesis that it is cost effective for agricultural enterprises of various size and capacity to implement the technology of aerial photographic survey. The ways to use aerial photography by agricultural enterprises are specified, as well as problems that can be identified with its help. The

methodological approach to assessing the efficiency of purchasing and use of unmanned aerial vehicles (UAVs) in the production process of agricultural producers is developed. The analysis of the efficiency of field monitoring with the help of unmanned aerial vehicles is based on the potential yield loss caused by the inability of the enterprise to detect and eliminate threats in a timely manner; amount of lost profit; the relative share of lost profit in the actual revenue. The authors develop the methodology of calculating the agricultural producer losses in physical and in monetary terms, as well as the potential economic effect in case of timely identification of risks and their elimination.

Following the aerial photographic survey of the enterprise under investigation, the problems that caused the reduction in the corn yield were identified, and the crop loss was estimated. Economic efficiency of using UAVs is substantiated by means of estimating the profit lost by small and medium-sized agricultural producers. The collaborative procurement and use of UAVs by small and medium-sized agribusiness entities is proved effective. In particular, it has been established that collaboration of small agricultural producers will make it possible to reduce costs by 3-10 times compared to individual procurement and use of a quadcopter. It is cost effective for medium-sized agricultural producers to share wing unmanned aerial vehicles. Directions and basic rules of cooperation between agricultural producers in terms of cost sharing, shared use of UAVs and processing of aerial photos are specified.

*Ключові слова: безпілотний літальний апарат, безпілотна аерофотозйомка, аерофото-знімок, сільськогосподарське підприємство, урожай, інтеграція, кооперація.*

*Key words: unmanned aerial vehicle, aerial photographic survey, aerial photo, agricultural enterprise, yield, integration, cooperation.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Ключовим питанням забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних виробників є створення цінових переваг, що можливо лише за умови невисокої відносно конкурентів собівартості сільськогосподарської продукції. Низька собівартість без погіршення якості продукції, а також збільшення рівня урожайності сільськогосподарських культур забезпечуються за допомогою використання продуктивної техніки та сучасних технологій виробництва, у т. ч. засобів аерофотозйомки. Саме впровадження технологій моніторингу виробничих процесів за допомогою аерофотозйомки дозволяє фермерам ідентифікувати проблемні місця на полях, про які вони навіть не здогадуються і які інколи неможливо виявити під час виїздів агронома на поле. У переважній більшості аерофотозйомка полів здійснюється за допомогою безпілотних літальних апаратів (БПЛА), які здебільшого використовують великі сільськогосподарські товаровиробники, що обробляють значні площі ріллі. Натомість, малі сільськогосподарські підприємства зазвичай не застосовують БПЛА у господарському процесі. До основних причин низького рівня освоєння відповідних технологій сільськогосподарськими підприємствами включають дефіцит інвестиційних ресурсів та неефективність їх використання на малих площах ріллі та недостатній рівень обізнаності керівництва підприємств у доцільності використання БПЛА.

У цьому дослідженні висунуто гіпотезу про те, що використання повного спектру можливостей аерофотозйомки дасть змогу підвищи-

ти ефективність вирощування продукції рослинництва та знизити виробничі ризики малих і середніх сільськогосподарських підприємств.

### АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

З одного боку, використання безпілотних літальних апаратів для моніторингу посівів не є новим питанням для сільського господарства. Зокрема в оглядових наукових працях, присвячених напрямкам використання БПЛА, сільське господарство фігурує як одна із пріоритетних сфер їх застосування [5]. Використання безпілотної авіації визначається одним із напрямів інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств [4, с. 56—58]. Питання особливостей та перспектив застосування безпілотної авіації в сільському господарстві досліджують А. Ачасов та А. Ачасова [2; 3] В. Гречмак та О. Кабак [6], Г. Юм та Д. Мединський [1; 8], М. Солоха [7] та ін. Вивчення питання ефективності застосування БПЛА у землеробстві здійснюється зарубіжними науковцями [9].

Водночас наукові дослідження щодо потенційного економічного ефекту від використання БПЛА у виробничому процесі сільськогосподарських підприємств, що різняться розмірами, галузевою спеціалізацією, організаційною структурою тощо, наразі практично не проводяться. Не досліджено і питання альтернативних механізмів та інструментів впровадження можливостей безпілотної авіації товаровиробниками, які виходять за рамки типових користувачів БПЛА — крупномасштабних підприємств та учасників вертикально інтегрованих аграрних бізнес-структур холдингового типу.



Основною перешкодою впровадженню технологій аерофотозйомки та придбання і активному використанню БПЛА сільськогосподарськими підприємствами зазвичай є фінансовий чинник. Для перевірки цього твердження необхідно обчислити та проаналізувати потенційні ефекти від організації моніторингу полів на базі аерофотозйомки. Крім того, важливо визначити та економічно обґрунтувати шляхи здешевлення вартості придбання, експлуатації БПЛА та подальшої обробки аерофотознімків. Отже, метою дослідження є перевірка гіпотези про економічну ефективність впровадження технологій аерофотозйомки сільськогосподарськими підприємствами різних розмірів.

Перевірка цієї гіпотези передбачає виконання таких завдань:

1) виявлення лімітуючих чинників, що обумовлюють продуктивність поля. Лімітуючі чинники — це потенційні загрози зниження урожайності сільськогосподарських культур, існування яких на конкретному полі перевіряється за допомогою БПЛА. Знаючи всі загрози, можна ідентифікувати ймовірні причини їх виникнення;

2) формування кошторису витрат на впровадження технології моніторингу полів на основі БПЛА. До витрат слід включити витрати на придбання технічних засобів, програмне забезпечення, необхідних для збору та обробки даних моніторингу полів, навчання та утримання персоналу, логістичні витрати;

3) обчислення потенційних вигід від використання БПЛА, які визначено як додаткові доходи, що могли б отримати реальні сільськогосподарські підприємства у випадку аеромоніторингу полів;

4) перевірка можливостей використання БПЛА на прикладі моніторингу поля реального сільськогосподарського підприємства. Для цього необхідно визначити і порівняти витрати підприємства на збір та обробку інформації за допомогою аерофотозйомки та економічний ефект від аеромоніторингу поля;

5) економічне обґрунтування напрямів здешевлення впровадження технології аерофотозйомки у виробничий процес малих сільськогосподарських підприємств.

Дослідження проведено на базі сільськогосподарських підприємств Житомирської області.

### РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Загалом аерофотозйомка полів може проводитись у трьох напрямках:

1) моніторинг стану сільськогосподарських посівів. Зокрема моніторинг полів за допомогою БПЛА дозволяє оперативно визначати стан рослини, швидко ідентифікувати наявність проблемних місць на полі та своєчасно прийняти необхідні управлінські рішення. Інформація про виявленні ділянки поля, що потребують особливого технологічного підходу, є підґрунтям для раціонального розподілу ресурсів підприємства;

2) контроль якості виконання агротехнічних операцій. Використання БПЛА дозволяє оцінити якість виконання основних агротехнічних операцій. Така оцінка може бути приводом до перегляду кваліфікації працівників, справності сільськогосподарської техніки, або ж організації, що виконують агротехнічні операції на договірній основі;

3) збір інформації про лімітуючі чинники, що впливають на продуктивність посівів. До таких чинників можуть належати вміст поживних речовин у ґрунті, кліматичні умови, ґрунтовідміни, рельєф місцевості тощо. Результати аерофотозйомки за допомогою БПЛА дають також можливість уточнення меж поля з подальшим визначенням фактичної площі угідь.

Прийняття рішення про доцільність моніторингу полів за допомогою БПЛА має відповідати принципу економічності. Зокрема, економічний ефект сільськогосподарського підприємства від використання інформації, отриманої у процесі аерофотозйомки, має бути вищим за витрати, по-перше, на придбання й експлуатацію БПЛА та, по-друге, на збір, зберігання й обробку отриманої графічної інформації, навчання та утримання персоналу.

Під час моніторингу полів із застосуванням БПЛА можливо виявити практично всі ймовірні проблеми та загрози, які можуть негативно вплинути на рівень урожайності сільськогосподарських культур (табл. 1). Важливо, що переважну більшість загроз можна ідентифікувати на початковому етапі та своєчасно на них відреагувати. Це дає можливість суттєво скоротити або навіть усунути ймовірні втрати урожаю. Виходячи з наведеного, можна припустити, що рівні урожайності не мають сильно варіювати у підприємствах, які, по-перше, використовують технології оперативного моніторингу посівів за допомогою БПЛА та, по-друге, характеризуються приблизно однаковими природно-кліматичними і ґрунтовими умовами. Іншими словами, якби всі підприємства з подібним типом ґрунтів та однієї агрокліматичної зони своєчасно виявляли перелічені у таблиці 1 загрози й адекватно на них

реагували, то їх рівні урожайності сільськогосподарських культур визначалися б переважно однаковими зовнішніми умовами і тому не сильно різнилися.

У Житомирській області, на базі якої проведено це дослідження, однорідними природно-кліматичними умовами та низькою варіацією родючості ґрунтів характеризуються Коростенський та Малинський райони (відносно несприятливі для вирощування сільськогосподарських культур), а також Чуднівський і Ружинський райони (сприятливі умови та родючі ґрунти). Саме на базі даних про діяльність сільськогосподарських підприємств цих регіонів проведено аналіз доцільності моніторингу полів за допомогою БПЛА. Вигоду від використання БПЛА у вирощуванні сільськогосподарських культур можна визначити, виходячи з доходу від реалізації додаткового урожаю. Додатковий урожай — це урожай, який можна було б отримати у разі своєчасного виявлення, по-перше, проблем безпосередньо на полі та їх оперативного вирішення та, по-друге, недосконалостей технологічних процесів господарства, спричинених, наприклад, недостатнім рівнем кваліфікації персоналу, недосконалими технологіями тощо. Економічну вигоду у розрахунку на 1 га можна визначити за формулою:

$$E = P \cdot (Y^p - Y^f) \quad (1),$$

де  $Y^p$  — рівень урожайності сільськогосподарської культури, який можна було б отримати, у разі своєчасного вирішення проблем, виявлених на полі за допомогою БПЛА;  $Y^f$  — рівень урожайності сільськогосподарської культури, який підприємство отримало без залучення БПЛА у виробничий процес;  $P$  — ціна реалізації сільськогосподарської культури.

Виходячи із зазначеного, потенційні втрати урожаю, спричинені неспроможністю підприємства своєчасно виявити та нейтралізувати загрози, можна обчислити як обсяг втраченого урожаю у вартісному виразі:

$$V_i^- = \bar{y}_i S_i - y_i S_i \quad (2),$$

де  $V_i^-$  — втрачений (недоотриманий) обсяг урожаю  $i$ -тої сільськогосподарської культури;  $y_i$  — фактичний рівень урожайності  $i$ -тої сільськогосподарської культури у досліджуваному підприємстві;  $\bar{y}_i$  — середній рівень урожайності  $i$ -тої сільськогосподарської культури у підприємствах, які характеризуються подібними з досліджуванним виробником природно-кліматичними та ґрунтовими умовами;  $S_i$  — зібрана площа  $i$ -тої сільськогосподарської культури у досліджуваному підприємстві.

**Таблиця 1. Проблеми сільськогосподарського виробництва, які виявляються за допомогою БПЛА**

Проблема с.-г. виробництва, яку можна виявити за допомогою БПЛА	Причина виникнення проблеми
Ділянки з гіршими показниками продуктивності с.-г. культур	Нерівномірне внесення добрив
	Схили
	Ґрунтовідміни
	Наявність улоговин
	Часткове вимерзання через нерівномірність снігового покриву
Ураження рослин	Загущеність посіву
Витоптування посівів	Поширення хвороб та/або шкідників
Пропуски посівів	Недотримання технологічних проходів
	Організація доріг по краю поля після посівної
Загушення рослин при посівній	Некваліфікований персонал або несправності у сільськогосподарській техніці

Звідси можна визначити обсяг недоотриманого доходу як добуток втраченого врожаю та ціни сільськогосподарської культури:

$$D_i = V_i^- \cdot P_i \quad (3),$$

де  $D_i$  — розмір недоотриманого доходу  $i$ -тої сільськогосподарської культури;  $P_i$  — ціна реалізації  $i$ -тої сільськогосподарської культури.

Для порівняльного аналізу також доцільно обчислювати питому вагу недоотриманого доходу у фактичному доході:

$$R_i = \frac{V_i^- \cdot P_i}{y_i \cdot S_i \cdot P_i} \quad (4),$$

де  $R_i$  — питома вага недоотриманого доходу у фактичному доході  $i$ -тої сільськогосподарської культури.

Аналіз втрат урожаю проведено на прикладі дослідження фактичного та потенційного урожаю пшениці у сільськогосподарських підприємствах Коростенського, Малинського, Чуднівського та Ружинського районів у 2018 р. З даних таблиці 2 видно, що найбільш вагомий потенціал підвищення обсягів урожаю пшениці спостерігається у районах, де середній рівень урожайності невисокий. Тобто в районах з природно-кліматичними та ґрунтовими умовами менш сприятливими для вирощування сільськогосподарських культур. Зокрема загальний дохід, отриманий виробниками Малинського та Коростенського районів, міг би бути, відповідно, на 113 та 40 % вищий порівняно з фактично отриманим.

Натомість, питома вага неефективних підприємств у всіх районах коливається навколо 50 %. Згідно з попередніми припущеннями, причиною низького рівня урожайності у майже

**Таблиця 2. Втрачений дохід від реалізації пшениці у 2018 р.  
у районах Житомирської області**

Район	Середній рівень урожайності, ц/га	Питома вага підприємств з урожайністю меншою за середньорайонну, од.	Площа с.-г. угідь з урожайністю меншою за середньорайонну, га	Недоотриманий обсяг урожаю, ц	Недоотриманий дохід <sup>1</sup> , тис. грн	Питома вага недоотриманого доходу у фактичному доході <sup>2</sup> , %
Малинський	19,9	42,86	458	4833,1	22164,95	112,53
Коростенський	28,3	62,50	1140	9265,0	42490,07	40,37
Чуднівський	55,1	54,55	990,2	12787,0	58642,55	30,61
Ружинський	27,3	57,14	886,88	5069,0	23246,99	26,45

Примітка: <sup>1</sup>розраховано за середньорічною ціною пшениці у 2018 р.; <sup>2</sup>розраховано для підприємств з урожайністю нижчою за середній за районом рівень.

половині підприємств досліджуваних регіонів є несвоєчасне виявлення або невиявлення перелічених у таблиці 1 загроз. Тоді логічним є твердження про те, що оперативне корегування виробничих процесів на базі даних моніторингу посівів цих підприємств могло б забезпечити вищу урожайність пшениці (тобто на середньому рівні регіону) та підвищити доходи.

У дослідженні розглянуто приклад результатів обстеження посівів кукурудзи агрофірми "АСТ" у 2017—2018 рр. за допомогою БПЛА. Під час експедиційних вильотів було виявлено такі проблеми, що визначено як загрози майбутньому урожаю:

1. Ураження рослин кукурудзи, яке проявлялось у вигляді відмирання верхньої частини пагону та листя. Таке ураження рослин спостерігалось лише на одному полі. Нижнє зелене листя домінувало відносно жовтого і тому визначення площі ураженого поля на штатній висоті польоту БПЛА (250 м) було неможливим. Водночас, спираючись на данні фотознімків, зроблених на низькій висоті (30 м), було визначено, що ураження рослин чисельне та перевищує 50 % від всієї кількості. Рослини кукурудзи могли бути уражені внаслідок недотримання технологій обприскування посівів.

2. Неякісне внесення азотних добрив. Зокрема деякі поля мали блідо-зелене забарвлення, зумовлене недостатнім рівнем фотосинтетичної активності листя через низький вміст легкодоступного для рослин азоту у ґрунті. За попередніми розрахунками лише на одному полі площа з нестачею азоту становила близько 11 % від площі всього поля, або 4,4 га. Згідно з результатами подальших польових обстежень, рослини з нестачею азоту відрізнялись нижчою продуктивністю (на 64 % менше, ніж на інших частинах поля), а на відповідних ділянках спостерігалась висока забур'яненість пірієм. Результатом виявленої проблеми ста-

ло суттєве зменшення рівня урожайності кукурудзи на ділянках, де не було внесено азотних добрив. Зафіксовані під час аерофотозйомки рівні полоси світлого кольору вздовж технологічних колій проходів дали можливість виявити порушення технології внесення добрив.

5. Витоптування рослин сільськогосподарською технікою та систематичне утворення доріг по посівах вздовж краю поля. Найбільшого знищення рослини зазнали на полях, де вздовж посіву навколо поля прокладено колії польової дороги. Знищенню підлягли рослини на смузі шириною до 3 метрів. У цьому випадку економічні втрати виробника пов'язані не лише з втратою потенційного врожаю, але й з марними витратами на посівний матеріал, добрива, витрати що пов'язані з технологічними операціями тощо.

6. Виявлено ділянку з порушеним ґрунтовим покривом, на якій еродований родючий шар ґрунту. Саме на цій ділянці забезпечити мінімально необхідний для покриття всіх витрат урожай неможливо. Тому економічно вигідно не використовувати ділянку для вирощування сільськогосподарських культур та заощадити на витратах насіння, добрив, засобів захисту, пального тощо. Або провести докорінне поліпшення ґрунтового покриву та відновлення родючості ґрунту.

Отже, під час моніторингу досліджуваних полів виявлено значну кількість чинників, що зменшують валовий збір кукурудзи. Необхідно наголосити на тому, що всі перелічені причини втрати урожаю кукурудзи виробником не мали тотального характеру, а їх виявлення та оцінка масштабів безпосередньо під час польових обстежень було малоімовірним. Крім того, встановлено, що ділянки з гіршими показниками продуктивності сільськогосподарської культури, які чітко ідентифікуються на фотознімках, отриманих за допомогою БПЛА, не-

можливо виявити за даними космічної зйомки супутників навіть розрахувавши вегетаційний індекс NDVI. Зокрема виявлено істотну різницю інформативності знімків, зроблених за використання БПЛА, та індексів NDVI, розрахованих за даними космічної зйомки Sentinel-2 станом на той самий період.

Втрати виробника у натуральному та грошовому виразі, а також потенційний економічний ефект у разі своєчасного виявлення загроз та їх усунення можна обчислити, виходячи з таких даних:

1) площа ділянок з різною інтенсивністю забарвлення. Виділення ділянок з різною інтенсивністю забарвлення зеленого кольору проведено шляхом класифікації зображення за допомогою геоінформаційного програмного продукту ArcGis;

2) середня біологічна урожайність, яка прямопропорційна інтенсивності забарвлення ділянки зеленим кольором. Чим інтенсивніше забарвлення, тим вищий рівень біологічної урожайності. На ділянках з однаковою інтенсивністю визначено біологічну урожайність кукурудзи за випадковим чином відібраними точками;

Виходячи з площ ділянок з низькою, середньою та високою інтенсивністю забарвлення та середнього показника біологічної урожайності на кожній з них, визначено обсяг урожаю, наближений до фактично отриманого досліджуваним господарством у 2019 р. Потенційний обсяг урожаю кукурудзи встановлено, виходячи

Таблиця 3. Втрати урожаю кукурудзи агрофірми "АСТ"

Інтенсивність забарвлення	Площа ділянок, га	Середня біологічна урожайність, т/га	Обсяг урожаю, т	Потенційний обсяг урожаю, т <sup>1</sup>	Втрати урожаю, %
Висока	22,83	7,2	164,4	164,4	0,00
Середня	9,35	5,4	50,5	67,3	25,00
Низька	4,29	3,2	13,7	30,9	55,56
Незадовільна	3,10	0,8	2,5	22,3	88,89
Відкритий ґрунт	0,42	–	–	3,0	100,00
Всього	39,99	–	231,1	287,9	19,80

Примітка: <sup>1</sup>виходячи з середньої біологічної урожайності на ділянках високою інтенсивністю забарвлення.

чи з урожайності на ділянках з максимальною інтенсивністю забарвлення. Своєчасне виявлення загроз за допомогою БПЛА могло б забезпечити рівень урожайності кукурудзи на всіх ділянках на рівні продуктивності рослини на ділянках з максимальною інтенсивністю забарвлення за умови застосування додаткових меліоративних заходів (табл. 3).

Однак для прийняття рішення про впровадження технологій моніторингу полів за допомогою БПЛА недостатньо лише даних про втрачений урожай і дохід. Необхідно також знати витрати на придбання БПЛА та його експлуатацію. Економічно вигідним моніторинг полів є у випадку, коли потенційні доходи від вирощування сільськогосподарських культур більші за витрати використання технологій аерофотозйомки, а термін окупності витрат максимально швидкий.

Окрім витрат на придбання БПЛА до вартості моніторингу посівів із застосування технології аерофотозйомки необхідно включити витрати на експедиційні виїзди і на обробку та

Таблиця 4. Площа сільськогосподарських культур у досліджуваних підприємствах Житомирської області, га

Підприємство	С.-г. культури										Всього		
	пшениця озима	пшениця яра	овес	ячмінь озимий	ячмінь ярий	гречка	ріпак озимий	кукурудза	соя	соняшник			
	Загальна посівна площа до 300 га												
	1	70	–	–	–	14	–	–	61,4	70		70	285,4
	2	15	–	–	–	16	15	–	–	30,1		8	84,1
	3	70	–	–	–	–	–	–	84,9	30		60	244,9
	4	–	14	–	–	–	20	–	–	13		–	47,0
	5	–	–	–	–	–	–	8	–	11,5		30	49,5
	6	10	5	5	–	5	–	–	–	20		18,1	63,1
	7	50	–	–	–	25	–	–	–	37,2		–	112,2
8	20	–	–	–	33,8	–	–	–	50	100	203,8		
Загальна посівна площа понад 800 га													
1	300	–	–	50	–	20	–	250	–	350	970		
2	360	–	10	25	60	60	–	234	42	230	1021		
3	96	–	–	–	–	–	–	731	–	5	832		

Джерело: власні дослідження.

Гос- по- дарст- во	Формальне/неформальне об'єднання	Кіль- кість рабо- чих днів, дн	Витрати після об'єд- нання, грн	Еконо- мія, разів	Потенційне джерело вигоди об'єднання
1		6	83,04	3,45	1. Збільшення рівня урожайності
2		5	67,33	4,25	2. Здача БПЛА в оренду
3		7	89,77	3,19	Зниження витрат на утри- мання БПЛА та заробітну плату спеціаліста
4		2	29,17	9,81	Швидка окупність БПЛА
5		2	32,54	8,80	
6		5	70,69	4,05	
7		4	47,13	6,07	
8		6	83,04	3,45	
Усунення ризику фізичного та морального зношення БПЛА					

**Рис. 1. Вигоди малих і середніх підприємств Ружинського району Житомирської області від спільної закупівлі та експлуатації БПЛА**

Примітка: логістичні витрати при обчисленні кошторисної вартості до та після об'єднання не враховано.

аналіз отриманих фотознімків. Розмір витрат на купівлю БПЛА, вильоти та заробітну плату змінюються залежно від посівної площі та вирощуваних сільськогосподарських культур. Це пояснюється варіюванням, по-перше, інтенсивності зносу БПЛА, по-друге, частоти експедиційних виїздів та, по-третє, чисельності персоналу.

З огляду на зазначене та на об'єкт даного дослідження — невеликі сільськогосподарські підприємства. Кошторис організації моніторингу полів за допомогою БПЛА розглянуто для двох типів підприємств, а саме для підприємств з площею ріллі до 300 га та від 300 до 1100 га. Обрані виробники вирощують сільськогосподарські культури на території Ружинського району Житомирської області, якому притаманна відносна однорідність природно-кліматичних та ґрунтових умов. Кошториси моніторингу посівів за допомогою БПЛА розраховано для восьми господарств з посівною площею до 300 га та трьох — з площею до від 300 до 1100 га (табл. 4). Структура посівних площ в обраних підприємствах відповідає спеціалізації рослинництва в регіоні. З метою дотримання положень про конфіденційність статистичної інформації, що забезпечується статтями 21 та 22 Закону України "Про державну статистику" від 17.09.1992 р, досліджувані підприємства знеособлено.

Критеріями, за яким відрізнятиметься кошторисна вартість придбання та використання БПЛА, є логістичні витрати на експедиційні виїзди та кількість вильотів впродовж вегетаційного періоду, який залежить від виду культури, що вирощується. Відповідно, чим більша посівна площа у підприємства та чим віддалені одне від одного його поля, тим вищими будуть логістичні витрати. За попередніми розрахун-

ками, без урахування витрат на логістику, кошторисна вартість придбання та експлуатації БПЛА (враховано річні експлуатаційні витрати) у розрахунку на 1 сільськогосподарське підприємство складають близько 304 тис. грн. Витрати розраховано для придбання квадрокоптера DJI Mavic Air Fly More Combo. До витрат віднесено вартість літального апарату (26 тис. грн), ноутбуку (25 тис. грн), необхідного програмного забезпечення (41 тис. грн), річна заробітна плата спеціаліста (180 тис. грн), витрати на придбання двох додаткових акумуляторів (5 тис. грн) та непередбачувані витрати (27 тис. грн).

Доцільність самостійного придбання БПЛА кожним господарством визначається, перш за все, посівною площею сільськогосподарських культур. Як зазначалось, важливо, щоб, по-перше, ефект був більший за витрати. Відповідно, чим більша посівна площа, тим вищим буде ефект. По-друге, необхідно мінімізувати час простоїв БПЛА і максимально швидко окупити витрати. Для дрібних фермерів забезпечити виконання зазначених умов неможливо через невеликі посівні площі. Саме тому вигідною для них є горизонтальна інтеграція та кооперування з метою спільного придбання і використання БПЛА.

Для мінімізації витрат бажано, щоб сільськогосподарські виробники розміщувались недалеко один від одного. Крім того, обов'язковим є оптимізація графіка використання БПЛА, придбаного на засадах кооперації. Критерієм оптимізації краще обрати сумарну відстань на перевезення БПЛА від одного підприємства до іншого, а одним із обмежень має бути уникнення втрат через несвоєчасні вильоти. Розмір внеску кожного члена об'єднання у придбання БПЛА та оплату праці спеціаліста

має визначатись сумарною кількістю робочих днів, під час яких відбуватимуться вильоти та обробка отриманих знімків для кожного господарства. Для цього пропонується ввести корегувальний коефіцієнт, із урахуванням якого формула витрат на придбання та експлуатацію БПЛА кожним окремим членом об'єднання матиме вигляд:

$$C_j = 1,1 \cdot \frac{wd_j^f + wd_j^s}{\sum_{j=1}^n (wd_j^f + wd_j^s)} \sum_{i=1}^5 c_{ji} + EC_j \quad (5),$$

де  $C_j$  — загальні витрати на придбання та експлуатацію БПЛА  $j$ -тим членом об'єднання;  $wd_j^f$ ,  $wd_j^s$  — кількість, відповідно, днів експедиційних вильотів та роботи спеціаліста для БПЛА  $j$ -го члена об'єднання;  $c_i$  —  $i$ -та стаття кошторисної вартості придбання та експлуатації БПЛА (витрати на купівлю БПЛА, ноутбука, програмного забезпечення та витрати на оплату праці спеціалістів);  $EC_j$  — логістичні витрати на транспортування БПЛА; коефіцієнт 1,1 враховує 10 % на непередбачувані витрати.

Окрім використання БПЛА на засадах групової взаємодії, його також доцільно здавати в оренду. Основною ціллю надання БПЛА в оренду має бути не отримання додаткового прибутку, а акумуляція коштів для своєчасного з позицій як фізичного, так і морального зносу оновлення БПЛА. Додатковою вигодою членів об'єднання також стане зменшення витрат за рахунок зниження їх частки у заробітній платі спеціаліста, що оброблятиме фотознімки. На рисунку 1 відображено вигоди досліджуваних сільськогосподарських підприємств Ружинського району Житомирської області. У розрахунках враховано, що у сезон один спеціаліст не зможе обслужити всіх розглянутих у прикладі сільськогосподарських підприємств. Відтак у дослідженні враховано витрати на заробітну плату двох спеціалістів, один з яких здійснюватиме експедиційні вильоти, а інший — обробку знімків.

Згідно з отриманими даними, підприємство з найменшою посівною площею (47 га) у рамках об'єднання може зменшити витрати на самостійне придбання і подальше використання БПЛА у господарській діяльності майже у 10 разів. Водночас економія підприємств із найбільшою посівною площею (203 та 285 га) також є високою — 3,5 разів.

Для підприємств Ружинського району з площею ріллі понад 800 га (табл. 1) актуальним є придбання не квадрокоптера, а БПЛА літакового типу, вартість якого складає близько

80 тис. грн. Загальні витрати без урахування логістичних витрат складуть близько 375,1 грн. З огляду на те, що БПЛА літакового типу характеризується більшою площею зйомки за один виліт (1500 га проти максимум 100 га у квадрокоптера), його придбання для об'єднання середніх господарств також є економічно доцільним, особливо якщо їх поля знаходяться поруч. Кількість робочих днів (днів експедиційних вильотів та обробки знімків) у всіх підприємствах однакова — 20 днів. Тому загальні витрати на придбання й експлуатацію БПЛА вони розподілятимуть порівну, що дасть змогу зменшити витрати приблизно вдвічі.

## ВИСНОВКИ

1. Використання БПЛА у виробничому процесі сільськогосподарських підприємств може суттєво знизити втрати урожаю сільськогосподарських культур. Зокрема своєчасне обстеження полів дає можливість, по-перше, виявити осередки потенційного зменшення продуктивності поля і, по-друге, встановити їх ймовірні причини. Моніторинг посівів за допомогою БПЛА є особливо актуальним з огляду на те, що супутникові знімки не завжди забезпечують потрібні розрізнення та оперативність отримання даних.

2. Обґрунтування ефективності моніторингу полів за допомогою БПЛА доцільно здійснювати на базі аналізу системи показників, до яких включено потенційні втрати урожаю, спричинені неспроможністю підприємства своєчасно виявити та нейтралізувати загрози; обсяг недоотриманого доходу; питому вагу недоотриманого доходу у фактично одержаному доході. Саме на базі дослідження перелічених показників для невеликих сільськогосподарських підприємств можливо прогнозувати потенційні ефекти від використання БПЛА та, в такий спосіб, мотивувати їх впроваджувати новітні геоінформаційні технології у господарський процес.

3. На прикладі сільськогосподарських підприємств Житомирської області, які вирощують пшеницю та характеризуються відносно однорідними природно-кліматичними та ґрунтовими умовами, доведено, що найбільший потенціал підвищення обсягів урожаю спостерігається у найменш сприятливих для виробництва продукції рослинництва районах. Зокрема встановлено, що загальний дохід від вирощування та реалізації пшениці у таких районах Житомирської області міг би на 40—113 % вищий порівняно з фактично отриманим.

4. Придбання та експлуатація БПЛА малими сільськогосподарськими підприємствами потребує вагомих для них інвестиційних витрат. А з огляду на невеликі посівні площі та, відповідно, простої БПЛА та кваліфікованого персоналу, економічний ефект від таких інвестиційних витрат може бути меншим за потенційний. Вирішення обох зазначених проблем лежить у площині кооперації суб'єктів агробізнесу задля спільної організації моніторингу полів за допомогою технологій аерофотозйомки. На прикладі сільськогосподарських підприємств Ружинського району Житомирської області встановлено, що об'єднання невеликих сільськогосподарських виробників дасть можливість зменшити витрати на самостійне придбання і експлуатацію БПЛА у 3—10 разів. Економічно вигідним є спільне використання БПЛА літакового типу середніми за розмірами сільськогосподарськими виробниками.

#### Література:

1. Алексеев В. Беспилотные летательные аппараты — на службу армии и народного хозяйства. Голос Украины. 12.06.2009. № 107. URL: <http://www.golos.com.ua/rus/article/168156> (дата звернення: 28.04.2020).
2. Ачасов А., Ачасова А. Безпілотні літальні апарати як інструмент сучасного землеробства та охорони ґрунтів. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія "Екологія". 2017. Вип. 15. С. 15—20.
3. Ачасов А.Б., Ачасова А.О., Тітенко Г.В., Селіверстов О.Ю., Сєдов А.О. Щодо використання БПЛА для оцінки стану посівів. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Сер. "Екологія". Вип. 13. 2015. С. 13—18.
4. Водянка Л., Кутаренко Н., Сеньовська Я. Суть та необхідність використання сучасних інноваційних технологій в сільському господарстві Чернівецької області. Агросвіт. 2018. № 5. С. 53—61.
5. Глотов В., Гуніна А. Аналіз можливостей застосування безпілотних літальних апаратів для аерознімальних процесів. Сучасні досягнення геодезичної науки та виробництва. 2014. Вип. 2. С. 65—70.
6. Гречмак В., Кабак О. Аеромоніторинг як один із методів інтенсифікації. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 17. С. 203—205.
7. Солоха М. Проблеми та перспективи аеромоніторингу у сільському господарстві. Пропозиція. 2013. № 12. С. 120—123.

8. Юн Г.М., Мединський Д.В. Застосування безпілотних літальних апаратів у сільському господарстві. Наукоємні технології. 2017. № 4. С. 335—341.

9. Jenkins D., Vasigh B. The Economic Impact of Unmanned Aircraft Systems Integration in the United States. Association for Unmanned Aircraft Systems International. 2013. 40 с.

#### References:

1. Alekseev, V. (2009), "Unmanned aerial vehicles — at the service of the army and national economy", *Holos Ukrainy*, vol. 107, available at: <http://www.golos.com.ua/rus/article/168156> (Accessed 28 April 2020).
  2. Achasov, A. and Achasova, A. (2017), "Unmanned aerial vehicles as a tool of modern agriculture and soil protection", *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriiia "Ekolohiia"*, vol. 15, pp. 15—20.
  3. Achasov, A.B. Achasova, A.O. Titenko, H.V. Seliverstov, O.Yu. and Siedov, A.O. (2015), "Regarding the use of UAVs to assess the condition of crops", *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho universytetu imeni V.N. Karazina. Ser. "Ekolohiia"*, vol. 13, pp. 13—18.
  4. Vodianka, L. Kutarenko, N. and Sen'ovs'ka, Ya. (2018), "The nature and necessity of the use of modern innovation technologies in the agricultural economy of the Chernivtsi region", *Ahrosvit*, vol. 5, pp. 53—61.
  5. Hlotov, V. and Hunina, A. (2014), "Analysis of the possibilities of using unmanned aerial vehicles for aerial photography processes", *Suchasni dosiahnennia heodezychnoi nauky ta vyrobnytstva*, vol. 2, pp. 65—70.
  6. Hrechmak, V. and Kabak, O. (2017), "Aeromonitoring as one of the methods of intensification", *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, vol. 17, pp. 203—205.
  7. Solokha, M. (2013), "Problems and prospects of aeromonitoring in agriculture", *Propozytsiia*, vol. 12, pp. 120—123.
  8. Yun, H.M. and Medyns'kyj, D.V. (2017), "Application of unmanned aerial vehicles in agriculture", *Naukoiemni tekhnolohii*, vol. 4, pp. 335—341.
  9. Jenkins, D. and Vasigh, B. (2013), *The Economic Impact of Unmanned Aircraft Systems Integration in the United States*, Association for Unmanned Aircraft Systems International, Arlington, USA.
- Стаття надійшла до редакції 01.06.2020 р.*

УДК 336.763

О. В. Ярошевська,  
д. е. н., доцент, професор кафедри економіки  
Класичного приватного університету, м. Запоріжжя  
ORCID ID: 0000-0003-3569-8763

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.75

## ПОХІДНІ ЦІННІ ПАПЕРИ В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ КАПІТАЛУ І УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

O. Yaroshevska,  
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,  
Professor of the Department of Economics of the Classical Private University, Zaporizhzhia

### DERIVATIVE SECURITIES IN THE SYSTEM OF CAPITAL FORMATION AND RISK MANAGEMENT OF ECONOMIC ENTITIES

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні основи і практичні аспекти механізмів емісії і обігу похідних цінних паперів. Об'єктом дослідження є процеси використання похідних цінних паперів для формування капіталу і управління ризиками підприємств. Для написання статті використано загальнонаукові методи дослідження аналізу і синтезу, індукції і дедукції, індекси, структурний підхід. Визначено сутність, призначення, види деривативів, інструменти, якими вони представлені на фінансовому ринку України: ф'ючерсні контракти без поставки (валюти, фондового індексу, процентної ставки), або з поставкою базового активу (товару); опціон на купівлю з поставкою базового активу (деривативів). Статистично показано, що рівень розвитку деривативів в Україні є недостатнім, а його біржовий сегмент є більш капіталізованим і монополізованим порівняно з позабіржовим.

Систематизовано фактори, які стримують ринок похідних фінансових інструментів і масовий вихід інвесторів на нього, зокрема: низька активність, зумовлена відсутністю інфраструктури, недостатньо спроможний попит, незрозумілість механізму обороту, низький рівень захисту прав та інтересів кредиторів і боржників у випадку форвардних, ф'ючерсних та свопових контрактів; фрагментарність вітчизняного законодавства та відсутність єдиних, чітко прописаних норм і правил функціонування та державного регулювання ринку, брак ефективного клірингу, спеціалізованих клірингових установ.

Доведено, що перспективи використання ринку деривативів в Україні пов'язані з його великими можливостями для хеджування ризиків покупців та продавців базових активів, що сприятиме розвитку товарного та фінансового ринку в умовах фінансiалiзацiї економiки. Обґрунтовано пропозиції щодо подальшого розвитку ринку похідних цінних паперів: зменшення рівня монополізації біржового ринку, збільшення параметрів капіталізації позабіржового ринку деривативів, що приведе до керованого позитивного перерозподілу структури капіталу за сегментами фондового ринку і видами фінансових інструментів.

The subject of research is the theoretical, methodological foundations and practical aspects of the mechanisms of issuance and circulation of derivative securities. The object of research is the processes of using derivative securities for capital formation and risk management of enterprises. To write the article, general scientific methods of analysis and synthesis, induction and deduction, indices, structural approach were used. The essence, purpose, types of derivatives, instruments by which they are presented on the financial market of Ukraine are defined: futures contracts without delivery (currency, stock index, interest rate), or with delivery of the underlying asset (commodity); call option with delivery of the underlying asset (derivatives). It is statistically shown that the level of development of derivatives in Ukraine is insufficient, and its exchange segment is more capitalized and monopolized compared to over-the-counter.

The factors that constrain the market of derivative financial instruments and mass entry of investors into it are systematized, in particular: low activity due to lack of infrastructure, insufficient demand, unclear turnover mechanism, low level of protection of creditors and debtors in the case of forward, futures and swap contracts; fragmentation of domestic legislation and the lack of uniform, clearly defined norms and rules of functioning and state regulation of the market, lack of effective clearing, specialized clearing institutions.



It is proved that the prospects of using the derivatives market in Ukraine are connected with its great opportunities for hedging the risks of buyers and sellers of fixed assets, which will contribute to the development of the commodity and financial market in terms of economic financing. Proposals for further development of the derivatives market are substantiated: reduction of the level of monopolization of the stock market, increase of derivatives capitalization parameters, which will lead to a controlled positive redistribution of capital structure by stock market segments and types of financial instruments.

*Ключові слова: похідні цінні папери, деривативи, система, формування капіталу, управління ризиками, суб'єкти господарювання.*

*Key words: derivative securities, derivatives, system, capital formation, risk management, business entities.*

# **ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ**

Фіктивна частина фінансового капіталу є похідною від тріади промислового, торговельного і банківського капіталів. Найбільшою мірою вона проявляється на фондовому ринку і віддзеркалюється в обігу цінних паперів, передусім похідних, або деривативів. Вона відіграє значну роль у розвитку фінансових систем світу, але за умови опортуністичної поведінки суб'єктів створює ризики утворення принципово нової економіки — bubbleeconomy (від англ. bubble — бульбашка), яка спрямована на ірраціональне виробництво та споживання [1, с. 29]. Біржова спекуляція на фондовому ринку, призводить до перерозподілу фіктивного капіталу між його суб'єктами. Незважаючи на це, ідея фіктивного капіталу застосовувалася ранніми економістами для заперечення необхідності використання кредиту. Вважалося, що кредитні відносини є загрозою для сталого економічного життя людей, оскільки вони не мають прозорого і чітко виявленого зв'язку з реальним сектором економіки, ринком праці тощо.

Фондові кризи виникають унаслідок шоків на ринку цінних паперів у вигляді масштабних падінь курсів цінних паперів, розривів ліквідності ринку, різкого підвищення процента, що зумовлює подальше розростання кризових явищ до повномасштабної фінансової кризи. Фондові кризи можуть бути пов'язані з "мильними бульбашками", тобто спекулятивною грою на підвищення чи пониження, з рухом цін на фондові папери за межі ринкової вартості бізнесу, які вони виражають. Крім того, фондові кризи можуть спричинитися спекулятив-

ними атаками на ринках базисних і похідних фінансових інструментів, втечею капіталу нерезидентів, дефолтами банків.

## **АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ, В ЯКИХ ЗАПОЧАТКОВАНО РОЗВ'ЯЗАННЯ ДАНОЇ ПРОБЛЕМИ І НА ЯКІ СПИРАЄТЬСЯ АВТОР, ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ ОЗНАЧЕНА СТАТТЯ**

Останнім часом у вітчизняній науковій думці питанням розробки та удосконалення різноманітних механізмів на фондовому ринку приділено достатньо уваги: наприклад, у статті Федоренко А. [2, с. 51] розглядається механізм реалізації податкового потенціалу ринку цінних паперів, Шишковим С. у роботі [3, с. 11] обґрунтовано концепцію функціональної модернізації інфраструктури фондового ринку України, яка базується на пріоритетності біржового механізму як домінуючої форми організації економічних відносин, що виникають при купівлі-продажу цінних паперів та їх похідних. Систематизації біржових механізмів залучення іноземного капіталу вітчизняними корпораціями, встановленню факторів, що впливають на вихід ними на зарубіжні фондові біржі, а також умовам, яким мають задовольняти емітенти та проспекти їх емісій, присвячено дисертацію Петренко І. [4, с. 9]. У праці Косової Т. [5, с. 22] аналізуються можливості фондових інструментів у стимулюванні розвитку фінансового ринку. Павленко К., Сущенко О. досліджують сучасний стан та перспективи розвитку похідних цінних паперів світового ринку капіталів [6, с. 58]. Високо оцінюючи науковий доробок зазначених авторів, слід визнати недостатнє врахування специфіки віт-

чизняного ринку похідних фінансових інструментів.

### МЕТА СТАТТІ

Метою статті є розробка пропозицій із активізації використання похідних цінних паперів в системі формування капіталу і управління ризиками суб'єктів господарювання.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБГРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Сучасний фондовий ринок характеризується високим рівнем невизначеності через недостатню відкритість інформації для суспільства, відрив обігу фінансових інструментів від руху грошового капіталу, виникнення фінансових пухирів, фінансових криз. Це є додатковим чинником ризиків, які класифікуються на дві групи: по-перше, ризики, пов'язані зі зміною купівельної спроможності грошей (інфляційні, дефляційні, валютні, ризики ліквідності), по-друге, ризики, пов'язані з вкладенням капіталу (інвестиційні, процентні, кредитні, ризики упущеної вигоди, банкрутства, селективні і біржові).

На думку одного з відомих практиків-експертів сучасного ринку Джорджа Сороса (англ. George Soros, угорськ. Soros György, 1930), це передусім торкається похідних фінансових інструментів [7, с. 115]. У книзі "Алхімія фінансів" Дж. Сорос надає теоретичний та практичний опис поточних фінансових тенденцій та нову парадигму розвитку фондового ринку на основі "теорії рефлексивності", яка висвітлює сучасну інноваційну інвестиційну практику формування капіталу суб'єктів господарювання.

Сучасний фондовий ринок є неоднорідним через різноманітність його фінансових інструментів і виникнення нових унаслідок досягнення сучасного фінансового інжинірингу.

Постанова Кабінету Міністрів "Про затвердження Положення про вимоги до стандартної (типової) форми деривативів" від 19.04.1999 № 632 [8] визначає зміст основних інструментів фондового ринку.

Форвардний контракт — двостороння угода за стандартною (типовою) формою, яка засвідчує зобов'язання особи придбати (продати) базовий актив у визначений час та на визначених умовах у майбутньому, з фіксацією цін такого продажу під час укладення форвардного контракту.

Ф'ючерсний контракт — стандартний документ, який засвідчує зобов'язання придбати (продати) базовий актив у визначений час та на визначених умовах у майбутньому, з фіксацією цін на момент укладення зобов'язань сторонами контракту.

Опціон — стандартний документ, що засвідчує право придбати (продати) базовий актив на визначених умовах у майбутньому, з фіксацією ціни на час укладення такого контракту або на час такого придбання за рішенням сторін контракту. Опціонний сертифікат — цінний папір, що засвідчує право його власника на придбання або на продаж емітентом базового активу в строк та на умовах, визначених у проспекті емісії цих опціонних сертифікатів [9].

Дериватив — договір, який передбачає одне або декілька таких зобов'язань: обов'язок однієї або кожної із сторін одноразово або періодично сплачувати суми коштів (у тому числі в разі пред'явлення вимоги іншою стороною) в залежності від значення базового показника; обов'язок однієї із сторін на умовах, визначених при укладенні договору, у разі пред'явлення вимоги іншою стороною у майбутньому купити або продати базовий актив або укласти інший дериватив; обов'язок однієї сторони здійснити відчуження базового активу на користь іншої сторони у визначений час у майбутньому, обов'язок іншої сторони прийняти та оплатити такий базовий актив.

Виходячи зі світової практики, перспективним є використання цінних паперів з вбудованими деривативами [10, с. 37], які можуть бути віддільними від основного інструменту, або невіддільними (облігації з правом дострокового викупу, обмінні облігації), щодо яких відсутні особливі вимоги до оформлення, реєстрації та використання, оскільки вони оформляються шляхом укладання угоди між емітентом та інвесторами. В українській практиці розвиток віддільних деривативів стримує низка законодавчих та технічних обмежень, зокрема, не прийняття Закону України "Про похідні фінансові інструменти (деривативи)" [11]. Зазначене також обмежує використання деривативів і на внутрішньому, і на зовнішньому фінансових ринках. Їх базовими активами є: товарні, валютні або фондові цінності.

Згідно з Порядком реєстрації випуску опціонних сертифікатів та проспекту їх емісії [12] строк виконання зобов'язань за ними не може перевищувати шість місяців. У разі емісії опціонних сертифікатів з поставкою, базовим активом яких є об'єкт будівництва, емітент має

**Таблиця 1. Обсяги емісії і операцій із деривативами на фінансовому ринку України**

Показник	2014	2015	2016	2017	2018
Обсяг зареєстрованих випусків опціонних сертифікатів, млн грн	1,28	0,22	198,9	32,5	35,0
Обсяг торгів, млрд грн					
- на ринку цінних паперів	2331,94	2172,67	2127,55	468,69	590,58
- деривативами	9,60	5,87	2,40	5,62	2,71
Потому вага деривативів у загальному обсязі торгів цінними паперами, %	0,41	0,27	0,11	1,20	0,46

Джерело: побудовано за даними [16].

бути власником або користувачем земельної ділянки. Розміщення та обіг опціонних сертифікатів здійснюються на фондових біржах, які забезпечують доступ учасників фондового ринку до розкритої інформації про емітента. Останній не має права змінювати прийняте рішення про розміщення опціонних сертифікатів у частині обсягу прав за опціонними сертифікатами, умов розміщення, строку дії, кількості опціонних сертифікатів, умов поставки базового активу. До реєстрації та опублікування інформації про внесення змін до проспекту емісії опціонних сертифікатів емітент не має права здійснювати розміщення опціонних сертифікатів.

Деривативи у вигляді ф'ючерсів, опціонів, свопів займають все більше місце у випуску цінних паперів, тому що допомагають знизити ризики, що виникають при операціях з первинними фінансовими інструментами, і в порівнянні з ними є менш ризикованими джерелами прибутку. Стосовно зростання масштабів випуску цінних паперів, то їх емісія підштовхується не тільки появою нових видів цінних

паперів, але й демократизацією фінансового сектора. Деривативи — це інструменти, які відповідають таким критеріям: розрахунки провадитимуться у майбутньому; вартість змінюється внаслідок змін відсоткової ставки, курсу цінних паперів, валютного курсу, індексу цін, кредитного рейтингу (індексу) або інших змінних, що є базисними; відсутність потреби у початкових інвестиціях. Похідні фінансові інструменти

поділяються на умовні (біржові та позабіржові опціони, а також різні види страхування контрактів) і безумовні (ф'ючерси, форварди та свопи). Вони виступають інструментом хеджування, оскільки компенсують зміну справедливої вартості потоку грошових коштів, пов'язаного із фінансовим активом або фінансовим зобов'язанням [13].

Барінова М.Є. [14, с. 9] розглядає можливості використання похідних фінансових інструментів, зокрема деривативів, на вітчизняному фондовому ринку. Високо оцінюючи науковий доробок указаних авторів, слід зазначити, що проблеми комплексної оцінки стану фондового ринку потребують подальшого дослідження.

Масштаби ринків, де здійснюються операції на основі інструментів своп, форвардних і похідних цінних паперів, є значними і у багато разів перевищують капітал реального сектора економіки. Відірваність руху фінансових інструментів від останнього здатне призводити до ефекту фінансового пухиря. Похідні фінансові інструменти виконують такі функції:

**Таблиця 2. ТОП-10 деривативів, які користувалися попитом на ПАТ "Українська біржа" (за обсягом виконаних біржових контрактів) у 2017 році**

№ з/п	Вид фінансового інструменту	Кількість біржових контрактів, шт.	Обсяг виконаних біржових контрактів на організаторах торгівлі, млн грн	Відсоток від загального обсягу виконаних біржових контрактів на організаторах торгівлі (%)
	Ф'ючерсний контракт без поставки базового активу			
1	- валюти	14268	3098,24	97,68
2	- фондового індексу	2246	71,13	2,24
3	Опціон на купівлю з поставкою базового активу (деривативів)	80	1,82	0,06
4	Ф'ючерсний контракт з поставкою базового активу (товару)	9	0,39	0,01
5	Ф'ючерсний контракт без поставки базового активу (процентної ставки)	12	0,30	0,01
	Разом	16615,0	3171,9	100,0

Джерело: побудовано за даними [17].

інформаційна (інвестор отримує актуальну інформації про майбутній стан ринку); стабілізаційна (генерування високого рівня дохідності вкладень), стимулююча (прискорення розвитку економіки та фондового ринку), захисна (забезпечення прав та гарантій інвесторів).

Деривативи як форма контракту укладаються для перерозподілу фінансових ризиків і передбачають попередню фіксацію умов проведення у майбутньому певних операцій із метою страхування ціни або курсу фінансових інструментів на визначений строк чи дату у майбутньому. Це дозволяє покупцеві і продавцеві протягом визначеного терміну застрахуватись від ризику зміни курсу базового активу [15, с. 245]. Деривативи дозволяють торгувати базовими активами навіть за високого рівня ринкових ризиків і використовуються як альтернатива прямому інвестуванню без реальної їх купівлі / продажу. Приватне розміщення дозволяє продати певний пакет акцій компанії попередньо відомим покупцям (інвесторам). Особливо ефективним цей механізм вважається для компаній, що стрімко розвиваються. Також у цьому випадку можна застосувати процедуру технічного лістингу, коли емітент випускає варант — похідний цінний папір, що надає власнику право на купівлю акцій за певною ціною і в установленний термін. Цей механізм є простішим, ніж IPO, але емітент не має таких потужних можливостей, тому він є оптимальним для невеликих компаній.

**Таблиця 3. ТОП-10 емітентів деривативів, які користувалися найбільшим попитом на позабіржовому ринку (за обсягом виконаних договорів) у 2017 році**

№ з/п	Найменування емітента	Обсяг виконаного договору, млн грн	Відсоток від загального обсягу виконаного договору, %
1	ТОВ «Авалон Статус»	105,64	17,78
2	ТОВ «Авалон Престиж»	100,01	16,83
3	ТОВ «ТМО «Ліко-Холдинг»	87,43	14,71
4	ТзОВ «Завод № 3»	51,36	8,64
5	ТзОВ «Будівельна група «Авіла»	48,39	8,14
6	ТзОВ «Інвестиції у будівництво»	32,69	5,50
7	ТзОВ «ЗБГ»	31,62	5,32
8	ТзОВ «УКР-ЄВРО-СЕРВІС»	29,78	5,01
9	ТзОВ «Агросадівник»	19,47	3,28
10	ТОВ «АВАЛОН ГРНН»	18,03	3,03
	Інші	69,89	11,76
	Разом	594,3	100

Джерело: побудовано за даними [17].

Причиною виникнення похідних фінансових інструментів є неспроможність здійснювати мобілізацію коштів. Саме розуміння необхідності виживання в новому економічному середовищі спонукало індивідів і фінансові установи до розробки і пропонування нових, високоприбуткових фінансових продуктів. Отже, виникнення потреби та необхідність її задоволення у подальшому в умовах нового економічного середовища призводить до народження фінансової інновації. Обсяги емісії і операцій із деривативами на фінансовому ринку України наведено у таблиці 1.

Протягом 2014—2016 рр. обсяг емісії деривативів на фінансовому ринку України зросли із 1,28 млн грн до 198,9 млн грн. У 2017—

**Таблиця 4. ТОП-10 торговців цінними паперами з найбільшим обсягом торгів деривативами на біржовому ринку у 2017 році**

№ з/п	Найменування ТЦП	Обсяг виконаних договорів, млн грн	Вид цінних паперів	Відсоток від загального обсягу виконаних договорів, %
1	ТОВ «КАПІТАЛ ТАЙМС»	898,95	Ф'ючерсний контракт	17,89
2	ТОВ «ІК»А. І. С.Т. - Інвест»	706,78	Опціонний сертифікат	14,06
3	ТОВ «КАСТОДІ-БРОК»	706,78	Опціонний сертифікат	14,06
4	ТОВ «УНІВЕР КАПІТАЛ»	639,66	Ф'ючерсний контракт	12,73
5	Спільне підприємство ТОВ «Драгон Капітал»	582,18	Ф'ючерсний контракт	11,58
6	ТОВ «І-НВЕСТ»	379,11	Ф'ючерсний контракт	7,54
7	ТОВ «Спікер-Брок-Інвест»	199,30	Опціонний сертифікат	3,97
8	ТОВ «КІНТО.ЛТД»	164,88	Ф'ючерсний контракт	3,28
9	ТОВ «Капітал Таймс»	115,07	Ф'ючерсний контракт	2,29
10	ТОВ «Універ Капітал»	102,07	Ф'ючерсний контракт	2,03
	Разом	4494,78		89,43

Джерело: побудовано за даними [17].

**Таблиця 5. ТОП-4 торговців цінними паперами з найбільшим обсягом торгів деривативами на позабіржовому ринку у 2017 році**

№ з/п	Найменування ТЦП	Обсяг виконаних договорів, млн грн	Відсоток від загального обсягу виконаних договорів, %
1	ТОВ «Підприємство «Росан-Цінні Папери»	2293	38,58
2	ТзОВ «ТЦП «ПГІ»	1606	27,02
3	ТзОВ «Карпати-брок»	1170	19,69
4	ТзОВ «Інвестиційна компанія» А.І.С.Т.-Інвест»	874	14,71
	Разом	5943	100

Джерело: побудовано за даними [17].

2018 рр. він скоротився на рівні, що перевищує 30 млн грн. Максимальний обсяг торгів деривативами спостерігався у 2014 р. (9,6 млрд грн), до кінця аналізованого періоду він скоротився до 2,71 млрд грн, або у 3,5 разів.

Найбільшим попитом на біржовому ринку за кількістю виконаних біржових контрактів користуються ф'ючерсний контракти без поставки базового активу (валюти) (табл. 2).

У 2017 році кількість біржових контрактів становила 14268 шт., обсяг виконаних біржових контрактів на організаторах торгівлі — 3098,24 млн грн, відсоток від загального обсягу виконаних біржових контрактів на організаторах торгівлі — 97,68%. Усі вони укладені на ПАТ "Українська біржа".

Найбільші відсотки від загального обсягу виконаних договорів приходить на деривативи таких емітентів: ТОВ "Авалон Статус" — 17,78%, ТОВ "Авалон Престиж" — 16,83%, ТОВ "ТМО "ЛІКО — ХОЛДІНГ" — 14,71%, ТзОВ "Завод № 3" — 8,64%, ТзОВ "Будівельна група "АВІА" — 8,14% (табл. 3).

Основна частка угод із деривативами укладалася на біржовому ринку (у 2018 р. 98,08% від загального обсягу договорів з деривативами, максимальна — у 2014 р. (99,9%), мінімальна — у 2017 р. (88,2%)).

У ТОП торговців цінними паперами з найбільшим обсягом торгів деривативами на біржовому ринку (табл. 4) входять: ТОВ "КАПІТАЛ ТАЙМС" — 898,95 млн грн, або 17,89% (ф'ючерсний контракт), ТОВ "ІК" А. І. С. Т.-ІНВЕСТ" та ТОВ "КАСТОДІ-БРОК" — по 706,78 млн грн, або 14,06% (опціонний сертифікат).

На позабіржовому ринку найбільш міцні конкурентні позиції мають такі торговці із відповідним відсотком від загального обсягу виконаних договорів:

ТОВ "Підприємство "Росан-Цінні Папери" (38,58%), ТзОВ "ТЦП "ПГІ" (27,02%), ТзОВ "Кар-

пати-брок" (19,69%), ТзОВ "Інвестиційна компанія" А.І.С.Т.-Інвест" (14,71%) (табл. 5).

Обсяг торгів деривативами у 2017 році на позабіржовому ринку (5943 млн грн) перевищує відповідний показник біржового ринку (4494,78 млн грн). ТОП-10 торговців цінними паперами на біржовому ринку опосередковують виконання 89,43% договорів. Щодо позабіржового ринку, то 100% торгів зосереджуються на 4 торговцях цінними паперами.

Інтернет-технології дозволяють брокерам надавати принципово новий набір послуг: дані щодо котирування в режимі онлайн, новини та звіти компаній, спостереження за станом інвестиційного портфеля клієнта (склад, поточна вартість і дохідність активів), дослідження ринку загалом та його окремих сегментів, кредитування клієнта грошовими та фондовими активами, можливість працювати з похідними фінансовими інструментами тощо. Інформаційна взаємодія між брокером і клієнтами здійснюється через мережу Інтернет, що суттєво збільшує швидкість оформлення та виконання наказів клієнтів.

Протягом останнього часу сфера використання деривативів поширюється на валютний ринок. Чиказькі товарні біржі CME Group Inc. (Chicago Mercantile Exchange & Chicago Board of Trade) і CBOE (Chicago Board Options Exchange) Global Markets у 2017 році розпочали укладати ф'ючерсні контракти на криптовалюту. Крім того, очікується, що в 2018 році з ф'ючерсними контрактами на Bitcoin почне працювати друга за величиною фондова біржа у світі NASDAQ (National Association of Securities Dealers Automated Quotation). Привабливість ф'ючерсних контрактів для інвесторів і трейдерів визначається "згладженням" потенційних коливань курсу біткоїну в майбутньому, при цьому ставки можуть робитися як на підвищення, так і на зниження курсу. Для визначення вартості ф'ючерсу CME використовує власний індекс CME CF Bitcoin Reference Rate (BRR), який розраховується як середньозважене значення ціни на біткоїни з затримкою до одного дня на чотирьох великих біржах (Bitstamp, GDAX (Global Digital Asset Exchange), itBit і Kraken). Другий індекс CME (Bitcoin Real Time Index (BRTI)) відображає актуальну вартість біткоїнів на поточний момент.

#### **ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ЦЬОМУ НАПРЯМІ**

1. Деривативи є вторинними цінними паперами, похідними від первинних фінансових

інструментів (акцій, облігацій і інших боргових зобов'язань, банківських рахунків і депозитів, контрактів на товари). На фондовому ринку України обертаються такі види деривативів: ф'ючерсні контракти та опціонні сертифікати. Вони представлені такими фінансовими інструментами: ф'ючерсні контракти без поставки (валюти (найбільш поширений), фондового індексу, процентної ставки), або з поставкою базового активу (товару); опціон на купівлю з поставкою базового активу (деривативів).

2. Статистично показано, що рівень розвитку деривативів в Україні є недостатнім, а його біржовий сегмент є більш капіталізованим і монополізованим порівняно з позабіржовим. Систематизовано фактори, які стримують ринок похідних фінансових інструментів і масовий вихід інвесторів на нього, зокрема: низька активність, зумовлена відсутністю інфраструктури, недостатньо спроможний попит, незрозумілість механізму обороту, низький рівень захисту прав та інтересів кредиторів і боржників у випадку форвардних, ф'ючерсних та свопових контрактів; фрагментарність вітчизняного законодавства та відсутність єдиних, чітко прописаних норм і правил функціонування та державного регулювання ринку, брак ефективного клірингу, спеціалізованих клірингових установ.

3. Доведено, що перспективи використання ринку деривативів в Україні пов'язані з його великими можливостями для хеджування ризиків покупців та продавців базових активів, що сприятиме розвитку товарного та фінансового ринку в умовах фінансiалiзацiї економiки. Обґрунтовано пропозиції щодо подальшого розвитку ринку похідних цінних паперів: зменшення рівня монополізації біржового ринку, збільшення параметрів капіталізації позабіржового ринку деривативів, що приведе до керованого позитивного перерозподілу структури капіталу за сегментами фондового ринку і видами фінансових інструментів.

Перспективами подальших досліджень є розробка методичних підходів до оцінки ризиків операцій із похідними цінними паперами.

#### Література:

1. Ярошевська О.В. Механізми формування капіталу суб'єктів господарювання в умовах розвитку фондового ринку України. Краматорськ: Донбаська державна машинобудівна академія, 2018. 516 с.
2. Федоренко А. Проблемні питання визначення інвестиційного прибутку професійним торговцем цінними паперами при виконанні ним функцій податкового агента. Ринок цінних паперів України. 2012. № 5—6. С. 41—52.
3. Шишков С.Є. Біржовий механізм розвитку фондового ринку України: автореф. дис.... канд. екон. наук: 08.00.08; ДУ "Інститут економіки та прогнозування НАН України". К., 2011. 20 с.
4. Петренко І.П. Боргові цінні папери у формуванні інвестиційного капіталу: автореф. дис.... канд. екон. наук: 08.00.08; ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана". К., 2014. 20 с.
5. Косова Т.Д., Ярошевська О.В. Функції та роль фондових індексів на фінансовому ринку України. Економіка. Фінанси. Право. 2017. № 1. С. 19—23.
6. Павленко К.В., Сущенко О.М. Сучасний стан та перспективи розвитку похідних цінних паперів світового ринку капіталів. Формування ринкових відносин в Україні. 2011. № 9. С. 52—61.
7. Soros G. The Alchemy of Finance, 2nd Edition, New Jersey: John Wiley & Sons, 2015. 176 p.
8. Про затвердження Положення про вимоги до стандартної (типової) форми деривативів: Постанова Кабінету Міністрів України від 19.04.1999 № 632. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/632-99-%D0%BF> (дата звернення 27.05.2020).
9. Про затвердження Порядку реєстрації випуску опціонних сертифікатів та проспекту їх емісії: Рішення НКЦПФР від 23.03.2017 № 209. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0525-17> (дата звернення 27.05.2020).
10. Буй Т. Фінансовий інжиніринг на ринку корпоративних боргових цінних паперів України. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2009. Вип. 116. С. 33—38.
11. Про похідні фінансові інструменти (деривативи): Проект Закону України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4668-17> (дата звернення 27.05.2020).
12. Про затвердження Порядку реєстрації випуску опціонних сертифікатів та проспекту їх емісії: Рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 23.03.2017 № 209. URL: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/RE30393.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/RE30393.html) (дата звернення 27.05.2020).
13. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 13 "Фінансові інструменти": Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.2001 р. № 559. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1050-01> (дата звернення 27.05.2020).
14. Барінова М.Є. Запровадження та використання похідних фінансових інструментів на

вітчизняному фондовому ринку. Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво. 2010. № 4. С. 7—11.

15. Колодізєв О.М., Коцюба О.В. Аналіз перспектив розвитку ринку деривативів в Україні з урахуванням вирішення проблеми його нормативно-правового регулювання. Проблеми економіки. 2016. № 1. С. 242—248.

16. Річний звіт — 2018. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. URL: [https://www.nssmc.gov.ua/wp-content/uploads/2019/08/zvit\\_2018-1.pdf](https://www.nssmc.gov.ua/wp-content/uploads/2019/08/zvit_2018-1.pdf) (дата звернення 27.05.2020).

17. Річний звіт — 2017. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/documents/rtchniy-zvt-nktspr-za-2017-rk/> (дата звернення 27.05.2020).

#### References:

1. Iaroshevska, O.V. (2018), *Mekhanizmy formuvannia kapitalu sub'ektiv hospodariuvannia v umovakh rozvytku fondovoho rynku Ukrainy* [Mechanisms of capital formation of business entities in the conditions of development of the stock market of Ukraine], Donbas State Machine-Building Academy, Kramatorsk, Ukraine.

2. Fedorenko, A. (2012), "Problematic issues of determining the investment income of a professional securities trader in the performance of his functions as a tax agent", *Rynok tsinnykh paperiv Ukrainy*, vol. 5—6, pp. 41—52.

3. Shyshkov S.Ie. (2011), "Exchange mechanism of stock market development of Ukraine", Abstract of Ph.D. dissertation, Economy, SI "Institute of Economics and Forecasting of the National Academy of Sciences of Ukraine", Kyiv, Ukraine.

4. Petrenko, I. P. (2014), "Debt securities in the formation of investment capital", Abstract of Ph.D. dissertation, Economy, SHEE "Kyiv National Economic University named after V. Hetman", Kyiv, Ukraine.

5. Kosova, T.D. and Yaroshevska, O.V. (2017), "Functions and role of stock indices in the financial market of Ukraine", *Ekonomika. Finansy. Pravo*, vol. 1, pp. 19—23.

6. Pavlenko, K. V. and Sushchenko, O. M. (2011), "Current state and prospects of development of derivatives of the world capital market", *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, vol. 9, pp. 52—61.

7. Soros, G. (2015), *The Alchemy of Finance*, 2nd Edition, John Wiley & Sons, New Jersey, USA.

8. Cabinet of Ministers of Ukraine (1999), "On approval of the Regulations on requirements for the standard (standard) form of derivatives: Resolution", Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/632-99-%D0%BF> (accessed 27 May 2020).

9. National Commission on Securities and Stock Market (2017), "On approval of the Procedure for registration of the issue of option certificates and the prospectus of their issue: Decision", Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0525-17> (accessed 27 May 2020).

10. Bui, T. (2009), "Financial engineering in the market of corporate debt securities of Ukraine", *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika*, vol. 116, pp. 33—38.

11. Verkhovna Rada of Ukraine (2017), "On derivative financial instruments (derivatives): Draft Law of Ukraine", Available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4668-17> (accessed 27 May 2020).

12. National Commission on Securities and Stock Market (2017), "On approval of the Procedure for registration of the issue of option certificates and the prospectus of their issue: Decision", Available at: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/RE30393.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/RE30393.html) (accessed 27 May 2020).

13. Ministry of Finance of Ukraine (2001), "Accounting Regulation (Standard) 13 "Financial Instruments", Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1050-01> (accessed 27 May 2020).

14. Barynova, M.Ie. (2010), "Introduction and use of derivative financial instruments on the domestic stock market", *Derzhava ta rehiony. Ser.: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, vol. 4, pp. 7—11.

15. Kolodiziev, O. M. and Kotsiuba, O. V. (2016), "Analysis of prospects for the development of the derivatives market in Ukraine, taking into account the solution of the problem of its legal regulation", *Problemy ekonomiky*, vol. 1, pp. 242—248.

16. National Commission on Securities and Stock Market (2019), "Annual Report — 2018", Available at: [https://www.nssmc.gov.ua/wp-content/uploads/2019/08/zvit\\_2018-1.pdf](https://www.nssmc.gov.ua/wp-content/uploads/2019/08/zvit_2018-1.pdf) (accessed 27 May 2020).

17. National Commission on Securities and Stock Market (2018), "Annual Report — 2017", Available at: <https://www.nssmc.gov.ua/documents/rtchniy-zvt-nktspr-za-2017-rk/> (accessed 27 May 2020).

*Стаття надійшла до редакції 29.05.2020 р.*

УДК 316.4:640

І. С. Крамаренко,

к. е. н., доцент, декан факультету права та соціально-освітніх технологій,  
Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини Університету "Україна"  
ORCID ID: 0000-0002-0417-0918

Л. А. Козаченко,

к. е. н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування,  
Миколаївський національний аграрний університет  
ORCID ID: 0000-0003-3645-4066

О. В. Стищенко,

викладач кафедри економіки та інформаційних технологій,  
Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини Університету "Україна"  
ORCID ID: 0000-0003-4634-4135

К. О. Карабін,

здобувач вищої освіти спеціальності "Облік і оподаткування",  
Миколаївський національний аграрний університет  
ORCID ID: 0000-0002-9312-5720

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.83

## ІНКЛЮЗИВНИЙ ТУРИЗМ — ІНВЕСТИЦІЙНА СКЛАДОВА ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ

I. Kramarenko,

PhD in Economics, Associate Professor, Dean of the Faculty of Law and Social and Information Technologies,  
Mykolaiv Interregional Institute of Human Development of the "Ukraine" University

L. Kozachenko,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department accounting and taxation, Mykolaiv  
National Agrarian University

O. Stytsenko,

Teacher Department of Economics and Information Technology

Mykolaiv Interregional Institute of Human Development of the "Ukraine" University

K. Karabin,

graduate of the specialty "Accounting and Taxation" of the Nikolaev National Agrarian University

### INCLUSIVE TOURISM — INVESTMENT COMPONENT OF THE REGION'S ECONOMY

Метою статті є обґрунтування перспектив розвитку інклюзивного туризму як вагомій інвестиційної складової економіки регіону. Основними завданнями дослідження є: аналіз рівня урбанізації регіонів України та внесення прямих іноземних інвестицій в них; обґрунтування розвитку зеленого туризму як основної складової інклюзивного й економіки регіону.

Досліджено, що коефіцієнт урбанізації показує динаміку і тенденції майже однаково по всіх регіонах України, тобто відбуваються процеси стиснення економічного простору на користь великих міст. Так, коефіцієнт урбанізації у 2018 році понад 50% спостерігається у 79% областей, а це означає значне скорочення населення сільської місцевості. Тільки Закарпатська (37,09%), Івано-Франківська (44,20%), Рівненська (47,49%), Тернопільська (45,29%) та Чернівецька (43,20%) області мають показник урбанізації менше за 50%. Суттєву зміну показника урбанізації за 2010—2018 роки спостерігаємо у Вінницькій (збільшення на 1,78 в.п.), Сумській (+1,74 в.п.), Тернопільській (+1,5 в.п.), Хмельницькій (+2,25 в.п.), Чернігівська (+2,42 в.п.).

Проаналізовано показники розвитку інвестиційних процесів у розрізі регіонів України, що показав значні диспропорції інвестиційної активності у сфері капітального інвестування. Слід зазначити, що майже у всіх регіонах (окрім Луганської області) спостерігалось зростання капітальних вкладень. Найвищими темпами (понад 125% за період 2010—2019 років) капітальне інвестування зростало у Івано-Франківській, Полтавській, Тернопільській, Черкаській, Чернігівській областях, тобто у регіонах в яких переважає розвиток аграрного сектору. Найнижчі темпи приросту капітальних інвестицій (до 100%) характерні для Волинської, Дніпропетровської, Чернівецької, Луганської, Рівненської, Сумської, Харківської, Запорізької та Донецької областей. Рівень диспропорційності розвитку (різниця між найвищим та найнижчим показником) за темпами приросту інвестиційних вкладень склав у 2019 році 491%, якщо враховувати показники Луганської і Донецької областей, що втратили значну частину економічного потенціалу, або 199% без їх урахування.

Досліджено тенденції та ефективність розвитку сільського зеленого туризму за регіонами України. Проаналізовано динаміку основних параметрів суб'єктів агротуризму. Здійснено геопросторове розміщення садіб сільського зеленого туризму в Україні. Окреслено потребу в удосконаленні чинної нормативно-правової бази, пошуку нових джерел фінансово-інвестиційного спрямування, розробці організаційно-економічних заходів.

The purpose of the article is to substantiate the prospects for the development of inclusive tourism as an important investment component of the region's economy. The main objectives of the study are: analysis of the level of urbanization of the regions of



Ukraine and foreign direct investment in them; substantiation of development of green tourism as the main component of inclusive and economy of the region.

It is investigated that the coefficient of urbanization shows the dynamics and trends almost equally in all regions of Ukraine, ie there are processes of compression of the economic space in favor of large cities. Thus, the urbanization rate in 2018 of more than 50% is observed in 79% of oblasts, which means a significant reduction in the rural population. Only Zakarpattia (37.09%), Ivano-Frankivsk (44.20%), Rivne (47.49%), Ternopil (45.29%) and Chernivtsi (43.20%) oblasts have an urbanization rate of less than 50%. A significant change in the indicator of urbanization for 2010—2018 is observed in Vinnytsia (increase by 1.78 percentage points), Sumy (+1.74 percentage points), Ternopil (+1.5 percentage points), Khmelnytsky (+2.25 percentage points), Chernihiv (+2.42 percentage points).

The indicators of development of investment processes in the context of the regions of Ukraine are analyzed, which showed significant disproportions of investment activity in the field of capital investment. It should be noted that in almost all regions (except Luhansk region) there was an increase in capital investment. The highest rates (over 125% for the period 2010—2019) of capital investment grew in Ivano-Frankivsk, Poltava, Ternopil, Cherkasy, Chernihiv regions, ie in regions where the development of the agricultural sector predominates. The lowest growth rates of capital investments (up to 100%) are typical for Volyn, Dnipropetrovsk, Chernivtsi, Luhansk, Rivne, Sumy, Kharkiv, Zaporizhia and Donetsk regions. The level of disproportionate development (the difference between the highest and lowest) in terms of investment growth in 2019 was 491%, if we take into account the indicators of Luhansk and Donetsk regions, which lost much of their economic potential, or 199% without them.

Trends and efficiency of rural green tourism development by regions of Ukraine are studied. The dynamics of the main parameters of agritourism entities are analyzed. Geospatial location of rural green tourism farmsteads in Ukraine has been carried out. The need to improve the current regulatory framework, search for new sources of financial and investment direction, development of organizational and economic measures is outlined.

*Ключові слова: інклюзивний туризм, інвестиційна складова, прямі іноземні інвестиції, економіка регіону, агросадиби, агротуризм.*

*Key words: inclusive tourism, investment component, foreign direct investment, region's economy, farmsteads, agritourism.*

#### **ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ**

Інклюзивний розвиток економіки регіонів України є найвагомішим результатом справедливо-го розподілу доходів, що дозволяє побачити його результати кожному члену суспільства, охоплюючи усі сфери його життя; супроводжується покращенням якості життя громадян ізменшенням бідності. Інклюзивний розвиток економіки регіонів України є процесом забезпечення можливості участі населення в процесі зростання, як з точки зору залучення до прийняття рішень, так і в створенні самого процесу зміцнення потенціалу територій. Необхідно, щоб суспільство було активно включено в процеси політичних, соціальних і економічних змін. Тобто важливими є посилення залучення до вирішення проблем розвитку усіх верств населення на усій території України.

Важливими показниками, що показують ефективність інклюзивного розвитку економіки регіонів України є дослідження рівня урбанізації й темпів зростання (зменшення) наявного населення, а також засвоєння прямих іноземних інвестицій регіонами України.

#### **АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ**

Дослідженню розвитку туризму, інвестування та проблеми забезпечення конкурентоспроможності туризму досліджували такі відомі вітчизняні та зарубіжні вчені присвятили свої

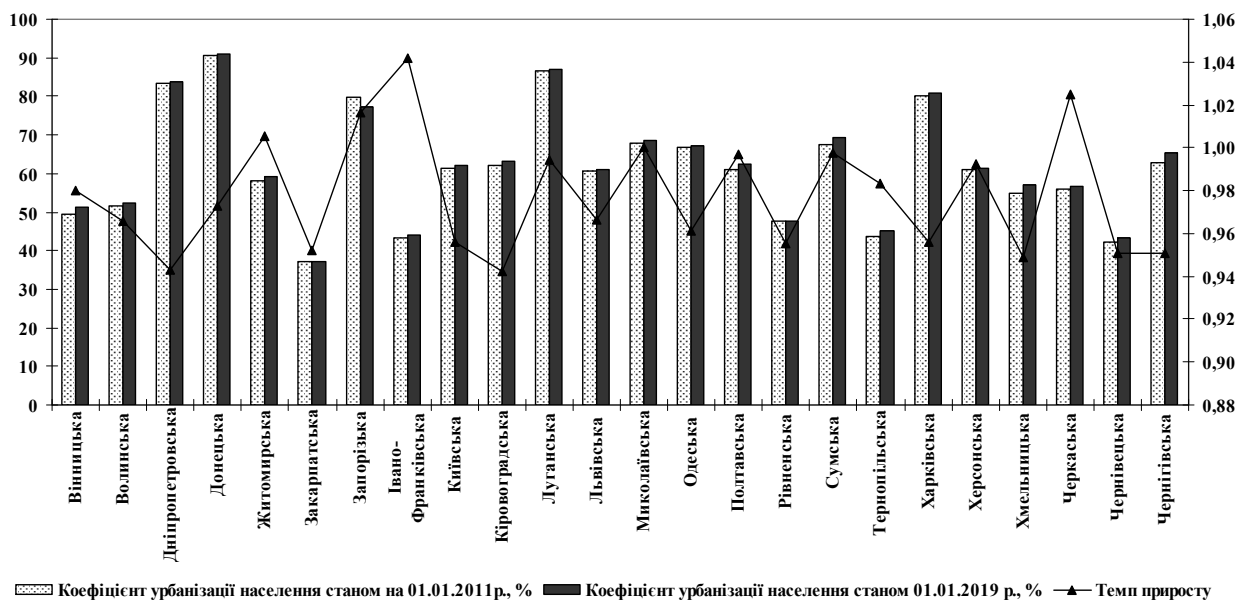
дослідження такі відомі економісти як В.М. Геєць, І.О. Бланк, А.М. Борщ, В.С. Кравців, С.О. Іщук, Т.В. Кулініч та інші. Питання впливу інвестицій на економічний розвиток держави досліджено в роботах таких економістів: Є.О. Бойко, Б.М. Данилишин, М.І. Долішній, О.В. Гаврилюк, З.В. Герасимчук, І.О. Іртищева, І.М. Котова, О.О. Лемішко, І.І. Лукінов, Ю.В. Макогон, А.О. Петкова, В.Д. Попова, М.І. Стегней, А.Є. Сімків, Д.В. Шиян. Однак дослідженню перспектив становлення інклюзивного туризму як вагомий інвестиційної складової економіки регіону не приділено достатньої уваги, адже сьогодні за кожним містом закріплюється інклюзивний вимір його розвитку, а тому потребує подальшого аналізу.

#### **МЕТА СТАТТІ**

Метою статті є обґрунтування перспектив розвитку інклюзивного туризму як вагомий інвестиційної складової економіки регіону. Основними завданнями дослідження є: аналіз рівня урбанізації регіонів України та внесення прямих іноземних інвестицій в них; обґрунтування розвитку зеленого туризму як основної складової інклюзивного й економіки регіону.

#### **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБґРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ**

Необхідно погодитись з Мельник М.І., що "... людський капітал, його примноження і ефективне використання є основним чинником



**Рис. 1. Показники урбанізації й темпів зростання (зменшення) наявного населення регіонів України за період 2010—2018 років**

Джерело: складено авторами за даними Державної служби статистики України [2].

інклюзивного розвитку як міст, так і регіонів і країни загалом. Сьогодні в Україні на фоні значної депопуляції населення, існує пряма залежність між інтенсивністю урбанізаційних процесів та показниками природного і міграційного приросту (скорочення) населення. Коефіцієнти інтенсивності урбанізації показують, що високі темпи приросту міського населення властиві областям Західної України (лідери Чернівецька, Волинська і Івано-Франківська), Київській та Одеській областям — пояснюються як демографічним резервом населення на сільській території, так і постійним міграційним припливом населення. Зростання інтенсивності урбанізаційних процесів у даних регіонах можна пояснити більш пізньою історичною стадією урбанізації Західної України, у порівнянні зі старопромисловими та високоурбанізованими областями Сходу та Центру. Затухання процесів урбанізації зумовлені переходом до наступної стадії урбанізації (за Дж. Джіббсом) та вимушеним переселенням населення із зон військового конфлікту" (рис. 1) [1, с. 13].

Дані коефіцієнту урбанізації показують динаміку і тенденції майже однаково по всіх регіонах України, тобто відбуваються процеси стиснення економічного простору на користь великих міст. Так, коефіцієнт урбанізації у 2018 році більше ніж 50% спостерігається у 79% областей, а це означає значне скорочення населення сільської місцевості. Тільки Закарпатська (37,09%), Івано-Франківська (44,20%), Рівненська (47,49%), Тернопільська (45,29%) та

Чернівецька (43,20%) області мають показник урбанізації менше за 50%. Суттєву зміну показника урбанізації за 2010—2018 роки спостерігаємо у Вінницькій (збільшення на 1,78 в.п.), Сумській (+1,74 в.п.), Тернопільській (+1,5 в.п.), Хмельницькій (+2,25 в.п.), Чернігівська (+2,42 в.п.).

Важливим показником розвитку економіки регіонів є процеси залучення інвестиційних ресурсів. Аналіз розвитку інвестиційних процесів у розрізі регіонів України показав значні диспропорції інвестиційної активності у сфері капітального інвестування. Слід зазначити, що майже у всіх регіонах (окрім Луганської області) спостерігалось зростання капітальних вкладень. Найвищими темпами (понад 125% за період 2010—2019 років) капітальне інвестування зростало у Івано-Франківській, Полтавській, Тернопільській, Черкаській, Чернігівській областях, тобто у регіонах в яких переважає розвиток аграрного сектору. Найнижчі темпи приросту капітальних інвестицій (до 100%) характерні для Волинської, Дніпропетровської, Чернівецької, Луганської, Рівненської, Сумської, Харківської, Запорізької та Донецької областей. Рівень диспропорційності розвитку (різниця між найвищим та найнижчим показником) за темпами приросту інвестиційних вкладень склав у 2019 році 491%, якщо враховувати показники Луганської і Донецької областей, що втратили значну частину економічного потенціалу, або 199% без їх урахування.

Доцільно враховувати, що у кожному регіоні створилася своя специфічна ситуація, що

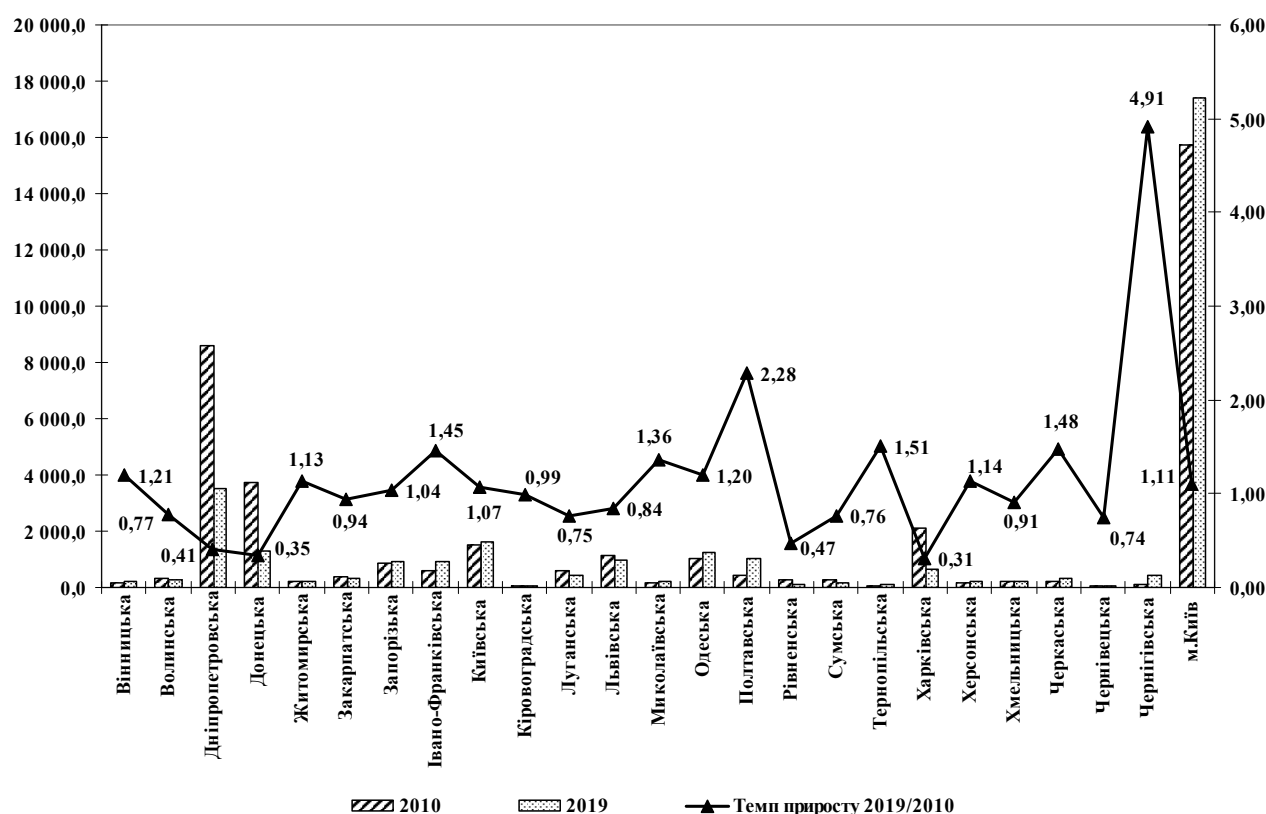


Рис. 2. Обсяг й приріст іноземних інвестицій у регіонах за період 2010—2019 років

Джерело: розраховано авторами за даними Державної служби статистики України [2].

створює певні позитивні чи негативні умови для потенційних іноземних інвесторів. Обсяги приросту іноземних інвестицій у розрізі регіонів України наведено на рисунку 2.

Тобто можна сказати, що в інвестиційному плані регіони розвивалися нерівномірно. Звичайно, основною причиною цього є окупація частини територій Російською Федерацією. Близькість до цих територій об'єктивно знижує інвестиційну привабливість регіонів у зв'язку з підвищеними ризиками. Наступними за вагомістю причинами є: втрата значної частини ринків збуту для продукції окремих галузей, які є предметом виробничої спеціалізації ряду регіонів, порушення традиційних транспортних та логістичних сполучень та втрата частини людського капіталу внаслідок міграції.

На жаль, виявляється, що Україна практично зовсім не готова до надання туристичних послуг людям з інвалідністю, наші рекреаційні зони не пристосовані до їхніх побажань і вимог, бракує фахівців, методик, досвіду.

Доведено, що регіони України мають високий економічний, соціальний та інноваційний потенціал. Але на тлі підвищеного економічного розвитку відслідковуємо низький рівень інтеграції та соціалізації людей з інвалідністю до повноцінного життя. Серед головних про-

blem регіональної соціалізації людей з інвалідністю залишається доступність, без бар'єрне проектування й працевлаштування. Економічна якість розвитку (ефективність, прибутковість) регіону має поєднуватися із соціальною якістю надання послуг (високий рівень освіти, охорони здоров'я, рівень добробуту і тривалість життя, задоволеність характером та умовами праці тощо).

Сільський туризм в умовах ринкової економіки все більше набуває пріоритетного значення, адже допомагає вирішувати проблеми розвитку сільської місцевості, а саме: відтік молоді в міста, зниження зайнятості, низькі доходи сільськогосподарського населення тощо.

Сільський туризм загалом та агротуризм зокрема вирішують проблеми диверсифікації підприємництва в регіонах, зайнятих виробництвом сільськогосподарської продукції, та підвищення рівня зайнятості трудового потенціалу через створення додаткових робочих місць. Одночасно сільський туризм виконує величезну пізнавальну функцію та сприяє вихованню громадян щодо бережливого ставлення до природи, розумінню сутності та проблем праці в сільському господарстві. Крім того, сільський туризм є видом відносно дешевого, але досить приємного й одночасно активного

відпочинку, рекреації та оздоровлення [4].

Задля оцінки економічного потенціалу суб'єктів агротуризму, необхідно дослідити динаміку розвитку сільського зеленого туризму по основним характеристикам, а саме: кількість садиб, їх загальну та житлову площу, кількість розміщення відпочиваючих, середня місткість. Оцінку динаміки основних параметрів розвитку сільського зеленого туризму в Україні проведено за даними таблиці 1.

Узагальнюючи інформації з наведених статистичних даних (табл. 1) слід зауважити, що усі наявні суб'єкти сільського туризму (агросадиби) здійснюють свою діяльність у формі фізичних осіб — підприємців. У розрізі аналізуючого періоду видно, що кількість агросадиб в Україні збільшується з кожним роком, так на 142 одиниць у 2017 р. у порівнянні із 2015 р. Загальна площа садиб у 2017 році також збільшується на 21 522,1 м<sup>2</sup> у порівняння із 2015 роком і становить 94 763,1 м<sup>2</sup>. Кількість розміщених осіб протягом останніх трьох років також збільшувалося, так у 2016 році маємо приріст цього показника на 30 638 осіб, порівняно із рівнем 2015 р. та у 2017 році на 33 317 осіб порівняно із 2015 р. Середня місткість садиб у 2017 р. зросла на 0,8 порівняно з рівнем 2015 р.

У процесі дослідження динаміки розвитку сільського зеленого туризму в Україні було виявлено, що кількість садиб по Україні збільшується та прослідковується активізація розвитку агротуризму, про що свідчать статистичні дані кількості розміщених туристів. Але має місце той факт, що офіційні та фактичні дані підприємницької діяльності у сфері агротуризму різняться між собою: по-перше, це пояснюється тим, що значна кількість внутрішніх туристів не завжди користуються послугами туроператорів чи турагентів, на відміну від виїзних туристів; по-друге, значна частина агросадиб є офіційно не зареєстрованими, тобто перерубають "у тіні", що в свою чергу пов'язано із мінімальною підтримкою як місцевої влади, так і держави в цілому. Отже, статистичні дані сільського зеленого туризму зараз не мають повної достовірної інформації, що в свою чергу заважає повноцінно оцінювати масштаб розвитку агротуризму.

**Таблиця 1. Динаміка розвитку сільського зеленого туризму в Україні**

Рік	Кількість садиб, од.	Площа садиб, м <sup>2</sup>		Кількість розміщених осіб	Середня місткість садиб, місць
		усього	зокрема, житлова		
2015	235	73241,0	25557,5	49253	12,7
2016	375	90811,1	43764,0	79891	13,2
2017	377	94 763,1	45 924,1	82 570	13,5
Відхилення 2017 року від 2015 року (+, -)	142	21 522,1	20 366,6	33 317	0,8

Джерело: складено авторами на основі [2].

Враховуючи на вище зазначене, слід здійснити найбільш точну оцінку розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Основні показники діяльності садиб сільського зеленого туризму в Україні у 2017 році подано в таблиці 2.

Загалом найбільша кількість агросадиб зосереджена у Західному регіоні України, зокрема 81,2% садиб від загальної кількості розташовано в Івано-Франківській області, 4,2% садиб розташовані у Чернівецькій області, а 3,7% садиб зареєстровані в Львівській області.

Аналізуючи дані таблиці 2, можна констатувати, що насиченість агросадибами неоднаково розподілена по території України, що пояснюється природно-кліматичними умовами, наявністю історико-культурних об'єктів та збе-

**Таблиця 2. Сільський зелений туризм за регіонами України у 2017 роках (фізичні особи-підприємці)**

Області	Кількість садиб, од.	Кількість осіб, що перебували у закладах, осіб	Середня місткість садиб, од.	Площа садиб, м <sup>2</sup>	
				усього	у тому числі житлова
Україна	377	82 570	13,5	94 763,1	45 924,1
Вінницька	1	35	12,0	80,0	48,0
Волинська	2	3 050	15,0	1 052,1	213,1
Дніпропетровська	1	265	9,0	126,4	76,0
Донецька	-	-	-	-	-
Житомирська	-	-	-	-	-
Закарпатська	8	488	9,5	1 815,3	1 297,3
Запорізька	-	-	-	-	-
Івано-Франківська	306	55 096	12,8	59 493,6	36 266,4
Київська	-	-	-	-	-
Кропивницька	2	1 669	11,5	7 750,0	240,0
Луганська	-	-	-	-	-
Львівська	14	2 797	19,5	4 060,9	2 064,5
Миколаївська	4	881	23,5	5 680,0	1 340,2
Одеська	3	1 672	8,0	216,6	144,2
Полтавська	1	15	7,0	98,0	70,0
Рівненська	-	-	-	-	-
Сумська	-	-	-	-	-
Тернопільська	6	4 088	26,5	1 145,9	773,6
Харківська	-	-	-	-	-
Херсонська	-	-	-	-	-
Хмельницька	6	3 797	23,5	1 486,0	680,0
Черкаська	4	728	7,5	374,0	298,0
Чернівецька	16	6 974	16,2	3 771,3	1 990,9
Чернігівська	3	1 015	13,3	7 613,0	421,9
м. Київ	-	-	-	-	-

Джерело: складено авторами за основі [3].



Рис. 3. Геопросторове розміщення садиб сільського зеленого туризму в Україні у 2017 році

Джерело: складено авторами за основи [3].

реженням етнічних традицій. Геопросторове розміщення садиб сільського зеленого туризму в Україні у 2017 році зображено на рисунку 3.

У сучасних умовах світової пандемії та економічної кризи агротуризм в Україні стає чудовою альтернативою закордонних курортів, адже чимало українців обирають екологічні сільські садиби для активного відпочинку.

Таким чином, розвиток сільського зеленого туризму не тільки допомагає збереженню та розвитку рекреаційних зон у сільській місцевості, але й сприяє вирішенні соціально-економічних проблем села, що передбачає зниження рівня безробіття шляхом залучення молоді і місцевого населення, відтворення трудового потенціалу, уповільнення міграційних процесів, підвищення рівня інфраструктурного забезпечення регіону, поповнення місцевого бюджету тощо.

### ВИСНОВКИ

Досліджено, що коефіцієнт урбанізації показує динаміку і тенденції майже однаково по всіх регіонах України, тобто відбуваються процеси стиснення економічного простору на користь великих міст. Так, коефіцієнт урбанізації у 2018 році понад 50% спостерігається у 79% об-

ластей, а це означає значне скорочення населення сільської місцевості. Тільки Закарпатська (37,09%), Івано-Франківська (44,20%), Рівненська (47,49%), Тернопільська (45,29%) та Чернівецька (43,20%) області мають показник урбанізації менше за 50%. Суттєву зміну показника урбанізації за 2010—2018 роки спостерігаємо у Вінницькій (збільшення на 1,78 в.п.), Сумській (+1,74 в.п.), Тернопільській (+1,5 в.п.), Хмельницькій (+2,25 в.п.), Чернігівській (+2,42 в.п.).

Проаналізовано показники розвитку інвестиційних процесів у розрізі регіонів України, що показав значні диспропорції інвестиційної активності у сфері капітального інвестування. Слід зазначити, що майже у всіх регіонах (окрім Луганської області) спостерігалось зростання капітальних вкладень. Найвищими темпами (понад 125% за період 2010—2019 років) капітальне інвестування зростало у Івано-Франківській, Полтавській, Тернопільській, Черкаській, Чернігівській областях, тобто у регіонах в яких переважає розвиток аграрного сектору. Найнижчі темпи приросту капітальних інвестицій (до 100%) характерні для Волинської, Дніпропетровської, Чернівецької, Луганської, Рівненської, Сумської, Харківської, Запорізької та Донецької областей. Рівень диспропорційності розвитку (різниця між найвищим

та найнижчим показником) за темпами приросту інвестиційних вкладень склав у 2019 році 491%, якщо враховувати показники Луганської і Донецької областей, що втратили значну частину економічного потенціалу, або 199% без їх урахування.

Результати дослідження вказують на те, що передумовою сталого розвитку сільських територій є стимулювання і підтримка підприємництва у сфері сільського зеленого туризму як державному, так і на регіональному рівні. Саме тому для активізації розвитку агротуризму та виведенню агросадіб "з тіні" виникає потреба в удосконаленні діючої нормативно-правової бази, пошуку нових джерел фінансово-інвестиційного спрямування, а також у розробці організаційно-економічних заходів.

#### Література:

1. Інклюзивний вимір розвитку міст центрів ділової активності України: тенденції та перспективи: наукова доповідь / НАН України. ДУ "Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України"; наук. редактор М. І. Мельник. Львів, 2019. 55 с.

2. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 16.04.2020).

3. Колективні засоби розміщування в Україні у 2017 році: Статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2018. 142 с.

4. Ставська Ю.В. Особливості та тенденції розвитку індустрії сільського туризму. СХІДНА ЄВРОПА: ЕКОНОМІКА, БІЗНЕС ТА УПРАВЛІННЯ. Серія: Економіка та управління національним господарством. 2018. Вип. 6 (17). С. 84—91. URL: [http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/17\\_2018/17.pdf](http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/17_2018/17.pdf) (дата звернення 16.04.2020).

5. Крамаренко І.С. Формування та розвиток регіонального інвестиційного потенціалу в умовах структурних трансформацій економіки: теорія, методологія та практика. Миколаїв: ФОП Швець В.М., 2019. 356 с.

6. Іртищева І.О., Крамаренко І.С. Інвестиційна привабливість економіки: міжрегіональні асиметрії. Регіональна економіка. 2014. № 2 (72). С. 84—95.

7. Крамаренко І.С. Регіональна структура інвестиційного потенціалу: сучасний стан та концептуальні підходи. Вісник ХНАУ. 2019. № 4. С. 150—162.

8. Бурковський І.Д., Іртищева І.О. Інвестиційне забезпечення економічного розвитку аграрного виробництва. Економіка АПК. 2005. № 12. С. 71—73.

9. Крамаренко І.С., Сенкевич О.Ф., Клецов Є.С., Прокопенко Н.О., Кльоц Ю.Ю. Особливості формування інвестиційного потенціалу: регіональний та національний аспект. Вісник ХНАУ. 2019. № 3. С. 343—357.

10. Іртищева І.О., Потапенко О.М. Інституційне забезпечення інвестиційно-інноваційного розвитку. Бізнес-навігатор. 2011. № 3 (24). С. 102—106.

#### References:

1. Inclusive dimension of development of cities and centers of business activity of Ukraine: tendencies and prospects: scientific report (2019), NAS of Ukraine. State Institution "Institute of Regional Studies named after MI Dolishny NAS of Ukraine" Lviv, Ukraine.

2. State Statistics Service of Ukraine (2020), available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 16 April 2020).

3. State Statistics Service of Ukraine (2018), "Collective accommodation facilities in Ukraine in 2017" Kyiv, Ukraine.

4. Stavskaya, Y.V. (2018) "Features and trends in the rural tourism industry", EASTERN EUROPE: ECONOMY, BUSINESS AND GOVERNANCE. Series: Economics and management of the national economy, vol. 6 (17), pp. 84—91, available at: [http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/17\\_2018/17.pdf](http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/17_2018/17.pdf) (Accessed 16 April 2020).

5. Kramarenko, I.S. (2019) "Formation and development of regional investment potential in the conditions of structural transformations of economy: theory, methodology and practice", Mykolaiv, Ukraine.

6. Irtyshcheva, I.O. and Kramarenko, I.S. (2014), "Investment attractiveness of the economy: inter-regional asymmetries", Regional economy, vol. 2 (72), pp. 84—95.

7. Kramarenko, I.S. (2019), "Regional structure of investment potential: current state and conceptual approaches", KhNAU Bulletin, vol. 4, pp. 150—162.

8. Burkovsky, I.D. and Irtyshcheva, I.O. (2005), "Investment support for the economic development of agricultural production", APK economy, vol. 12, pp. 71—73.

9. Kramarenko, I.S. Senkevich, O.F. Kletsov E.S. Prokopenko, N.O. and Klyots, Yu.Yu. (2019), "Features of investment potential formation: regional and national aspect", KhNAU Bulletin, vol. 3, pp. 343—357.

10. Irtyshcheva, I.O. and Potapenko, O.M. (2011), "Institutional support for investment and innovation development". Business navigator, vol. 3 (24), pp. 102—106.

Стаття надійшла до редакції 20.05.2020 р.

УДК 351: 352.142.4

Д. С. Войт,

к. е. н., докторант, Міжнародний університет бізнесу і права

ORCID ID: 0000-0003-3406-2237

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.90

## УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО МОНІТОРИНГУ РІВНЯ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

D. Voit,

PhD in Economics, Doctoral candidate, International University of Business and Law

### IMPROVEMENT OF METHODOLOGICAL APPROACHES TO MONITORING THE LEVEL OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE

Метою статті є удосконалення методичних підходів до моніторингу рівня соціально-економічного розвитку України. Досліджено методичні підходи до моніторингу соціально-економічного розвитку України та запропоновано напрями їх удосконалення на основі обчислення порівняльних інтегральних оцінок динамічних коефіцієнтів соціально-економічного розвитку національної соціально-економічної системи на трьох рівнях: глобальному, національному та регіональному. Використання пропонує методичних підходів дозволяє визначити цілісну картину соціально-економічного розвитку, тенденційні вектори та диспропорції забезпечення соціальних і економічних результатів у ретроспективі та на момент оцінювання. Розроблено відповідний алгоритм, запропоновано систему показників та критеріїв моніторингу а також математичний інструментарій їх розрахунку.

Здійснено моніторинг рівня соціально-економічного розвитку України за період 2014—2018 років (період поступової імплементації реформи децентралізації). Результати проведених розрахунків у розрізі основних економічних показників і відповідних індикаторів, що обчислювалися із урахуванням інфляційної та демографічної складової показав, що порівняно з розрахунками номінальних показників, які використовуються при стандартному аналізі, всі показники економічного розвитку демонструють регресивні тенденції. Зокрема інтегральний показник стану національних рахунків зменшився на 3%, показник інвестиційної та зовнішньоекономічної діяльності — на 1%, показник розвитку підприємництва — на 36% і показник розвитку внутрішнього ринку та інфраструктури на 21%.

Здійснено моніторинг соціального розвитку України за період 2014—2018 років, який засвідчив, що попри певні досягнення у соціальній сфері, у 2018 році сукупних показник соціального розвитку має від'ємне значення (-0,4). Це вказує на те, що розвитку соціальної сфери в Україні впродовж 2014—2018 років не приділялося значної уваги. Окрім того, якщо до системи розрахунків включити такі показники, як бюджетні видатки на соціальні потреби у розрахунку на душу населення, рівень доступу до медичних та освітніх послуг, реальні доходи населення тощо, вказаний показник знизиться ще на кілька пунктів.

The purpose of the article is to improve methodological approaches to monitoring the level of socio-economic development of Ukraine. Methodical approaches to monitoring the socio-economic development of Ukraine are studied and directions for their improvement are proposed based on the calculation of comparative integrated assessments of dynamic coefficients of socio-economic development of the national socio-economic system at three levels: global, national and regional. The use of the proposed methodological approaches allows to determine the holistic picture of socio-economic development, trend vectors and disparities in ensuring social and economic results in retrospect and at the time of evaluation. An appropriate algorithm has been developed, a system of indicators and monitoring criteria has been proposed, as well as mathematical tools for their calculation.

The level of socio-economic development of Ukraine for the period 2014—2018 (period of gradual implementation of decentralization reform) was monitored. The results of the calculations in terms of key economic indicators and relevant indicators, calculated taking into account the inflation and demographic component showed that compared to the

calculations of nominal indicators used in the standard analysis, all indicators of economic development show regressive trends. In particular, the integrated indicator of the state of national accounts decreased by 3%, the indicator of investment and foreign economic activity — by 1%, the indicator of business development — by 36% and the indicator of the development of the domestic market and infrastructure by 21%.

The social development of Ukraine for the period 2014—2018 was monitored, which showed that despite some achievements in the social sphere, in 2018 the overall indicator of social development is negative (-0.4). This indicates that the development of the social sphere in Ukraine during 2014—2018 was not given much attention. In addition, if the calculation system includes such indicators as budget expenditures for social needs per capita, the level of access to medical and educational services, real incomes, etc., this indicator will decrease by several points.

*Ключові слова: соціально-економічний розвиток, інституції, методичні підходи, моніторинг.*

*Key words: socio-economic development, institutions, methodical approaches, monitoring.*

## **ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ**

Питанням аналізу соціально-економічного розвитку України та її регіонів присвячено значна кількість наукових праць вітчизняних і зарубіжних науковців, аналітичних звітів міністерств та департаментів, державних і приватних рейтингових агенцій. Водночас у сучасних умовах трансформації економічних відносин та соціально-економічних систем, реформування інституційного й правового поля соціально-економічного розвитку нашої держави, що характеризується поступовою імплементацією Європейських норм, проходження процесів децентралізації на тлі складних геополітичних й економічних викликів виникає потреба у формуванні дієвої системи моніторингу соціально-економічного розвитку, що дозволила б оперативно приймати ті чи інші управлінські рішення та визначати їх вплив на відповідні процеси. Важливими особливостями такого моніторингу є:

- 1) формування релевантної системи показників, що найбільш об'єктивно характеризують стан та розвиток досліджуваних процесів;
- 2) розробка системи аналізу та уніфікованого відображення даних, що об'єднують різні аспекти соціально-економічного розвитку;
- 3) визначення бази для порівняння, у якості якої можуть слугувати відповідні цільові показники, аналогічні досягненням інших країн у цій сфері або найбільш високі результати, отримані у певному регіоні країни;
- 4) методичні підходи обробки та інтерпретації даних у найбільш зручній формі, що дозволяють приймати оперативні та стратегічні рішення для підвищення керованості процесу соціально-економічного розвитку у відповідності до цільових пріоритетів.

## **АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ**

Дослідженню методичних підходів до моніторингу рівня соціально-економічного розвитку України присвячено багато наукових праць відомих вчених-економістів, зокрема: Іртищевої І.О., Крамаренко І.С., Кириченко К.І., Макара О.В., Чернова О.В., Сушко К.В., Стегней М.І., Стройко Т.В. Однак методичні підходи до моніторингу рівня соціально-економічного розвитку, що використовуються не враховують зміну курсу національної валюти, а отже, потребують удосконалення.

## **МЕТА СТАТТІ**

Метою статті є удосконалення методичних підходів до моніторингу рівня соціально-економічного розвитку України.

## **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБГРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ**

Традиційні підходи до моніторингу соціально-економічного розвитку, які використовуються для звітування органів влади та кабінету міністрів базуються на номінальних статистичних даних, які не враховують зміну курсу валюти. У результаті таких розрахунків виходить, що економіка України за більшістю економічних параметрів зростає, що сприймається як позитивне явище, яке лягає в основу побудови прогнозів і прийняття відповідних рішень. На нашу думку, об'єктивна система моніторингу, на відміну від тієї, що практикується наразі, повинна виключати інфляційну складову, а основні макроекономічні показники повинні визначатися у розрахунку на душу населення. Це дозволить робити більш об'єктивні висновки та прогнози щодо рівня економічного розвитку та порівнювати відповідні показники як



у динаміці, так і на різних рівнях агрегування (країна, регіон, територіальна громада). Окрім того, основою для моніторингу повинен слугувати не тільки розвиток показників у динаміці, а ефективне керування економічними процесами, що відображається у певних нормативних (цільових) показниках визначених у відповідних планових документах.

Проведений огляд джерел дозволив виявити наступні недоліки традиційної системи моніторингу соціально-економічного розвитку, що використовуються в Україні:

1) відсутність (за виключенням незначної кількості макроекономічних індикаторів) цільового базису (дерева цілей) для визначення рівня соціально-економічного розвитку у контексті ефективності державного та регіонального менеджменту;

2) розрахунок динаміки економічних процесів без урахування індексу інфляції чи курсу національної валюти, що не дозволяє робити об'єктивні висновки щодо рівня економічного зростання;

3) неспівставність та непорівнюваність показників соціального та економічного розвитку внаслідок використання різних одиниць вимірювання;

4) відсутність дієвих механізмів прийняття рішень у разі виявлення значних відхилень соціально-економічного розвитку від планових тенденцій із урахуванням взаємозв'язку соціально-економічних процесів і явищ.

Для подолання вказаних недоліків пропонується удосконалення методичних підходів моніторингу соціально-економічного розвитку держави, що ґрунтується на визначенні порівняльних інтегральних оцінок динамічних коефіцієнтів соціально-економічного розвитку національної соціально-економічної системи на трьох рівнях: глобальному, національному та регіональному. Використання пропонованих методичних підходів дозволяє визначити цілісну картину соціально-економічного розвитку, тенденційні вектори та диспропорції забезпечення соціальних і економічних результатів на момент оцінювання. Окрім того, для визначення реального стану та тенденцій соціально-економічного розвитку запропоновано три підходи при обчисленні економічних показників, а саме:

1) аналіз номінальних показників розвитку економічних процесів, що статистично визначають тенденції розвитку економіки та відповідні структурні зміни у соціально-економічному становищі національних соціально-економічних систем;

2) аналіз інтенсивності економічних процесів з використанням відносних показників у розрахунку на душу населення, що дають уявлення про взаємний вплив демографічних та економічних процесів;

3) аналіз розвитку національної економіки із врахуванням валютного паритету, що опосередковано характеризує вплив інфляційних процесів на формування економічних показників, визначає вплив економіки на стабільність національної валюти та реальне економічне зростання.

Рівень розривів у динаміці показників, обчислених за пропонованими підходами опосередковано свідчитимуть про ступінь соціально-економічної стабільності трансформаційних процесів в національній соціально-економічній системі.

Алгоритм проведення оцінки складається з таких етапів:

1. Визначення ключових показників та індикаторів соціального і економічного розвитку. Зважаючи на методичні підходи, що використовуються Міністерством економіки, торгівлі та сільського господарства України, Державною службою статистики України [3; 1], а також Європейської статистики [4], ключові показники соціально-економічного розвитку можна згрупувати так:

— Національні рахунки (НР): ВВП, національний дохід, валова додана вартість, валовий випуск товарів і послуг.

— Інвестиції та зовнішньоекономічна діяльність (І-ЗЕД): обсяг капітальних інвестицій, обсяг прямих іноземних інвестицій, експорт, імпорт товарів.

— Розвиток підприємництва (РП): кількість юридичних осіб, чисельність підприємств малого бізнесу, обсяги отриманого прибутку, рентабельність підприємств.

— Розвиток внутрішнього ринку та інфраструктури (ВР-І): обсяги внутрішнього товарообороту, обсяг будівельних робіт, обсяги перевезення вантажів, обсяги надання телекомунікаційних послуг.

— Показники людського розвитку (ЛР): чисельність населення, рівень народжуваності населення, рівень смертності населення, середня тривалість життя населення.

— Показники ринку праці (РП): чисельність економічно-активного населення, чисельність зайнятих, рівень безробіття, середня заробітна плата.

Звичайно, поданий перелік не відображає у повному обсязі рівень соціально-економічного розвитку. Відсутні значна частина важливих

показників та індикаторів, а кожний з перелічених показників вимагає більш розширеного аналізу та деталізації. Проте, при виборі показників ми керувалися одним з основних правил моніторингу, а саме вибір обмеженої кількості ключових показників, достатніх для визначення загальних тенденцій розвитку явища чи процесу з подальшою деталізацією та поглибленим аналізом найбільш перспективних або проблемних напрямів розвитку.

2. Збір статистичних даних та обчислення відносних показників. Для забезпечення порівнюваності показників на всіх рівнях запропоновано переводити економічні індикатори у розрахунку на душу населення. Такий підхід дозволить більш об'єктивно оцінити темпи економічного зростання та їх вплив на соціальну сферу.

3. Визначення бази для порівняння. Оптимальними показниками для порівняння автор вважає цільові показники соціально-економічного розвитку, визначені у відповідній державній стратегії з розбивкою на періоди її реалізації. Проте, зважаючи на те, що у "Стратегії соціально-економічного розвитку України-2020", "Цілях сталого Розвитку України" та інших стратегічних документах більшість показників визначені у вигляді орієнтирів без їх чіткого розподілу на періоди реалізації, суперечність окремих показників у затверджених документах або їх відсутність, для апробації вказаної методики взято базові показники станом на 2014 рік. Це пояснюється тим, що у 2014 році вступила в дію реформа децентралізації, що на думку автора, повинна мати позитивний вплив на рівень соціально економічного розвитку як регіонів, так і України загалом.

4. Вибір методичного підходу проведення оцінки. Методичні підходи до оцінки передбачають такі етапи:

1) Стандартизація показників оцінювання соціально-економічного розвитку пропонується здійснювати за допомогою однієї з формул:

1.1. Стандартизація розвитку процесу у динаміці:

$$\text{для прогресорів } SI = \frac{\left(\frac{I_b^t}{I_b^t \times k_i}\right) \times 100 - 100}{10} \quad (1),$$

$$\text{для регресорів: } SI = \left(\frac{\left(\frac{I_b^t}{I_b^t \times k_i}\right) \times 100 - 100}{10}\right) \times (-1) \quad (2),$$

де  $SI$  — стандартизований  $i$ -тий показник розвитку соціального бо економічного процесу;

$I_b^t$  — значення показника у базовому періоді;

$I_p^t$  — значення показника у порівняльному періоді;

$k_i$  — коефіцієнт валютного паритету, що показує відношення вартості національної грошової одиниці у базовому по відношенню до порівняльного періоду і визначається за формулою:

$$k_i = \frac{KB_{\varepsilon}}{KB_n} \quad (3),$$

де,  $KB_{\varepsilon}$  і  $KB_n$  — курс національної валюти по відношенню до долара США у базовому і порівняльному періоді.

Використання даної формули дозволить вивити реальне зростання (+) або зниження (-) досліджуваного показника протягом досліджуваного періоду у балах.

1.2. Стандартизація відносно еталону:

$$\text{для прогресорів } SI = \frac{\left[\left(\frac{I_d^t}{I_e^t}\right) \times 100 - 100\right]}{10} \quad (4),$$

$$\text{для регресорів } SI = \left[\left(\frac{I_d^t}{I_e^t}\right) \times 100 - 100\right] / 10 \quad (5),$$

де  $I_d^t$  — значення показника у досліджуваного об'єкта;

$I_e^t$  — значення показника еталону.

Використання цієї формули дозволить вивити перевершення (+) або відставання (-) досліджуваного об'єкту за певним показником відносно еталонного значення у 10-тибальній шкалі.

2) Вибір методу обчислення інтегрального показника. На сьогодні існує багато методик, що використовуються для нормування даних та виведення єдиного інтегрального показника, який характеризує певний процес чи явище. Але, зважаючи на достатньо різноманітні показники та індикатори, що характеризують різні аспекти соціально-економічного розвитку України, а також вимогу щодо універсальності проведення моніторингу у залежності від його мети, нами обрано найпростіший адитивний метод визначення інтегральних показників, що дозволяє довільно змінювати кількість та перелік індикаторів. Інтегральний показник за кожним напрямом оцінювання визначається за формулою:

$$Sp = \sum_{i=1}^n SI \times \left(\frac{1}{n}\right) \quad (6),$$

де  $S_p$  — інтегральний показник розвитку процесу або явища у межах відповідної групи (макроекономічний розвиток, ринок праці, інвестиції тощо);

$n$  — кількість показників у межах вибірки.

Використання удосконалених автором методичних підходів дозволить зводити результати моніторингу соціально-економічного роз-

витку країни або її регіонів до єдиної шкали вимірювання та відслідковувати розвиток соціально-економічних процесів у реальному часі, а також вчасно виявляти слабкі місця та напрямки їх розвитку (посилення, стабілізація або зниження прояву), що є зручним інструментарієм для побудови моделей та імітації наслідків тих чи інших рішень.

Для апробації пропонованих методичних підходів зібрано аналітичні дані за період 2014—2018 років у розрізі таких груп показників: національні рахунки (НР), Інвестиції та зовнішньоекономічна діяльність (І-ЗЕД), Розвиток підприємництва (РП), Розвиток внутрішнього ринку та інфраструктури (ВР-І), Людський розвиток (ЛР), Розвиток ринку праці (РП).

Для об'єктивного аналізу, показники економічного розвитку відображено у трьох вимірах: абсолютному, відносному (у розрахунку на душу населення) та з урахуванням індексу валютного паритету. Ці показники, визначені у 2014 та 2018 порівняльних роках, наведено у таблиці 1.

Наведені у таблиці дані ілюструють порівняльні показники розвитку національної економіки із урахуванням чисельності населення, а також валютного паритету 2018 року до 2014 року. Незмінними залишилися показники рентабельності підприємств та показники зовнішньоекономічної діяльності, які визначалися у доларах США. Використання наведених показників дозволяє визначити реальний ріст економіки за період 2014—2018 років із врахуванням інфляційної та демографічної складової.

Використовуючи дані таблиці та формули 3—5, розрахуємо стандартизовані індикатори економічного розвитку та відповідні інтегральні показники у 2018 році. При цьому, у якості базового періоду обрано 2018 рік, а порівняльного — 2014 р. Еталонними значеннями в даному дослідженні прийнято абсолютні значення індикаторів за 2014 рік. Результати розрахунків наведено у таблиці 2.

Як показали результати розрахунків, за номінальними показниками у 2018 році Україна знач-

**Таблиця 1. Окремі показники розвитку національної економіки у 2014 та 2018 роках**

Показники	Абсолютні		Відносні (у розрахунку на душу населення)		Відносні з урахуванням коефіцієнту валютного паритету ( $K_{2018/2014}=0,44$ )	
	2014	2018	2014	2018	2014	2018
<b>Національні рахунки (НР)</b>						
ВВП номінальний, млн грн	1586915	3558706	34933,9	83958,7	34933,9	36941,8
Національний дохід, млн грн	1568772	3640332	34534,5	85884,4	34534,5	37789,2
Валова додана вартість, млн грн	1382719	2569952	30438,8	60631,5	30438,8	26677,9
Валовий випуск товарів і послуг, млн грн	3558223	7257295	7833,0	17121,8	7833,0	7533,6
<b>Розвиток інвестиційної та зовнішньоекономічної діяльності (І-ЗЕД)</b>						
Капітальні інвестиції, млн грн	219419,9	578726,4	4830,2	13653,6	4830,2	6007,6
Прямі іноземні інвестиції	53704	32291,9	1182,2	761,8	1182,2	761,8
Експорт, млн дол. США	53901,7	47335	1186,6	1116,7	1186,6	1116,7
Імпорт, млн дол. США	54428,7	57187,6	1198,2	1349,2	1198,2	1349,2
<b>Розвиток підприємництва (РП)</b>						
Кількість суб'єктів господарювання, одиниць	1932325	1769041	42,5	41,7	42,5	18,4
Кількість малих підприємств, одиниць	1591160	1408131	35,0	33,2	35,0	14,6
Кількість зайнятих працівників, тис. осіб	9008,3	8188,587	0,2	0,2	0,2	0,1
Обсяги чистого прибутку підприємств, тис. грн	202704,5	530924,4	22,5	64,8	22,5	28,5
<b>Розвиток внутрішнього ринку та інфраструктури (М-І)</b>						
Обсяги роздрібного товарообороту, млн грн	438343	668369,6	9649,6	15768,5	9649,6	6938,1
Обсяг будівельних робіт, млн грн	51108,7	141213,1	1125,1	3331,6	1125,1	1465,9
Обсяги перевезення вантажів, тис. т	1623297	1642980	35734,8	38762,0	35734,8	17055,3
Обсяг реалізованих послуг у сфері телекомунікацій та поштового зв'язку, млн грн	52434	72564,7	1154,3	1712,0	1154,3	753,3

Джерело: розраховано автором за даними [1; 2].

но випереджає рівень розвитку станом на 2014 рік. Найбільш високий рівень зростання серед вибірки показників характерний для національних рахунків, які у сукупності збільшилися на 112%, а також показники розвитку внутрішнього ринку та інфраструктури (67%). Враховуючи те, що статистично чисельність населення у 2018 році скоротилася порівняно з 2014 на 6,7%, відповідні показники у розрахунку на душу населення демонстрували ще вище зростання: НР (+127%), І-ЗЕД (38%), РП (+45%) та М-ІІІ (+79%).

Якщо розглянути більш детально, то у 2018 році зростання інтегрального показника інвестиційного забезпечення та зовнішньоекономічної діяльності забезпечувалося виключно зростанням обсягів капітальних інвестицій. Водночас показники іноземного інвестування та експорту скорочувалися.

Розрахунки показали, що якщо враховувати коефіцієнт паритету національної валюти по відношенню до долара США у 2014 та 2018 році, всі показники економічного розвитку демонструють регресивні тенденції. Зокрема інтеграль-

Таблиця 2. Стандартизовані показники економічного розвитку України у 2018 році відносно 2014 року

Показники	Абсолютні	у розрахунку на душу населення	Відносні з урахуванням коефіцієнту валютного паритету (k2018/2014=0,44)
<b>Національні рахунки (НР)</b>			
ВВП номінальний, млн грн	12,4	14,0	0,6
Національний дохід, млн грн	13,2	14,9	0,9
Валова додана вартість, млн грн	8,6	9,9	-1,2
Валовий випуск товарів і послуг, млн грн	10,4	11,9	-0,4
Інтегральний показник	<b>11,2</b>	<b>12,7</b>	<b>-0,03</b>
<b>Розвиток інвестиційної та зовнішньоекономічної діяльності (І-ЗЕД)</b>			
Капітальні інвестиції, млн грн	16,4	18,3	2,4
Прямі іноземні інвестиції	-4,0	-3,6	-3,6
Експорт, млн дол. США	-1,2	-0,6	-0,6
Імпорт, млн дол. США	0,5	1,3	1,3
Інтегральний показник	<b>2,9</b>	<b>3,8</b>	<b>-0,1</b>
<b>Розвиток підприємництва (РП)</b>			
Кількість суб'єктів господарювання, одиниць	-0,8	-0,2	-5,7
Кількість малих підприємств, одиниць	-1,2	-0,5	-5,8
Кількість зайнятих працівників, тис. осіб	-0,9	-0,3	-5,7
Обсяги чистого прибутку підприємств, тис. грн	16,2	18,8	2,7
Інтегральний показник	<b>3,3</b>	<b>4,5</b>	<b>-3,6</b>
<b>Розвиток внутрішнього ринку та інфраструктури (М-І)</b>			
Обсяги роздрібного товарообороту, млн грн	5,2	6,3	-2,8
Обсяг будівельних робіт, млн грн	17,6	19,6	3,0
Обсяги перевезення вантажів, тис. т	0,1	0,8	-5,2
Обсяг реалізованих послуг у сфері телекомунікацій та поштового зв'язку, млн грн	3,8	4,8	-3,5
Інтегральний показник	<b>6,7</b>	<b>7,9</b>	<b>-2,1</b>

Джерело: розраховано автором.

ний показник стану національних рахунків зменшився на 3%, показник інвестиційної та зовнішньоекономічної діяльності — на 1%, показник розвитку підприємництва — на 36% і показник розвитку внутрішнього ринку та інфраструктури на 21%.

Отже, вартість національної валюти та чисельність населення відіграють значну роль при проведенні моніторингу соціально-економічного розвитку та дозволяють визначити основні можливості та загрози щодо покращення трендів та досягнення стратегічних цілей розвитку національної соціально-економічної системи.

Використовуючи формулу 5 та дані таблиці 2, розраховано інтегральний показник економічного розвитку України у 2018 році порівняно з 2014 р. у розрізі 3 підходів:

- 1)  $SI_{EP} = 11,2 \times 0,25 + 2,9 \times 0,25 + 3,3 \times 0,25 + 6,7 \times 0,25 = 6$
- 2)  $SI_{EP} = 12,7 \times 0,25 + 3,8 \times 0,25 + 4,5 \times 0,25 + 7,9 \times 0,25 = 7,2$
- 3)  $SI_{EP} = -0,03 \times 0,25 - 0,1 \times 0,25 - 3,6 \times 0,25 - 2,1 \times 0,25 = -1,5$ .

Проведені розрахунки підтвердили номінальне економічне зростання, досягнуте у 2018 році порівняно з 2014 р. за обраним переліком показників та індикаторів на 6 балів із 10 (або 60%). Водночас, враховуючи показники інтенсивності (у розрахунку на душу населення) економічне зростання досягло понад 7,2 бали. Це пояснюється насамперед скороченням чисельності наявного населення протягом вказаного періоду на тлі номінального підвищення показників економічного розвитку. Однак, якщо враховувати реальну зміну вартості національної валюти, що є одним з вагомих цінових та інфляційних чинників, в економіці спостерігається економічний спад на 1,5 балів (-15%).

На відміну від економічних, розвиток соціальних показників (окрім середньої заробітної плати) обчислювався без урахування інфляційної складової. Проте варто відмітити, що розвиток економіки здійснює надзвичайно важливий, хоча і опосередкований вплив на соціально-демографічну сферу. Особливо на стан та розвиток ринку праці а також рівень життя населення. У таблиці 3. наведено порівняльні дані соціального розвитку у розрізі обраної вибірки показників за період 2014—2018 років.

Стандартизовані показники, розрахунок яких здійснювався за допомогою формул 3, 4, відображають рівень розвитку (або регресу) соціальних показників у 2018 році порівняно з аналогічними даними у 2014 році.

Як показали результати розрахунків, значна частина показників у 2018 році погіршилася, зокрема: зменшилася чисельність населення на 6,7%, рівень народжуваності на 19,4%, чисельність економічно-активного населення (-9,9%). Тобто значно погіршилися демографічні показники, окрім середньої очікуваної тривалості життя при народженні, що збільшилася у 2018 році на 4 місяці.

Значний негативний вплив на демографічну ситуацію в Україні протягом 2014—2018 років здійснювала втрата частини територій (окупованих Російською Федерацією), продовження військових дій, посилення процесів еміграції. Окрім того, зниження рівня народжуваності на тлі зростання смертності свідчить про погіршення економічної ситуації та доступності і якості медичного обслуговування.



**Таблиця 3. Показники соціального розвитку України  
у 2014–2018 роках**

Показники	2014	2018	Абсолютний приріст	Відносний приріст, %	Стандартизований показник у 2018 році (SI)
<b>Показники людського розвитку (ЛР)</b>					
Чисельність населення, тис. осіб	45426,2	42386,4	-3039,8	-6,7	-0,7
Рівень народжуваності, осіб на 1000 наявного населення	10,8	8,7	-2,1	-19,4	-1,9
Рівень смертності	14,7	14,8	0,1	0,7	0,1
Середня тривалість життя при народженні	71,4	71,8	0,4	0,5	0,1
<b>Показники ринку праці (РП)</b>					
Чисельність економічно-активного населення, тис. осіб	19920,9	17939,5	-1981,4	-9,9	-1,0
Зайняте населення, тис. осіб	18073,3	16360,9	-1712,4	-9,5	-0,9
Безробітні, тис. осіб	1847,6	1578,6	-269,0	-14,6	1,7
Рівень безробіття, %	9,7	9,1	-0,6	-6,2	0,6
Середньомісячна заробітна плата, грн	3480,0	8865,0	5385,0	154,7	1,2

Джерело: розраховано автором за даними [1].

Одним з найбільш проблемних питань для України залишається високий рівень бідності населення. Як зазначає Андронік О.А., "згідно з дослідженням рівня життя українців, проведеного ООН, абсолютна більшість населення України (80% населення) живе за межею бідності. Згідно зі стандартами ООН, за межею бідності живуть люди, які на день витрачають до \$5 (105 грн на 2015 рік). Експерти ж підраховували, що прожитковий мінімум в Україні — 33,5 грн на день (\$1,5). Слід зазначити, що населення бідних країн Африки в середньому щодня витрачає \$ 1,25" [5].

Використовуючи даній таблиці 2 та формулу 5 можна обчислити агреговані показники людського розвитку та ринку праці у 2018 році:

1. Інтегральний показник людського розвитку:

$$S_{ЛР} = -0,7 \times 0,25 - 1,9 \times 0,25 + 1,7 \times 0,25 + 0,1 \times 0,25 = -0,6.$$

Результати розрахунку показали, що у сфері людського розвитку у 2018 році спостерігається рецесія, про що свідчить від'ємний інтегральний показник людського розвитку.

1. Інтегральний показник розвитку ринку праці:

$$S_{РП} = -1 \times 0,2 - 0,9 \times 0,2 + 1,7 \times 0,2 + 0,6 \times 0,2 + 1,2 \times 0,2 = 0,32$$

У сфер розвитку ринку праці у 2018 році спостерігається незначне зростання на 3,2%, що зумовлено насамперед скороченням чисельності безробітних за рахунок їх міграції за кордон, а також зростання середнього розміру оплати праці.

3. Інтегральний показник соціального розвитку:

$$SI_{СП} = -0,6 \times 0,5 + 0,32 \times 0,5 = 0,4.$$

Отже, попри певні досягнення у соціальній сфері, у 2018 році сукупних показник соціального розвитку має від'ємне значення. Це вказує на те, що розвитку соціальної сфери в Україні впродовж 2014–2018 років не приділялося значної уваги. Окрім того, якщо до системи розрахунків включити такі показники, як бюджетні видатки на соціальні потреби у розрахунку на душу населення, рівень доступу до медичних та освітніх послуг, реальні доходи населення тощо, вказаний показник знизиться ще на кілька пунктів.

Важливою проблемою в Україні є гармонізація соціального та економічного розвитку. На думку авторів монографії, "соціальна спрямованість розвитку постійно стикається з економічними обмеженнями або, за наявності економічних ресурсів, — із пріоритетністю їх вкладень не на користь соціальним пріоритетам. Соціальні витрати з бюджету не збалансовуються з економічними можливостями. Вони можуть бути або надмірними через політичні вагелі, або використовуються на подальші економічні пріоритети без врахування соціальних цілей. Напрями досягнення безпечного стану в соціальній та економічній сферах між собою не корелюють, не скоординовані, не відрегульовані, що викликає протиріччя між досягненням економічних та соціальних цілей" [6].

Отже, одним з важливих завдань, що сприятиме розвитку України, її конкурентоспроможності на міжнародній арені та підвищенню якості життя громадян є формування політики найбільш оптимального збалансу-

вання соціальних та економічних потреб. Дієвими способом такого балансування є продовження реформи децентралізації, що забезпечить розширення можливостей для соціального та економічного розвитку регіонів, підвищить їх фінансовий потенціал та дозволить збалансовувати соціальні й економічні потреби з урахуванням регіональних особливостей.

### ВИСНОВКИ

Досліджено методичні підходи до моніторингу соціально-економічного розвитку України та запропоновано напрями їх удосконалення на основі обчислення порівняльних інтегральних оцінок динамічних коефіцієнтів соціально-економічного розвитку національної соціально-економічної системи на трьох рівнях: глобальному, національному та регіональному. Використання пропонованих методичних підходів дозволяє визначити цілісну картину соціально-економічного розвитку, тенденційні вектори та диспропорції забезпечення соціальних і економічних результатів у ретроспективі та на момент оцінювання. Розроблено відповідний алгоритм, запропоновано систему показників та критеріїв моніторингу а також математичний інструментарій їх розрахунку.

Здійснено моніторинг рівня соціально-економічного розвитку України за період 2014—2018 років (період поступової імплементації реформи децентралізації). Результати проведених розрахунків у розрізі основних економічних показників і відповідних індикаторів, що обчислювалися із урахуванням інфляційної та демографічної складової показав, що порівняно з розрахунками номінальних показників, які використовуються при стандартному аналізі, всі показники економічного розвитку демонструють регресивні тенденції. Зокрема інтегральний показник стану національних рахунків зменшився на 3%, показник інвестиційної та зовнішньоекономічної діяльності — на 1%, показник розвитку підприємництва — на 36% і показник розвитку внутрішнього ринку та інфраструктури на 21%. Розраховано інтегральний показник економічного розвитку України у 2018 році відносно 2014 року показав, що демографічні фактори та курс національної валюти відіграє значну роль в оцінці економічних процесів. Так, інтегральний показник без врахування вказаних факторів демонструє зростання на 6 балів (60%), із врахуванням демографічної складової, тобто скорочення чисельності населення — 7,2 бали, а із врахуванням

девальвації національної валюти — регресію в 1,5 балів.

Здійснено моніторинг соціального розвитку України за період 2014—2018 років, який засвідчив, що попри певні досягнення у соціальній сфері, у 2018 році сукупних показників соціального розвитку має від'ємне значення (-0,4). Це вказує на те, що розвитку соціальної сфери в Україні впродовж 2014—2018 років не приділялося значної уваги. Окрім того, якщо до системи розрахунків включити такі показники як бюджетні видатки на соціальні потреби у розрахунку на душу населення, рівень доступу до медичних та освітніх послуг, реальні доходи населення тощо, вказаний показник знизиться ще на кілька пунктів. За результатами проведених розрахунків побудовано матрицю соціально-економічного розвитку України у 2018 році, що відображає координати соціально-економічного стану по відношенню до відповідного положення у 2014 році. Номінально, відповідно до матриці у 2018 році порівняно з 2014 роком. Україна реалізовує політику економічного зростання за рахунок зниження соціальних показників. Проте, якщо враховувати коефіцієнт валютного паритету, можна констатувати, що характерною рисою економіки нині є стан економічної та соціальної депресії.

### Література:

1. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 14.05.2020).
2. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.minfin.gov.ua> (дата звернення 14.05.2020).
3. Міністерство економіки, торгівлі та сільського господарства України URL: <http://www.me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=uk-UA&id=9dfc755a-e436-492b-8237-f4bc61eb4fdb&tag=Analitika> (дата звернення 14.05.2020).
4. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat> (дата звернення 14.05.2020).
5. Андронік О.Л. Оцінка основних показників соціально-економічного розвитку України. Економіка і організація управління. 2016. № 3. С. 357—367.
6. Стан та перспективи соціальної безпеки в Україні: експертні оцінки: монографія / Новікова О.Ф., Сидорчук О.Г., Панькова О.В. [та ін.]. К.; Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2018. 184с.
7. Іртищева І.О., Стегней М.І., Войт Д.С., Павленко Г.М. Інституційне забезпечення соціально-економічного розвитку регіонів в умовах децентралізації. Вісник ХНАУ ім. В.В. До-

кучаєва. Серія "Економічні науки". 2019. № 3. С. 173—183.

8. Іртишчева І.О., Войт Д.С., Павленко Г.М., Архангельська А.-М. І. Моніторинг рівня соціально-економічного розвитку України та її регіонів Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія "Економічні науки". 2019. № 2. С. 406—414.

9. Іртишчева І.О. Методологічні підходи до регіонального моніторингу інноваційної діяльності. Формування ринкової економіки: зб. наук. праць: спец. вип. Аграрна економічна освіта в розбудові конкурентоспроможного сільського господарства України. К.: КНЕУ, 2009. С. 310—318.

10. Крамаренко І. С. Методика оцінки інвестиційної привабливості: мега-, макро-, мезо-, мікрокрівні. Сучасні тенденції розвитку фінансово-кредитної системи: теорія та практика: колективна монографія / Кол. авторів. Полтава: ПП "Астра", 2019. С. 6—10.

11. Іртишчева І.О., Стройко Т.В. Методологія моніторингу інфраструктури національної економіки в контексті глобалізації. Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В.О. Сухомлинського. Серія: Економічні науки. 2013. Вип. 5.1 (97) С. 10—15.

12. Іртишчева І.О., Крамаренко І.С. Методичні підходи до оцінки кредитоспроможності підприємств агропродовольчої сфери. Агросвіт. 2011. № 19. С. 2—4.

13. Іртишчева І.О., Крамаренко І.С. Інвестиційна привабливість економіки: міжрегіональні асиметрії. Регіональна економіка. 2014. № 2 (72). С. 84—95.

14. Крамаренко І.С., Іртишчева І.О., Сенкевич О.Ф., Топчій О.О., Войт Д.С. Структурно-динамічні характеристики інвестиційних ресурсів регіонів. Електронне фахове видання "Ефективна економіка". 2020. № 3. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3\\_2020/82.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/82.pdf) (дата звернення 14.05.2020).

#### References:

1. State Statistics Service of Ukraine (2020), available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 14 May 2020).

2. Ministry of Finance of Ukraine (2020), available at: <https://www.minfin.gov.ua> (Accessed 14 May 2020).

3. Ministry of Economy, Trade and Agriculture of Ukraine (2020), available at: <http://www.me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=uk-UA&id=9dfc755a-e436-492b-8237-f4bc61eb4fdb&tag=Analitika> (Accessed 14 May 2020).

4. Eurostat (2020), available at: <https://ec.europa.eu/eurostat> (Accessed 14 May 2020).

5. Andronic, O.L. (2016) Assessment of the main indicators of socio-economic development of Ukraine, Economics and organization of management, vol. 3, pp. 357—367.

6. Novikova, O.F. Sydorchuk, O.H. and Pann'kova, O.V. (2018), Stan ta perspektivi social'noï bezpeki v Ukraïni: ekspertni ocinki: monografiy [Status and prospects of social security in Ukraine: expert assessments: monograph], LRIDU NADU, Lviv, Ukraine

7. Irtyshcheva, I.O. Stegney, M.I. Voit, D.S. and Pavlenko, G.M. (2019), "Institutional support of socio-economic development of regions in terms of decentralization", Bulletin of KhNAU named after VV Dokuchaeva. Economic Sciences Series, vol.3, pp. 173—183.

8. Irtyshcheva, I.O., Voit D.S., Pavlenko, G.M., Arkhangelskaya A.-M. I. (2019) "Monitoring the level of socio-economic development of Ukraine and its regions", Bulletin of KhNAU. V.V. Dokuchaeva. Economic Sciences Series, vol. 2, pp. 406—414.

9. Irtyshcheva, I.O. (2009), "Methodological approaches to regional monitoring of innovation", The formation of a market economy: Coll. Science. work: special. issue Agricultural economic education in the development of competitive agriculture in Ukraine, pp. 310—318.

10. Kramarenko, I.S. (2019), "Methods for assessing investment attractiveness: mega-, macro-, meso-, microbleeds" [Modern trends in the development of the financial and credit system: theory and practice: a collective monograph] PE Astraia, Poltava, Ukraine.

11. Irtyshcheva, I.O. and Stroyko, T.V. (2013) "Methodology for monitoring the infrastructure of the national economy in the context of globalization", Scientific Bulletin of the Nikolaev State University named after VO Sukhomlinsky. Series: Economic Sciences, vol. 5.1 (97), pp. 10—15.

12. Irtyshcheva, I.O. and Kramarenko, I.S. (2011) "Methodical approaches to assessing the creditworthiness of agri-food enterprises", Agrosvit, vol. 19, pp. 2.

13. Irtyshcheva, I.O. and Kramarenko, I.S. (2014) "Investment attractiveness of the economy: interregional asymmetries", Regional economy, vol. 2 (72), pp. 84—95.

14. Kramarenko I.S. Irtyshcheva I.O. Senkevich O.F. Topchiiy O.O. and Voit, D.S. (2020), "Structural and dynamic characteristics of investment resources of regions", Journal "Efektivna ekonomika", Vol. 3, available at: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3\\_2020/82.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/82.pdf) (Accessed 14 May 2020).

Стаття надійшла до редакції 21.05.2020 р.

УДК 658.15: 332.8

Л. Ф. Соколенко,  
к. е. н., доцент, доцент кафедри бізнес-економіки та адміністрування,  
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка  
ORCID ID: 0000-0002-4608-8963

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.99

## ІНФОРМАЦІЙНІ ПОТОКИ КЕРУЮЧОЇ КОМПАНІЇ В СФЕРІ ЖКГ

L. Sokolenko,  
PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Business-Economic  
and Administration of the Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko

### INFORMATION FLOWS OF THE MANAGEMENT COMPANY IN THE FIELD OF HOUSING

У статті досліджено інформаційні потоки керуючої компанії в сфері житлово-комунальних послуг. Визначено підходи до класифікації інформаційних потоків та види інформації, що генерується між підрозділами керуючої компанії в сфері житлово-комунальних послуг. На основі бізнес-процесів керуючої компанії та з використанням стейкхолдеро-орієнтованого підходу було визначено чотири вектори інформаційних потоків. Виділені вектори інформаційних потоків керуючої компанії дозволяють організувати рух інформації про бізнес-процеси компанії, яка використовується для управління господарською діяльністю. Також запропоновані вектори охоплюють спектр інформації, що використовується для задоволення інформаційних запитів внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів, що відповідає моделі управління, орієнтованій на стейкхолдерів. Запропоновані вектори інформаційних потоків можуть бути використані для побудови комунікаційної стратегії керуючої компанії в сфері ЖКГ з метою управління стейкхолдерами.

Information flows at the enterprise are not limited to the data of the accounting system and their further use. Business processes generate information flows within a management company that are used to manage that company and relate to internal stakeholders. Such information is internal and is used for management. There are information flows that go beyond the enterprise. They can be generated by the enterprise, but the users of such information are external or such flows are generated externally and the enterprise is the user of this information. In this case, the information flows relate to external stakeholders.

Information flows are used in two ways: business process management and stakeholder management. The problem is that the management of the management company in the field of housing must organize the movement of information flows so as to achieve the goals of business process management and stakeholders. To successfully solve this problem, it is necessary to study the vectors of information flows and the possibility of their proper organization to achieve the goals of the management company.

According to the system approach, we will consider the structure of information flows as a system in which there is a management company in the field of housing, internal and external stakeholders. There are information flows between the management company and its stakeholders, which are undergoing significant changes in the context of digitalization. The information flows of the management company are not just a collection of data, but are at the same time channels of communication with stakeholders. Thus, through information flows, the management company not only receives information for management purposes, but also maintains feedback, ie satisfies the information requests of its stakeholders (both internal and external).

The first vector involves the management of the management company with other parties to provide services to its customers. The second vector of communication covers business processes that are focused on ensuring the functioning of the management company, that aimed at ensuring the continuity of its activities. The third vector involves communication with internal stakeholders and focuses on conveying information to such stakeholders, receiving feedback from them and taking into account their interests to ensure the implementation of business processes of the management company. The fourth vector is focused on working with external stakeholders.

*Ключові слова: інформація, інформаційні потоки, керуючі компанії, житлово-комунальне господарство, управління інформаційними потоками.*

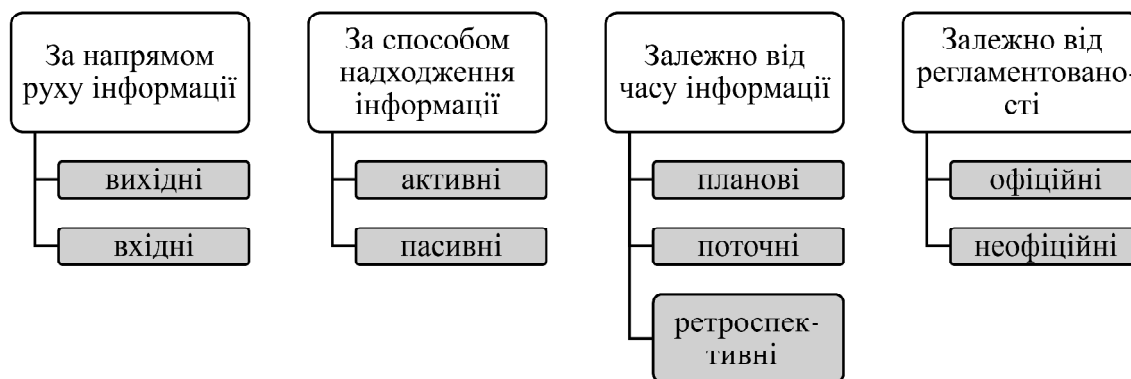
*Key words: information, information flows, management companies, housing and communal services, information flow management.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Інформаційні потоки на підприємстві не обмежуються лише даними системи бухгалтерського обліку та їх подальшим використан-

ням. Бізнес-процеси генерують потоки інформації в межах керуючої компанії, які використовуються для управління цією компанією та стосуються внутрішніх стейкхолдерів. Така





**Рис. 1. Класифікація інформаційних потоків керуючої компанії в сфері ЖКГ**

Джерело: побудовано автором.

інформація є внутрішньою і використовується для управління. Існують інформаційні потоки, що виходять за межі підприємства. Вони можуть генеруватись на підприємстві, але користувачі такої інформації є зовнішніми або такі потоки генеруються зовні, а підприємство є користувачем цієї інформації. В цьому випадку інформаційні потоки стосуються зовнішніх стейкхолдерів.

Інформаційні потоки використовуються у двох напрямках: управління бізнес-процесами та управління стейкхолдерами. Проблема полягає в тому, що менеджмент керуючої компанії в сфері ЖКГ повинен організувати рух інформаційних потоків таким чином, щоб були досягнуті цілі з управління бізнес-процесами та стейкхолдерами. Для успішного вирішення цієї проблеми необхідно дослідити вектори руху інформаційних потоків та можливості їх належної організації для досягнення цілей керуючої компанії.

### АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Окремі питання інформаційних потоків на промислових підприємствах досліджували Василюк І.І. [1], Птіцина А.А. [5]. Дослідження ефективності інформаційних потоків з точки зору комунікації досліджували Мезенцева С.А. [3], Мізюк Б.М. [4]. Кунченко-Харченко В.І. [2] наголошує на тому, що інформаційний потік не тотожний документообігу. Документообіг фіксує рух лише тієї інформації на підприємстві, яка може бути задокументована. За своїм призначенням інформаційні потоки забезпечують не лише рух задокументованої інформації в системі внутрішньогосподарської документації підприємства [5, с. 121].

Окремого дослідження потребує питання інформаційних потоків керуючих компаній в сфері ЖКГ, оскільки вони не є типовими підприємствами виробничого комплексу, а на-

дають специфічні посередницькі послуги з управління.

### МЕТА СТАТТІ

Визначити інформаційні потоки керуючої компанії в сфері ЖКГ з метою побудови комунікаційної стратегії, що дозволить забезпечити задоволення інформаційних запитів внутрішніх стейкхолдерів для забезпечення виконання бізнес-процесів керуючої компанії, та інформаційних запитів зовнішніх стейкхолдерів для управління відносинами з ними.

### ВИКЛАД МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЙОГО ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ

В силу того, що інформаційні потоки генеруються в різних бізнес-процесах керуючої компанії, вони є багатофункціональними і забезпечують інформаційну основу прийняття управлінських рішень. Зокрема внутрішні інформаційні потоки стосуються аутсорсингових послуг (розрахунки з компаніями; розрахунки зарплат; складання та подання податкової звітності; ведення кадрової документації; проведення звітів перед мешканцями; прийом показників лічильників; підготовка і друк квитанцій; здійснення автоматичних платежів), послуг кол-центру, адміністративних послуг, сервісно-технічних послуг (прибирання прибудинкових територій; електромонтажні роботи; послуги з ремонту/монтажу систем; обслуговування мереж та приладів; вивезення побутових і будівельних відходів; обслуговування ліфтів; дератизація і дезинфекція; обрізання дерев та догляд за клумбами; охоронні послуги; будівельно-ремонтні роботи), консультативні послуги.

Варто зауважити, що внутрішні інформаційні потоки насправді є умовно внутрішніми, оскільки, наприклад, інформація про розрахунки з компаніями є, з одного боку, внут-

рішньою інформацією керуючої компанії і використовується для контролю своєчасності розрахунків, з іншого боку, є зовнішньою, оскільки стосується розрахунків клієнтів керуючої компанії з третіми особами. Тому зовнішні інформаційні потоки мають місце тоді, коли внутрішні інформаційні потоки виникають внаслідок взаємодії керуючої компанії із зовнішніми стейкхолдерами в процесі надання послуг своїм клієнтам або забезпечення свого функціонування.

Загалом всі інформаційні потоки керуючої компанії в сфері ЖКГ можна класифікувати за напрямом руху, за способом отримання інформації, залежно від часової характеристики інформації та залежно від регламентованості (рис. 1).

Вихідними є ті потоки інформації, що формуються в інформаційній системі керуючої компанії і спрямовуються у зовнішнє середовище. Користувачами інформації таких інформаційних потоків є зовнішні стейкхолдери, а самі інформаційні потоки містять інформацію про діяльність керуючої компанії в розрізі інформаційних запитів стейкхолдерів. Вихідні інформаційні потоки за своєю сутністю є зворотними, тобто спочатку виникає інформаційний запит зовнішнього стейкхолдера у відповідь на який керуюча компанія генерує інформаційний потік.

Якщо інформація генерується у зовнішньому середовищі, а потім надходить в інформаційну систему керуючої компанії в сфері ЖКГ, то такий інформаційний потік є зовнішнім. Як правило, це інформація від зовнішніх стейкхолдерів. Це може бути інформаційний запит або інформація про вартість та умови контракту тощо. Ключовим у такому інформаційному потоці є те, що керуюча компанія його не генерує, але повинна його враховувати, оскільки це може мати суттєве значення для успішності її функціонування.

За способом надходження інформації інформаційні потоки можуть бути активними або пасивними. Активні інформаційні потоки ті, які компанія самостійно шукає та долучає до своєї інформаційної системи. Як приклад, це можуть бути ринкові тарифи на послуги в сфері ЖКГ, тобто інформація, яка існує в зовнішньому середовищі і яку можливо отримати лише долавши активних зусиль з боку керуючої компанії. Пасивні інформаційні потоки — це потоки, які самостійно надходять до компанії, наприклад скарги чи побажання мешканців багатоквартирного будинку, що надійшли через особисті повідомлення або гарячу лінію.

Залежно від часової характеристики інформації інформаційні потоки бувають планові, поточні і ретроспективні. Планові інформаційні потоки стосуються інформації про планові показники діяльності компанії, планові або регламентні роботи тощо. Поточні інформаційні потоки містять інформацію про поточні показники діяльності компанії або поточну інформацію зовнішнього середовища. Це може бути інформація про показники лічильників мешканців багатоквартирного будинку, яка передається в інформаційний центр керуючої компанії. Ретроспективні інформаційні потоки відображають інформацію минулих періодів і зазвичай стосуються звітності компанії перед державними органами, акціонерами, мешканцями багатоквартирних будинків тощо про результати діяльності керуючої компанії в різних сферах, залежно від інформаційних запитів стейкхолдерів.

Залежно від регламентованості інформаційні потоки можна поділити на офіційні та неофіційні. Офіційні (регламентовані) інформаційні потоки представляють собою рух інформації в певній стандартизованій формі. Як правило, така інформація подається у формі затверджених документів, звітів та з певною періодичністю. Неофіційні (нерегламентовані) інформаційні потоки представляють собою рух інформації, до якої немає певних стандартизованих вимог. Як правило, це неформальна комунікація стейкхолдерів і керуючої компанії, що відбувається повз встановлену ієрархічну структуру керуючої компанії та не може бути документально оформлена. Варто зауважити, що як офіційні так і неофіційні інформаційні потоки представляють собою комунікацію керуючої компанії в сфері ЖКГ, яка відіграє важливу роль у співпраці зі стейкхолдерами.

Всю інформацію, яка передається між підрозділами керуючої компанії в сфері ЖКГ у процесі здійснення бізнес-процесів, можна умовно розділити на наступні види (рис. 2).

Планова інформація стосується планових показників діяльності керуючої компанії. Як правило, така інформація доводиться від вищого керівництва і стосується графіку проведення робіт, графіку проведення зустрічей, планових показників діяльності тощо.

Контрольно-звітна інформація міститься в формах звітності, в якій узагальнюються показники діяльності керуючої компанії в різних розрізах. У подальшому така інформація використовується в управлінні керуючою компанією та контролюючими підрозділами для оцінки ефективності використання ресурсів, до-



**Рис. 2. Інформація між підрозділами керуючої компанії в сфері ЖКГ**

Джерело: побудовано автором.

сягнення планових показників, звітування перед стейкхолдерами тощо.

Проектно-кошторисна інформація стосується опису проектів, які планує або реалізує керуюча компанія; кошториси цих проектів тощо. Як правило, такі інформаційні потоки є зовнішніми, оскільки робота з підготовки кошторисів та планування проектів здійснюється із залученням сторонніх організацій.

Оперативна інформація передбачає прямі вказівки керівництва через накази, доручення, розпорядження, запити про поточний стан справ для прийняття рішень. Ця інформація використовується для узгодження дій між підрозділами, а також для коригування планів чи способів і засобів їх досягнення.

Довідкова інформація використовується для прийняття рішень і представляє собою довідкові дані про різні аспекти діяльності керуючої компанії в сфері ЖКГ та її зовнішнього середовища: законодавчі вимоги, ринкові ціни та ціни конкурентів, тарифи на послуги тощо.

Екстрена інформація стосується надзвичайних випадків, наприклад збоїв в постачанні електроенергії, теплоносіїв, водопостачання, поломки чи виведення з ладу внутрішньо-будинкових мереж та комунікацій, ліфтів тощо.

Інша інформація — інформація, яка не увійшла в попередні види, але може мати місце.

Узагальнюючи та критично оцінюючи підходи до дослідження інформаційних потоків можемо констатувати, що для дослідження

інформаційних потоків у керуючих компаніях у сфері ЖКГ найбільш прийнятним є системний підхід. Відповідно до системного підходу структуру інформаційних потоків ми розглядатимемо як систему, в якій присутні керуюча компанія в сфері ЖКГ, внутрішні та зовнішні стейкхолдери. Між керуючою компанією та її стейкхолдерами існують інформаційні потоки, що в умовах діджиталізації зазнають значних змін. Інформаційні потоки керуючої компанії є не просто сукупність даних, а представляють собою одночасно з цим канали комунікації зі стейкхолдерами. Таким чином, через інформаційні потоки керуюча компанія не лише отримує інформацію для потреб управління, але й підтримує зворотній зв'язок, тобто задоволення інформаційні запити своїх стейкхолдерів (як внутрішніх, так і зовнішніх).

Розглядаючи комунікацію керуючої компанії в сфері ЖКГ ми розмежовуємо чотири вектори комунікації (рис. 3).

Перший вектор передбачає комунікацію керуючої компанії із іншими сторонами для надання послуг своїм клієнтам. Цей вектор охоплює комунікацію в рамках таких бізнес-процесів, як підтримка функціонування та розвитку матеріально-технічної бази, робота з постачальниками, робота зі споживачами, підтримка функціонування та розвитку онлайн-платформи. Ці бізнес-процеси забезпечують надання керуючою компанією послуг у сфері ЖКГ своїм клієнтам, що є основною діяльністю компанії.

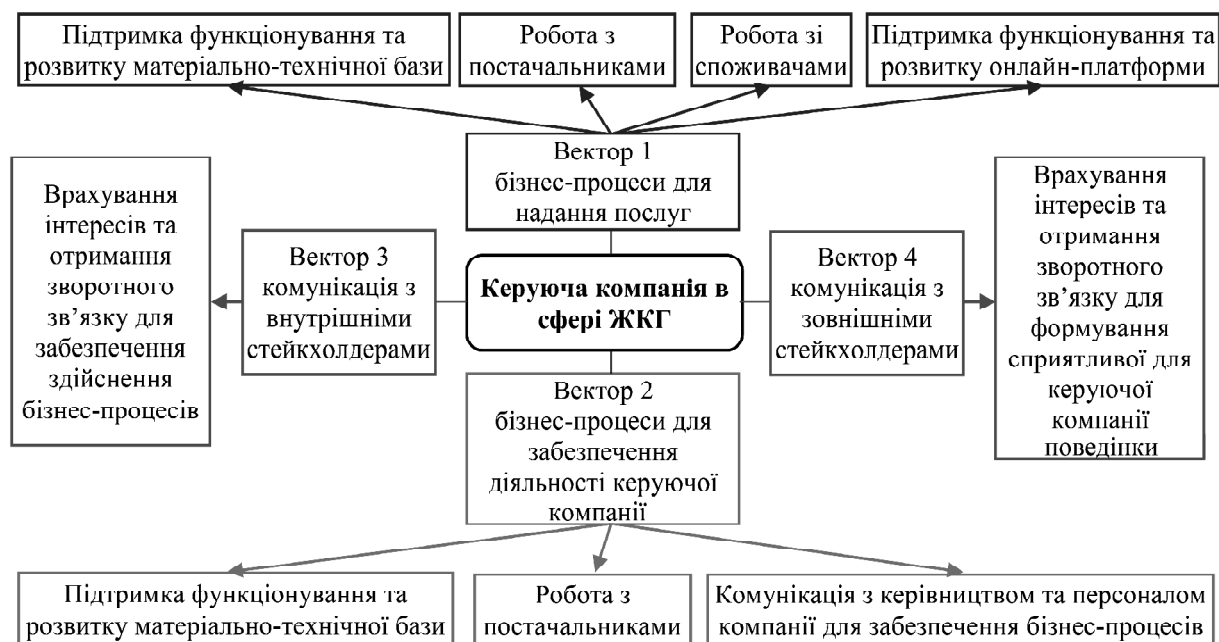


Рис. 3. Вектори комунікації керуючої компанії в сфері ЖКГ

Джерело: побудовано автором.

Другий вектор комунікації охоплює бізнес-процеси, які орієнтовані на забезпечення функціонування самої керуючої компанії, тобто спрямовані на забезпечення безперервності її діяльності. Цей вектор охоплює такі бізнес процеси, як підтримка функціонування та розвитку матеріально-технічної бази (тобто це активи самої керуючої компанії, які вона має у своїй власності і використовує для здійснення своїх господарських процесів), робота з постачальниками, комунікація з керівництвом та персоналом для забезпечення безперервності протікання бізнес-процесів. Зазначений вектор передбачає як поєднання підходу орієнтованого на бізнес-процеси, так і підхід орієнтований на стейкхолдерів, оскільки керівництво та працівники є внутрішніми стейкхолдерами керуючої компанії в сфері ЖКГ.

Третій вектор передбачає комунікацію з внутрішніми стейкхолдерами і орієнтований на донесення інформації до таких стейкхолдерів, отримання від них зворотного зв'язку і врахування їх інтересів для забезпечення здійснення бізнес-процесів керуючої компанії. Головне завдання цього вектору комунікації полягає у роботі з персоналом (включаючи топ-менеджмент) та власниками компанії з метою формування лояльного ставлення до компанії та забезпечення на цій основі підвищення ефективності роботи всього персоналу. В довгостроковому періоді лояльне ставлення внутрішніх стейкхолдерів дозволяє підвищити ефективність праці та забезпечити успішність обраної бізнес-моделі.

Четвертий вектор орієнтований на роботу із зовнішніми стейкхолдерами. Основне завдання роботи керуючої компанії по налагодженню комунікації цього вектору полягає у формуванні такої поведінки зовнішніх стейкхолдерів до керуючої компанії, яка б дозволяла досягати поставлених цілей. Це стосується роботи із клієнтами (для продовження співпраці з ними) та потенційними клієнтами (з якими можуть бути підписані договори на поставання послуг у сфері ЖКГ), інвесторами (кошти яких можна залучити), постачальниками та підрядниками, органами державної влади та ЗМІ тощо.

Головне завдання комунікаційної роботи в цьому векторі полягає у формуванні позитивного іміджу керуючої компанії для забезпечення успішності її функціонування. Для успішної діяльності керуючої компанії в сфері ЖКГ у комунікаціях із стейкхолдерами ключову роль відіграє комунікаційна стратегія, яка зазнає значних змін в умовах діджиталізації бізнес-середовища. Комунікаційна стратегія підприємства представляє собою інструмент комплексного впливу компанії на внутрішнє та зовнішнє середовище для того, щоб створити вигідні умови для діяльності на ринку. Комунікаційна стратегія керуючої компанії в сфері ЖКГ передбачає, з одного боку, вплив на стейкхолдерів, а з іншого — отримання від них зворотного зв'язку у відповідь на свою діяльність. Обидві складові рівнозначно важливі; їх єдність дозволяє говорити про комунікаційну стратегію як про систему.

**Таблиця 1. Етапи формування комунікаційної стратегії керуючої компанії в сфері ЖКГ**

Етап	Назва етапу	Сутність етапу
1	Аналіз потреби в комунікаційній стратегії	Необхідно визначити, чи потрібна комунікаційна стратегія та якою є мета її розробки
2	Визначення стратегічних цілей керуючої компанії	Визначення та конкретизація стратегічних цілей керуючої компанії в сфері ЖКГ відповідно до яких розроблятиметься комунікаційна стратегія
3	Визначення стратегічних цілей співпраці зі стейкхолдерами (групами стейкхолдерів)	Конкретизація стратегічних цілей до рівня взаємодії зі стейкхолдерами або групою стейкхолдерів, на яких буде орієнтовано комунікаційну стратегію
4	Визначення ключових стейкхолдерів	Визначення ключових стейкхолдерів дозволяє виділити коло зацікавлених осіб, на яких буде спрямовано комунікацію
5	Визначення інструментів комунікації для кожної групи стейкхолдерів	Для кожної групи стейкхолдерів потрібно обрати інструмент (канал) комунікації, який найкраще підходить для налагодження інформаційного потоку
6	Формулювання ключового повідомлення	Формулювання ключової інформації, яка буде передаватись стейкхолдерам через канали комунікації
7	Визначення часових параметрів комунікації	Визначення часових параметрів комунікації дозволяє організувати комунікаційні кампанії чітко та відповідно до встановлених термінів
8	Розробка плану комунікації	Розробка чіткого плану комунікації з чітким таймінгом меседжів у розрізі кожної групи стейкхолдерів
9	Впровадження плану комунікації	Безпосередня реалізація етапів та дій плану комунікації зі стейкхолдерами
10	Оцінка ефективності комунікаційної стратегії	Оцінка результатів реалізації комунікаційної стратегії

Комунікаційна стратегія керуючої компанії розробляється як для успішного функціонування на ринку і надання послуг існуючим клієнтам, так і для залучення нових. Розробка комунікаційної стратегії здійснюється виходячи з етапу життєвого циклу керуючої компанії, стану ринку та інтересів стейкхолдерів. У ході розробки комунікаційної стратегії здійснюється аналіз завдань, формування повідомлень, і визначення основних каналів, за допомогою яких згодом буде здійснюватися комунікація між керуючою компанією та стейкхолдерами.

Окресливши вектори комунікації керуючої компанії в сфері ЖКГ пропонуємо процес формування комунікаційної стратегії керуючої компанії розглядати як систему з десяти елементів, що наведені в таблиці 1.

Етап 1. Аналіз потреби в комунікаційній стратегії. Керуюча компанія має проаналізувати свою взаємодію зі стейкхолдерами та потреби у взаємодії з ними, на основі чого приймається рішення про необхідність побудови комунікаційної стратегії. Зазвичай у керуючих компаніях у сфері ЖКГ є елементи комунікаційної стратегії, які вони використовують для взаємодії із стейкхолдерами. Зокрема, це контакти з клієнтами, постачальниками, працівниками. На основі аналізу цих інформаційних потоків необхідно визначити доцільність формування кому-

нікаційної стратегії. На користь формування такої стратегії може свідчити факт наявності певних комунікаційних каналів, але їх неефективність чи відсутність бажаного результату. В цьому випадку необхідно сформувати комунікаційну стратегію для отримання належного комунікаційного каналу для прямого та зворотного зв'язку із стейкхолдерами компанії.

Етап 2. Визначення стратегічних цілей керуючої компанії. Успішна комунікаційна стратегія може бути сформована лише в тому випадку, якщо керуюча компанія має чіткі стратегічні цілі. Залежно від стратегічних цілей буде відрізнятися і комунікаційна стратегія, яка включає цільову аудиторію (певну групу стейкхолдерів або окремих стейкхолдерів), канали комунікації, показники ефективності комунікаційної стратегії.

Етап 3. Визначення стратегічних цілей співпраці зі стейкхолдерами (групами стейкхолдерів). Керуюча компанія в сфері ЖКГ після визначення стратегічних цілей повинна проаналізувати як взаємодія зі стейкхолдерами може сприяти їх досягненню. На цьому етапі необхідно визначити та структурувати взаємодія з якими групами стейкхолдерів буде сприяти досягненню конкретних стратегічних цілей і визначити, яка саме поведінка стейкхолдерів є бажаною для досягнення цих цілей.

Етап 4. Визначення ключових стейкхолдерів. Після того, як було визначено, які саме стейкхолдери чи групи стейкхолдерів можуть сприяти досягненню стратегічних цілей, необхідно визначити ключових стейкхолдерів. Саме на ключових стейкхолдерів буде орієнтована комунікаційна стратегія з метою донести до них потрібну інформацію, що відповідатиме їх інформаційним запитам. З іншого боку, можливим буде отримання зворотного зв'язку від ключових стейкхолдерів та врахування їх інтересів при прийнятті рішень. Це забезпечить формування лояльності стейкхолдерів до керуючої компанії і сприятиме досягненню стратегічних цілей.

Етап 5. Визначення інструментів комунікації для кожної групи стейкхолдерів. Для кожного стейкхолдера чи групи стейкхолдерів необхідно обрати такі інструменти комунікації, які забезпечать формування якісного інформаційного каналу та інформаційного потоку. Особливу роль на цьому етапі відіграє діджиталізація, яка дозволяє проводити комунікацію багатьма способами, що в результаті сприяє підвищенню ефективності комунікаційної політики. Сьогодні доступні багато різних цифрових способів комунікації за допомогою як класичного інтернет-зв'язку і телефонії, так і з використанням пристроїв з інтернету речей. Вибір того чи іншого інструменту комунікації формуватиме відповідний канал комунікації та отримання зворотного зв'язку від стейкхолдера.

Етап 6. Формулювання ключового повідомлення. Розробка ключових повідомлень дозволяє керуючій компанії інформувати стейкхолдерів про цілі своєї діяльності, напрями розвитку, результати діяльності загалом та по окремих проектах зокрема. Для кожної групи стейкхолдерів будуть формуватись власні специфічні інформаційні повідомлення, які відповідатимуть або на інформаційний запит стейкхолдера, або доноситимуть до нього інформацію, що сприятиме досягненню цілей керуючої компанії.

У ході розробки комунікаційної стратегії відбувається аналіз існуючого образу керуючої компанії в свідомості споживачів, виявлення стратегічних завдань, визначення інформаційних трендів і медіа-каналів, за допомогою яких буде здійснюватись комунікація та передаватись інформація. Крім цього, розробляється комплекс комунікаційних програм і PR-заходів, через які буде передаватись образ компанії в інформаційному просторі.

У загальному серед цілей комунікаційної стратегії виділяють такі. Конвенціональна мета — досягнення консенсусу між усіма учасниками комунікаційного процесу. Конфліктна мета — усунення розбіжностей між брендом, товаром і цільовою аудиторією. Маніпуляційна мета — захоплення смислового простору комунікації з метою нав'язати учаснику комунікації свою комунікативну стратегію і відповідно своє бачення реальності.

Вважаємо, що метою комунікаційної стратегії керуючої компанії з огляду на стейкхолдероорієнтований підхід є саме конвенціональна мета — тобто досягнення консенсусу між усіма учасниками комунікаційного процесу з точки зору задоволення їх інформаційних запитів. У результаті успішної реалізації комунікаційної стратегії стейкхолдери матимуть задоволені інформаційні запити, а керуюча компанія сприятливо налаштованих до себе стейкхолдерів.

Етап 7. Визначення часових параметрів комунікації. Необхідно створити хронологію комунікації, щоб інформаційні потоки між керуючою компанією та стейкхолдерами були структуровані. Якщо об'єктом комунікації є термінові повідомлення про неполадки у внутрішньо-будинкових мережах, то така інформація повинна передаватись із максимальною швидкістю для своєчасного оперативного реагування. У випадку, коли мова йде про результати діяльності за певний період, то таку інформацію доцільно доносити у формі звітів, які мають складатись та публікуватись на певній систематичній основі і з певною періодичністю.

Етап 8. Розробка плану комунікації. Ретельна підготовка початкового плану комунікації надзвичайно важлива в процесі створення нової комунікаційної стратегії. Якщо керуюча компанія прагне задовольнити інформаційні запити своїх ключових стейкхолдерів, вона повинна визначити, які інструменти комунікації вона буде використовувати щодо конкретних ключових стейкхолдерів. Також необхідно передбачити частоту передачі повідомлень та отримання зворотного зв'язку.

Етап 9. Впровадження плану комунікації. Після того, як у керуючій компанії було розроблено перелік ідей для своєї комунікаційної стратегії, необхідно вибрати найкращі варіанти та реалізувати їх.

Етап 10. Оцінка ефективності комунікаційної стратегії. Оцінка реалізованої комунікаційної стратегії — це єдиний спосіб переконатися в досягненні поставлених цілей щодо комунікації зі стейкхолдерами. Оцінка отриманих

результатів здійснюється шляхом їх порівняння із поставленими цілями. Якщо цілі були досягнуті, то комунікаційна стратегія була вдалою. Якщо цілі не досягнуті — необхідно провести аналіз і виявити на якому етапі були допущені помилки.

### **ВИСНОВКИ**

Інформаційне забезпечення управління бізнес-процесами керуючої компанії в сфері ЖКГ та відносинами із стейкхолдерами можливе лише за наявності ефективної побудови інформаційних потоків. Виділені чотири вектори інформаційних потоків керуючої компанії дозволяють організувати рух інформації про бізнес-процеси компанії, яка використовується для управління господарською діяльністю. Також запропоновані вектори охоплюють спектр інформації, що використовується для задоволення інформаційних запитів внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів, що відповідає моделі управління, орієнтованій на стейкхолдерів. Запропонованих вектори інформаційних потоків можуть бути використані для побудови комунікаційної стратегії керуючої компанії в сфері ЖКГ з метою управління стейкхолдерами.

### **Література:**

1. Василюк І.І. Особливості інформаційного забезпечення нафтогазовидобувних підприємств. Сучасний соціокультурний простір: тези допов. всеукр. наук.-практ. інтерн.-конф. (Київ 24—26 вересня 2009 р.). К., 2009. С. 17—18.
2. Кунченко-Харченко В.І. Моделі інформаційних потоків та їх використання в системах бази даних та документології для прийняття рішень. Збірник наукових праць Інституту проблем моделювання в енергетиці ім. Г.Є. Пухова НАН України. 2010. Вип. 54. С. 175—179.
3. Мезенцева С.А. Оцінка ефективності функціонування інформаційно-комунікативної системи підприємства. Торівля і ринок України: темат. зб. наук. пр. 2007. Вип. 24. С. 75—80.
4. Мізюк Б.М. Інформаційна природа управління. Економіка та держава. 2012. № 2. С. 8—13.
5. Птіцина Л.А. Основні підходи до управління інформаційними потоками бізнес діяльності промислових підприємств України. Вісник економічної науки України. 2010. № 4. С. 121—124.

### **References:**

1. Vasylyuk, I.I. (2009), "Features of information support of oil and gas companies", Suchasnyi sotsiokulturnyi prostir: tezy dopov. vseukr. nauk.-

prakt. intern.-konf [Modern socio-cultural space: theses added. All-Ukrainian scientific-practical internet conference], Kyiv, Ukraine, 24—26 sept, pp. 17—18.

2. Kunchenko-Charchenko, V.I. (2010), "Models of information flows and their use in database systems and documentation for decision making", Zbirnyk naukovykh prats Instytutu problem modeliuvannia v enerhetytsi im. H.Ie. Pukhova NAN Ukrainy, vol. 54, pp. 175—179.

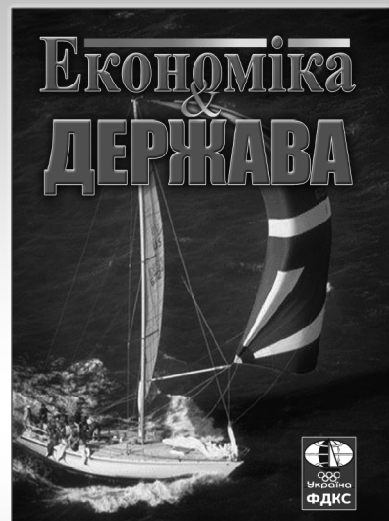
3. Mezentsseva, S.A. (2007), "Evaluation of the effectiveness of the information and communication system of the enterprise", Trade and market of Ukraine, vol. 24, pp. 75—80.

4. Miziuk B.M. (2012), "Information nature of management", Ekonomika ta derzhava, vol. 2, pp. 8—13.

5. Ptitsyna L.A. (2010), "The main approaches to the management of information flows of business activities of industrial enterprises of Ukraine", Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy, vol. 4, pp. 121—124.

*Стаття надійшла до редакції 18.05.2020 р.*

### **Науково-практичний журнал «ЕКОНОМІКА ТА ДЕРЖАВА»**



Передплатний індекс: 01751

**Виходить 12 разів на рік**

**наукове фахове видання України  
З ПИТАНЬ ЕКОНОМІКИ  
(Категорія «Б»)**

Наказ Міністерства освіти і науки України від 28.12.2019 №1643

Спеціальності — **051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.**

**www.economy.in.ua**

e-mail: **economy\_2008@ukr.net**

тел.: (044) 223-26-28

(044) 458-10-73

УДК 339.1-051

О. А. Бриндіна,  
к. е. н., доцент, Державний університет телекомунікацій  
ORCID ID: 0000-0003-0009-787X  
М. С. Труш,  
старший викладач, Державний університет телекомунікацій, м. Київ  
ORCID ID: 0000-0002-1673-3351

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.107

## СТРАТЕГІЧНИЙ НАБІР ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ ПОРТФЕЛЕМ

O. Bryndina,  
PhD in Economics, Associate Professor, State University of Telecommunications  
M. Trush,  
Senior Lecturer, State University of Telecommunications, Kyiv

### STRATEGIC SET OF PRODUCT POLICY AND STRATEGIES OF PRODUCT LINE MANAGEMENT

У статті досліджено наукові підходи щодо розгляду складових стратегічного набору товарної політики підприємств на засадах маркетингу. Виявлено, що у багатьох наукових працях висвітлюються маркетингові товарні стратегії. Але, саме, стратегічний набір управління товарною політикою на засадах маркетингу та в умовах соціологізації ринку не знайшов подальшого розвитку та удосконалення. Запропоновано розглядати стратегічний набір управління маркетинговою товарною політикою на основі соціальних підходів як сукупність підтримуючих стратегій на макрорівні (STP і продуктово-ринкові) та стратегій на макрорівні: стратегії управління конкурентоспроможністю товарів, управління товарним портфелем (оптимізації товарного портфеля, управління товарною силою товарного портфеля), бренд-менеджменту, управління корпоративною культурою, управління сервісом, управління товарними ризиками. Стратегії управління конкурентоспроможністю товарів рекомендується формувати за матрицею "потенційна конкурентоспроможність товарів/характер впливу маркетингової діяльності підприємства щодо перетворення потенційної конкурентоспроможності товарів в реальну". Стратегії бренд-менеджменту доцільно розробляти, урахувавши стратегічну позицію бренд-менеджменту підприємств, заходи щодо підтримки профілю бренд — товарів, менеджменту взаємовідносин із споживачами та соціальних подій. Стратегії управління корпоративною культурою відображають соціальний підхід та повинні формуватися в залежності від типу та інструментарію управління корпоративною культурою. Стратегії щодо управління сервісом доцільно формувати за якістю функціонального та емоційного сервісу. У статті проведено аналіз товарного портфеля торговельних підприємств та рекомендовано стратегії оптимізації товарного портфеля на основі моделі потенційна конкурентоспроможність товару та стратегічна спрямованість розвитку товару, а саме, стратегії розширення товарного портфеля (нарощування чи насичення) та скорочення (ліквідування або зняття з продажу). Стратегії пріоритетного фінансування, другої лінії фінансування, значного скорочення, інтенсивного скорочення, які розглянуто як стратегії з управління силою товарного портфеля для досліджуваних підприємств, розроблено на основі моделі переміщення взаємозалежних товарів у матриці розвитку товарного портфеля.

The article examines the scientific approaches to the consideration of the components of the business product policy strategic based on marketing. It has been found that many scientific papers cover marketing product strategies. However, namely, the strategic set of product policy management based on marketing and social approach has not found further development and improvement. It has been proposed to consider a strategic set of marketing product policy management based on social approaches as a set of supporting strategies at the macro level (STP and product-market) and strategies at the macro level: product competitiveness management strategies, product line management (product line optimization, management of product line strength), brand management, corporate culture management, service management, product risk management. It has been recommended to develop strategies of the product competitiveness management according to the matrix "potential competitiveness of goods / the impact of marketing activities of the retailers on transforming the potential goods' competitiveness into real one." In order to develop the brand management strategies it should be taken into account the strategic position of business brand management, measures to support the profile of goods' brand, customer relationship management and social events. Corporate culture management strategies reflect the social approach and should be formed depending on the type and tools of corporate culture management. Service management strategies



should be formed according to the quality of functional and emotional service. The analysis of the product line of the trade enterprises has performed and the strategies of the product line optimization based on the model of the product potential competitiveness and the product development strategic orientation have been recommended, namely, the strategy of product line expansion (increase or saturation) and reduction (liquidation or withdrawal). Strategies of priority financing, second line of financing, significant reduction, intensive reduction, which have been considered as strategies for managing the strength of the product line of the studied enterprises, have been developed based on the model of moving interdependent products in the product line development matrix.

*Ключові слова: стратегічний набір управління маркетинговою товарною політикою, стратегії оптимізації товарного портфеля, стратегії управління силою товарного портфеля.*

*Key words: strategic set of marketing product policy management, product line optimization strategy, strategy of product line strength management.*

## **ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ**

Формування стійких переваг товарної політики торговельного підприємства в умовах соціологізації ринку обумовлює стратегічну спрямованість управління товарною політикою на засадах маркетингу та соціальних підходів. У свою чергу це потребує нових підходів щодо методики формування стратегічного набору управління маркетинговою товарною політикою. Крім цього, урахування такої складової маркетингової товарної політики, як товарний портфель, виникає необхідність подальшого удосконалення питань розробки та впровадження в практику діяльності торговельних підприємств стратегій управління товарним портфелем.

## **АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ, В ЯКИХ ЗАПОЧАТКОВАНО РОЗВ'ЯЗАННЯ ДАНОЇ ПРОБЛЕМИ І НА ЯКІ СПИРАЄТЬСЯ АВТОР, ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ ОЗНАЧЕНА СТАТТЯ**

Слід зазначити, що теоретичні та практичні аспекти товарних стратегій, стратегічного набору управління товарною політикою на засадах маркетингу розглядалися в роботах таких вчених: А. В. Балабанова, А. В. Войчака, П. Дойль, Ж.-Ж. Ламбен, М. Портер, І. А. Ткачук та ін. На нашу думку, особливості підходів щодо формування стратегічного набору управління маркетингової політики потребують подальшого вивчення та розвитку в умовах соціологізації ринку.

## **МЕТА СТАТТІ**

Основною метою даного дослідження виступає розробка стратегічного набору управління товарною політикою на засадах маркетингу та з урахуванням соціальних підходів, а та-

кож визначити стратегії управління товарним портфелем для торговельних підприємств.

## **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБГРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ**

В умовах зростання значущості людини у ринкових процесах як покупця, керівника, робітника, партнера чи представника громади набуває актуальності нових підходів щодо управління товарною політикою підприємств, яке повинне ґрунтуватися не тільки на маркетингу, а і на соціальних аспектах його діяльності. Це у свою чергу обумовлює подальший розвиток підходів щодо формування стратегічного набору з управління маркетинговою товарною політикою.

Незважаючи на таку практичну актуальність, існує небагато вітчизняних наукових робіт, присвячених винятково питанням формування стратегічного набору з управління маркетинговою товарною політикою в торговельних підприємствах.

Зазначені питання розглядаються у дослідженнях Ткачук І. А., який розглядає стратегічне управління маркетинговою товарною політикою як сукупність різноманітних підходів щодо здійснення стратегічної відповідності між цілями підприємства, його товарним потенціалом з урахуванням впливу товарного клімату з метою забезпечення підприємства товарною силою, конкурентними перевагами та соціально-економічною ефективністю. Стратегічний набір управління маркетинговою товарною політикою, на його погляд, охоплює такі стратегії: на макрорівні — STP-стратегії, продуктово-ринкові, зовнішньої товарної сили; на мікрорівні — маркетингового управління якістю товарів, маркетингового управління конкурентоспроможністю товарів, маркетингового управління товарним портфелем, маркетингового управління товарними запасами, маркетингового управління життєвим циклом то-

варів, маркетингового управління ринковою атрибутикою товарів, маркетингового управління нововведеннями у товарному портфелі, управління ризиками у маркетинговій товарній політиці, змін у маркетинговій товарній політиці [7].

У наших перших науково-практичних працях було також досліджено питання стратегічного підходу щодо управління товарною політикою на засадах маркетингу. Так, на наш минулий погляд, виходячи з розробленої комплексної системи, напрямами формування стратегій управління товарною політикою в торговельних підприємствах є такі: формування стратегій управління конкурентоспроможністю товарів, товарним портфелем, життєвим циклом товарів, ринковою атрибутикою товарів, інноваціями в товарній політиці, товарними ризиками [1, с. 201].

Крім вищезазначених підходів, існують багато теоретичних основ щодо формування саме товарних стратегій вітчизняними та закордонними вченими, що відображено у працях таких вчених: Д. Аакер, Г. Ассель, І. Ансофф, Г. Армстронг, Л.В. Балабанова, П. Дойль, Ж.-Ж. Ламбен, В. Марцін, М. Мак-Дональд, М. Портер, Д. Сондерс, А. Томпсон, О. Уолкер-мл., Е.А. Уткін, Х. Хершген, А.В. Войчака, Н.С. Кубишиної, Н.В. Куденко, Л.А. Мороз, А.В. Кузьменка, С.С. Олійник, А.Ф. Павленка, І.Л. Решетнікової, О.М. Тімонін та інші. На їх думку товарні стратегії охоплюють розробку нового товару (стратегія інновації), стратегію модифікації (диференціація, варіація), стратегію елімінування [2—5].

Виходячи з вищевказаного, можна зробити обґрунтований висновок, що стратегічний, комплексний, управлінський та соціальний підхід щодо маркетингової товарної політики вимагає удосконалень та нових теоретичних та наукових досліджень.

Тому, на нашу думку, ураховуючи перелічувальні підходи, стратегічний набір управління маркетинговою товарною політикою у торговельному підприємстві повинний охоплювати такі стратегії: підтримуючі стратегії на макrorівні (STP і продуктово-ринкові); на мікrorівні — стратегії управління конкурентоспроможністю товарів, управління товарним портфелем (оптимізації товарного портфеля, управління товарною силою товарного портфеля), бренд-менеджменту, управління корпоративною культурою, управління сервісом, управління товарними ризиками.

Стратегії STP і продуктово-ринкові охоплюють стратегії позиціонування товару на рин-

ку на основі сегментування ринку та вибору цільових сегментів ринку. Також ця категорія стратегій включає стратегії за матрицею І. Ансоффа "Товар-Ринок".

Стратегії управління конкурентоспроможністю товарів рекомендується формувати за розробленою матрицею "Потенційна конкурентоспроможність товарів/Характер впливу маркетингової діяльності підприємства щодо перетворення потенційної конкурентоспроможності товарів в реальну" [1, с. 201].

Стратегії бренд-менеджменту доцільно розробляти за такими напрямами: стратегічна позиція бренд-менеджменту підприємств (стратегії розвитку культури бренду на підприємстві), стратегії підтримки профіля бренд — товарів на підприємстві, стратегії менеджменту взаємовідносин із споживачами, стратегії менеджменту соціальних подій [1, с. 211].

Стратегії управління корпоративною культурою у стратегічному наборі управління товарною політикою відображають соціальний підхід та повинні формуватися в залежності від типу та інструментарію управління корпоративною культурою. Розгляд корпоративної культури, як соціальної складової діяльності підприємства, у розрізі маркетингової товарної політики, на нашу думку, буде надавати підприємству додаткової цінності у бренд-менеджменті, формувати позитивні асоціювання товарів, товарного портфеля та послуг у свідомості покупців та громади, а також сприяти зацікавленості робітників у результатах своєї праці.

Стратегії щодо управління сервісом можуть бути сформовані за рахунок оцінки якості функціонального та емоційного сервісу [1, с. 217].

В управлінні товарними ризиками в залежності від рівня ризику можливо розробляти стратегії за зонами: безризикова зона, зона допустимого ризику, зона критичного ризику, зона недопустимого ризику, зона катастрофічного ризику [1, с. 221].

Стратегії управління товарним портфелем доцільно формувати за рахунок стратегій оптимізації товарного портфеля та управління товарною силою товарного портфеля.

З метою оптимізації товарного портфеля розробляються обґрунтовані управлінські рішення щодо його розширення чи скорочення. Розширення товарного портфеля передбачає нарощування (додавання нових товарних класів, підкласів, груп або брендів) чи насичення (додавання нових товарних підгруп або товарних одиниць), а скорочення, навпаки, розглядається як процес ліквідування або зняття з продажу товарних класів, підкласів, груп або

Таблиця 1. Стратегії оптимізації структури товарного портфеля

			Потенційна конкурентоспроможність товару								
			Висока			Середня			Низька		
			Умови (структура портфеля – факт (ф); прогноз (п))		Стратегії	Умови (структура портфеля – факт (ф); прогноз (п))		Стратегії	Умови (структура портфеля – факт (ф); прогноз (п))		Стратегії
			Квадрант 1			Квадрант 2			Квадрант 3		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Стратегічна спрямованість розвитку товару	Ріст	Квадрант А	1	п=0;ф>п від 0,1% до 49% «Фора» 20	Незначне скорочення	1	п=0;ф>п від 0,1% до 49% «Фора» 3, 4	Незначне скорочення	1	п=0;ф>п від 0,1% до 49% «Фора» 30, 16	Помірне скорочення
			2	п=0;ф>п від 50% до 100% «Фора» 13, 12	Незначне скорочення	2	п=0;ф>п від 50% до 100% «Фора» 25	Незначне скорочення	2	п=0;ф>п від 50% до 100% «Фора» 9, 7	Швидке скорочення
			3	п>ф від 0,1% до 49% «Фора» 10, 11 «Продукти» 9	Сильне насичення	3	п>ф від 0,1% до 49% «Фора» 29 «Продукти» 2	Помірне насичення	3	п>ф від 0,1% до 49% «Фора» 22 «Продукти» 24	Обережне насичення
			4	п>ф від 50% до 100% «Продукти» 1 3 6	Сильне насичення	4	п>ф від 50% до 100% «Фора» 21, 28, 14, 15	Сильне насичення	4	п>ф від 50% до 100%	Насичення
	Вибірковий розвиток	Квадрант В	Квадрант 4			Квадрант 5			Квадрант 6		
			1	п=0;ф>п від 0,1% до 49%	Незначне скорочення	1	п=0;ф>п від 0,1% до 49%	Значне скорочення	1	п=0;ф>п від 0,1% до 49% «Фора» 1, 19, 27, 23, 18,	Швидке скорочення
			2	п=0;ф>п від 50% до 100% «Фора» 26	Незначне скорочення	2	п=0;ф>п від 50% до 100%	Значне скорочення	2	п=0;ф>п від 50% до 100%	Швидке скорочення
			3	п>ф від 0,1% до 49%	Насичення	3	п>ф від 0,1% до 49% «Фора» 2	Обережне насичення	3	п>ф від 0,1% до 49%	Дуже обережне насичення
			4	п>ф від 50% до 100%	Насичення	4	п>ф від 50% до 100%	Обережне насичення	4	п>ф від 50% до 100% «Фора» 8 «Продукти» 8	Обережне насичення
	“Збір врожаю”	Квадрант С	Квадрант 7			Квадрант 8			Квадрант 9		
			1	п=0;ф>п від 0,1% до 49% «Продукти» 15	Скорочення	1	п=0;ф>п від 0,1% до 49% «Фора» 6 «Продукти» 30, 19	Значне скорочення	1	п=0;ф>п від 0,1% до 49%	Відмова
			2	п=0;ф>п від 50% до 100%	Скорочення	2	п=0;ф>п від 50% до 100%	Швидке скорочення	2	п=0;ф>п від 50% до 100%	Поетапна відмова
			3	п>ф від 0,1% до 49% «Фора» 5	Обережне насичення	3	п>ф від 0,1% до 49% «Фора» 24	Дуже обережне насичення	3	п>ф від 0,1% до 49%	Дуже обережне насичення

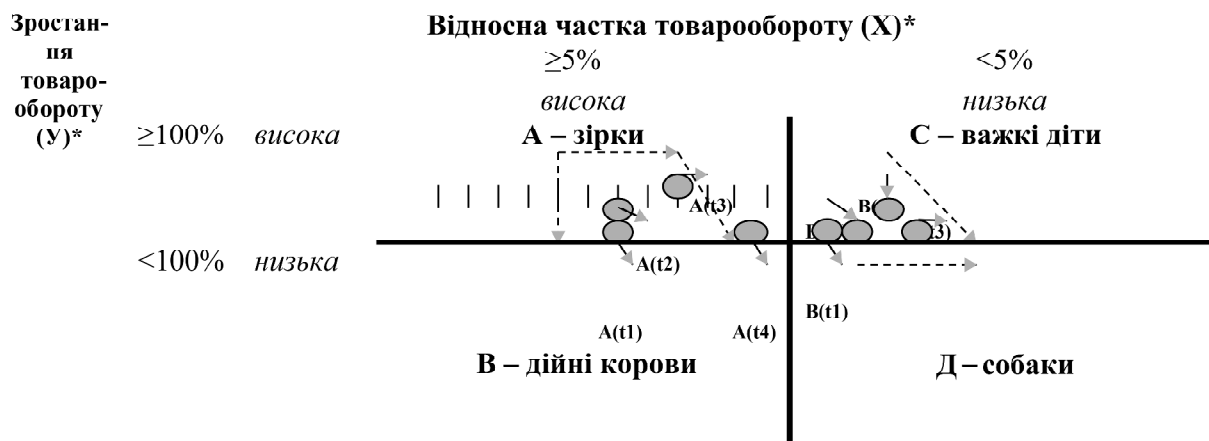
Примітка: 1 — м'ясо та птиця; 2 — ковбасні вироби і копченості; 3 — риба і морепродукти; 4 — оселедці; 5 — масло тваринне; 6 — олія; 7 — маргарінова і майонезна продукція; 8 — молочна продукція; 9 — сир і бринза; 10 — цукор; 11 — кондитерські вироби; 12 — чай; 13 — варення, джем, мед; 14 — борошно; 15 — хлібобулочні вироби; 16 — крупи та бововні; 17 — макаронні вироби; 18 — плоди, ягоди, горіхи; 19 — горілка і лікерогорілочні вироби; 20 — вина; 21 — коньяк; 22 — шампанське; 23 — пиво; 24 — безалкогольні напої; 25 — консерви рибні; 26 — морозиво; 27 — тютюнові вироби; 28 — консерви овочеві; 29 — консерви фруктово-ягідні; 30 — яйця і яйцепродукти.

брендів, товарних підгруп або товарних одиниць. Ці стратегічні рішення доцільно здійснювати на основі моделі потенційна конкурентоспроможність товару та стратегічна спрямованість розвитку товару [1].

У якості об'єкту дослідження було обрано два магазини Солом'янського району міста Києва, а саме: магазин "Фора" та магазин "Продукти". Результати оцінки товарного портфеля з метою його оптимізації у підприємствах, що досліджувались, представлено в таблиці 1.

Дані таблиці 1 свідчать про те, що в магазині "Фора" доцільно буде незначно скоротити такі товарні групи: вино, риба та морепродукти, оселедці, морозиво, чай, варення та

джем. Сильного насичення потребують цукор та кондитерські вироби, борошно та хлібобулочні, коньяк, овочеві консерви. Здійснити обмежене насичення для таких товарних груп, як шампанське, масло тваринне, молочна продукція. Незначне скорочення слід здійснити серед таких товарних груп, як риба і морепродукти, оселедці, рибні консерви, крупи та бавовні, яйця і яйцепродукти. Дуже обережне насичення слід здійснити із безалкогольними напоями. Дуже обмежене насичення слід здійснити із маслом тваринним та вином. Для магазину "Продукти" рекомендується обмежено наситити портфель ковбасних виробів і копченостей, безалкогольних напоїв, молоко та молочної



А – хліб та хлібобулочні вироби; В – сир і бринза; t1- t4 – відповідно періоди 2006 рік-2009 рік  
 -----> – напрямлення переміщення

#### \* Модель розвитку товарного портфеля

$X = \int (Z_A^t, Z_B^t)$ $Y = \int (Z_A^t, Z_A^t)$ $X_A^t = Z_A^t / Z_B^t$ $X_B^t = Z_B^t / Z_A^t$ $Y_A^t = (Z_A^t - Z_A^{t-1}) / Z_A^{t-1}$	$X$ – відносна частка товарообороту; $Y$ – темп зростання товарообороту; $Z_A^t$ – величина товарообороту товару А у поточному періоді; $Z_B^t$ – величина товарообороту товару В у поточному періоді; $Z_A^{t-1}$ – величина товарообороту товару А у базисному періоді
<b>Переміщення у матриці розвитку товарного портфеля</b>	
$X_A^t + \Delta X_A^t = (Z_A^t + \Delta Z_A^t) / (Z_B^t + \Delta Z_B^t)$ $X_A^{t+1} = X_A^t + \alpha\%$ $X_A^{t+1} = X_A^t + 0,0\alpha$ $\alpha = (d - r) / (1 + 0,0r)$ $Y_A^{t+1} = ((Z_A^{t+1} + 0,0d \times Z_A^{t+1}) - Z_A^{t+1}) / Z_A^{t+1}$	$\Delta X_A^t$ – зміна координати X товару А у матриці розвитку товарного портфеля; $\Delta Z_A^t$ – зміна величини товарообороту товару А; $\Delta Z_B^t$ – зміна величини товарообороту товару В; $X_A^{t+1}$ – друга координата X товару А у матриці розвитку товарного портфеля; $Y_A^{t+1}$ – друга координата Y товару А у матриці розвитку товарного портфеля; $\alpha$ – приріст координати X товару А (у відсотку); $d$ – приріст товарообороту товару А (у відсотку); $r$ – приріст товарообороту товару В (у відсотку)

Рис. 1. Модель переміщення взаємозалежних товарів (сир і бринза та хліб та хлібобулочні вироби) у матриці розвитку товарного портфеля у магазині "Продукти"

продукції. Сильно наситити портфель таких товарів: м'ясо та птиця, риба і морепродукти харчові, масло тваринне, олія, маргарина та майонезна продукція, сир і бринза, консерви м'ясні, консерви рибні, консерви овочеві, консерви фруктово-ягідні, кондитерські вироби. Скорочення слід здійснити серед товарної групи хліб та хлібобулочні вироби та значне скорочення – яйця і яйцепродукти, картопля, сіль, горілка та лікоро-горілчані вироби, слабоалкогольні напої, вина, коньяк, шампанське, пиво.

Під час розробки стратегій щодо управління силою товарного портфеля доцільно використовувати модель переміщення взаємозалежних товарів у матриці розвитку товарного портфеля (модифікована матриця БКГ) (рис. 1).

На рисунку 1 наведено приклад моделі розвитку товарного портфеля хліба та хлібобулочної продукції, а також портфеля сирів та бринзи [6, с. 204—216]. На рисунку 2 та у таблиці 2 представлено стратегії, що рекомендуються магазину "Продукти" на основі моделі переміщення взаємозалежних товарів у матриці розвитку товарного портфеля.

До них відносяться такі стратегії: пріоритетне фінансування, друга лінія фінансування, значне скорочення, інтенсивне скорочення. Так, для портфеля ковбасних виробів і копче-

Рівень вимог за фінансуванням товарів зони А (зірки)			
Y	+ΔY	0	-ΔY
X			
+Δ X	пріоритетне фінансування <i>Ковбасні вироби і копченості, безалкогольні напої</i>	друга лінія фінансування	друга лінія фінансування <i>Молоко та молочна продукція</i>
0	друга лінія фінансування (пріоритетне фінансування)	пріоритетне фінансування	друга лінія фінансування
-Δ X	друга лінія фінансування (пріоритетне фінансування)	пріоритетне фінансування	пріоритетне фінансування
Рівень вимог за фінансуванням товарів зони В (дійні корови)			
Y	+ΔY	0	-ΔY
X			
+Δ X	пріоритетне фінансування <i>Хліб та хлібобулочні вироби</i>	пріоритетне фінансування	пріоритетне фінансування
0	пріоритетне фінансування	друга лінія фінансування	друга лінія фінансування
-Δ X	друга лінія фінансування	пріоритетне фінансування (стійке фінансування)	стійке фінансування (можливе скорочення обсягів дефіцитних ресурсів)
Рівень вимог за фінансуванням товарів зони С (важкі діти)			
Y	+ΔY	0	-ΔY
X			
+Δ X	пріоритетне фінансування <i>м'ясо та птиця, риба і морепродукти харчові, масло тваринне, маргаринова і майонезна продукція, сир і бринза, кондитерські вироби, варення, джем, повидло, мед, чай, кава, крупи та бобові, макаронні вироби, овочі, плоди, ягоди, виноград, горіхи, кавуни та дині, морозиво, тютюнові вироби, інші продовольчі товари</i>	стійке фінансування (друга лінія фінансування)	значне скорочення <i>цукор, борошно</i>
0	пріоритетне фінансування	значне скорочення	інтенсивне скорочення фінансування, можлива ліквідація
-Δ X	пріоритетне фінансування (друга лінія фінансування)	значне скорочення	інтенсивне скорочення фінансування, можлива ліквідація
Рівень вимог за фінансуванням товарів зони Д (собаки)			
Y	+ΔY	0	-ΔY
X			
+Δ X	стійке фінансування	стійке фінансування	стійке фінансування
0	стійке фінансування	можливе скорочення обсягів дефіцитних ресурсів	значне скорочення
-Δ X	стійке фінансування	можливе скорочення обсягів дефіцитних ресурсів	значне скорочення <i>яйця і яйцепродукти, картопля, сіль, горілка та лікєро-горілки вироби, слабоалкогольні напої, вина, коньяк, шампанське, пиво</i>

Рис. 2. Модель формування стратегій управління силою товарного портфеля магазину "Продукти" за матрицею його розвитку

ностей, безалкогольних напоїв рекомендується стратегія пріоритетного фінансування категорії Зірки, що означає той факт, що такі товари ще не розкрили свого потенціалу та вимагають

значних інвестицій. При фінансуванні їх можна очікувати підвищення рівня прибутковості внаслідок економії на витратах. Пріоритетного фінансування також потребують това-

Таблиця 2. Характеристика стратегічних зон за матрицею розвитку товарного портфеля щодо стратегій управління силою товарного портфеля магазину "Продукти"

Умова	Альтернативні підходи щодо розподілу ресурсів у розрізі кожної стратегічної зони		
	Стратегія	Товарні групи	Характеристика стратегії
<b>Зона А (зірки)</b>			
Одноразове підвищення відносної частки та темпів зростання товарообороту	<b>Пріоритетне фінансування</b>	Ковбасні вироби і копченості, безалкогольні напої	Даний товар ще не розкрив свого потенціалу та вимагає значні інвестиції. При фінансуванні його можна очікувати підвищення рівня прибутковості внаслідок економії на витратах
Підвищення відносної частки товарообороту, зниження темпів зростання товарообороту	<b>Друга лінія фінансування</b>	Молоко та молочна продукція	Даний товар готовий щодо переходу у зону В (дійні корови). Імовірно, що визначився ринок збуту; подальше підвищення фінансування не зіграє значної ролі у просуванні товару
<b>Зона В (дійні корови)</b>			
Одноразове підвищення відносної частки та темпів зростання товарообороту	<b>Пріоритетне фінансування</b>	Хліб та хлібобулочні вироби	Свідчить про розширення ринку даного товару, передбачає продовження значного фінансування. Однак, якщо приріст товарообороту та обсягів фінансування викликають штучно підкріплювати дані показники, то необхідно скоротити інвестування товару до прийнятого рівня
<b>Зона С (важкі діти)</b>			
Одноразове підвищення відносної частки та темпів зростання товарообороту	<b>Пріоритетне фінансування</b>	М'ясо та птиця, риба і морепродукти харчові, масло тваринне, олія, маргаринова і майонезна продукція, сир і бринза, консерви м'ясні, консерви рибні, консерви овочеві, консерви фруктово-ягідні, кондитерські вироби	Вказує на знаний стратегічний потенціал товару, є привабливим для довгострокових вкладів. Доцільно використовувати агресивне інвестування
Підвищення відносної частки товарообороту, зниження темпів зростання товарообороту	<b>Значне скорочення</b>	Цукор, борошно	Свідчить про те, що товар вичерпав свій потенціал, переміщується у протилежну сторону від зони А, тому доцільно скоротити інвестування. Виключенням може бути ситуація, коли розрахункове значення потенційної віддачі від вкладень перекидає витрати на реалізацію, просування товару
<b>Зона Д (собаки)</b>			
Зниження відносної частки товарообороту та темпів зростання товарообороту	<b>Значне скорочення</b>	Яйця і яйцепродукти, картопля, сіль, горілка та лікєро-горілки вироби, слабоалкогольні напої, вина, коньяк, шампанське, пиво	Припускає значне скорочення інвестування або ліквідацію при недофінансуванні інших товарів, більш прибуткових

ри категорії Дійні Корови, а саме: хліб та хлібобулочні вироби. Це свідчить про розширення ринку даного товару, передбачає продовження значного фінансування. Однак, якщо приріст товарообороту та обсягів фінансування викликають штучно підкріплювати дані показники, то необхідно скоротити інвестування товару до прийнятого рівня. Такі товарні групи категорії Важкі Діти, як м'ясо та птиця, риба і морепродукти харчові, масло тваринне, маргаринова і майонезна продукція, сир і бринза, кондитерські вироби, варення, джем, повидло, мед, чай, кава, крупи та бобові, макаронні вироби, овочі, плоди, ягоди, виноград, горіхи, кавуни та дині, морозиво, тютюнові вироби, інші продовольчі товари потребують також стратегію пріоритетного фінансування. Водночас це вказує на знаний стратегічний потенціал товарів, що є привабливим для довгострокових вкладів. Тому доцільно використовувати агресивне інвестування.

Молоко та молочна продукція категорії Зірки потребує стратегію другої лінії фінансування. Цей товар готовий щодо переходу у зону В (дійні корови). Імовірно, що визначився ринок збуту; подальше підвищення фінансування не зіграє значної ролі у просуванні товару. Цукор, борошно також знаходиться у зоні другої лінії фінансування, але це категорія Дійні корови. Це свідчить про те, що товар вичерпав свій потенціал, переміщується у протилежну сторону від зони А, тому доцільно скоротити інвестування. Виключенням може бути ситуація, коли розрахункове значення потенційної віддачі від вкладень перекидає витрати на реалізацію, просування товару.

Розроблені та рекомендовані стратегії управління товарним портфелем у торговельних підприємствах будуть сприяти підвищенню товарної сили підприємств та отриманню конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

# **ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ЦЬОМУ НАПРЯМІ**

У дослідженні наведена рекомендована модель стратегічного набору управління товарною політикою на засадах маркетингу та соціальних підходах в умовах соціологізації ринку, яка передбачає підтримуючі стратегії на макрорівні (СТР і продуктово-ринкові) та на мікрорівні — стратегії управління конкурентоспроможністю товарів, управління товарним портфелем (оптимізації товарного портфеля), бренд-менеджменту, управління корпоративною культурою, управління сервісом, управління товарними ризиками

На основі результатів дослідження товарного портфеля продовольчих магазинів було рекомендовано стратегії оптимізації товарного портфеля на основі моделі потенційна конкурентоспроможність товару та стратегічна спрямованість розвитку товару. Вони передбачають розширення товарного портфеля (наращування чи насичення) та скорочення (ліквідування або зняття з продажу).

Стратегії щодо управління силою товарного портфеля досліджуваних магазинів було розроблено на основі моделі переміщення взаємозалежних товарів у матриці розвитку товарного портфеля. До них відносяться такі стратегії: пріоритетне фінансування, друга лінія фінансування, значне скорочення, інтенсивне скорочення.

Стратегії управління корпоративною культурою у стратегічному наборі управління товарною політикою відображають соціальний підхід та повинні формуватися в залежності від типу та інструментарію управління корпоративною культурою. Зазначений напрям виступає метою подальших розробок та вдосконалень.

## **Література:**

1. Балабанова Л.В., Бриндіна О.А. (2006), Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств [Marketing product policy within business management system], Професіонал, Київ, Україна.
2. Ілляшенко С.М. (2005), Маркетингова товарна політика [Marketing product policy], Унів. кн., Суми, Україна.
3. Кардаш В.Я. (2006), Маркетингова товарна політика [Marketing product policy], 3-е издание, Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана, Київ, Україна.

4. Кубишина Н.С., Гребньов Г.М. (2015), "Forming marketing product policy", *Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, no. 34—35 (частина 1), available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/78513139.pdf> (Accessed 1.03.2020).

5. Куденко Н.В. (1998) Формування маркетингової товарної стратегії підприємства, [Forming marketing product policy], КНЕУ, Київ, Україна.

6. Снегирева В. (2005), Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям [The retail. Product line management based on product category], СПб.: Питер, Санкт-Петербург, Россия.

7. Ткачук І. А. (2008), "Business marketing product policy management", Abstract of кандидат економічних наук dissertation, Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Донецький національний університет економіки та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, Донецьк, Україна.

## **References:**

1. Balabanova, L.V. and Bryndina, O.A. (2006), *Marketing product policy within business management system*, Profesional, Kyiv, Ukraine.
  2. Illiashenko, S. M. (2005), *Marketing product policy*, Univ. kn., Sumy, Ukraine.
  3. Kardash, V. Ya. (2006), *Marketing product policy*, 3rd ed, Kyiv. nats. ekon. un-t im. V. Het'mana, Kyiv, Ukraine.
  4. Kubyshyna, N. S. Hrebn'ov, H. M. (2015), "Forming marketing product policy", *Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, vol. 34—35, no. 1, available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/78513139.pdf> (Accessed 1 March 2020).
  5. Kudenko, N. V. (1998), *Formuvannia marketingovoi tovarnoi stratehii pidpriemstva*, [Forming marketing product policy], KNEU, Kyiv, Ukraine.
  6. Snehyreva, V. (2005), *Roznychnyj mahazyn. Upravlenye assortimentom po tovarnym kategoriyam* [The retail. Product line management based on product category], Pyter, Sankt-Peeterburh, Russia.
  7. Tkachuk, I. A. (2008), "Business marketing product policy management", Abstract of PhD dissertation, *Ekonomy, Donets'kyj natsional'nyj universytet ekonomiky ta torhivli imeni Mykhajla Tuhan-Baranovs'koho*, Donets'k, Ukraine.
- Стаття надійшла до редакції 28.05.2020 р.*

УДК 338.48

А. М. Клімова,

к. пед. н., доцент кафедри туризму та рекреації,

Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ

ORCID ID: 0000-0003-3162-5305

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.115

## ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ ЯК СКЛАДОВА УСПІХУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

А. Klimova,

PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Tourism and Recreation,

Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv

### PROFESSIONAL STAFF COMPETENCE AS A COMPONENT OF TOURISM BUSINESS SUCCESS

Мета дослідження полягає в розкритті сутності концептуальних вимог до професійної компетентності, виокремленні та дослідженні комплексу професійних компетентностей персоналу туристичного підприємства відповідно до вимог ринкового бізнес-середовища. У статті розглянуто основні вимоги, які сприяють нарощуванню якісного персоналу туристичного підприємства. Охарактеризовано можливі складові професійної компетентності персоналу туристичного підприємства. Значущість дослідження полягає в розумінні того, що персонал у туристичній галузі є найважливішою складовою частиною кінцевого продукту, одним з основних ресурсів конкурентних переваг та успіху туристичного підприємства. Якість обслуговування на туристичному підприємстві залежить від професійної компетентності персоналу. Це доводить, що професійна компетентність є своєрідним вимірником рівня професіоналізму. Результат діяльності та престижність туристичного підприємства залежить від ефективної системи управління персоналом. Правильно обраний підхід до управління персоналом дозволить туристичним підприємствам залучати компетентних, талановитих працівників та розкривати їх творчий потенціал; створювати умови для постійного розвитку персоналу та можливості саморозвитку особистості. Оскільки саме від професійності персоналу, його рівня компетентності залежить успішність та прибутковість туристичного підприємства.

The purpose of the study is to reveal the essence of the conceptual requirements to professional competence, isolate and study a complex of professional competence of the tourist enterprise staff in accordance with the market business environment requirements. The article considers the basic requirements that contribute to the increase of high-quality staff of the tourist enterprise. The possible components of the professional competence of the tourist company personnel are characterized. Significance study consists in the understanding that the staff in the tourist industry is the most important component of the final product, one of the main resources of competitive advantage and success of the tourist enterprise. Quality of service at the tourist company depends on the professional competence of the staff. This proves that the professional competence of the tourist enterprise staff is an important aspect of his professional culture, the ability to implement strategic, analytical, organizational and administrative, consultative and advisory, control functions and effective self-fulfillment in the conditions of practical activity on the basis of special knowledge, skills, values necessary for professional activities in the tourism industry. Special, administrative, managerial, organizational, strategic, social, informational, communicative, analytical, general cultural competence and competence in the sphere of decision-making should be considered in the system of professional competence. Professional competence is a kind of meter of professionalism. The result of activity and prestige of tourist company depends on effective personnel management system. The faithfully chosen approach to personnel management will allow tourist companies to attract competent, talented employees and disclose their creative potential; to create conditions for constant development of personnel and possibilities of self-development of personality; increase customer's orientation and emotional motivation of employees; to create partnerships with consumers of services that, in the conditions of rising competition in the tourist services market, are significant competitive advantages and preconditions for sustainable development, achieving a high level of profitability and ensuring global competitiveness.

*Ключові слова: персонал, професійна компетентність, ключові компетентності, управління, туристичне підприємство.*

*Key words: personnel, professional competence, key competence, management, travel company.*

#### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сьогодні туризм є самостійною галуззю господарювання, на його частку припадає майже 6% світового валового національного про-

дукту, 5% усіх податкових зборів та 7% світових інвестицій. Розвиток туристичної галузі сприяє збільшенню надходжень до бюджету, створенню робочих місць, розвитку інфра-



структури, будівництву нових туристичних об'єктів, посиленню охорони та реконструкції існуючих історико-культурних пам'яток, охороні природи [3].

Туризм у багатьох країнах світу став основним джерелом доходів і належить до найбільш пріоритетних галузей національної економіки.

Туристичний бізнес у сучасних умовах господарювання приваблює підприємців з різних причин: невеликим стартовим капіталом, постійно зростаючим попитом на туристичні послуги, високим рівнем рентабельності та мінімальним терміном окупності витрат. Якщо проаналізувати діяльність туристичної сфери всіх країн світу і визначити лідерів із залучення туристів у свою країну, розрахувавши їх по місцях за підсумками останніх років, то на першому місці упродовж 15 років залишаються США, які прийняли близько 80 млн іноземних туристів, далі йдуть Іспанія, Франція та Італія, які в сукупності відвідали 150 млн туристів [13].

Професійна компетентність персоналу є одним із найбільш важливих факторів інноваційного розвитку всіх підприємств, особливо це стосується підприємств сфери послуг, зокрема туристичної галузі.

Персонал в індустрії туризму є найважливішою складовою частиною кінцевого продукту, одним з основних ресурсів конкурентних переваг організації, і отже, якість обслуговування в туристських організаціях залежить від майстерності і свідомості службовців. Задоволення клієнта в сфері обслуговування досягається ввічливістю персоналу та його чуйністю [1].

### **АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ**

Проблемі професійної компетентності персоналу та її складових присвячено багато теоретичних напрацювань вчених: М.Г. Бігдан [1], Ю.Ю. Карлик [1], О.М. Шаповалова [13], Л.В. Оболонська [6], Р.С. Гуревич [3].

Питання професійної компетентності менеджерів розглядаються в роботах таких вчених: Н.Д. Бондар [2], Н.В. Замятіної [5], Л.В. Пелешко [9], І.В. Саух [12], О.М. Яценко [14], Н.І. Жигало [4], Г.Б. Лоїк [8].

Попри значну кількість праць, значущість отриманих результатів та їх актуальність, проблема професійної компетентності персоналу туристичного підприємства залишається недостатньо дослідженою.

### **МЕТА СТАТТІ**

Метою дослідження є розкриття сутності концептуальних вимог до професійної компетентності, виокремлення та дослідження комплексу професійних компетентностей персоналу туристичного підприємства відповідно до вимог ринкового бізнес-середовища.

### **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ**

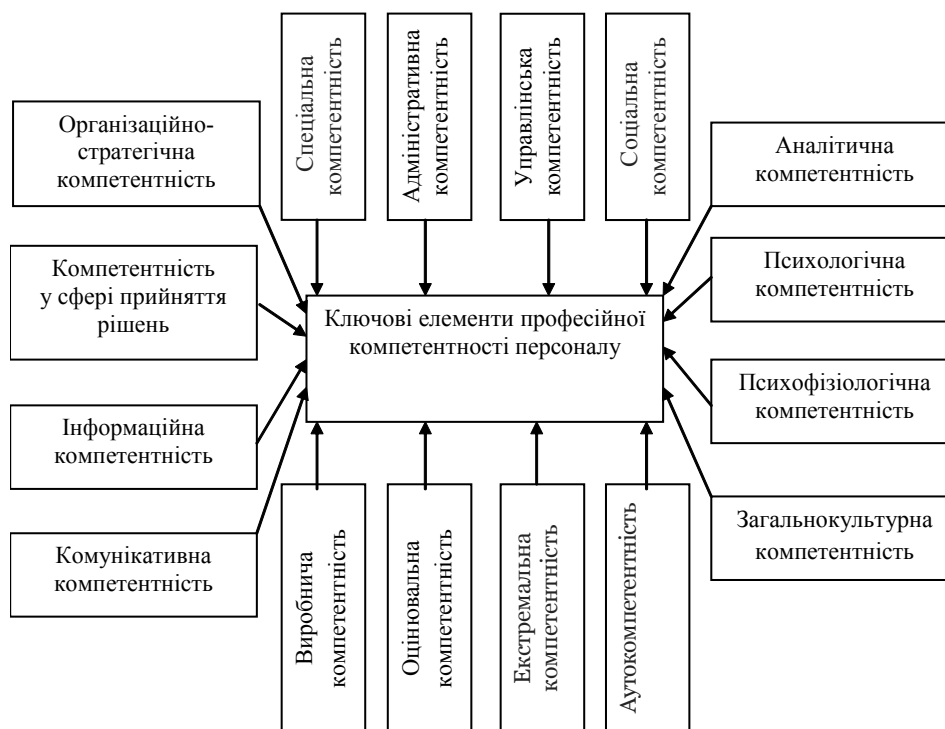
Сфера туризму унікальна тим, що службовці становлять частину її продукту.

Аналіз економічних досліджень в області туристського бізнесу показав, що коли мова йде про вдосконалення управління туристичним підприємством, то особлива увага приділяється питанням навколишнього середовища, ринку, конкурентам, клієнтам і тому подібне, однак головні зусилля управління в індустрії туризму повинні бути спрямовані на її персонал [1]. Це зумовлено безпосереднім контактом менеджера зі споживачем.

Фахівець сфери туризму — це не лише фахівець, який професійно виконує управлінські функції, а й професіонал, котрий враховує специфіку туристичного підприємства як системи, де кожен управляє на своєму рівні і є суб'єктом управління, має певну орієнтацію — професійно працює з людьми. Виконуючи функціональні обов'язки він має вміти ефективно розв'язувати стандартні й нестандартні ситуації та проблеми щодо здійснення конкретних професійних дій, забезпечення конкурентоспроможності туристичного підприємства.

Варто відмітити, що перелік вимог до компетентності фахівця сфери туризму залишається майже незмінним. Кожен фахівець повинен досконало знати галузеву специфіку, в якій він планує працювати, мати лідерські якості, бути обізнаним у тонкощах планування діяльності підприємства, організації господарської діяльності, обліку, аналізу та контролю виробничо-господарських процесів на підприємстві [14].

Ефективна діяльність підприємства залежить не тільки від високого рівня конкурентоспроможності, достатнього економічного потенціалу, але й від компетентності персоналу. Для успішного функціонування туристичні підприємства потребують висококваліфікованих, компетентних і лабільних фахівців, які спроможні швидко адаптуватися до змін у туристичній галузі.



**Рис. 1. Комплекс ключових елементів професійної компетентності персоналу туристичного підприємства**

Джерело: власна розробка автора складена за даними [2; 10; 12].

Вирішальними у професійній діяльності фахівців сфери туризму є ключові компетентності, які мають забезпечити готовність до життя та праці, їх можна представити і у вигляді таких груп: політичні та соціальні компетентності, такі як здатність приймати відповідальність, брати участь у розробці групових рішень, вирішувати конфлікти без насильства, підтримувати та покращувати демократичні інституції; компетентності, що пов'язані з життям у культурному середовищі, а саме: готовність контролювати прояв расизму, ксенофобії та розвитку клімату нетолерантності, оволодіти міжкультурними компетенціями, такими як прийняття розбіжностей, повага до інших та здатність жити з людьми інших культур, мов та релігій; комунікативні компетентності, які особливо важливі для роботи та соціального життя, з акцентом на те, що тим людям, які не володіють ними, погрожує соціальна ізоляція, а також володіння більше, ніж однією мовою; компетентності, що пов'язані зі зростанням інформатизації суспільства: володіння інформаційними технологіями, розуміння їх застосування, слабких і сильних сторін та засобів, критичного судження по відношенню до інформації, що розповсюджується масмедійними засобами та рекламою, здатність вчитися на протязі життя у контексті як осо-

бистого, професійного, так і соціального життя [8].

Такі навички, як критичне мислення, аналітичне мислення, вирішення проблемних ситуацій, творчість, робота в команді, комунікативні навички, прийняття рішень саморегуляція, стійкість, емпатія, участь, повага до різноманітності, враховуються у всіх ключових компетентностях. Комплекс ключових компетентностей є складовими елементами ієрархічної структури професійної компетентності майбутнього фахівця сфери туризму, що включає рівень оволодіння професійними знаннями, уміннями та навичками і передбачає здатність фахівця приймати ефективні рішення в процесі здійснення професійної діяльності.

Професійна компетентність може і повинна оцінюватися за результатами професійної діяльності, тобто за конкретними досягненнями. Водночас професійні знання, уміння, якості особистості є лише необхідною, але недостатньою умовою для прояву професійної компетентності. Сучасна складна соціокультурна і нормативно-правова ситуація вимагає від фахівця сфери туризму цілого комплексу компетентностей, причому склад даного комплексу змінюється від однієї ситуації до іншої.

Таким чином, необхідний (мінімальний) рівень професійної компетентності персоналу

туристичного підприємства складається з комплексу ключових елементів (рис. 1).

Спеціальна компетентність — володіння суто професійною діяльністю на достатньо високому рівні, здатність планувати та проєктувати свій кар'єрний та професійний розвиток.

Організаційно-стратегічна компетентність — кожне туристичне підприємство має свій напрям розвитку, який сформований у вигляді стратегії, тактичних прийомів, або зумовлений галузевою специфікою, прагненнями інвесторів отримати дохід та необхідністю виконання соціальної функції. Отже, фахівець туристичного підприємства повинен розробляти перспективні плани розвитку підприємства в єдиній системі, підходи до планування, організації, аналізу, обліку, контролю, мотивації праці працівників підприємства задля досягнення спільної мети.

Адміністративна компетентність — характеристика фахівця туристичного підприємства, яка передбачає ефективне виконання означених у процесі виробництва організаційних правил, координування потоків інформації, забезпечення виконання бюджетів із підтримкою обраного курсу фінансової політики. Фаховий менеджер завжди знає проблеми підприємства, прагне до оперативного їх вирішення із збереженням інтересів усіх учасників [10].

Управлінська компетентність — характеризує організаторські здібності, відповідальність, авторитет, поведінку фахівця. Ефективне управління припускає здатність розділити своє бачення проблем з іншими, мотивувати їх для досягнення поставлених цілей, тобто керувати разом з людьми, а не керувати людьми. Оскільки і люди, і ситуації постійно змінюються, тому фахівець повинний бути досить гнучким, щоб пристосуватися до постійних змін.

Компетентність у сфері прийняття рішень — під час діяльності туристичного підприємства виникають різні обставини, які супроводжуються чинниками ризику та невизначеності, що вимагає від компетентного менеджера якісних управлінських рішень. Отже, фахівець туристичного підприємства повинен з-поміж різноманітних варіантів обирати максимально раціональні для підприємства, які забезпечать належне використання трудових, фінансових, матеріально-технічних, інформаційних, інтелектуальних та інших ресурсів для максимізації прибутку.

Аналітична компетентність — компетентний фахівець повинен розробляти правила і механізми аналітичної складової в діяльності

підприємства, систематично та самостійно діагностувати проблеми бізнесу з використанням комплексу інструментів економічного аналізу, моделювання та прогнозування, вчасно, чітко і зрозуміло формулювати необхідні завдання підлеглим для їх подальшого виконання.

Адміністративна компетентність — коло обов'язків фахівця передбачає: ефективне виконання означених у процесі виробництва організаційних правил; забезпечення виконання бюджету із підтримкою обраного курсу фінансової політики; координування потоків інформації. Компетентний фахівець завжди має інформацію про проблеми підприємства, прагне до оперативного їх вирішення із збереженням інтересів усіх учасників.

Комунікативна компетентність — здатність встановлювати і підтримувати необхідні контакти з конкурентами, споживачами; мати певну сукупність знань, умінь і навичок, що забезпечують ефективне спілкування; здатність до використання у роботі основ кооперації та групової роботи; врахування специфіки поведінки кожного учасника при розв'язанні конфліктів.

Психологічна компетентність — необхідна фахівцям сфери "людина-людина", до яких належить фахівець сфери туризму. Це впливає з того, що представники професій типу "людина-людина" практично постійно включені в процес міжособистісного спілкування, для успішного перебігу якого об'єктивно необхідним є істинне знання особливостей внутрішнього світу партнера по спілкуванню, а також вибудовування адекватної ним лінії поведінки [11].

Виробнича компетентність — під час управлінської діяльності фахівцю туристичного підприємства необхідні знання основ виробництва. Він повинен здійснювати допомогу підлеглим у вирішенні виробничих проблем, навчати та консультувати, надавати кваліфікаційну оцінку результатам діяльності.

Загальнокультурна компетентність — усвідомлення цінностей загальної культури; уміння користуватися рідною та іноземними мовами; здатність толерантно відноситись до різних культур; наявність ділових та особистісних якостей; культури організації трудових колективів та корпоративної культури.

Соціальна компетенція — навички, умови, що зумовлюють ефективне управління собою і високу інтерперсональну ефективність; володіння груповою професійною діяльністю та прийнятими у певній професії прийомами спілкування.



**Рис. 2. Управління персоналом туристичного підприємства як системою**

Джерело: власна розробка автора складена за даними [2; 6; 8].

Аутокомпетентність — адекватне уявлення про власні професійні властивості та володіння професійними технологіями переробки професійних деструкцій [7].

Екстремальна професійна компетентність — здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних форс-мажорних обставинах, під час аварій, змін технологічного процесу тощо.

Інформаційна компетентність — уміння здобувати, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, презентувати туристичний інформаційний матеріал, володіти інформаційними технологіями.

Психофізіологічна (здоров'язберігаюча) компетентність — усвідомлення своїх психофізіологічних особливостей, уміння зберігати та зміцнювати своє здоров'я та оточуючих.

Оцінювальна компетентність — способи порівняння результатів із цілями; перебудови діяльність відповідно до мети, умов та завдань; організації та аналізу власної діяльності; класифікація, систематизація, конкретизація, абстрагування, прогнозування.

Отже, усі ключові компетентності вважаються однаково важливими: кожна з них сприяє успішному життю в суспільстві. Компетентності можуть застосовуватися у багатьох контекстах і в різних комбінаціях. Вони пере-

плітаються та поєднуються: розвиваючи компетентності, важливі для однієї життєвої сфери, ми одночасно розвиваємо й пріоритетні для іншої [9].

Професійна компетентність персоналу туристичного підприємства виражається у здійсненні ним професійної діяльності в конкретних умовах, у тому числі у непередбачуваних, проблемних ситуаціях, відповідно до чинних професійних вимог і соціальних норм. Водночас рівень професійної компетентності фахівців повинен дозволяти їм не лише виконувати свої функціональні обов'язки, своєчасно і якісно, але й діяти творчо і продуктивно.

Одним із ключових факторів підвищення ефективності діяльності туристичного підприємства є відношення до персоналу підприємства. Для того, щоб мати компетентних, висококваліфікованих фахівців, які є ядром туристичного підприємства, та стимулювати їх до ефективної роботи, керівникам потрібно використовувати систему управління персоналом.

Проблема управління персоналом є актуальною для будь-якого підприємства. Від її розв'язання залежать якість та віддача кожного працівника і кінцевий успіх підприємства загалом. Оскільки персонал туристичного підприємства

зосереджує в собі набутий досвід та є джерелом подальшого розвитку підприємства, варто особливу увагу приділити процесу залучення кадрів. Тільки за умови раціонального відбору кадрів, навчання та розвитку можна досягти ефективної роботи організації. Відтак керівники організації, плануючи майбутню діяльність, розуміють, що від їх умінь сформувати кадровий ресурс, застосувати ефективні методи навчання та розвитку персоналу залежить подальший розвиток та конкурентоспроможність підприємства. Тому питання прийняття обґрунтованих управлінських рішень стосовно підбору та розвитку персоналу набуває нового значення. Особливо це важливо в сферах діяльності, в яких на персонал покладено багато функцій, де не існує чітких правил чи встановлених традицій у стосунках між роботодавцем та працівником [2; 4; 6; 7].

Зростання ролі людського фактору в туристичних організаціях віддзеркалилося на ускладненні завдань управління персоналом, функціональних обов'язках та рівні професійної компетентності фахівців.

Оптимальним варіантом, який застосовується в світовій практиці та пропонується в системі управління персоналом туристичного підприємства (рис. 2), є розвиток, збереження та підвищення рівня професійної компетентності персоналу.

Отже, система управління персоналом туристичного підприємства повинна складатися: з аналізу існуючого персоналу; з вибору дій, згідно з загальною стратегією підприємства, щодо розвитку, збереження або реструктуризації персоналу; із створення організаційної культури; з комплексного контролю та оцінки персоналу [6].

Ефективну та конкурентоспроможну організацію відрізняє сучасний підхід до процесу управління, тобто постановки стратегічних та тактичних цілей, завдань, вибору методів, принципів, критеріїв оцінювання діяльності персоналу. Від цього значною мірою залежить повнота розкриття людського потенціалу, який являє собою сукупну компетентність та професійні здібності всіх працівників підприємства, що передусім стосується підприємств галузі туризму, оскільки саме в цій сфері персонал є складовою частиною туристичного продукту та визначає його якість.

### ВИСНОВКИ

За результатами дослідження можна зробити висновок, що професійна компетентність персоналу туристичного підприємства — це

важливий аспект його професійної культури, здатність до здійснення стратегічних, аналітичних, організаційно-розпорядчих, консультативно-дорадчих, контрольних функцій та ефективної самореалізації в умовах практичної діяльності на підставі спеціальних знань, умінь, навичок, цінностей, необхідних для професійної діяльності у сфері туристичної індустрії. В системі професійної компетентності необхідно розглядати спеціальну, адміністративну, управлінську, організаційно-стратегічну, соціальну компетентність, інформаційну, комунікативну, аналітичну, загальнокультурну компетентності та компетентність у сфері прийняття рішень.

Правильно обраний підхід до управління персоналом дозволить туристичним підприємствам залучати компетентних, талановитих працівників та розкривати їх творчий потенціал; створювати умови для постійного розвитку персоналу та можливості саморозвитку особистості; підвищувати клієнтоорієнтацію і емоційну вмотивованість працівників; створювати партнерські відносини зі споживачами послуг, що за умов зростання конкуренції на ринку туристичних послуг є суттєвими конкурентними перевагами та передумовами на шляху стабільного розвитку, досягнення високого рівня прибутковості і забезпечення глобальної конкурентоспроможності.

### Література:

1. Бігдан М.Г., Карлик Ю.Ю. Прямая зависимость качества туристических услуг от эффективного управления. Менеджмент, маркетинг та управління персоналом. Вісник КрНУ Михайла Остроградського. Кременчук: КрНУ, 2012. Вип. 3 (74). С. 178—182.
2. Бондар Н.Д. Перелік та зміст ключових компетентностей майбутніх менеджерів сфери туризму / Н.Д. Бондар // Соціально-політичні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: зб. наук. пр. Міжнар. науково-практичної конференції. — Вінниця: Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2013. Ч. 2. С. 119—125.
3. Гуревич Р.С. Як визначити рівень професійної компетентності персоналу? Теорія і практика управління соціальними системами. 2011. № 1. С. 31—37.
4. Жигайло Н.І. Формування професійних якостей менеджера // Збірник наукових праць. Психологічні науки. — 2011. — Т. 2. Вип. 8. — С. 113—120.
5. Замятіна Н.В. Формування професійної компетентності майбутнього менеджера тури-

стичної індустрії у процесі навчання. Проблеми освіти. 2017. Вип. I—II (65—66). С. 453—463.

6. Кадровий потенціал як складова розвитку туристичного підприємства / Л.В. Оболенцева, Д. І. Заїка // International scientific journal. — 2015. — № 9. — С. 146—149.

7. Кокун О.М. Психофізіологічне забезпечення становлення фахівця у професіях типу "людина-людина": монографія / За ред. О.М. Кокун. — Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. — 266 с.

8. Лоїк Г.Б. Шляхи формування професійної компетентності майбутніх менеджерів туризму. URL: [http://www.rusnauka.com/16\\_NPRT\\_2013/Pedagogica/2\\_139881.doc.htm](http://www.rusnauka.com/16_NPRT_2013/Pedagogica/2_139881.doc.htm)

9. Освіта на основі життєвих навичок. Адвокаційний модуль для керівних кадрів. RU. <http://dlse.multycourse.com.ua/ua/page/15/53>

10. Пелешко Л.В. Формування професійної компетентності фахівця з менеджменту. Психолого-педагогічні науки. 2016. № 3. С. 97—102.

11. Рамзані Е.В. Сутність поняття психологічної компетентності. Духовність особистості: методологія, теорія і практика. 2014. № 2 (61). С. 158—164.

12. Саух І.В. Моделі професійної компетентності менеджера туристичної індустрії як основа конкурентоспроможності галузі. Економіка. Управління, Інновації. 2010. № 2 (4). URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/sauh.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/sauh.htm)

13. Шаповалова О.М. Інноваційний розвиток підприємств сфери послуг: туризму. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2013. № 4 (193). Ч. 2. С. 241—246.

14. Яценко О.М. Лідерські якості в структурі складових компетентностей менеджерів. Молодий вчений. 2016. № 6 (33). С. 496—501.

#### References:

1. Bihdan, M.H. and Karlyk Yu.Yu. (2012), "Direct dependence of the quality of tourist services on effective management", *Menedzhment, marketynh ta upravlinnia personalom*. Visnyk KrNU Mykhajla Ostrohrads'koho. Kremenchuk: KrNU, vol. 3 (74), pp. 178—182.

2. Bondar, N.D. (2013), "List and content of key competencies of future managers in the field of tourism", *Sotsial'no-politychni ta humanitarni vymiry ievropejs'koi intehtatsii Ukrainy: zb. nauk. pr. mizhnar. naukovopraktychnoi konferentsii [Socio-political and humanitarian dimensions of Ukraine's European integration: a collection of scientific papers of the international scientific-practical conference]*, *Tsentr pidhotovky naukovykh ta navchal'no-metodychnykh vydan' VTEI KNTEU*, Vinnytsia, Ukraine, vol. 2, pp. 119—125.

3. Hurevych, R.S. (2011), "How to determine the level of professional competence of staff?", *Teoriia i praktyka upravlinnia sotsial'nymy systemamy*, vol. 1, pp. 31—37.

4. Zhyhajlo, N.I. (2011), "Formation of professional qualities of the manager", *Zbirnyk naukovykh prats'. Psykholohichni nauky*, tom 2, vol. 8, pp. 113—120.

5. Zamiatina, N.V. (2017), "Formation of professional competence of the future manager of the tourist industry in the process of training", *Problemy osvity*, vol. I—II (65—66), pp. 453—463.

6. Obolentseva, L.V. and Zaika, D.I. (2015), "Human resources as a component of the development of the tourist enterprise", vol. 9, pp. 146—149.

7. Kokun, O.M. (2013), *Psykhofiziologichne zabezpechennia stanovlennia fakhivtsia u profesiiakh typu "liudyna-liudyna"* [Psychophysiological support of becoming a specialist in professions such as "man-man"], Imeks-LTD, Kirovohrad, Ukraine.

8. Loik, H.B. (2013), "Ways of forming professional competence of future tourism managers", available at: [http://www.rusnauka.com/16\\_NPRT\\_2013/Pedagogica/2\\_139881.doc.htm](http://www.rusnauka.com/16_NPRT_2013/Pedagogica/2_139881.doc.htm) (Accessed 20 May 2020).

9. Education based on life skills. Advocacy module for executives (2020), "Education based on life skills. Advocacy module for executives", available at: <http://dlse.multycourse.com.ua/ua/page/15/53> (Accessed 20 May 2020).

10. Peleshko, L.V. (2016), "Formation of professional competence of a management specialist", *Psykhologo-pedahohichni nauky*, vol. 3, pp. 97—102, available at: <http://refleader.ru/jgemerr-naqasrna.html> (Accessed 20 May 2020).

11. Ramzani, E.V. (2014), "The essence of the concept of psychological competence", *Dukhovnist' osobystosti: metodolohiia, teoriia i praktyka*, vol. 2 (61), pp. 158—164.

12. Saukh, I.V. (2010), "Models of professional competence of the manager of the tourist industry as a basis of competitiveness of branch", *Ekonomika, Upravlennia, Innovatsii*, vol. 2 (4), available at: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/sauh.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/sauh.htm) (Accessed 20 May 2020).

13. Shapovalova, O.M. (2013), "Innovative development of enterprises in the field of services: tourism", *Visnyk Skhidnoukrains'koho natsional'noho universytetu imeni Volodymyra Dalia*, vol. 4 (193), no. 2, pp. 241—246.

14. Yatsenko, O.M. (2016), "Leadership qualities in the structure of components of managers' competencies", *Molodyj vchenyj*, vol. 6 (33), pp. 496—501.

Стаття надійшла до редакції 28.05.2020 р.

УДК 379.85:504.062

**І. І. Ковтуник,**

к. геогр. н., ст. викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, економічний факультет, Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

ORCID ID: 0000-0003-1484-0708

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.122

## **ПРИРОДНО-ГЕОГРАФІЧНІ РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ ТА КУРОРТНІ ТЕРИТОРІЇ ПОДІЛЛЯ**

I. Kovtunyk,

PhD in Geography, senior professor of tourism and hotel-restaurant business chair,  
economical department, Ivan Ogiyenko Kamyanets-Podilsky national university

### **NATURAL-GEOGRAPHICAL RECREATION RESOURCES AND RESORT TERRITORIES OF PODILLYA**

Передумовою організації рекреаційної діяльності виступають рекреаційні ресурси. Під рекреаційними ресурсами розуміють об'єкти, явища і процеси природного, антропогенного та соціального походження, що використовуються або можуть бути використані для розвитку рекреації та впливають на територіальну організацію рекреаційної діяльності, її спеціалізацію та економічну ефективність. Багатогранність поняття "рекреаційні ресурси" визначається різноманітністю підходів до їх класифікації. Любіцева О.О. пропонує виділяти шість основних підходів: сутнісний підхід; функціональний підхід (за неповторністю природних умов і рекреаційних ресурсів у поєднанні з комплексністю їх використання); діяльнісний підхід; атрактивний підхід; ціннісний підхід; еколого-економічний підхід. Поділля має високий рівень концентрації природно-географічних рекреаційних ресурсів, у тому числі тих, які мають лікувальні, оздоровчі, рекреаційні властивості та широко використовуються в курортному господарстві, тому їх аналіз є надзвичайно актуальним, оскільки розкриваються значні перспективи розвитку курортного господарства і рекреаційної діяльності та туризму загалом на теренах області.

The most important prerequisite of recreational activities are the recreational resources. Under recreational resources understand objects, phenomena and processes of natural, human and social origin that are or may be used for the development of recreation and affecting the territorial organization of recreational activities, specialization and cost efficiency. The many facets of the term "recreational resources" is defined by a variety of approaches to their classification. Lyubitseva O. O. offers to allocate six basic approaches: essential approach; functional approach (for the uniqueness of the natural environment and recreational resources, combined with the complexity of their use); activity approach; attractive approach; value-based approach; environmental and economic approach. Today especially grows the importance of regional tourism policy. It is particularly important that the recreational-tourism potential acts quite an active factor in the development area, and causes additional stimulating effect on transport and technology, infrastructure, services, construction industry and other sectors of the economy. In Khmelnytska region a significant part of natural potential make recreational landscapes, health resources, nature reserve objects and areas of historical and cultural significance. These resources are unique for future development of areas for recreation and tourism. For its recreational potential Khmelnytska region has all opportunities to become a tourist area by the world level. Compared to other branches of economic activities in the tourism and recreation industry is a huge advantage that it does not cause irreparable damage to the environment, while providing quick turn of invested capital and guaranteed profits. In the Khmelnytska region the

foundation of natural potential contents tectonic resources, recreational landscapes, recreational resources, natural protected areas and areas of historical and cultural significance. In the article natural-geographical recreation resources and resort territories of Podillya were investigated.

*Ключові слова: ресурси, природні рекреаційні ресурси, курорт, курортні території, кліматичні курорти.*

*Key words: resources, natural recreational resources, resort, resort territories, climate resorts.*

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Одним із найперспективніших регіонів, з точки зору розвитку рекреації та туризму в нашій країні є Хмельниччина. Це пояснюється вигідними особливостями її географічного розташування та багатством рекреаційно-туристичного потенціалу. Важливе значення для рекреації та для формування рекреаційних потоків мають рекреаційні ресурси та курортні території Поділля.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженням ресурсів Хмельниччини присвячені ряд публікацій, з них монографія "Хмельниччина туристична: історико-культурні, природно-географічні та економічні аспекти розвитку", де автор цієї статті досліджує природно-географічні ресурси Хмельницької обл.

## МЕТА ТА ЗАВДАННЯ СТАТТІ

Метою статті є дослідити природно-географічні рекреаційні ресурси та курортні території Поділля.

Згідно з метою, було поставлено такі завдання:

1. Вивчити рекреаційні ресурси та їх класифікацію.
2. Визначити природно-географічні ресурси, сприятливі для розвитку рекреації, туризму та курортного господарства на Поділлі.
3. Проаналізувати основні курортні території Поділля.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Найважливішою передумовою організації рекреаційної діяльності виступають рекреаційні ресурси. Під рекреаційними ресурсами розуміють об'єкти, явища і процеси природно-

го, антропогенного та соціального походження, що використовуються або можуть бути використані для розвитку рекреації та впливають на територіальну організацію рекреаційної діяльності, її спеціалізацію та економічну ефективність [1, с. 156].

Багатогранність поняття "рекреаційні ресурси" визначається різноманітністю підходів до їх класифікації. Любіцева О.О. пропонує виділяти шість основних підходів: сутнісний підхід (за предметною сутністю ресурсів); функціональний підхід (за неповторністю природних умов і рекреаційних ресурсів у поєднанні з комплексністю їх використання); діяльнісний підхід (за характером використання в туризмі); атрактивний підхід (за мірою та формою залучення до туристичної діяльності); ціннісний підхід (за унікальністю рекреаційних ресурсів); еколого-економічний підхід (за споживчою вартістю ресурсів та їх екологічним значенням).

Рекреаційні ресурси поділяються на три основні групи: природно-географічні, історико-культурні та соціально-економічні. Важлива роль у цій класифікації належить природно-географічним рекреаційним ресурсам, адже саме вони є базою для формування та розвитку основних видів рекреації та туризму.

Під природно-географічними рекреаційними ресурсами розуміють фактори, речовину і властивості компонентів природних та природно-антропогенних геосистем, які володіють сприятливими внутрішніми і зовнішніми, якісними та кількісними параметрами для реалізації рекреаційної діяльності [3].

У межах природно-географічних рекреаційних ресурсів виділяють такі види ресурсів: геологічні, орографічні (ресурси рельєфу), спелеологічні, гідрологічні, бальнеологічні, біотичні, ландшафтні.

Під історико-культурними рекреаційними ресурсами розуміють сукупність створених у процесі історичного розвитку певної території об'єктів матеріальної і духовної куль-



тури, які одночасно є об'єктами туристичного інтересу.

Історико-культурні ресурси включають археологічні, архітектурні, замкові комплекси, монастирські комплекси, військової архітектури, громадської архітектури, промислової архітектури, культової (сакральної) архітектури, музеї, театри.

Під соціально-економічними рекреаційними ресурсами розуміють сукупність ресурсів та об'єктів, які одночасно є об'єктами туристичного інтересу.

До групи соціально-економічних туристичних ресурсів належать географічне положення, економічне положення, транспортна доступність, рівень економічного розвитку, готельне господарство, ресторанне господарство, курортне господарство, туристична інфраструктура.

Курорт (від нім. Kurort, kur — лікування, ort — місце) — це місцевість із набором лікувально-оздоровчих чинників, сприятливим кліматом, мінеральними джерелами, лікувальними грязями, де є спеціальні установи та інфраструктура для лікування, оздоровлення, відпочинку рекреантів.

Підставою для визначення місцевості як курорту є наявність природно-географічних туристичних ресурсів, які мають лікувальні, оздоровчі, рекреаційні властивості, необхідної інфраструктури для їх експлуатації та організації лікувально-профілактичної діяльності.

Курорти прийнято поділяти на три типи:

- 1) кліматичні;
- 2) бальнеологічні;
- 3) грязьові.

За унікальністю та цінністю природно-географічних туристичних ресурсів, їх значенням для курортного господарства та рівнем облаштованості виділяють курорти державного та місцевого значення.

Хмельницька область має високий рівень концентрації природно-географічних рекреаційних ресурсів, у тому числі тих, які мають лікувальні, оздоровчі, рекреаційні властивості та широко використовуються в курортному господарстві, тому їх аналіз є надзвичайно актуальним, оскільки розкриваються значні перспективи розвитку курортного господарства і рекреаційної діяльності та туризму в цілому на теренах області.

Особливою для розвитку курортної галузі на території Хмельницької обл. є та зона Придністров'я, яка виходить до р. Дністер. Вихід на поверхню крутих південних схилів тепло-

містких вапнякових субстратів у даній зоні Придністров'я обумовлює виникнення мікрокліматичних умов, які за своїми характеристиками наближаються до степових або, навіть, до середземноморських, що сприяє розвитку рекреації.

У зоні Придністров'я особливо виділяється підзона — Середнє Придністров'я. Середнє Придністров'я займає вигідне місце серед потенційних курортних районів країни. В цьому районі знаходяться надзвичайні за красою території, які відрізняються унікальністю природних ландшафтів, яскравим прикладом поєднання живописного ландшафту та відпочинку на воді є Дністровська рів'єра.

Дністровська рів'єра — це місцина, де р. Смотрич (притока р. Дністер) безпосередньо впадає в р. Дністер. Це місце називають устям, звідси і назва села, на території якого знаходиться курорт Дністровська рів'єра.

Устя — село в Слобідсько-Кульчієвецькій сільській територіальній громаді Кам'янець-Подільського району Хмельницької обл. Площа с. Устя становить 1,196 км.<sup>2</sup> Населення складає 529 осіб.

Історія с. Устя є надзвичайно цікавою. Колись воно було с. Мукша, за назвою місцевої р. Мукша, яка протікає неподалік від м. Кам'янця-Подільського. Сама р. Мукша, імовірно, названа за іменем богині Мокоші (в той час поклонялися давнім богам), припускають географи. Адже долина р. Дністер була заселена людьми ще з часів раннього палеоліту. Цьому факту сприяв особливий, схожий до середземноморського, мікроклімат, родючі землі, придатні для землеробства і скотарства, ріка, багата рибою. Існує легенда про підземний хід, що зв'язував між собою печери на правому березі р. Мукші з с. Устя.

Пізніше с. Устя називалося Устям Дністровим та Устям Смотрицьким.

За радянських часів с. Устя було місцем побудови дач працівників м. Кам'янця-Подільського, в основному, наукових і освітніх закладів, а також місцевих заводів.

З кінця XIX ст. і до вересня 1939 р. ці місця були олюбленими місцями відпочинку поляків, угорців та австрійців.

З давніх часів р. Дністер була судноплавною і століттями відігравала роль головної транспортної артерії, яка зв'язувала Прикарпаття та Пониззя з Балканами та Близьким Сходом. У ті часи з півдня Дністром доставлялися античний посуд, тканини, вироби з металу й інші товари, а племена, що проживали на території Подністров'я вивозилися зерно, шкіру, хутро

та інше. З часів Київської Русі до середини XIX ст. рікою сплавляли до чорноморських портів цінну деревину, так званий корабельний ліс, хліб, мед, хутро, вироби місцевих ремісників, зброю і ін. Наприкінці XVIII початку XIX ст. французький принц Шарль-Анрі-Ніколя-Отто де Нассау-Зіген, який був наближеним до Катерини II, зробив блискучу воєнну кар'єру та мешкав протягом довгого часу в с. Тинна (нині Дунаєвецької сільської територіальної громади Дунаєвецького району Хмельницької обл.), навіть, розробив план поглиблення русла річки. Сьогодні узбережжя р. Дністер є олюбленим місцем рекреації як місцевих жителів м. Кам'янця-Подільського (від м. Кам'янця-Подільського до с. Устя лише 12 км.), так і мешканців району, області, країни, багатьох іноземних туристів. Також Дністер є популярним місцем серед місцевих рибалок. Помандрувати рікою можна на прогулянкових теплоходах "Хотин", "Буковина", "Поділля" або на круїзному кораблі "Юрій", що розпочинає хід від с. Раковець Городенківського району Івано-Франківської обл., місткістю до 200 осіб.

Існує інфраструктурний заклад з однойменною назвою — готельний комплекс "Дністровська Рів'єра", який знаходиться в с. Велика Слобідка Слобідсько-Кульчієвецької сільської територіальної громади Кам'янець-Подільського району Хмельницької обл.

Комплекс "Дністровська Рів'єра" задовольняє рекреаційні потреби найвибагливіших туристів у пляжному відпочинку, надаючи різноманітні послуги — чисті пісчані пляжі, поступовий вхід у воду, пляжний інвентар, прохолодні чи гарячі напої залежно від сезону рекреації, спеціальні місця для пікніка, гідроцикли і водні лижі, пляжний футбол та волейбол, теніс, дитячі атракціони.

Дністровська Рів'єра пропонує надзвичайно широкий спектр відпочинку — проведення цікавих екскурсій, організація захоплюючих прогулянок на теплоходах, надання площі для проведення змістовних з'їздів, семінарів, конференцій, організація корпоративних заходів, проведення урочистих подій, надання анімаційних послуг, турецька лазня, фінська лазня, сауна.

Готельний комплекс "Дністровська Рів'єра" створює дуже якісний туристичний продукт і пропонує комфортабельні номери, щоденне прибирання в номері, сніданок, включений у вартість номеру, бар та ресторан, що пропонує українську і європейську кухню, а також страви з дністровської риби, зал для проведення фуршетів та банкетів на 140 осіб,

цілодобова робота рецепції, кваліфікований менеджмент, стоянку для автомобільного або водного видів транспорту, більярд, привітний персонал.

Варто відмітити, який відпочинок на Дністровській рів'єрі є не тільки пасивним відпочинком. Адже видатних природно-географічних, історико-культурних і етнокультурних туристичних ресурсів уздовж річки предостатньо. Тут можна побачити унікальні острови, скелі, печери, монастирі, замки, а також стоянки первісних людей. Можна зробити зупинку в неповторному м. Кам'янці-Подільському, м. Хотині, Бакоті.

Відпочинок на річках і водоймах зараз стає таким же привабливим, як і на морських узбережжях. Володіючи значним розмаїттям водних об'єктів в Хмельницькій області, необхідно розвивати водну рекреацію, де кожний відпочиваючий зможе обрати водно-рекреаційну діяльність в залежності від своїх інтересів і туристичної кваліфікації. У водній рекреації поєднуються елементи активного відпочинку, пізнання, оздоровлення, фізичної культури та спорту. Водна рекреація доступна кожній людині незалежно від віку. Ось чому туризм на воді поділяє перше місце з пішохідним за кількістю осіб зайнятих в ньому.

Прикладом ефективного ринку послуг водної рекреації Хмельниччини є організація туристичних сплавів на плотах, байдарках, катамаранах по річці Дністер. Взагалі, ріка Дністер та її притоки являють собою зручну артерію для розвитку водної рекреації [3]. Власне програми сплаву річками області варто представляти не тільки водною подорожжю, а й різноманітними видами рекреації, включаючи послуги сільського зеленого та екотуризму, екскурсійні тури в прибережні зони, розважальні, обслуговуючі та інші послуги. Використовуючи річки, можна організовувати такі види відпочинку на воді як акваскіпер, парасейлінг, віндсерфінг, вейкбординг, дайвінг, катання на гідроциклі, водних лижах, сплави на плотах, байдарках та каяках, прогулянки на човнах та катамаранах, що дасть економічний розвиток для значної частини населених пунктів області. Цей вид рекреації привабливий ще й тим, що вартість цих подорожей доступна широкому колу відпочиваючих.

## ВИСНОВКИ

Багатство та унікальність природно-рекреаційних ресурсів в Хмельницькій обл. створює передумови для розвитку курортного госпо-

дарства, а за рахунок нього й економіки регіону за рахунок їх ефективного використання, дає підстави сподіватися, що на території Хмельницьчини рекреація згодом переросте у потужну індустрію відпочинку, фізичного й духовного відновлення, глибокого національного самоусвідомлення, екологічної освіти і виховання рекреантів, тому рекреаційна сфера повинна бути визнана в області як одна з пріоритетних.

#### Література:

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: монографія / О.О. Бейдик. — К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2001. — 395 с.

2. Геренчук К.И. Природа Хмельницької області / К.И. Геренчук. — Львов: Вища школа, 1980. — 152 с.

3. Журба І.Є. Економіко-географічні засади раціонального природокористування в регіоні (на прикладі Хмельницької області): автореф. дис. канд. геогр. наук: 11.00.02 / І.Є. Журба; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. — Л., 2002. — 17 с.

4. Заставецький Б.І. Географія Хмельницької області / Б.І. Заставецький, О.В. Заставецька, І.А. Дітчук. — Тернопіль: орендне п-во "Тернопільська обласна друкарня", 1995. — 96 с.

5. Любіцева О.О. Туристичні ресурси України / О.О. Любіцева, О.В. Панкова, В.І. Стафійчук. — К.: "Альтерпрес", 2007. — 369 с.

6. Хмельниччина туристична: історико-культурні, природно-географічні та економічні аспекти розвитку: колективна монографія [кол. авторів; за ред.: С.А. Копилов (гол. ред.), С.Е. Баженова (наук. ред.)]. — Кам'янець-Подільський: Кам.-Под. нац. ун. ім. Івана Огієнка, 2015. — 192 с.

#### References:

1. Beydyk, O. O. (2001), *Rekreatsijno-turysts'ki resursy Ukrainy: metodolohiia ta metodyka analizu, terminolohiia, rajonuvannia* [Recreational-touristic resources of Ukraine: methodology and methods of analysis, terminology, zoning], Kyiv university, Kyiv, Ukraine.

2. Gerenchuk, K. I., (1980), *Pryroda Khmel'nytskoj oblasti* [Nature of Khmelnytska region], Vyscha shkola, Lviv, Ukraine.

3. Zhurba, I. Y., (2002), "Economical and geographical basis of rational nature using (on Khmelnytska region example)", Abstract of Ph.D. dissertation, Geography, Ivan Franco Lviv national university, Lviv, Ukraine.

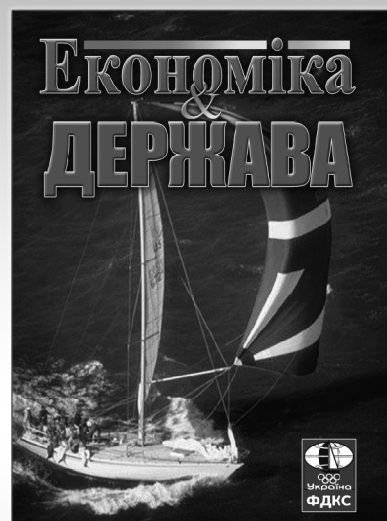
4. Zastavetsky, B. I. Zastavetska, O. V. and Dit-chuk, I. L. (1995), *Heohrafiia Khmel'nyts'koi oblasti* [Geography of Khmelnytska region], Ternopil regional press, Ternopil, Ukraine.

5. Lyubitseva, O. O. (2007), *Turystychni resursy Ukrainy* [Touristic resources of Ukraine], Alterpress, Kyiv, Ukraine.

6. Kopylov, S. A. and Bajenova, S. E. (2015), *Khmel'nychchyna turystychna: istoryko-kul'turni, pryrodno-heohrafichni ta ekonomichni aspekty rozvytku* [Touristic Khmelnytschyna: historical and cultural, natural and geographical aspects of development] Ivan Ogiyenko Kamyans-Podilsky national university, Kamyanets-Podilsky, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 28.05.2020 р.

### Науково-практичний журнал «ЕКОНОМІКА ТА ДЕРЖАВА»



Передплатний індекс: 01751

**Виходить 12 разів на рік**

**наукове фахове видання України**

**З ПИТАНЬ ЕКОНОМІКИ**

**(Категорія «Б»)**

Наказ Міністерства освіти і науки України від 28.12.2019 №1643

Спеціальності — **051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.**

**www.economy.in.ua**

e-mail: **economy\_2008@ukr.net**

тел.: (044) 223-26-28

(044) 458-10-73

УДК 332.012.2:323.21

М. М. Лук'янова,  
к. е. н., ст. наук. співр. відділу економіки і політики аграрних перетворень,  
ДУ "Інститут економіки та прогнозування НАН України"  
ORCID ID: 0000-0001-9438-4305

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.127

## РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

M. Lukianova,  
PhD in Economics, Senior Researcher of the Department of Economy and Policy of Agrarian Transformations, Institute for Economics and Forecasting, National Academy of Sciences of Ukraine

### THE ROLE OF CIVIL SOCIETY ORGANIZATIONS IN THE DEVELOPMENT OF RURAL AREAS

У статті розглянуто особливості участі громадянського суспільства в місцевому розвитку з врахуванням світових тенденцій. Обґрунтовано необхідність самоорганізації сільських жителів в різні формальні та неформальні організації громадянського суспільства заради вирішення проблем життєдіяльності на рівні громади. Охарактеризовано основні ролі організацій громадянського суспільства в місцевому розвитку: надання послуг, адвокаційну (захисну), наглядову, мотиваційну, участь у міжнародних громадських об'єднаннях.

Дано оцінку рівню розвитку громадянського суспільства в Україні. Проаналізовано динаміку громадських організацій. Охарактеризовано рівні громадського залучення населення до діяльності організацій громадянського суспільства залежно від місця проживання. Виявлено дещо вищу громадську активність сільських жителів у порівнянні з міськими. Відзначено тенденцію до зниження громадської активності населення в Україні. Виявлено таку рису українського соціуму, як небажання офіційно формалізувати свої громадські об'єднання. Більш поширеною практикою є ситуативне об'єднання для вирішення нагальних проблем.

Аргументовано необхідність налагодження партнерства влади, бізнесу та громадських об'єднань як інноваційного шляху сталого розвитку сільських територій.

The article considers the features of civil society participation in local development according to the global trends. It is substantiated the necessity of self-organization of rural residents into various formal and informal civil society organizations in order to solve the problems of life at the community level in the process of decentralization. The main roles of civil society organizations in local rural development are described: provision of services, advocacy (protective), supervisory, motivational, participation in international public associations.

It is given an assessment of the level of civil society development in Ukraine. The dynamics of public organizations development is analyzed. The levels of public involvement of the population in the activities of civil society organizations depends to the place of residence are characterized. There was find a slightly higher social activity of rural residents compared to urban ones. It was defined a tendency to reduce public activity in Ukraine in the article. Also it was revealed such feature of Ukrainian society as the unwillingness to formalize their self-organized associations in order to achieve common goals because of requiring additional efforts according to the bureaucratic requirements. A more common practice is a situational association for the repair of local houses of culture, kindergartens, schools, bus stops, street paving etc.

Public associations in rural areas are more propensity to protest activities. Although it is worth noting the increase in the number of official formalized associations specially to take an active part in fundraising and grant competitions.

The need to establish a partnership between government, business and public associations as an innovative way of sustainable development of rural areas is argued. It was found that establishing close cooperation between government, business and civil society organizations requires appropriate institutional capacity, adequate resources and a high level of professionalism.

*Ключові слова: громадянське суспільство, сільські території, громадські організації, самоорганізація та самоуправління в громаді, самоврядування, децентралізація.*

*Key words: civil society, rural areas, public organizations, self-organization and self-government in the community, self-government, decentralization.*

### **ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ**

У процесі децентралізації, реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади передбачається створення сприятливих умов для максимально широкого залучення населення до прийняття управлінських рішень, а також розвитку форм прямого народовладдя.

Як показує досвід організації розвитку сільської місцевості в одній з найбільш демократичних країн — США, де домінують принципи невтручання (або непрямого втручання) держави в регулювання розвитку сільських територій, найбільш прийнятною вважається ситуація, коли сільські жителі самі і переважно власними ресурсами розвивають свою територію під контролем і за консультативно-інформаційної підтримки держави. Саме така модель розвитку в Україні виглядає найбільш дієвою, адже великі фінансові вкладення держави в сільську місцевість без відповідної організаційної діяльності із залученням ініціативи сільських мешканців можуть не дати очікуваного результату [17].

Проблема розробки ефективного механізму участі громадян в управлінні на всіх рівнях, — від громади села до загальнонаціонального рівня, — лежить у площині проблематики демократії участі, т.зв. "партисипативної (партисипаторної) демократії". А для цього постає потреба формування свідомого громадянського суспільства — форми суспільної самоорганізації, що відображає сферу недержавних (приватних) відносин, зумовлених взаємодією індивідуальних і колективних потреб та інтересів, які детермінуються реалізацією свободи особистості й вирішально впливають на формування суспільних відносин і соціальних цінностей [21]. Важливість дослідницької проблеми самоорганізації та самоуправління в суспільстві зумовлюється тим впливом, який здійснюють самоорганізовані соціальні спіль-

ноти (у т.ч. громадські організації, волонтерські рухи) на розвиток суспільства загалом. Вважається, що роль самоорганізації посилюється пропорційно зниженню значущості формального управління.

Залучення організацій громадянського суспільства до забезпечення сталого розвитку територій обумовлено тим, що вони здатні вносити в соціально-економічний розвиток значний внесок. Найбільш помітний цей внесок проявляється якраз на рівні громад: благоустрій території, природоохоронні заходи, створення умов для активного дозвілля громадян, особливо дітей та молоді; поліпшення медичних і освітніх послуг та ін.

### **АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ**

Питання сталого розвитку сільських територій розкриваються у працях О.А. Богуцького, О.М. Бородіної, О.Г. Булавки, П.І. Гайдуцького, І.В. Гончаренко, Ю.Е. Губені, В.С. Дієспєрова, Т.О. Зінчук, Н.М. Куцмус, І.І. Лукінова, А.С. Малиновського, М.Й. Маліка, О.М. Онищенко, О.А. Попової, І.В. Прокопи, К.В. Прокопишак, П.Т. Саблука, Л.О. Шепотько, В.В. Юрчишина та багатьох інших. Особливості діяльності громадських організацій як "третього сектору економіки" вивчали Газуда Л.М., Слюсаренко В.Є. [6], їх соціально-економічну роль у забезпеченні сталого розвитку суспільства загалом Ільїна М.В. [13] та сільських територій зокрема — Недбалюк О.П. [17]. Питання залучення громадських об'єднань до участі у забезпеченні соціально-економічного розвитку території досліджено Пожидаєвим Є.О. [18].

Однак досі потребують подальшого вивчення питання активізації та самоорганізації місцевих жителів для участі в прийнятті рішень щодо вирішення проблем життєдіяльності в громадах через механізми демократичного

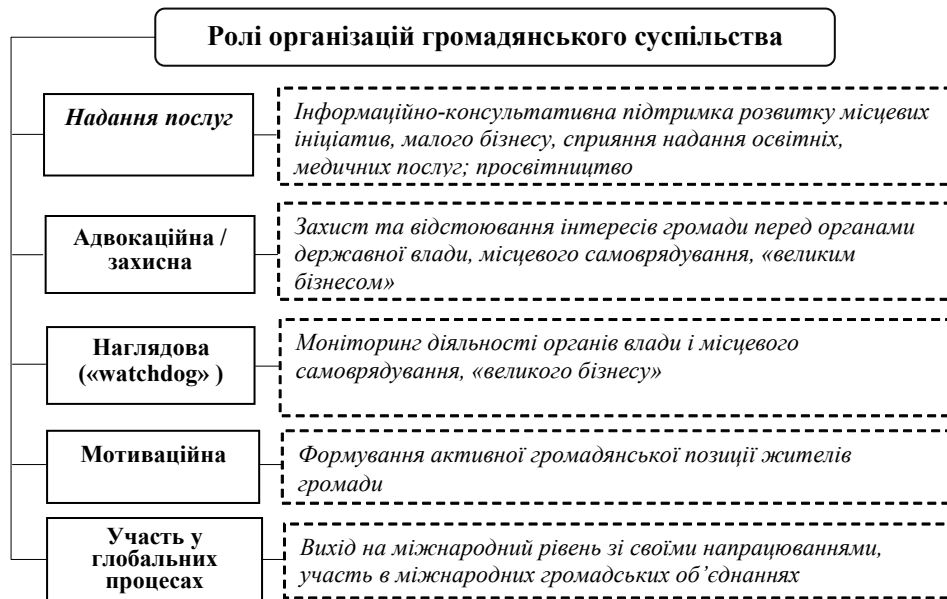


Рис. 1. Основні ролі організацій громадянського суспільства в розвитку громад

Джерело: побудовано авторкою з використанням [1].

управління, зокрема у формі організацій громадянського суспільства.

#### ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою дослідження є вивчення можливостей організацій громадянського суспільства в активізації спільних колективних дій сільських жителів для забезпечення результативного самоуправління життєдіяльністю громади та розвитку сільських територій.

#### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Поняттям громадянського суспільства оперували свого часу Цицерон, Аристотель, Ніколо Макіавелі, Томас Гоббс, Джон Локк, Іммануїл Кант, Георг Вільгельм Фрідріх Гегель та інші. Термін "громадянське суспільство" став популярним у політичних та економічних дискусіях у 1980-х роках, коли його почали отождествлювати з недержавними рухами, що протистояли авторитарним режимам, особливо в Центральній та Східній Європі та Латинській Америці [2].

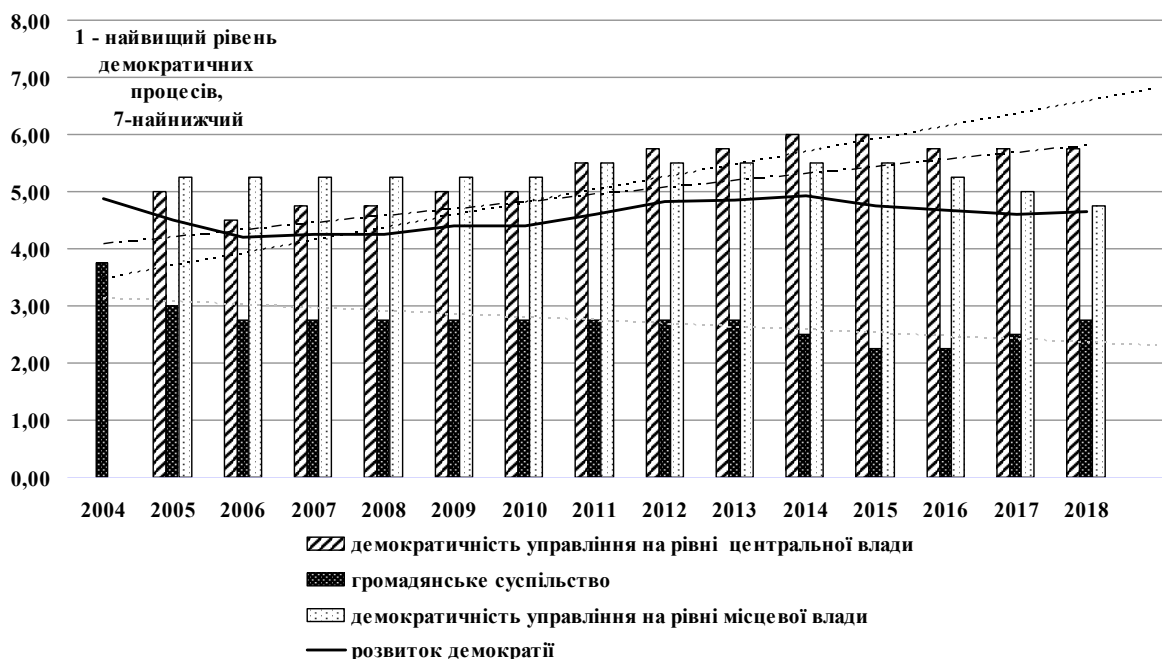
Сутність громадянського суспільства змінюється у відповідь як на технологічний розвиток, так і на зміни всередині суспільства. Зокрема Клаус Шваб, зазначив у передмові до доповіді Всесвітнього економічного форуму 2013 року "Роль майбутнього громадянського суспільства", що з'явився новий фокус на важливому внеску громадянського суспільства в стійку глобальну систему поряд з урядом та бізнесом. Громадянське суспільство є ключо-

вою зацікавленою стороною у сприянні державно-приватній співпраці та просуванні місії Форуму. Завдяки діалогу та з метою реалізації своїх ініціатив учасники громадянського суспільства об'єднуються для співпраці з лідерами уряду та бізнесу в пошуку та реалізації рішень щодо глобальних викликів [4].

У сучасному світі організації громадянського суспільства представлені неурядовими та громадськими організаціями, волонтерськими рухами, благодійними фондами, профспілками, релігійними організаціями тощо. За окремими оцінками громадською активністю на волонтерських засадах зайнято понад 350 млн осіб, віком від 15 років [2].

Відповідно до поставлених завдань організації громадянського суспільства виконують різні ролі, основними з яких є надання послуг; адвокаційна (захисна) діяльність — представництво та захист інтересів своїх членів; нагляд за діяльністю органів влади та самоврядування на предмет виконання ними своїх обов'язків та непорушення прав жителів громади — роль "сторожового пса"); мотиваційна — сприяння формуванню активної громадянської позиції жителів щодо вирішення проблем життєдіяльності в громаді, захисту своїх інтересів та прав; участь у міжнародних громадських об'єднаннях. Що значно посилює результативність діяльності організацій громадянського суспільства на національному та локальному рівнях (рис. 1).

Новітня історія України є яскравим прикладом того, що громадянське суспільство — це



**Рис. 2. Грамадянське суспільство, демократичність управління та рівень розвитку демократії в Україні**

Джерело: побудовано за даними [3].

гарант демократичних цінностей та рушійна сила прогресивних змін. Самоорганізація й демократичне управління, в якому бере участь населення, є природним явищем для українського суспільства. Багатовіковий досвід самоврядних сільських громад, громад малих міст, козачих куренів свідчать про історичні традиції самоорганізації українського народу [23].

За даними Freedom House, лише громадянське суспільство серед інших складових розвитку демократії в Україні має виражену тенденцію до покращення упродовж 2004—2018 рр. (лінія тренду, тоді як демократичність управління на всіх рівнях (і місцевому, і національному) та розвиток демократії загалом проявляють схильність до погіршення (рис. 2).

Починаючи з 2015 р., помітно покращилися показники демократичності управління на рівні місцевої влади (рис. 2). Цю позитивну тенденцію можемо пов'язати з реформуванням місцевого самоврядування та територіальної організації влади (децентралізацією). Так, упродовж 2015—18 рр. в Україні створено 878 об'єднаних територіальних громад (ОТГ), на території яких проживає 9 млн людей [12], а станом на 10 січня 2020 р., в Україні створено 1029 ОТГ з населенням 11,7 мільйонів людей [14] (потенційних ініціаторів та активних учасників гро-

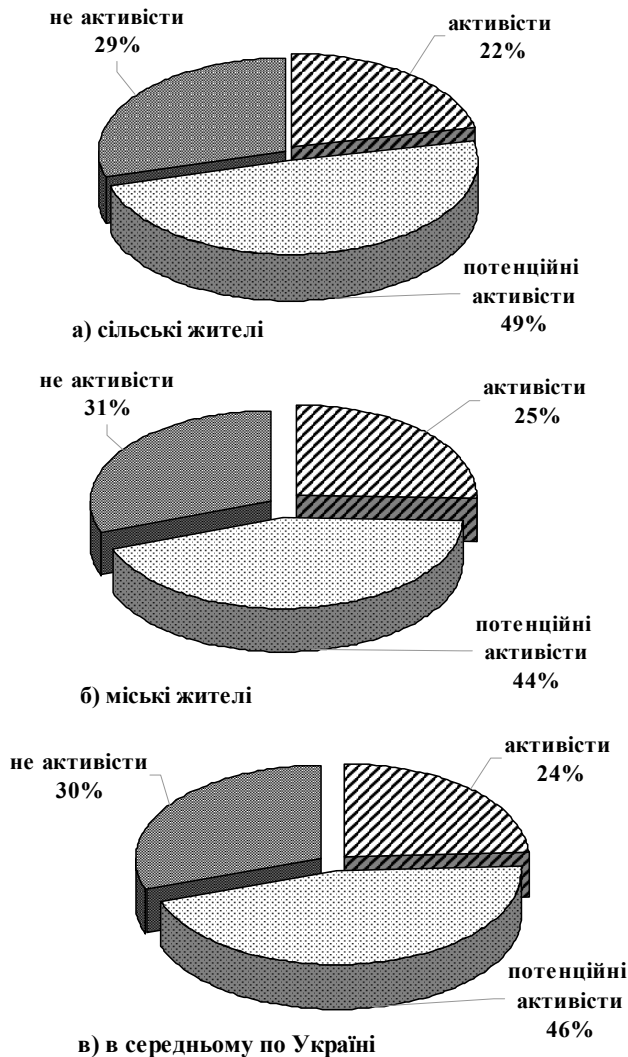
мадської самоорганізації для вирішення проблем життєдіяльності громади).

У динаміці кількість організацій громадянського суспільства (в Україні представлені головним чином громадськими організаціями, благодійними, профспілками, об'єднаннями співвласників багатоквартирних будинків (ОСББ), органами самоорганізації населення (будинкові, вуличні комітети тощо) щорічно збільшується. На початок 2019 р. налічувалося 84,6 тис. громадських організацій, що більше, ніж удвічі більше рівня 2004 р. і на 30 % більше 2014 р.

Інститути громадянської самоорганізації проблематично виокремити за їх приналежністю до сільської місцевості — чи то за напрямом діяльності, чи за місцем діяльності (можна з Реєстру неприбуткових установ та організацій відібрати ті, у назві яких зазначено "сільська громадська організація" і таких 156 організацій [19], але це не відображає реальної їх кількості у селі). Державна служба статистики наприкінці 2019 р. скасувала статистичне спостереження щодо діяльності громадських організацій [10]. Громадські об'єднання у формі юридичних осіб усе ще мають подавати до фіскальних органів річну фінансову звітність у складі Балансу і Звіту про фінансові результати<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Дані про фінансові результати діяльності ГО мають фіскальні органи, але вони їх не оприлюднювали. Кількість ГО і спілок можна взяти з ЄДР, який частково відкрито як опендату; кількість ГО як неприбуткових - з Реєстру неприбуткових установ та організацій, який також є опендатою. ДПС може надавати дані щодо кількості організацій, які мали рухи коштів, і обсяги доходів/видатків цих організацій.





**Рис. 3. Рівні активності жителів України залежно від місця проживання**

Джерело: побудовано за даними [7].

За результатами Національного опитування щодо громадянського залучення на замовлення Пакту в рамках Програми сприяння громадській активності "Долучайся!" (USAID), проведеного Фондом "Демократичні ініціати-

**Таблиця 1. Зміна рівня громадської активності за 2018–2019 рр.**

Параметри	Роки	Активісти, %	Потенційні активісти, %	Не активні, %
В середньому по Україні	2018	26,4	50,4	23,2
	2019	24,3	45,5	30,2
	Відхилення +/-	-2,1	-4,9	7,0
Міські жителі	2018	26,1	49,3	24,6
	2019	25,5	43,8	30,7
	Відхилення +/-	-0,6	-5,5	6,1
Сільські жителі	2018	27,2	52,5	20,3
	2019	21,7	49,0	29,3
	Відхилення +/-	-5,5	-3,5	9,0

Джерело: розраховано за даними: [7; 8].

ви" імені Ілька Кучеріва влітку 2019 р. можемо зробити висновки про те, що більш активне населення проживає в містах — чверть міських респондентів, тоді як у сільській місцевості — трохи більше п'ятої частини. Загалом по Україні до активістів себе відносить 24 % людей. Однак з урахуванням частки потенційних активістів у сільській місцевості дещо більше людей, які є і можуть стати ініціаторами та рушіями локальних змін — 71 % (по Україні їх є - 70%, у містах — 69 %) (рис. 4).

Щоправда за останній рік громадська активність українців досить знизилася: загалом по Україні частка активних та потенційно активних людей скоротилася на 7,0 %, в міській місцевості — на 6,1%, в сільській — на 9,0%. При чому це скорочення відбулося за рахунок зменшення частки активістів у селі на 5,5 %, потенційних активістів у містах на 5,5 % та селі на 3,5% (табл. 1).

Сільські жителі беруть дещо більшу участь у житті своєї громади. Активну участь у діяльності ГО брали 4,6% сільських респондентів (міських — 3,8%), а рідко брали участь відповідно 15% і 12 %. Аналізуючи причини неучасті в громадських активностях, можна зазначити, що більшою мірою у селі вказували на те, що "не цікаво" (42%), що навіть перевищило "браку часу" (36%). Та все таки інтерес до громадського життя у сільських жителів вищий, ніж у містах ("не цікаво" — у селі вказали 42, а у місті 48 %) (рис. 4).

Щодо різних форм громадської участі на основі самоорганізації, то сільські респонденти виявилися менш активними, зокрема, щодо створення або участі у будинковому, вуличному комітеті, іншому органі самоорганізації населення — 3,5% проти 8,8% у містах. Проте у селі виявлено вищу зацікавленість жителів дізнатися більше про використання основних інструментів громадської участі.

Загалом більшість громадян оцінює нинішній рівень розвитку громадянського суспільства як середній (40,5%), вважають його високим і дуже високим 12%, а загалом низьким і дуже низьким — 34%. Більшість громадян (50%) визнають, що громадські організації потрібні в їхніх містах чи селах, 20% вважають, що вони не потрібні. Однак порівняно з травнем 2018 р. частка громадян, які бачать потребу у громадських організаціях, зменшився на 10%. У 2019 р. не належали до жодної з організацій, об'єднань чи партій 90% громадян, у 2013 р. — 85,5%. Основною причиною своєї неучасті у діяльності громадських організацій у 2019 році громадяни назива-



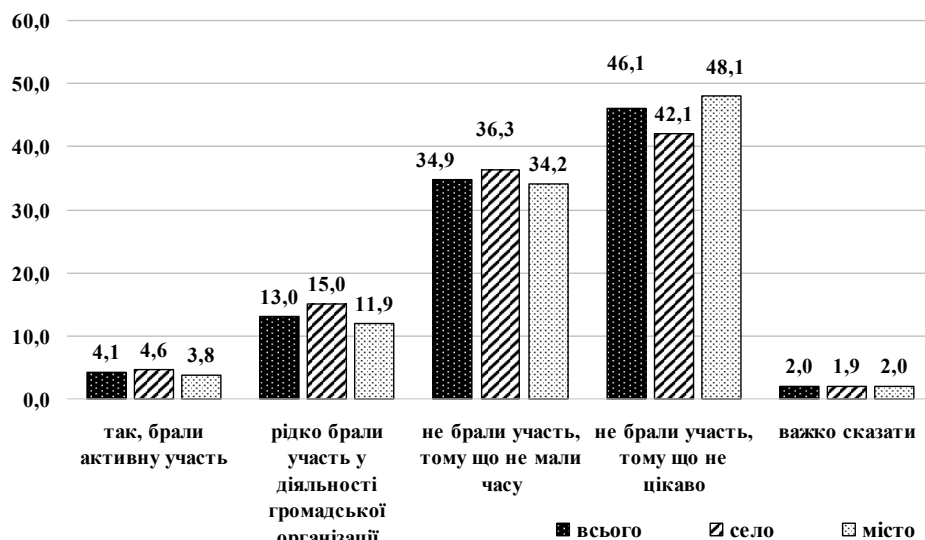


Рис. 4. Рівні участі жителів сіл і міст у діяльності ГО, 2019 р.

Джерело: побудовано за даними [7].

вають те, що подібна діяльність їх взагалі не цікавить: це зазначили 38,5% — істотно більше, ніж у 2018 р. (22%) та 2013 р. (23%). Решта причин — менш суттєві, особливо порівняно з попередніми роками, коли більше посилалися на відсутність часу (27% у 2018 році і 23% у 2013 р.). Водночас 51% українців відповіли, що взагалі не збираються брати участь у роботі громадських організацій (рік тому, у 2018 році, таких було значно менше — 36%) [9].

Притаманним українському соціуму є небажання формалізувати свої самоорганізовані об'єднання заради досягнення спільних цілей, що потребує додаткових зусиль та додаткової "паперової роботи". Більш поширеною практикою є ситуативне об'єднання для ремонту місцевих будинків культури, садочків-шкіл, зупинок, вуличного дорожнього покриття. Часом такі неформалізовані групи місцевих активістів досягають своїх цілей на грані дотримання норм чинного законодавства.

Перекриття доріг жителями громад є досить розповсюдженою протестною практикою громадян у боротьбі за свої права: проти будівництва шкідливих виробництв на території населених пунктів [22], проти приєднання до міських ОТГ [15], за ремонт доріг [16], доступ до ресурсів [20] тощо. Переважно до таких радикальних дій, як перекривання доріг, пікети громадяни вдаються, якщо вичерпані інші ("паперові") шляхи комунікації з державними органами влади.

В Україні також є власний напрацьований досвід самоорганізації громад, який переріс у ефективні практики соціальної взаємодії та співпраці з грантодавцями. На території Доброкриничанської сільської ради на Миколаїв-

щині громадською організацією "Криничка" було розроблено проєкт "Охоплення дітей дошкільного віку вихованням та підготовкою до школи в дитячому садку "Ведмежатко", який підтриманий Фондом розвитку міста Миколаєва в рамках Конкурсу малих грантів у межах проєкту "Мікрогранти для адвокаційних ініціатив у громадах півдня України", що був оголошений спільно з Міжнародним фондом "Відродження" в рамках програми "Громадянське суспільство та належне врядування". Першочерговий бюджет проєкту складав 17,0 тис. грн (тому числі 12,0 тис. грн — кошти гранту, 5,0 тис. грн кошти громадської організації), а на завершення проєкту його бюджет склав 53,6 тис. грн. У процесі реалізації косметичний ремонт переріз у капітальний: замінили опалення у новій групі, замінили вікна та двері, відремонтувати підлогу тощо. Було розроблено доповнення до Програми соціально економічного розвитку сільської ради та Програму "Наші Діти — майбутнє нашої територіальної громади", які депутати сільської ради затвердили на сесії сільської ради. До реалізації проєкту підключилися всі небайдужі жителі, появились спонсори. Успішна реалізація проєкту надалі віри у власні сили жителям громади [11].

Різні грантові проєктні конкурси сприяють самоорганізації сільських жителів, та створенню формальних юридично оформлених громадських і благодійних організацій, зазначаючи саме їх як потенційних учасників конкурсів. Так, наприклад, Програма соціальних інвестицій "Україна — житниця майбутнього" (компанії Монсанто, а згодом Байер) було започатковано у 2013 р. З того часу переможцями ста-

ли 21 соціальний проєкт для громад із 17 областей України. Основна місія програми якраз полягає в поліпшенні життя людей шляхом згуртування громад, підвищення громадської свідомості та соціальної активності для вирішення місцевих проблем [5].

Підсумовуючи досвід соціальної самоорганізації в громадах можемо стверджувати, що стихійні і хаотичні форми самоорганізації, які утворюються у відповідь на гострий подразник способу життя в громаді чи на загрозу добробуту і т.п. виконують швидше тактичну функцію приведення соціо-економічної системи громади до стану рівноваги. Натомість форми самоорганізації, як-от: громадські, благодійні організації, волонтерські рухи, органи самоорганізації населення чи кооперативи будучи офіційно оформленими, маючи офіційний статус та місію можуть діяти більш стратегічно виважено, і виступають більш відповідальними учасниками у комунікації та співпраці з органами державної влади та місцевого самоврядування.

Так, взаємодія і партнерство державного, приватного і громадського секторів дає змогу: окреслити суспільні проблеми й способи їх розв'язання в цілому, що не в змозі зробити жодному із секторів поодиночі; активізувати задіяння ресурсів шляхом поєднання людського, технічного, інформаційного, матеріального та фінансового потенціалу й утворення ефекту синергії; забезпечити створення інтегрованого й стабільного суспільства через визначення потреб і ролей кожного із секторів; створити динамічні контактні мережі, що залучають широкі кола суспільства і впливають на політичні програми; замінити конфлікт співпрацею для всіх учасників [6].

Таке партнерство влади, бізнесу та громадських об'єднань по праву можна вважати інноваційним шляхом сталого розвитку регіону або території. Важлива роль організацій громадянського суспільства в такому партнерстві полягає у виявленні і формулюванні інноваційних потреб суспільства, бо громадський сектор відрізняється здатністю оперативно реагувати на потреби різних соціально-демографічних груп, нові соціальні виклики і проблеми. Водночас громадські об'єднання часто самі є джерелом соціальних інновацій, особливо в сферах освіти, управлінських та інформаційних технологій, сучасних методів соціальної роботи тощо.

Налагодження тісної співпраці між владою, бізнесом і організаціями громадянського суспільства потребує відповідної інституційної

спроможності, належних ресурсів і високого фахового рівня.

Отже, особливість діяльності організацій громадянського суспільства (як формальних, так і неформальних об'єднань та груп громадян) полягає в спроможності постійно реагувати на місцеві, національні та міжнародні зміни політики, дефіцит управління шляхом узгоджених та обдуманих стратегій мобілізації та ефективного використання наявних ресурсів, посилення громадської активності та лідерства, сприяння прозорості та підзвітності діяльності, а також сприяння масштабності та повторюваності результативних громадських ініціатив та впливів.

### ВИСНОВКИ

Підвищення рівня розвитку сільських територій можливе за рахунок: 1) посилення інституційної спроможності місцевого самоврядування, що забезпечується в Україні реалізацією реформи децентралізації; 2) посилення інституційної спроможності організацій громадянського суспільства; 3) напрацювання дієвих механізмів співпраці між органами державної влади, місцевого самоврядування, громадянського суспільства та місцевого бізнесу.

Результати дослідження вказують на те, що в Україні достатньо високий рівень громадянської активності населення. Водночас майже 20% опитаних сільських респондентів зазначили, що брали участь в діяльності громадських організацій, тоді як міських — біля 16 %. Ці та інші результати даного дослідження дають підстави висувати гіпотезу щодо того, що серед сільського населення більший рівень громадянської активності, що може бути зумовлене територіальною віддаленістю від органів державної влади і фактичною вимушеністю до самозарадності (самостійного вирішення проблем життєдіяльності в громаді), що потребує подальших досліджень. Разом з тим слід відмітити низьку офіційну формалізованість (більшу неформальність) громадської взаємодії та співпраці. Однак під впливом екзогенних факторів, таких як бажання до участі в грантових конкурсах, реалізація великих проєктів і т.п., неформальні об'єднання перетворюються в офіційно зареєстровані організації громадянського суспільства.

### Література:

1. Cooper R. 2018. What is Civil Society? How is the term used and what is seen to be its role and value (internationally) in 2018? K4D Helpdesk

Report. Brighton, UK: Institute of Development Studies. 2018. retrieved from. URL: <https://gsdrc.org/publications/what-is-civil-society-its-role-and-value-in-2018/>

2. Jezard A. (2018). Who and what is "civil society?" World Economic Forum Agenda article. 2018. 23 April. retrieved from. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2018/04/what-is-civil-society/>

3. Nations in Transit. URL: <https://freedomhouse.org/report/nations-transit/2018/ukraine>

4. World Economic Forum. The Future Role of Civil Society. World Economic Forum in collaboration with KPMG International. 2013. URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_FutureRoleCivilSociety\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_FutureRoleCivilSociety_Report_2013.pdf)

5. "Байер" оголошує конкурс соціальних проєктів. URL: <http://www.bayer.ua/media/news/bayer-announces-social-projects-competition.php>

6. Газуда А.М., Слюсаренко В.Є. Громадські організації як "третій сектор" економіки. Науковий вісник Ужгородського університету. 2011. Серія Економіка. Вип. 2 (32). С. 77—84.

7. Громадський активізм та ставлення до реформ: суспільна думка в Україні (від 8 жовтня 2019 р.). URL: [https://dif.org.ua/article/gromadskiy-aktivizm-ta-stavlennya-do-reform-suspilna-dumka-v-ukraini\\_5](https://dif.org.ua/article/gromadskiy-aktivizm-ta-stavlennya-do-reform-suspilna-dumka-v-ukraini_5)

8. Громадський активізм та ставлення до реформ: суспільна думка в Україні (від 14 травня 2019 р.). URL: <https://dif.org.ua/article/gromadskiy-aktivizm-ta-stavlennya-do-reform-suspilna-dumka-v-ukraini>

9. Громадянське суспільство та громадяни: старі проблеми, нові виклики і перспективи. URL: <https://dif.org.ua/article/gromadyanske-suspilstvo-v-ukraini-poglyad-gromadyan>

10. Державна служба статистики України. Наказ № 459 від 31 грудня 2019 р. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/norm\\_doc/2019/459/459\\_2019.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/norm_doc/2019/459/459_2019.htm)

11. Дієва самоорганізація та участь селян у формуванні спроможних територіальних громад на Миколаївщині. URL: <https://samoorg.com.ua/demolib/2016/10/01/diyeva-samo-organizatsiya-ta-uchast-selyan-u-formuvanni-spromozhnikh-teritorialnih-gromad-na-mikolayivshhini/>

12. Загальна інформація про реформу. URL: <https://decentralization.gov.ua/about>

13. Ільїна М.В. Соціально-економічна роль некомерційних організацій у забезпеченні сталого розвитку суспільства. Механізм регулювання економіки. 2011. № 3. С. 28—37.

14. Моніторинг процесу децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування. URL: [https://decentralization.gov.ua/mainmonitoring#main\\_info](https://decentralization.gov.ua/mainmonitoring#main_info)

15. На Волині селяни перекрили дорогу. URL: <https://suspilne.media/12077-na-volini-selani-perekrili-dorogu/>

16. На Івано-Франківщині селяни перекрили дорогу до Манявського скиту. URL: [https://zaxid.net/na\\_ivano-frankivshhini\\_selyani\\_perekrili\\_dorogu\\_do\\_manyavskogo\\_skitu\\_n1488593](https://zaxid.net/na_ivano-frankivshhini_selyani_perekrili_dorogu_do_manyavskogo_skitu_n1488593)

17. Недбалюк О.П. Міжнародний досвід організації розвитку сільських територій та можливості його застосування в Україні. Економіка і суспільство. 2017. Вип. № 9. С. 89—94.

18. Пожидаев Е.А. Вопросы привлечения общественных объединений к участию в обеспечении социально-экономического развития территории. Вісник Донецького національного університету. 2013. Серія: Економіка і право. Вип. 2. С. 214—219.

19. Реєстр неприбуткових установ та організацій. URL: <https://data.gov.ua/dataset/5c78eb60-d832-4034-97e9-e64070fe05c9>

20. Селяни перекрили дорогу, щоб влада звернула увагу на орендовані ставки. URL: <https://rv.suspilne.media/news/21626>

21. Скворець В.О. Громадянське суспільство і детермінанти оптимізації його розвитку в Україні: автореф. дис. ... канд. філософ. наук за спец. 09.00.03 — соціальна філософія та філософія історії. Запоріжжя, 2007. 20 с.

22. У селі поблизу Рівного жителі перекрили дорогу, протестуючи проти будівництва деревообробного заводу в сусідньому селі Городку. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/general/634809.html>

23. Успішна територіальна громада. URL: [despro.org.ua › publication › UspishnaTerytorialnaHromada2018](https://despro.org.ua/publication/UspishnaTerytorialnaHromada2018)

#### References:

1. Cooper, R. (2018), "What is Civil Society? How is the term used and what is seen to be its role and value (internationally) in 2018?", K4D Helpdesk Report. Brighton, UK: Institute of Development Studies, available at: <https://gsdrc.org/publications/what-is-civil-society-its-role-and-value-in-2018/> (Accessed 20 May 2020).

2. Jezard, A. (2018), "Who and what is "civil society?", World Economic Forum Agenda article, 23 April, available at: <https://www.weforum.org/agenda/2018/04/what-is-civil-society/> (Accessed 20 May 2020).

3. Freedom House (2018), "Nations in Transit. Ukraine", available at: <https://freedomhouse.org/>

report/nations-transit/2018/ukraine (Accessed 20 May 2020).

4. World Economic Forum (2013), "The Future Role of Civil Society", World Economic Forum in collaboration with KPMG International, available at: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_FutureRoleCivilSociety\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_FutureRoleCivilSociety_Report_2013.pdf) (Accessed 20 May 2020).

5. Bayer Ukraine (2020), "Bayer announces a competition for social projects", available at: <http://www.bayer.ua/media/news/bayer-announces-social-projects-competition.php> (Accessed 20 May 2020).

6. Hazuda, L. M. and Sliusarenko, V.Ye. (2011), "Public organizations as a "third sector" of the economy", *Naukovy visnyk Uzhhorods'koho universytetu. Seriya Ekonomika*, Vol. 2 (32), pp. 77—84

7. Ilko Kucheriv "Democratic Initiatives" foundation (2019), "Public activism and attitude to reforms: public opinion in Ukraine, 8 oktober 2019", available at: [https://dif.org.ua/article/gromadskiy-aktivizm-ta-stavlennya-do-reform-suspilna-dumka-v-ukraini\\_5](https://dif.org.ua/article/gromadskiy-aktivizm-ta-stavlennya-do-reform-suspilna-dumka-v-ukraini_5) (Accessed 20 May 2020).

8. Ilko Kucheriv "Democratic Initiatives" foundation (2019), "Public activism and attitude to reforms: public opinion in Ukraine, 14 may 2019", available at: URL:<https://dif.org.ua/article/gromadskiy-aktivizm-ta-stavlennya-do-reform-suspilna-dumka-v-ukraini> (Accessed 20 May 2020).

9. Ilko Kucheriv "Democratic Initiatives" foundation (2019), "Civil society and citizens: old problems, new challenges and prospects", available at: <https://dif.org.ua/article/gromadyanske-suspilstvo-v-ukraini-poglyad-gromadyan> (Accessed 20 May 2020).

10. State Statistics Service of Ukraine (2019), Order "On recognizing as invalid the order of the State Statistics Service of November 23, 2016 № 221 "On approval of the form state statistical observation № 1-public organization (annual) "Report on the activities of the public organization", available at: [http://www.ukrstat.gov.ua/norm\\_doc/2019/459/459\\_2019.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/norm_doc/2019/459/459_2019.htm) (Accessed 20 May 2020).

11. Mykolayiv Development Fund (2016), "Effective self-organization and participation of rural citizens in the formation of affluent territorial communities in Mykolayiv region", available at: <https://samoorg.com.ua/demolib/2016/10/01/diyeva-samoorganizatsiya-ta-uchast-selyan-u-formuvanni-spromozhnih-teritorialnih-gromad-na-mikolayivshhini/> (Accessed 20 May 2020).

12. Ministry of Communities and Territories Development (2020), "Decentralization. General

Information Reform", available at: <https://decentralization.gov.ua/about> (Accessed 20 May 2020).

13. Il'ina, M.V. (2011), "Social and economic role of non-commercial organizations to support sustainable development of a society", *Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky*, vol. 3, pp. 28—37.

14. Ministry of Communities and Territories Development (2020), "Monitoring the decentralization of power and local government reform", available at: [https://decentralization.gov.ua/mainmonitoring#main\\_info](https://decentralization.gov.ua/mainmonitoring#main_info) (Accessed 20 May 2020).

15. Litvyts'ka, L. (2020), "In Volyn villagers blocked the road", available at: <https://suspi-lne.media/12077-na-volini-selani-perekrili-dorogu/> (Accessed 20 May 2020).

16. Churylova, K. (2020), "In Ivano-Frankivsk region villagers blocked the road to the Manyavsky monastery", available at: [https://zaxid.net/na-ivano-frankivshhini-selyani-perekrili-dorogu-do-manyavskogo-skitu\\_n1488593](https://zaxid.net/na-ivano-frankivshhini-selyani-perekrili-dorogu-do-manyavskogo-skitu_n1488593) (Accessed 20 May 2020).

17. Nedbaliuk, O.P. (2017), "International experience of rural development and opportunities for application of it in Ukraine", *Ekonomika i suspil'stvo*, vol. 9, pp. 89—94.

18. Pozhidaev, E.A. (2013), "The issue of attracting NGOs to participate in the socio-economic development of the area", *Visnyk Donets'koho natsional'noho universytetu, Seriya: Ekonomika i pravo*, vol. 2, pp. 214—219.

19. Open Data. (2020), "Register of non-profit institutions and organizations", available at: <https://data.gov.ua/dataset/5c78eb60-d832-4034-97e9-e64070fe05c9> (Accessed 20 May 2020).

20. UA: Rivne (2019), "Villagers blocked the road so that the authorities would pay attention to rented rates", available at: <https://rv.suspi-lne.media/news/21626> (Accessed 20 May 2020).

21. Skvorets, V.O. (2007), "A civil society and determinants of optimisation of its development in Ukraine", Ph.D. Thesis, Social philosophy and Philosophy of history, Zaporizhzhya National University, Zaporizhzhya, Ukraine.

22. Interfax-Ukraine (2020), "In the nearby village of Rivne residents blocked the road to protest against the construction of wood processing plant in a neighboring village Gorodok", available at: <https://ua.interfax.com.ua/news/general/634809.html> (Accessed 20 May 2020).

23. DESPRO (2018), "Successful local community", available at: [despro.org.ua › publication › UspishnaTerytorialnaHromada2018](https://despro.org.ua/publication/UspishnaTerytorialnaHromada2018) (Accessed 20 May 2020).

*Стаття надійшла до редакції 31.05.2020 р.*

УДК 338.3: 69

В. І. Дмитренко,

к. е. н., професор, Черкаський інститут пожежної безпеки імені Героїв Чорнобиля, м. Черкаси  
ORCID ID: 0000-0003-1860-418X

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.136

## ЗАГРОЗИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

V. Dmytrenko,

PhD in Economics, Professor, Cherkasy institute of fire Protection and nameless heroes of Chornobyl, Cherkasy

### THREATS TO THE DEVELOPMENT OF CONSTRUCTION COMPANIES: A THEORETICAL ASPECT

Автором у статті досліджено праці вітчизняних науковців та практиків, які присвячені загрозам діяльності різноманітних суб'єктів господарської діяльності. На основі проведеного аналізу, запропоновано авторське визначення, яке пропонує під поняттям "загрози" розуміти деструктивні чинники, які негативно спливають на розвиток підприємств та досягнення ними стратегічних цілей. Вивчено основні підходи до класифікації загроз, у тому числі за такими параметрами: залежно від можливості прогнозування (передбачувані, і непередбачувані); залежно від джерела виникнення (об'єктивні і суб'єктивні); залежно від можливості запобігання (форс-мажорні і не форс-мажорні); залежно від ймовірності настання (явні і латентні); залежно від об'єкту зазіхання (загрози персоналу, майну, техніці, інформації, технологіям, діловому реноме); залежно від природи виникнення (політичні, економічні, техногенні, правові, кримінальні, екологічні, конкурентні, контрагентські); залежно від величини втрат або збитку, до якого може привести дія загрози (значні і катастрофічні), залежно від ступеню ймовірності виникнення (неймовірні, малоімовірні, імовірні, досить імовірні, цілком імовірні). Систематизовано внутрішні та зовнішні загрози, які є специфічними саме для підприємств будівельної галузі. Так, до зовнішніх загроз віднесено (загострення конкуренції на обмеженому ринку замовлень; загострення конкуренції на обмеженому географічному просторі; недобросовісна конкуренція у всіх її проявах; монополізація ринку великими будівельними підприємствами; корупційні відносини при розподілі державних і муніципальних замовлень; явища комерційного підкупу при отриманні замовлень і розподілі субпідрядів, так звані "відкат" і "зворотний відкат"; внутрішнє шахрайство. До внутрішніх загроз віднесено: нанесення збитку об'єкту будівництва, техніці, псування товарно-матеріальних цінностей; нанесення шкоди персоналу (виробничий травматизм); загроза появи браку, в тому числі прихованого, по роботах, виконаних силами субпідрядників, а також обумовленого низькою якістю використаних будматеріалів; загроза появи браку, в тому числі прихованого, по роботах, виконаних власними силами; загроза появи браку, обумовленого низькою якістю роботи проектних організацій, а також генпідрядників. Запропоновано для більш точної ідентифікації загроз, притаманних підприємствам будівельної галузі, систематизувати їх враховуючи функціональні складові системи економічної безпеки таких підприємств. Такий підхід до розподілу загроз не лише сприятиме більш точній їх ідентифікації, а й розробці більш дієвих шляхів їх нейтралізації, що є досить важливим для будь-якого підприємства.

The author of the article studies the works of domestic scientists and practitioners, which are devoted to the threats of various economic entities. Based on the analysis, the author's definition is proposed, which suggests that the term "threat" should be understood as destructive factors that negatively affect the development of enterprises and their achievement of strategic goals. The main approaches to the classification of threats are studied, including by such parameters as: depending on the possibility of forecasting (predictable and unpredictable); depending on the source (objective and subjective); depending on the possibility of prevention (force majeure and non-force majeure); depending on the probability of occurrence (explicit and latent); depending on the object of encroachment (threats to personnel, property, equipment, information, technology, business reputation); depending on the nature of origin (political, economic, man-made, legal, criminal, environmental, competitive, counterparty); depending on the magnitude of the loss or damage that can be caused by the threat (significant and catastrophic), depending on the degree of probability of occurrence (improbable, unlikely, probable, quite probable, quite probable). Internal and external threats are systematized, which are specific to the enterprises of the construction industry. Thus, external threats include (intensification of competition in a limited market of orders; intensification of competition in a limited geographical area; unfair competition in all its manifestations; monopolization of the market by large construction companies; corrupt relations in the distribution of state and municipal orders; phenomena of commercial bribery and receipt distribution of subcontracts, the so-called "rollback" and "reverse rollback", internal fraud. Internal threats include: damage to construction, equipment, damage to inventory, damage to personnel (occupational

injuries), the threat of marriage, in including hidden, for work performed by subcontractors, as well as due to the low quality of used building materials, the threat of shortages, including hidden, for work performed by their own forces, the threat of shortages due to low quality of design organizations and general contractors. Proposed e In order to more accurately identify the threats inherent in the enterprises of the construction industry, to systematize them taking into account the functional components of the system of economic security of such enterprises. This approach to the distribution of threats will not only help to more accurately identify them, but also to develop more effective ways to neutralize them, which is very important for any enterprise.

*Ключові слова: економічна безпека, підприємства будівельної галузі, загрози, функціональні складові системи економічної безпеки.*

*Key words: economic security, enterprises of construction industry, threats, functional components of economic security system.*

## ВСТУП

Підприємства будівельної галузі є невід'ємною частиною національної економіки країни, дієвим індикатором її зростання чи занепаду. Діяльність галузі тісно пов'язана з іншими галузями, їхнім розвитком за рахунок будівництва виробничих потужностей, складських та офісних приміщень, логістичних та інженерних мереж.

Трансформаційні процеси, що відбуваються в Україні, не можуть не впливати на економіку. Так, змінюються не тільки зовнішні фактори впливу такі, як політичний, макроекономічний, глобалізаційний, а й внутрішні орієнтири функціонування підприємств. Спостерігається спрямування їх діяльності до векторів енергозбереження, що дозволяє економити внутрішні фінансові ресурси господарюючого суб'єкту та енергоефективності — тобто, максимально ефективного використання всіх наявних у розпорядженні ресурсів.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питання забезпечення фінансово-економічної безпеки суб'єктів підприємницької діяльності були досліджені в працях багатьох зарубіжних і українських вчених. Серед них О. Бандурка [1], С. Дубецька [2], Д. Зеркалов [3], А.В. Кирієнко [4], В.І. Ярочкін [5], П.Я. Пригунов [6], Е.І. Нізенко [7], І. Мігус [8], В. Андрієнко [9] та ін. Водночас ряд питань щодо ідентифікації загроз економічній безпеці підприємств будівельної галузі не отримали достатнього розгляду в наукових працях.

## МЕТА СТАТТІ

Метою статті є ідентифікація загроз розвитку підприємств будівельної галузі на основі вивчення теоретичних аспектів.

## ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Будівельна галузь відіграє одну з провідних ролей у розвитку національної економіки. Бу-

дівельні підприємства мають тісний зв'язок з представниками інших галузей національного господарства. Першочерговими завданнями будівельної галузі України є інтенсифікації будівництва, підвищення обсягів і якості будівельних робіт на основі застосування інноваційних технологій, капітального ремонту, реконструкції та модернізації.

Вивчення наукових праць вітчизняних та зарубіжних авторів, присвячених питанню ідентифікації загроз діяльності підприємств різних галузей економіки, в тому числі й будівельної, засвідчило відсутність єдиного підходу як до трактування категорії "загроза", так і механізму їх ідентифікації.

Так, у своїх працях колектив авторів на чолі з професором О. Бандуркою розглядають економічну загрозу як потенційну можливість завдання шкоди суб'єктам господарюючої діяльності з боку окремих чинників внутрішнього та зовнішнього середовища, тобто поява загрози визначає потенційну можливість економічних втрат для підприємства. Реакція останнього на появу загрози повинна проявлятися у формуванні передумов для відбиття можливої небезпеки [1, с. 10].

Під загрозою безпеки підприємству, на думку С. Дубецької [2, с. 157], слід розуміти потенційну чи реальну подію, процес чи явище, яке здатне порушити його стійкість та розвиток чи призвести до припинення його діяльності. Д. Зеркалов під поняттям "загрози економічній безпеці підприємства" розуміє дію дестабілізуючих природних і/або суб'єктивних факторів, пов'язаних з недобросовісною конкуренцією та порушенням законів і норм, що може спричинити потенційні або реальні втрати для організації [3, с. 272].

Вважаємо, що під поняттям загрози слід розуміти деструктивні чинники, які негативно впливають на розвиток підприємств та досягнення ними стратегічних цілей.

Аналіз загроз, які розглядають зарубіжні та вітчизняні автори, показує, що основні з них

носять, переважно, внутрішньодержавний характер і зосереджені у політичній, економічній, соціальній, екологічній, інформаційній і духовній сферах розвитку певної країни чи підприємства.

Різноманіття загроз діяльності підприємства зумовлює необхідність їх теоретичного узагальнення та систематизації за рядом ознак, що дасть змогу швидкої ідентифікації, моніторингу та оцінки ступеня загрози, а також визначення системи заходів щодо їх нейтралізації.

У вітчизняній та зарубіжній літературі перелік загроз діяльності підприємства характеризується достатнім рівнем визначення.

Простежується навіть певне змагання щодо його кількісного набору. Так, А.В. Кирієнко [4, с. 25] пропонує використання п'яти ознак для визначення 11 загроз діяльності підприємства. В.І. Ярочкін [5, с. 17] сім критеріїв для ідентифікації вісімнадцяти загроз безпеці підприємства. Таку ж кількість ознак класифікації пропонує С.П. Дубецька [2, с. 157—158] для визначення двадцяти вісім різноманітних видів загроз безпеці підприємства. А.С. Соснін і П.Я. Пригунов [6, с. 83] пропонують використання дванадцяти ознак для характеристики більш як тридцяти різних видів загроз. Тринадцять критеріїв систематизації загроз безпеці підприємству пропонує Е.І. Нізенко [7].

У більшості випадків автори наводять наступні види загроз економічній безпеці суб'єктів господарювання, в тому числі й акціонерних товариств, проте, вони, на жаль не враховують специфіку їх функціонування [1—5].

Так, залежно від можливості прогнозування загроз, варто виділити ті, які можна передбачати або передбачувати, і непередбачувати. До перших належать ті, які, як правило, виникають у певних умовах, відомі з досвіду господарської діяльності, вчасно виявлені і узагальнені економічною наукою.

Залежно від джерела виникнення загрози економічній безпеці поділяють на об'єктивні і суб'єктивні. Об'єктивні загрози виникають без участі і проти волі суб'єкта господарювання або його працівників, незалежні від їх ухвалених рішень та дій, а також потребують розпізнавання і обов'язкового врахування при прийнятті управлінських рішень. Прикладами таких загроз можуть бути стан фінансової кон'юнктури, наукові відкриття, форс-мажорні обставини, COVID-19 тощо. Суб'єктивні загрози зумовлені навмисними або ненавмисними діями людей, різних органів і організацій, у тому числі державних і міжнародних підприємств конку-

рентів, що передбачає розробку заходів щодо їх запобігання.

У залежності від можливості запобігання, виділяють фактори форс-мажорні і не форс-мажорні. Перші відрізняються непереборністю впливу (війни, катастрофи, надзвичайні події, в т.ч. карантини, які змушують приймати рішення і діяти всупереч наміру). Другі можуть бути відвернені своєчасними і правильними діями [3].

За ймовірністю настання всі деструктивні загрози можна розділити на явні, тобто реально існуючі, видимі; і латентні, тобто сховані, ретельно замасковані, виявляти які важко. Вони можуть виникати раптово. Тому їх нівелювання потребуватиме вживання термінових заходів, додаткових зусиль і коштів [7].

Загрози можуть класифікуватися і згідно з б'єктом зазіхання: загрози персоналу, майну, техніці, інформації, технологіям, діловому ре-  
номе, тощо.

За природою їх виникнення можна виділити: політичні, економічні, техногенні, правові, кримінальні, екологічні, конкурентні, контрагентські і ін.

Залежно від величини втрат або збитку, до якого може привести дія деструктивного фактору, небезпеки і загрози можна підрозділити на: чималі труднощі, значні і катастрофічні, за ступенем ймовірності виникнення — неймовірні, малоімовірні, імовірні, досить імовірні, цілком імовірні.

За ознакою їх віддаленості за часом: безпосередня, близька (до 1 року), далека (понад 1 рік); і за просторовою ознакою виникнення: на території суб'єкта господарювання; на прилеглій до нього території; на території регіону, країни; на закордонній території [1—5].

Найбільшого поширення у науці одержала класифікація загроз залежно від сфери їх виникнення, яка передбачає розподіл загроз на внутрішні і зовнішні. Зовнішні загрози виникають за межами суб'єкта господарювання, та, зазвичай, не пов'язані із його діяльністю. Як правило, це така зміна навколишнього середовища, що може завдати підприємству, установі чи організації збитків. Внутрішні фактори пов'язані з діяльністю суб'єкта, його персоналу. Найбільш значними з них є: якість планування і ухвалення рішення, дотримання технології, техніки ведення операційної діяльності, організація праці і робота з персоналом, фінансова політика, дисципліна і багато інших [6].

Як внутрішніх, так і зовнішніх загроз величезна кількість., що зумовлено, насамперед, розмаїттям зв'язків і відносин, у які обов'язково вступає суб'єкт господарювання. Вони вини-

**Таблиця 1. Матриця взаємозв'язку між загрозами та функціональними складовими системи економічної безпеки підприємств будівельної галузі**

Функціональні складові СЕБ	Прояв загрози	Характеристика загроз
Інформаційна безпека	Відсутність інформаційного забезпечення будівельного ринку	Інформація є розрізною, суперечливою, недостовірною, що створює перешкоди для реалізації проєктів будівництва чи реконструкції, впровадження та використання новітніх технологій та матеріалів, інвестування
Кадрова безпека	Низький рівень кваліфікації фахівців	Цей фактор тісно пов'язано як із загальним рівнем будівельної освіти, який останнім часом значно нижчий та має негативну тенденцію, так і з недостатнім зв'язком науки та практики, недосконалістю інформаційного забезпечення щодо новітніх розробок та досліджень з боку науки
Фінансова безпека	Скорочення обсягів фінансування та кредитування	В економіці України значно скоротився обсяг фінансування та кредитування. Іноземні інвестори скоротили фінансовий потік, очікуючи більш стабільних умов та скорочення ризиків, що пов'язані з інфляцією, недоліками законодавчих документів
Виробнича безпека	Велика частка витрат в виробництві будівельної продукції та послуг припадає на матеріальні витрати та оплату тепло та енергопостачання	Висока вартість матеріалів, що використовуються в виробництві, подорожчання тепло та енергоносіїв призводять до зростання собівартості продукції, послуг, товарів будівельного ринку. Обмежені фінансові можливості населення щодо отримання будівельної продукції та зростання вартості продукції викликають скорочення попиту та обсягу реалізації продукції

кають у конкретних політичних, соціально-економічних, природно-кліматичних і інших умовах, які склалися як у масштабах всієї країни, так і на рівні певного окремого регіону. Саме конкретна ситуація у тому або іншому населеному пункті, місцевості, де провадить свою діяльність суб'єкт господарювання, може вплинути на результати його діяльності [1—6].

До факторів, що впливають на результати усіх видів діяльності, можуть бути віднесені: стан ринків, на яких оперує даний суб'єкт, наявність необхідних для функціонування ресурсів, розвиток комунікацій, особливості конкурентного середовища, наявність вільних трудових ресурсів, рівень їхньої професійної підготовленості, міра соціальної і політичної напруженості, рівень життя населення, його платоспроможність, криміналізація господарської діяльності (корумпованість чиновників, рекет, економічна злочинність) і багато інших.

І.П. Мігус вважає, що наведені класифікації загроз економічній безпеці, на жаль, недосконалі та потребують доопрацювання із врахуванням саме тих загроз, що впливають на діяльність конкретного суб'єкта господарської діяльності [8].

Професор В. Андрієнко вважає, загрози розвитку підприємств будівельної галузі безпосередньо залежать від її специфіки, що й зумовлює їх відмінність від підприємств інших галузей економіки [9].

До зовнішніх загроз він пропонує віднести такі:

- загострення конкуренції на обмеженому ринку замовлень;
- загострення конкуренції на обмеженому географічному просторі;
- недобросовісна конкуренція у всіх її проявах;
- монополізація ринку великими будівельними підприємствами;
- корупційні відносини при розподілі державних і муніципальних замовлень;

— явища комерційного підкупу при отриманні замовлень і розподілі субпідрядів, так звані "відкат" і "зворотний відкат";

— внутрішнє шахрайство.

До внутрішніх загроз В. Андрієнко пропонує віднести такі [9]:

- нанесення збитку об'єкту будівництва, техніці, псування товарно-матеріальних цінностей;

— нанесення шкоди персоналу (виробничий травматизм);

— загроза появи браку, в тому числі прихованого, по роботах, виконаних силами субпідрядників, а також обумовленого низькою якістю використаних будматеріалів;

— загроза появи браку, в тому числі прихованого, по роботах, виконаних власними силами;

— загроза появи браку, обумовленого низькою якістю роботи проектних організацій, а також генпідрядників.

Вважаємо, що більш доцільно саме специфіку загроз, притаманних підприємствам будівельної галузі, визначати враховуючи функціональні складові системи економічної безпеки таких підприємств.

У таблиці 1 наведемо приклад розподілу загроз розвитку будівельного підприємства в залежності від функціональних складових системи економічної безпеки (СЕБ) підприємств будівельної галузі.

Такий підхід до розподілу загроз не лише сприятиме більш точній їх ідентифікації, а й розробці більш дієвих шляхів їх нейтралізації, що є досить важливим для будь-якого підприємства.



Також слід відмітити, що на зростання ефективності функціонування будівельних підприємств має прямий вплив впровадження новітніх інноваційних технологій, використання сучасних матеріалів, енергозберігаючі та енергоефективні заходи і технології.

### ВИСНОВКИ

Отже, нейтралізація зазначених загроз можлива за умови підтримки підприємств будівельної галузі з боку держави за допомогою створення сприятливого інвестиційного клімату, стабілізації економічної та соціальної складових.

### Література:

1. Бандурка О.М., Духов В.Є., Петрова К.Я., Червяков І.М. Основи економічної безпеки: підручник. Харків: Національний університету внутрішніх справ. 2003. 236 с.
2. Дубецька С.П. Економічна безпека підприємств України. Недержавна система безпеки підприємництва як суб'єкт національної безпеки України: збірник матеріалів науково-практичної конференції, Київ, 16—17 травня 2001 р. Київ: Європейський університет, 2001. С. 146—171.
3. Зеркалов Д.В. Безпека комерційної діяльності. У двох книгах. Книга друга: Захист. Довідник. Київ: Основа, 2006. 800 с.
4. Кирієнко А.В. Механізм досягнення і підтримки економічної безпеки підприємства: дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01. Київ, 2000. 186 с.
5. Ярочкін В. Система безпеки фірми. URL: <http://www.nbuv.gov.ua> (дата звернення 27.04.2020).
6. Соснин А.С., Прыгунов П.Я. Менеджмент безопасности предпринимательства: учебное пособие. Киев: Европейский университет, 2002. 357 с.
7. Низенко Е.І., Каленяк Е.І. Забезпечення інформаційної безпеки підприємництва: навч. посіб. Київ: МАУП, 2006. 134 с.
8. Мігус І.П., Лаптев С.М. Необхідність розмежування понять загроза та ризик при діагностиці економічної безпеки суб'єктів господарювання. Ефективна економіка. 2011. № 12. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2011\\_12\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_12_5) (дата звернення 27.04.2020).
9. Андрієнко В.М. Специфічні види загроз та особливості організації забезпечення економічної безпеки будівельних підприємств. Ефективна економіка. 2012. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2368> (дата звернення 27.04.2020).

10. Кулікова Л. В. Сучасні тенденції розвитку будівельних підприємств. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 8. С. 52—55.

### References:

1. Bandurka, O. M. Dukhov, V. Ye. Petrova, K. Ya. and Chervyakov, I. M. (2003), *Osnovy ekonomichnoi bezpeky* [Basic economic security], *Natsionalnyi universytetu vnutrishnikh sprav*, Kharkiv, Ukraine.
  2. Dubetska, S. P. (2001), "Economic security of Ukrainian enterprises", *Nederzhavna systema bezpeky pidpriemnytstva yak subiekt natsionalnoi bezpeky Ukrainy* [Non-governmental business security system as a subject of national security of Ukraine], *zbirnyk materialiv naukovo-praktychnoi konferentsii* [zbirnyk materialiv naukovo-praktychnoi konferentsii], *Yevropeyskyi universytet*, Kyiv, Ukraine, pp. 146—171.
  3. Zerkalov, D. V. (2006), *Bezpeka komertsiiinoi diialnosti* [Business security], *Osnova*, Kyiv, Ukraine.
  4. Kyriienko, A. V. (2000), "The mechanism of achieving and maintaining the economic security of the enterprise", *Abstract of PhD dissertation*, *Economy*, Kyiv, Ukraine.
  5. Yarochkin, V. (2020), "Company security system", available at: <http://www.nbuv.gov.ua> (Accessed 27 May 2020).
  6. Sosnyn, A. S. and Prihunov, P. Ya. (2002), *Menedzhment bezopasnosti predprynymatelstva* [Business security management], *Evropeyskyi unyversytet*, Kyiv, Ukraine, 357 p.
  7. Nyzenko, E. I. and Kaleniak, E. I. (2006), *Zabezpechennia informatsiinoi bezpeky pidpriemnytstva* [Ensuring information security of entrepreneurship], *MAUP*, Kyiv, Ukraine.
  8. Mihus, I. P. and Laptiev, S. M. (2011), "The need to distinguish between the concepts of threat and risk in the diagnosis of economic security of economic entities", *Efektivna ekonomika*, vol. 12, available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2011\\_12\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_12_5) (Accessed 27 May 2020).
  9. Andriienko, V. M. (2012), "Specific types of threats and features of the organization of economic security of construction enterprises", *Efektivna ekonomika*, vol. 12, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2368> (Accessed 27 May 2020).
  10. Kulikova, L. V. (2017), "Current trends in the development of construction companies", *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol. 8, pp. 52—55.
- Стаття надійшла до редакції 01.06.2020 р.*

УДК 332.3 (349.4)

І. І. Бегаль,  
аспірант, Державна установа "Інститут економіки природокористування  
та сталого розвитку Національної академії наук України", м. Київ  
ORCID ID: 0000-0003-4452-8969

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.141

## ДЕФІНІЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ КАТЕГОРІЙ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ

I. Behal,  
Postgraduate student, Public Institution "Institute of Environmental Economics  
and Sustainable Development of the National Academy of Sciences of Ukraine", Kyiv

### DEFINITIONS OF ECONOMIC CATEGORIES OF LAND USE REGULATION IN THE CONDITIONS OF DECENTRALIZATION OF POWER

У роботі досліджено понятійно-категоріальний апарат системи регулювання землекористування в Україні. Виявлено ряд недоліків, як-от: відсутність ієрархії в значеннях у відповідності до рівнів економічних процесів; дублювання визначень; застарілість формулювань. Сформульовано методичні рекомендації для формулювання та аналізу термінології. Було проведено історико-етимологічний аналіз терміну "землеустрій" та проаналізовано традиції формулювання поняття "землекористування" у вітчизняній економічній і практичній літературі. Сформульовано низку визначень і нових термінів, що описують сутність процесу землекористування на різних рівнях господарської діяльності. Запропоновано зміну підходу до формулювання термінів "землеустрій", "землекористування", "земельні ресурси" в законодавчому забезпеченні та практичній діяльності. Запропоновано удосконалити структуру документації із землеустрою для регіонального рівня щодо забезпечення регулювання раціонального землекористування.

Institutional support (as a set of formal and informal rules) for the management of any process should be based on a clear categorical conceptual apparatus that describes the essence of a particular object or phenomenon. Incorrect formulation and interpretation of terminology leads to distortions of the essence of phenomena and, accordingly, distortions of the essence of the economic process.

Without defining clear definitions of "setting boundaries", defining terms, an effective system of rule-making and rule-making in Ukraine is impossible.

The conceptual and categorical apparatus of land use in Ukraine was studied. A number of shortcomings were identified, such as: lack of hierarchy in values in accordance with the scale of economic processes; not delimitation of concepts; obsolescence of wording. A historical and etymological analysis of the term "land management" was conducted and the traditions of formulating the concept of "land use" were analyzed. A number of new meanings and terms describing the essence of the land use process at different levels of economic activity are formulated. It is proposed to improve and change the wording and use of the term "land management", "land use", "land resources", as well as to change the structure of documentation for the provision and regulation of rational land use.

A new understanding of the terms land management, land use and land resources at the national, regional and local levels has been formulated.

In our opinion, the understanding of the function of land resources as a subject of labor can be much broader, and formed not only in terms of production (operational), but also architectural (formative), based on the aesthetics of perception and quality of the environment.

Production and architectural relations should be developed on the basis of the concept of sustainable development and aimed at preserving, protecting, improving the organization of multifunctionality of land resources. The ecological relationship should be based on the principles of protection and creation of conditions for the preservation of elements of living and non-living nature.

*Ключові слова: землекористування, землеустрій, землевпорядкування, земельні ресурси, регулювання, децентралізація.*

*Key words: land use, land management, system of land use, land resources, decentralization.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ І ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Усесторонній розвиток національної економіки з метою забезпечення суспільного добро-

бути не можливий без дієвої системи права й ефективного інституціонального забезпечення. Поширеною є експертна думка, що в Україні нормативно-правове забезпечення економічних відносин несе відбиток старих економічних форм господарювання, які перебувають у не-

узгодженості із вимогами сьогодення. Зовнішнє середовище постійно змінюється та обумовлює потребу в трансформації існуючих норм і правил функціонування системи, в тому числі і землекористування як одної з прикладних галузей економіки природокористування. Сьогодні можна знайти безліч версій трактування базових ключових термінів економіки природокористування таких як "земельні ресурси", "землеустрій", "землепорядкування", "землегосподарювання" та ін. Це призводить до погіршення науково-дослідного процесу та довготривалої невизначеності наряду подальшого розвитку у вузькому значенні — землі, тобто усіх галузей і секторів економіки, що пов'язані з використанням земельних ресурсів, при виникненні земельних відносин, а в широкому — всієї національної економічної системи.

### **АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ**

Проблемою формулювання і наповнення системи наукових дефініцій вітчизняної сфери землекористування у різний час займалися такі науковці: І.К. Бистряков, І.С. Будзилович, Д.С. Добряк, Й.М. Дорош, О.С. Дорош, О.М. Гарнага, Т.О. Євсюков, Ш.І. Ібатулін, В.М. Кривов, Р.М. Курильців, А.Г. Мартин, А.Я. Новаковський, О.С. Новоторов, Ю.М. Палеха, А.М. Третяк, Н.А. Третяк, А.М. Сундук, М.А. Хвесик та ін. Проте слід зазначити, що тема наукового забезпечення понятійно-категоріального апарату регулювання сфери землекористування недостатньо глибоко досліджена й узгоджена, потребує складніших новітніх теоретико-методологічних підходів, що формуються на межі історичних, економічних і правових значень, що в сукупності дасть змогу розв'язати наукове завдання, зокрема, інституційного та інституціонального забезпечення землекористування в умовах децентралізації влади в Україні.

### **МЕТА СТАТТІ**

Метою дослідження є науковий пошук та уточнення базових термінів і понять системи регулювання землекористування, а також формулювання пропозицій щодо їх удосконалення.

### **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ**

Інституціональне забезпечення як сукупність формальних і не формальних правил

управління будь-яким процесом має будуватися на чіткій системі термінів та визначень основних категорій, яка однозначно й без можливих викривлень і різнотлумачень описує суть певного предмету чи явища. Неправильне формулювання і ймовірне множинне трактування термінів може призводити до викривлень сутності явищ та економічного процесу загалом, стати перешкодою в досягненні цілей, що ставиться регулятором/адміністратором системи. Без визначення чітких дефініцій (або встановлення меж системи), неможлива ефективна система нормотворення та нормопроєктування в Україні.

Необхідно врахувати, що дефект дефініцій актів офіційного юридичного тлумачення — це навмисні або випадкові техніко-юридичні неточності, упущення, похибки у їх формулюваннях, які спотворюють зміст, цілі акта офіційного тлумачення, або ускладнюють його реалізацію (прогалини колізії, надмірності, дубльована неадекватність опису тощо) [1].

Переважає більшість економічних, екологічних і соціальних проблем сьогодення у сфері землекористування свідчать про те, що суб'єкти офіційного тлумачення завдяки своїй чисельності й жорсткій підпорядкованості тенденціям розвитку держави в новітніх умовах ще не змогли створити систему сформованого ними понятійного апарату в актах офіційного роз'яснення. У зв'язку із цим мають місце інтерференція, повтори, колізії та суперечності в дефініціях актів офіційного тлумачення, що істотно знижує ефективність реалізації чинного законодавства [2].

На нашу думку, мають місце такі методологічні аспекти формулювання та аналізу понять у сфері регулювання землекористування, однак, відзначимо, їх можна поширити і на всю систему регулювання національної економіки:

1. Економічні терміни, як правило, є багатозначними та різномасштабними по своїй сутності, тому їх визначення має чітко відповідати масштабу економічного процесу, до якого воно відноситься чи які описує.

2. Термін повинен мати чіткі істотні ознаки, а саме: з'ясування властивостей описуваного предмета; відмежування його від інших суміжних предметів чи явищ.

3. Кожне поняття має свій історичний контекст, який відповідає певним зовнішнім і внутрішнім умовам і процесам, що склалися чи відбуваються у відповідний проміжок часу. У разі зміни зовнішніх умов майже завжди змінюються внутрішні, відтак, понятійно-категорі-

альний апарат теж зазнає змін або взагалі втрачає актуальність.

В Україні землекористування є важливим елементом економіки, адже земельні ресурси є базовим та визначальним природним ресурсом, який задіяний прямо й/або опосередковано до абсолютно усіх видів економічної діяльності. Але, слід зазначити, що саме наповнення терміну "землекористування" в Україні ще не сформовано остаточно й однозначно.

Так, В.М. Другак під землекористуванням розуміє систему користування землею, регламентовану законодавством для різних категорій земель, власників землі та землекористувачів. Термін "землекористування" означає земельний масив, територію, що перебуває у власності чи користуванні [3]. Під землекористуванням розуміють також процес використання людиною земельної ділянки для задоволення своїх потреб, з-поміж них і матеріальних [4]. У таблиці 1 зазначено основні, базові терміни, які формують систему землекористування в Україні.

Серед багатьох аспектів глобальних змін економічних відносин і стану (компонентів) навколишнього середовища, характер землекористування має вирішальний вплив на екосистему. Сьогоднішній споживацький підхід, коли земля в різних галузях розглядається лише як засіб виробництва, предмет праці та просторовий базис розміщення виробництва і господарства, вичерпав себе. Економічно, екологічно й соціально ефективне землекористування являється центром найважливіших викликів прийдешніх десятиліть: забезпечення населення достатньою кількістю продуктів харчування, підвищення стандартів проживання мільйонів людей, що перебувають за межею бідності, а також збалансування екосистеми планети в процесі людської діяльності [10].

Відомо, що земля слугує людині не тільки як головний засіб виробництва в сільському господарстві, а й є територіальним базисом для

**Таблиця 1. Аналіз традиційних підходів до трактування поняття "землекористування"**

Рік	Визначення	Джерело
2000	Землекористування – система господарського та іншого використання землі, що склалась у країні під дією об'єктивних чинників або запроваджена державою. Мета землекористування – отримання найвищої користі, найвищого ефекту від землі за дотримання вимог її збереження й поліпшення [5]	Економічна енциклопедія
2004	Землекористування – це процес використання людиною (суспільством) інтегрального потенціалу території, який включає всі ресурси на відповідній ділянці геопростору, є складовою частиною суспільно-територіального комплексу регіонального рівня і веде до ускладнення його структури, що знаходить своє проявлення у процесі регулювання земельних відносин [6]	А.М. Третяк
2006	Землекористування – це довготерміновий процес використання землі людиною для одержання продукції або вигод, а також структура людських взаємовідносин щодо власності на землю, що визначається сукупністю культурних, історичних, інституціональних та інших чинників щодо використання [7]	О.О. Кучер
2010	Землекористування – це: 1) користування землею в установленому законом порядку (земельна ділянка); 2) частина єдиного земельного фонду, що надана державою або набута у власність чи оренду окремим користувачем для господарської або іншої мети, обмежена на місцевості; 3) об'єкт права, об'єкт економічних, екологічних, містобудівних, сільськогосподарських та інших земельних відносин, на який землекористувачу виданий документ, що посвідчує право на землю з визначеними межами, площею, складом угідь, майнових об'єктів та за необхідністю з геодезичними координатами межових знаків, що визначені в натурі [8]	В.М. Другак
2018	Землекористування – це процес використання земельних ресурсів для різних потреб (розміщення населених пунктів, різних комунікацій, промислових об'єктів, виробництва сільськогосподарської продукції, видобутку корисних копалин, рекреаційних цілей тощо), який здійснюється на основі нормативно-правових актів [9]	О.В. Краснолуцький

накопичення інших благ — майнових, соціальних, культурних та інших. Тому на цьому етапі земельних перетворень, насамперед, належить звільнитися від вузькості, переважно у вітчизняних мікроекономічних системах, уявлень про землю, як тільки про елемент суспільного виробництва. Земля — об'єкт значно складніший. Це — і ґрунт та інші природні ресурси, територія розміщення, місце буття людини, надра, а також простір над та під земельною поверхнею. Наведений розподіл функцій землі на шари не тільки ускладнює правові, економічні та інші відносини, але й понижує її економічне значення [11].

Недоліком формулювань, зазначених у таблиці 1, є відсутність ієрархічного підходу до визначення терміну землекористування у відповідності до рівнів економічних процесів та явищ.

Ми погоджуємося із цитованими у таблиці 1 авторами щодо формулювання процесуальної частини визначення землекористування, але вважаємо, що не зовсім коректно абстрагувати термін у контексті масштабу виключно до регіонального чи місцевого рівня. На наш погляд, "землекористування" повинно мати дві форми: загальну та конкретну — на національ-

ному, регіональному, місцевому, господарському рівні.

Вважаємо, що загальну форму визначення терміну землекористування доцільно подати у наступній формі.

Загальне землекористування — це безперервний процес використання індивідом, суспільством і живими організмами земельних ресурсів як базової природної матерії та їх інтегральних корисних властивостей (функцій) з метою свого життєзабезпечення й реалізації приватних і суспільних намірів та цілей.

Під земельними ресурсами в загальному формулюванні тут ми розуміємо компоненти земної кори (твердого утворення) в поєднанні з підземними і поверхневими водами (рідкого утворення) та результатами їхньої інтегрованої взаємодії з компонентами навколишнього (природного й техногенного) середовища на відповідній проекції просторової площини на земну поверхню.

Під національним землекористуванням необхідно розуміти процес використання соціально-етнічною спільністю (народом) земельних ресурсів з метою сталого його розвитку та добробуту у межах певної країни.

На національному рівні земельні ресурси являються базовим економічним ресурсом, основним засобом виробництва в національній економіці (сукупності галузей і сфер виробництва), просторовим базисом системи розселення, а також предметом спільної праці природи та суспільства (народу), якому цей ресурс підпорядковується.

Прийнято вважати, що особливою ознакою землі як засобу виробництва є поєднання функцій предмета і засобу праці в одному процесі виробництва [13].

Але, на нашу думку, розуміння функції земельних ресурсів як предмета праці може бути значно ширшим і формуватися не тільки у виробничому відношенні (експлуатаційному), але й на архітектурному (покращуючому) підході, що базується на естетиці сприйняття та якості організації навколишнього середовища.

Виробничий та архітектурний функціональний підхід має розвиватися на засадах концепції сталого розвитку і бути направленим на збереження, покращення, охорону та розвиток багатофункціональності земельних ресурсів.

Найбільш необхідним та важливим вважаємо формулювання понять, які описують економічні процеси та явища притаманні місцевому і регіональному рівням регулювання землекористування.

Землекористування на регіональному рівні повинно базуватися на національному рівні, але може і повинно містити ознаки, які притаманні певному регіону чи громаді.

На нашу думку, регіональне землекористування — це процес використання базовим суб'єктом місцевого самоврядування (громадою) земельних ресурсів із метою сталого їх розвитку та забезпечення добробуту мешканців громади та держави загалом.

Земельні ресурси на регіональному рівні являються базовим економічним ресурсом, основним засобом виробництва (знаряддям праці) в сільському, лісовому, водному господарстві та гірничо-добувній промисловості, а також є просторовим базисом розселення та розвитку інших типів економічної діяльності. Водночас, земельні ресурси на цьому рівні є результатом впливу природи та результатом, предметом і засобом праці мешканців громади. Являються основою для організації землекористування місцевого та господарського рівнів.

Міське землекористування — використання земельного ресурсу у формі земельної ділянки, що має встановлені межі, правовий, економічний, екологічний та інституціональний статус, встановлений відповідно до державного землеустрою.

Необхідно враховувати, що земельна ділянка — це не тільки частина земної поверхні з установленними межами, певним місцем розташування, з визначеними щодо неї правами [14], а також встановленими умовами її використання.

Державні умови, щодо використання земельних ресурсів визначаються відповідно до встановленої системи землеустрою, що є одним з найбільш вагомих елементів інституціональної системи землекористування.

Землеустрій — це сукупність соціально-економічних та екологічних заходів, спрямованих на регулювання земельних відносин та раціональної організації території адміністративно-територіальних одиниць, суб'єктів господарювання, що здійснюються під впливом суспільно-виробничих відносин і розвитку продуктивних сил [14].

Але наведене формулювання вважаємо не зовсім коректним, оскільки воно сформульоване з трьох пов'язаних між собою характеристик і водночас — окремих складових одного процесу — землекористування:

— управління як сукупність соціально-економічних та екологічних заходів;

— політики як діяльності щодо регулювання земельних відносин;

— планування як інструменту раціональної організації території адміністративно-територіальних одиниць та суб'єктів господарювання.

У контексті нашого дослідження відзначимо, що існуючі дослідження відзначаються досить широкою інтерпретацією складу та змісту землеустрою і землевпорядних робіт [15]. Певну термінологічну проблематику пов'язуємо з неоднозначністю застосування термінів "землеустрій" та "землевпорядкування". Якщо звернутися до Великого тлумачного словника сучасної української мови [16], то в ньому землевпорядкування (землевпорядження, землеустрій) трактується як "сукупність заходів щодо організації землі і користування нею". Тобто ці терміни розуміються як синоніми. Водночас у цьому ж словнику слово "устрій" трактується як "порядок, система організації чого-небудь" [15].

Вивчаючи зародження терміна "землеустрій" та еволюцію його змісту в сучасних умовах, І.С. Будзилович зазначає, що цей термін уперше виник у російській та українській мовах у 1906 році з появою проекту "Положення про землеустрій" (рос. — землеустройство) [21]. У 1906 р. було створено "комитет по землеустроительным делам" (орган для обговорення питань підготовки і проведення в Російській імперії в 1906—1917 роках Столипінської аграрної реформи). Комітет підготував наказ, а пізніше закон "Про селянське землеволодіння та землекористування" 1906 року, "Тимчасові правила про відведення надільної землі до одних місць" 1908 року, "Правила про землевпорядкування цілих сільських товариств" 1909 року, "Положення про землеустрій" 1911 року та низку інших. Важливим є розуміння, що саме визначення "землеустрою" в часи Столипінської реформи не було сформоване, але під ним розумілася певна сукупність дій, направлених на реалізацію розроблених норм (законів) аграрної реформи.

У 1911 році термін "землеустрій" (землеустройство), на нашу думку, мав тільки одне пряме значення — "облаштування" (син. при-

**Таблиця 2. Історико-етимологічний аналіз підходів до трактування поняття "землеустрій"**

Рік	Визначення	Джерело
1922	Землеустрій має завданням впорядкування існуючих землекористувань і утворення нових, відповідно до прав на землю та вимогам господарсько-технічної доцільності. Розробка і видання господарсько-технічних правил землеустрою покладається на Народний Комісаріат Землеробства [18]	Земельний кодекс УРСР
1968	Землеустрій включає систему державних заходів, спрямованих на здійснення рішень державних органів в області користування землею. Завданнями державного землеустрою є організація найбільш повного, раціонального і ефективного використання земель, підвищення культури землеробства та охорона земель [17]	Закон про устрій основ земельного законодавства СРСР
2002	Землеустрій — це сукупність соціально-економічних та екологічних заходів, спрямованих на регулювання земельних відносин та раціональної організації території адміністративно-територіальних одиниць, суб'єктів господарювання, що здійснюються під впливом суспільно-виробничих відносин і розвитку продуктивних сил [14]	Земельний кодекс України
2003	Землеустрій — сукупність соціально-економічних та екологічних заходів, спрямованих на регулювання земельних відносин та раціональну організацію території адміністративно-територіальних одиниць, суб'єктів господарювання, що здійснюються під впливом суспільно-виробничих відносин і розвитку продуктивних сил [19]	ЗУ "Про землеустрій"
2003	Заходи із землеустрою — передбачені документацією із землеустрою роботи щодо раціонального використання та охорони земель, формування та організації території об'єкта землеустрою з урахуванням їх цільового призначення, обмежень у використанні та обмежень (обтяжень) правами інших осіб (земельних сервітутів), збереження і підвищення родючості ґрунтів [19]	ЗУ "Про землеустрій"
2013	Землеустрій — це сукупність соціально-економічних та екологічних заходів і організаційні, правові та інженерно-технічні дії, що спрямовані на регулювання земельних відносин та раціональної організації території адміністративно-територіальних утворень, суб'єктів господарювання, що здійснюються під впливом суспільно-виробничих відносин і розвитку продуктивних сил [20]	Наукова монографія

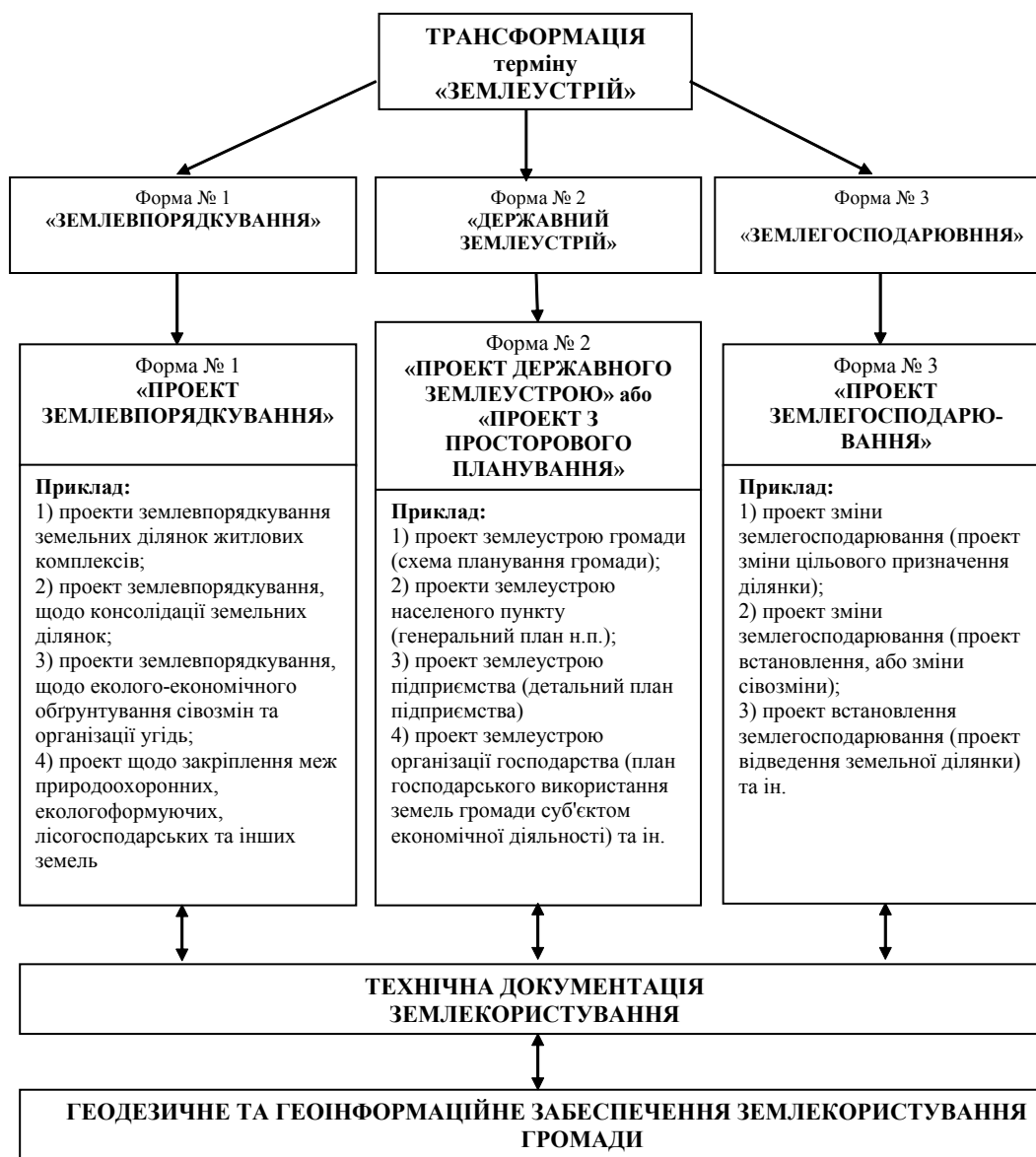
стосування, адаптація, впорядкування) земель до нового укладу суспільних та виробничих відносин, або до певного державного устрою (син. лад, уклад, порядок, режим) системи землекористування.

Аналізуючи таблиці 2, можна зробити висновки, що нині термін "землеустрій" може вживатися в абсолютно двох різних контекстах:

1) "землеустрій" як землевпорядна дія (землевпорядкування);

2) "землеустрій" як режим встановлений державою (державний землеустрій).

Сьогодні в законодавстві України не має чіткої межі між вживання терміну "землеустрій" у значенні "державного землеустрою" та "землевпорядкування". На нашу думку, відсутність розмежування цих понять вносить певні колізії й неузгодженість у науковому забезпеченні, навчальному процесі та нормотворенні, оскільки постійно виникає потреба правильного зазначення й уточнення контексту його вживання та застосування. Відсутність



**Рис. 1. Авторська пропозиція удосконалення інституціонального забезпечення землекористування в Україні**

чітких розмежувань допускає ймовірність дефектів юридичних і наукових тлумачень.

На рисунку 1 наведено авторську пропозицію щодо розподілу значень терміну "землеустрій".

Зокрема вважаємо, що землеустрій має такі три форми:

1) землеустроювання — це сукупність заходів і дій на державному, регіональному та місцевому рівні спрямованих на раціональну й ефективну організацію господарювання, що відповідає державному землеустрою;

2) державний землеустрій — сукупність встановлених або погоджених умов, норм, обмежень, заходів, планів щодо використання, охорони чи розвитку земельних ресурсів як на конкретних землях, так і загального земельного фонду. Державний землеустрій складається

з системи державних, приватних і комунальних інститутів (суб'єктів) та інституцій (формальних та неформальних норм), що регулюють землекористування на усіх рівнях щодо раціонального використання земельних ресурсів землевласниками, землекористувачами і суспільством загалом;

3) землегосподарювання — це стан, або процес ведення певного виду господарської діяльності на конкретній земельній ділянці, з певною метою та цілями, що відповідає інтересам суспільства і сприяє розвитку економіки.

Також на рисунку 1 наведений приклад реалізації такого підходу в практичній діяльності, а саме — зміна структури організації розроблення документації щодо регулювання землекористування.

На нашу думку, в нових умовах сьогодення наведений підхід необхідно застосовувати в удосконаленні законодавства та практичній діяльності. Необхідним є більш детальне дослідження розподілу та оптимізації видів проектної документації різних видів щодо регулювання раціонального землекористування, а також щодо її співвідношення між собою.

### **ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ЦЬОМУ НАПРЯМІ**

Різноманітне трактування ключових термінів економіки природокористування, як-от: "землеустрій", "землевпорядкування", "землекористування", "земельні ресурси" призводить до погіршення якості наукового забезпечення проблеми стимулювання сталого використання й охорони земельних ресурсів, а також похідних від неї. Без визначення чітких дефініцій неможлива ефективна система нормотворення та нормопроекування в Україні. Існуюча поширена термінологія землекористування не відповідає новим економічним умовам сьогодення та потребує суттєвого удосконалення, особливо в нормотворчій діяльності. Запропоновані терміни у частині визначених автором форм землеустрою можуть бути особливо актуальними для удосконалення Земельного Кодексу та основного Закону України "Про землеустрій".

#### **Література:**

1. Подорожна Т.С. Законодавчі дефініції: поняття, структура, функції. Львів: ПАІС, 2009. 196 с.
2. Бондаренко В.А. Окремі аспекти використання дефініцій в адміністративно-правових нормах. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право, 2014. Вип. 29 (2). С. 23—26.
3. Другак В.М. Економіка сільськогосподарського землекористування: теорія, методологія та практика: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: 08.00.06 / Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. Київ, 2011. 38 с.
4. Кустовська О.В. Еколого-економічне обґрунтування формування сільськогосподарського землекористування: дис.... канд. екон. наук: 08.00.06 / Нац. аграр. ун-т. Київ, 2008. 255 с.
5. Економічна енциклопедія: у трьох томах. / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. Київ: Видавничий центр "Академія", 2000. Т. 1. 864 с.
6. Третьак А.М., Другак В.М. Наукові основи економіки землекористування та землевпорядкування. Київ: ЦЗРУ, 2003. 337 с.
7. Кучер О.О. Теоретико-методологічні підходи до розробки індикаторів сталого землекористування в Україні. Вісник НАУ. 2006. Вип. 104. С. 112—116.
8. Другак В.М. Економіка сільськогосподарського землекористування: теорія, методологія та практика: дис.... д-ра. екон. наук: 08.00.06 / Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. Київ, 2011. 461 с.
9. Краснолуцький О.В. Еколого-економічна ефективність використання земельних ресурсів корпоративними сільськогосподарськими підприємствами: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.06 / Національний університет біоресурсів і природокористування України. Київ, 2018. 31 с.
10. DeFries R., Asner G., Houghton R. Ecosystems and Land Use Change. American Geophysical Union. 2004. Vol. 153. p. 344.
11. Курильців Р.М. Інтегроване управління землекористуванням в контексті сталого розвитку: теорія, методологія, практика: дис.... д-ра екон. наук: 08.00.06 / Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. Київ, 2017. 518 с.
12. Третьак А.М. Економіка землекористування та землевпорядкування: навч. посіб. Київ, 2004. 542 с.
13. Рябоконь В.П. Використання земельних ресурсів господарств населення в кооперативних умовах. Економіка АПК. 2009. № 3. С. 82—87.
14. Земельний кодекс України від 25 жовтня 2001 року № 2768-III. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2874%D0%B0-07> (дата звернення: 21.05.2020).
15. Концептуальні засади вирішення проблем землеустрою сільських територій в сучасних умовах: монографія / Ковальчук І.П. та ін.; за ред. І.П. Ковальчука. Київ: Медінформ, 2015. 158 с.
16. Великий тлумачний словник сучасної української мови. Ірпінь: ВТФ "Перун", 2001. 1440 с.
17. Закон об утверждении основ земельного законодательства Союза ССР и союзных республик от 13 декабря 1968 года № 3401-VII. URL: <http://www.economics.kiev.ua/download/ZakonySSSR/data03/tex15219.htm> (дата звернення: 21.05.2020).
18. Земельный кодекс УССР от 29.11.1922. Постановление Всеукраинского Центрального Исполнительного Комитета. URL: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/KP220002.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP220002.html) (дата звернення: 21.05.2020).



19. Про землеустрій: Закон України від 22 травня 2003 року № 858-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/858-15> (дата звернення: 21.05.2020).

20. Третяк А.М. Землеустрій в Україні: теорія, методологія: монографія. Херсон: Гринь Д.С., 2013. 650 с.

21. Кривов В.М., Тихенко Р.В., Гетьманчик І.П. Основи землевпорядкування: навч. посіб. для підготовки бакалаврів у вищ. навч. закл. II—IV рівнів акредитації; за ред. В.М. Криво-ва. 2-ге вид., доп. Київ: Урожай, 2009. 324 с.

#### References:

1. Podorozhna, T.S. (2009), *Zakonodavchi definitsii: poniattia, struktura, funktsii* [Legislative Definitions: Concepts, Structure, Functions], PAIS, Lviv, Ukraine.

2. Bondarenko, V.A. (2014), "Some Aspects of the Application of Definitions in the Administrative and Legal Standards", *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu, Pravo*, vol. 29 (2), pp. 23—26.

3. Druhak, V.M. (2011), "Economics of agricultural Land Use: Theory, Methodology and Practice", DSc. Thesis, Economics of Nature Use and Environmental Protection, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

4. Kustovs'ka, O.V. (2008), "Ecological and Economic Substantiation of Formation of Agricultural Land Use", Ph.D. Thesis, Economics of Nature Use and Environmental Protection, National Agrarian University, Kyiv, Ukraine.

5. Mochernyj, S.V. (ed.) (2000), *Ekonomichna entsyklopediia* [Economic Encyclopedia], vol. 1, Vydavnychyj tsentr "Akademiia", Kyiv, Ukraine.

6. Tretiak, A.M. and Druhak, V.M. (2003), *Naukovi osnovy ekonomiky zemlekorystuvannia ta zemlevporiadkuvannia* [Scientific Bases of Land Use Economics and Land Management], TsZRU, Kyiv, Ukraine.

7. Kucher, O.O. (2006), "Theoretical and methodological approaches to the development of indicators of sustainable land use in Ukraine", *Visnyk NAU*, vol. 104, pp. 112—116.

8. Druhak, V.M. (2011), "Economics of agricultural land use: theory, methodology and practice", Abstract of DSc. dissertation, Economics of Nature Use and Environmental Protection, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

9. Krasnoluts'kyj, O.V. (2018), "Ecological and Economic Efficiency of land Resources Use by Corporate Agricultural Enterprises", Ph.D. Thesis, Economics of Nature Use and Environmental

Protection, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

10. DeFries, R. Asner, G. and Houghton, R. (2004), "Ecosystems and Land Use Change", *American Geophysical Union*, vol. 153, p. 344.

11. Kuryl'tsiv, R.M. (2017), "Integrated Land Use Governance in the Context of Sustainable Development: Theory, Methodology, Practice", Abstract of DSc. dissertation, Economics of Nature Use and Environmental Protection, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

12. Tretiak, A.M. (2004), *Ekonomika zemlekorystuvannia ta zemlevporiadkuvannia* [Economics of land use and land management], Kyiv, Ukraine.

13. Riabokon', V.P. (2009), "Use of Land Resources of Households in Cooperative Conditions", *The Economy of Agro-Industrial Complex*, vol. 3, pp. 82—87.

14. The Verkhovna Rada of Ukraine (2001), "Land Code of Ukraine", available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2874%D0%B0-07> (Accessed 21 May 2020).

15. Koval'chuk, I.P. et al. (2015), *Kontseptual'ni zasady vyrishennia problem zemleustroiu sil's'kykh terytorij v suchasnykh umovakh* [Conceptual Principles of Solving Problems of Land Management of Rural Areas in Modern Conditions], Medinform, Kyiv, Ukraine.

16. Velykyj tlumachnyj slovnyk suchasnoi ukrains'koi movy [Great Dictionary of the Modern Ukrainian Language] (2001), VTF "Perun", Irpin', Ukraine.

17. Verhovnyj soviet Sojuza SSR (1968), "The Law on the Approval of the Fundamentals of Land Legislation of the USSR and Union Republics", available at: <http://www.economics.kiev.ua/download/ZakonySSSR/data03/tex15219.htm> (Accessed 21 May 2020).

18. Vseukrainskij Central'nyj Ispolnitel'nyj Komitet (1922), "The Land Code of the Ukrainian SSR", available at: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/KP220002.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP220002.html) (Accessed 21 May 2020).

19. The Verkhovna Rada of Ukraine (2003), *The Law of Ukraine "On Land Management"*, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/858-15> (Accessed 21 May 2020).

20. Tretiak, A.M. (2013), *Zemleustrij v Ukraini: teoriia, metodolohiia* [Land Management in Ukraine: Theory, Methodology], Hrin' D.S., Kherson, Ukraine.

21. Kryvov, V.M. Tykhenko, R.V. and Het'manchyk, I.P. (2009), *Osnovy zemlevporiadkuvannia* [Fundamentals of Land Management], 2nd ed, Urozhaj, Kyiv, Ukraine.

*Стаття надійшла до редакції 22.05.2020 р.*

УДК 379.8

А. П. Тараненко,  
аспірант, Київський національний торговельно-економічний університет  
ORCID ID: 0000-0001-7213-5199

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.11.149

## ІВЕНТИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК СУЧАСНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЙОГО КЛАСИФІКАЦІЯ

A. Taranenko,  
Postgraduate student, Kyiv National University of Trade and Economics

### EVENT TOURISM AS A MODERN COMPONENT OF TOURISM DEVELOPMENT AND ITS CLASSIFICATION

У статті виявлено основні етапи розвитку і становлення туризму. З'ясовано, що протягом значного часу туризм, як феномен перебував за межами філософського пізнання, оскільки його бачили як частку побуту чи культури, яка не чинить значного впливу на загальне бачення людського буття. Визначено, що в сучасній науковій думці туризм трактують як "феномен культури", "чинник індивідуальної та кроскультурної комунікації", "інститут суспільного виробництва", "фактор соціалізації молоді" тощо. Виокремлено групи причин, що сприяли виникненню та поширенню туризму як соціокультурного явища. Наведено основні підходи до класифікації видів туризму. Виявлено, що з початку двадцятого першого століття відбувається виокремлення такого напрямку, як івентивний туризм. З'ясовано, що івентивний туризм вимагає певного роду технічних і фінансових засобів, а також способів і механізмів управління цими засобами (наприклад торгові та розважальні центри та спортивні арени) з метою проведення спеціальних подій. Виявлено, що особливостями івентивного туризму є: відсутність сезонності; можливість прогнозування; масовість; інтерактивність; інноваційність; регулярність подій; стимулювання повторного відвідування DESTINATIONS; видовищність. Запропоновано класифікацію видів івентивного туризму на сучасному етапі (за ознакою локалізації, охоплення, тематикою, насиченості туру). Доведено, що івентивний туризм — це швидкозростаюча галузь, яка в останні роки займає одне з головних місць в загальній класифікації туризму. В цій галузі туристи — це споживачі на потенційному ринку запланованих заходів. Але не всі події повинні бути орієнтовані на туризм, бо деяке побоювання викликає потенційний негативний вплив, пов'язаний з прийняттям маркетингової орієнтації. Також у івент-заходів є й інші цілі і завдання, включаючи формування суспільства, відродження міст, культурний розвиток. Заплановані події або івент-заходи — це просторово-часовий феномен, кожен з яких є унікальним внаслідок взаємодії навколишнього оточення, публіки, систем управління, включаючи розробку окремих елементів і програм.

The article reveals the basic stages of development and formation of tourism. The groups of reasons that contributed to the emergence and spread of tourism as a socio-cultural phenomenon are identified. The main approaches to the classification of types of tourism are given. It is revealed that from the beginning of the twenty-first century there is a distinction of such direction as event tourism. It was found that event tourism requires some kind of technical and financial means, as well as ways and mechanisms to manage these means (such as shopping and entertainment centers and sports arenas) in order to hold special events. It was found that the features of event tourism are: lack of seasonality; possibility of forecasting; mass; interactivity; innovation; regularity of events; encouraging re-visits to destinations; entertainment. The classification of types of event tourism at the present stage is offered. On the basis of localization, event tourism is divided into local, which involves attending local holidays and events, city competitions, small ceremonies; regional, which includes visiting regional festivals, exhibitions, shows; domestic, which includes attending national holidays, traditional congresses, fairs; international, which includes attending international holidays, carnivals, festivals, exhibitions, contests, competitions, religious events. On the basis of coverage, event tourism is divided into small, which is presented in the form of family, independent tourism; medium, which involves groups of 10-50 people; large, involving groups of more than 50 people; global, involving groups of more than 300 people and mixed event tourism, in which participants are grouped into separate small groups with different numbers. According to the subject, the organization of event tourism is divided into cultural, sports, art, public, historical, natural, mixed. On the basis of the saturation of the tour, event tourism can be divided into narrow-format, which involves attending a specific event; medium-format, which involves attending two or three events, and large-format event tourism, which involves the organization of a rich tour with a visit to a large number of locations.

*Ключові слова: туризм, сфера туризму, туристична діяльність, туристичний бізнес, івент, івентивний туризм, подієвий туризм.*

*Key words: tourism, sphere of tourism, tourist activity, tourist business, event, event-tourism, event tourism.*

#### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Протягом значного часу туризм як феномен перебував за межами філософського пізнання, оскільки його бачили як частку побуту чи куль-

тури, яка не чинить значного впливу на загальне бачення людського буття. В сучасній науковій думці туризм трактують як "феномен культури", "чинник індивідуальної та кроскуль-

турної комунікації", "інститут суспільного виробництва", "фактор соціалізації молоді" тощо. З огляду на це, розвиток та осучаснення напрямів туристичної діяльності є актуальним завданням на даному етапі розвитку нашої держави.

### **АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ**

Дослідженню даної проблемати свою увагу присвятили такі науковці: О. Власенко, Г. Гарбар, В. Герасименко, С. Галасюк, Ю. Гурбик, Н. Корнілова, Ю. Миронов, І. Свидрук, О. Міщенко, М. Поплавський, О. Раєвнева, О. Тімець, В. Яровий та ін. Однак, поза увагою залишаються такі аспекти туристичної діяльності, як розвиток та впровадження у практичну діяльність елементів івент-туризму, що є надзвичайно популярним у світі на сьогоднішній день.

### **МЕТА СТАТТІ**

Основною метою даної статті є з'ясування особливостей івент-туризму як сучасної складової розвитку туристичної діяльності та його класифікації.

### **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ**

У сучасному соціальному світі провідне місце туризму найбільш точно можна виразити у такому твердженні: "Він є феноменом культури". Варто акцентувати також увагу на тому, що туризм як явище не може виникнути в некультурному середовищі, оскільки:

— некультурність середовища (суспільства) завжди виявляється у різниці між горизонтами очікувань та життєвим досвідом;

— однією з умов виходу з власного життєвого терену є демократія, тому в політично та інформаційно некультурному середовищі демократія безсила, або ж вона не виражена в явних формах.

Туризм у своєму розвитку і становленні пройшов п'ять основних етапів [11]:

I — маршрутні мандрівки людини в найдавніші часи — дотуристський період;

II — з найдавніших часів до виникнення перших туристських агентств — період зародження туризму як галузі;

III — від виникнення перших турагентств до початку XX ст. — період становлення туризму як галузі;

IV — з початку XX ст. до 50-х років XX ст. — період формування індустрії туризму;

V — від середини XX ст. до наших днів — період масового туризму.

О. Раєвнева підкреслює, що розвиток складних соціально-економічних систем "...залежить не стільки від їх внутрішніх реальних і потенційних можливостей, скільки від впливів і флуктуацій ринкового оточення, що, динамічно змінюючись, виступають джерелами виникнення спектру різноманітних суперечностей, які обумовлюють поведінку підприємства в як в сьогоденні, так і в майбутньому" [9, с. 2]. У цьому контексті варто зазначити, що соціально-економічний простір є складною, живою, динамічною системою, елементи якої перебувають у збалансованому стані, постійно рухаються у пошуку оптимального рішення враховуючи інтереси, сторони та цілі розвитку. Саме соціально-економічний простір формує специфічні взаємовідносини, для яких характерними є локальна ефективність та виникнення відповідних форм координації й економічної взаємодії.

Варто виокремити такі групи причин, що сприяли виникненню та поширенню туризму як соціокультурного явища [2]:

— соціально-економічні (розвиток суспільства, виникнення товарно-грошових відносин, розвиток торгівлі, поділ праці); географічні (наявність нових природних ресурсів тощо);

— демографічні (зростання народонаселення, збільшення частки вільного

часу та фінансових можливостей для здійснення подорожей);

— історико-політичні (освоєння або завоювання нових територій, перерозподіл сфер впливу);

— психологічні, або — за визначенням інших авторів — мотиваційні (людська цікавість, потреба в соціальному успіху та самореалізації, потреба в нових враженнях і дозвіллі та ін.);

— екологічні (завдання охорони навколишнього середовища);

— соціокультурні (релігія, культурна спадщина, культурний ландшафт, процес розвитку культурного виробництва, мистецтва, науки тощо).

Багатогранність туризму виявляється у різних його видах і формах, які можна покласти в основу його класифікації. Широковживаною є класифікація видів туризму залежно від походження туристів [6]:

1) внутрішній туризм — тимчасовий виїзд громадян конкретної країни з постійного місця проживання в межах національних кордонів своєї країни з метою відпочинку, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом, лікування та в інших туристичних цілях;

2) міжнародний туризм — систематизована і цілеспрямована діяльність підприємств сфери туризму з надання туристичних послуг та туристичного продукту іноземцям на території конкретної країни (в'їзний туризм) та громадянам цієї країни за кордоном (виїзний туризм).

На наш погляд, в епоху розумово-інтелектуального розвитку туризм, крім неактивного відпочинку, перейшов ще й на дієве знаряддя пізнання довколишнього світу і міжкультурного діалогу. Прагнення, сполучаючи відпочинок та освіту, збагатити власний світогляд, понуривши себе у коловорот життя в інших країнах світу, примножити свою соціальну мобільність і професійну універсальність, стають основною мотивацією нової генерації туристів. Так, в енциклопедичному словнику-довіднику з туризму зафіксовано такі види туризму [10]:

1. Науковий туризм — вид туризму, що охоплює поїздки з метою участі в нарадах, конгресах, симпозіумах. Цей вид подорожі є порівняно новим у міжнародному туризмі і його становлення пов'язане з розвитком зовнішньоекономічних зв'язків, НТР та матеріально-технічним прогресом, розширенням міжнародних контактів серед представників наукових кіл різних держав та прагненням використовувати передовий досвід інших країн і народів у створенні духовних і матеріальних цінностей.

2. Освітній туризм — це туристична поїздка, під час якої турист поєднує відпочинок і навчання. Існують три різновиди освітнього туризму: мовнонавчальний, спортивно навчальний, професійно-навчальний.

3. Мовно-навчальний освітній туризм розрахований на осіб різного віку, мета якого — вивчення мови всіх рівнів складності. Такі поїздки можуть бути індивідуальні та групові, переважно, терміном 2—3 тижні.

4. Спортивно-навчальний туризм передбачає навчання гри у гольф, теніс, кінному спорту, серфінгу тощо. Під час освітнього туризму може знадобитися професійне навчання з маркетингу, менеджменту, комп'ютерних технологій, готельної справи тощо.

У контексті поширення тенденцій до впровадження засад сталого розвитку, одним із найвагоміших видів сучасного туризму є екотуризм. Його піднесенню сприяє виняткова різноманітність природи Землі, жага людей її пізнати. Те саме торкається й України, яка теж має неабиякі природні багатства, які до сьогодні залишаються порівняно не багато освоєними.

Про розвиток екотуризму свідчить усе зростаюча чисельність туристів, які подорожують на природі.

Слід зауважити, що з початку двадцятого першого століття відбувається виокремлення такого напрямку як івентивний туризм. Пропонуємо під івентивним туризмом розуміти один з перспективних підвидів туризму, в основі якого лежать широкомасштабні заходи, основною метою яких є створення позитивного іміджу міста, де проводиться захід, що забезпечує його просування на рівні держави та на міжнародній арені. В основі івентивного туризму покладені заплановані події. Заплановані події є певним видом тимчасового феномену, і кожна окрема подія є по своєму унікальною, оскільки події розглядаються як перетин встановлених подій, людей та системи управління. У більшості, події, що виникають є унікальними, а особа, що бере участь у цих подіях повинна отримати задоволення від того, що відбувається. У випадку, коли особа не матиме змоги прийняти участь у запланованих подіях, вона втратить для себе певні можливості.

Івентивний туризм має важливу просвітницьку, пізнавальну, виховну, естетичну, розважальну та економічну функції, бо проведення будь-якої події передбачає залучення різних галузей туристичної індустрії й забезпечує відродження місцевих культурних традицій та звичаїв. В умовах недостатнього розвитку природного, історико-культурного, інфраструктурного потенціалів івентивний туризм може стати альтернативою туристичного розвитку регіону [7]. Як правило, івентивний туризм вимагає певного роду технічних і фінансових засобів, а також способів і механізмів управління цими засобами (наприклад торгові та розважальні центри та спортивні арени) з метою проведення спеціальних подій. З такого плану подіями, передусім пов'язані професійні асоціації та інші спілки.

Короткий огляд професійних асоціацій, що мають відношення до різних напрямів діяльності свідчить про те, що в 1885 році з'явилася Міжнародна Асоціація Виставок (IAEE), тоді як вже в 1928 році була заснована Національна Асоціація Експозицій. Ці організації вперше стали представляти інтереси менеджерів виставок та експозицій. У 2005 році відзначила своє 50-річчя Міжнародна Івентивна Асоціація, мета діяльності якої є відзначення ювілеїв та святкувань. У 1972 році була зареєстрована Спілка Міжнародних Професіоналів, яка є самопроголошеною провідною організацією глобального характеру, що формує та визначає певні ок-

ремі напрями івент-індустрії та індустрії гостинності. У 1987 році було засновано Міжнародне Спеціальне Івент Товариство (The International Special Events Society, ISEC), що охопило івент-дизайнерів, певну кількість їхніх постачальників, а також різного роду культурні та спортивні асоціації, карнавали різної специфіки, що функціонують на локальних, національних або ж на міжнародних рівнях [1].

Що стосується України, то на сьогодні в країні застосовується партнерська модель, що передбачає реалізацію управління галуззю через Державне агентство України з туризму та курортів у складі Міністерства інфраструктури України. Варто зазначити, що, незважаючи на те що туризм у нашій державі визнано одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки, державна політика щодо формування механізму управління туристичною галуззю характеризується недостатньою послідовністю [3, с. 21].

В Україні кількість інституцій та їхні повноваження постійно змінюються, фінансування їхньої діяльності не постійне, регіональна мережа інституцій відсутня. Отже, як уже зазначалося, ефективність роботи наявних організацій не забезпечує достатньою мірою реалізацію заходів, необхідних для популяризації туризму в країні і за кордоном [4]. Здебільшого це відбувається через постійну реструктуризацію та реорганізацію центральних органів влади.

Серед вітчизняних організацій найбільш інтенсивно та ефективно виконують функції з розвитку туристичної галузі Державне агентство України з туризму та курортів і Всеукраїнська громадська організація "Туристична асоціація України". Діяльність інших організацій (ДП "Українська туристична інфраструктура", ДП "Національний туристичний офіс" та ін.) здебільшого є формальною [12].

На сьогодні в університетах України та зарубіжних країн відбулося відокремлення досліджень туризму, гостинності, сфери послуг головним чином від професійного спрямування освітніх програм. Разом зі збільшення кількості слухачів, викладацького складу та освітніх програм ряд науковців почали переносити наукові розробки з теоретичних площин до академічних. Зважаючи на це, виділення івент-туризму в окрему галузь та його зв'язок з туризмом, рекреаційним менеджментом, гостинністю органічно систематизується та пов'язується з відповідними напрямками освіти, що спів-

відносяться з івент-менеджментом. Так, кафедра туризму та рекреації Київського національного торговельно-економічного університету постійно працює над оновленням та розробкою нових актуальних ексклюзивних унікальних освітніх програм, підготовки фахівців за якими потребує ринок праці в сфері послуг туризму, курортів, спорту, івентів і рекреації, що на сьогодні фактично охоплює значну частину сфери дозвілля. На сьогодні пропонуються дві інноваційні, ексклюзивні програми освітнього ступеня "магістр" підготовка за якими здійснюється тільки в даному університеті, а саме: "Міжнародний івент-менеджмент в туризмі" та "Міжнародний спортивний та рекреаційний менеджмент".

В основі розвитку івентивного туризму лежать івент-ресурси. Вони належать до динамічних чинників формування туристичних потоків, оскільки включають мотиваційні передумови подорожі до місця, де відбувається подія чи явище. Спортивні змагання, культурно-мистецькі заходи, політичні акції, унікальні природні явища — далеко не повний перелік подій, які спонукають людину до мандрівки. Івент-ресурси охоплюють найбільш суттєві прояви сучасного суспільного буття з його модою на глобалізацію, екологію, активний та здоровий спосіб життя, переконаннями й уявленнями про стиль і стереотип поведінки людини у соціумі, включають його пропаганду та механізми реалізації. Цей вид ресурсів не підлягає традиційному кількісному вимірюванню. Можна говорити лише про міру впливу івент-ресурсів на створення туристичної інфраструктури, формування туристичних потоків, яка у нинішньому світі, насамперед, залежить від реклами події та піар — акцій навколо неї. Це вказує на те, що "подія", яка використовується у туризмі величезною мірою залежить від суспільних вподобань, від моди й уяви про престижність заходу. Велике значення має постійність і періодичність проведення заходів [5]. З огляду на це, особливостями івентивного туризму є: відсутність сезонності; можливість прогнозування; масовість; інтерактивність; інноваційність; регулярність подій; стимулювання повторного відвідування destinations; видовищність.

Івент-технології перетворюють події на щось абсолютно виняткове, з точки зору її відвідувачів. Завдяки івент-технологіям певна подія — ділова чи наукова конференція, захід для преси, політична акція — набуває культур-

но-розважального характеру. Професійно організований івент-захід надає певного досвіду, безпосередньо пов'язаному з брендом, послугою, продуктом. Інтерактивні, емоційно-видовищні форми активно впроваджуються в соціально-культурні практики, сприяючи розвитку міжкультурних комунікацій [8].

На рисунку 1 розглянемо авторське бачення класифікації видів івентивного туризму на сучасному етапі.

Отже, за ознакою локалізації івентивний туризм поділяється на місцевий, що передбачає відвідування місцевих свят та подій, міських конкурсів, невеликих церемоній; регіональний, що передбачає відвідування регіональних фестивалів, виставок, шоу; вітчизняний, що передбачає відвідування національних свят, традиційних з'їздів, ярмарок; міжнародний, що передбачає відвідування міжнародних свят, карнавалів, фестивалів, виставок, конкурсів, змагань, релігійних подій.

За ознакою охоплення івентивний туризм поділяється на малий, що представлено у вигляді сімейного, самостійного туризму; середній, що передбачає залучення груп у кількості 10—50 осіб; великий, що передбачає залучення груп в кількості понад 50 осіб; глобальний, що передбачає залучення груп в кількості понад 300 осіб та змішаний івентивний туризм, за якого учасники об'єднуються в окремі невеликі групи з різною чисельністю.

За тематикою організація івентивного туризму розподіляється на культурний, спортивний, мистецький, громадський, історичний, природний, змішаний.

За ознакою насиченості туру івентивний туризм можна розподілити на вузькоформатний, який передбачає відвідування конкретної події; середньоформатний, який передбачає відвідування двох або трьох подій та широкоформатний івентивний туризм, який передбачає організацію насиченого туру з відвідуванням великої кількості локацій.

### ВИСНОВКИ

Підсумовуючи усе вищесказане, можемо зробити висновок, що івент-туризм — це



Рис. 1. Класифікація видів івентивного туризму на сучасному етапі

Джерело: згруповано автором.

швидкозростаюча галузь, яка в останні роки займає одне з головних місць у загальній класифікації туризму. У цій галузі туристи — це споживачі на потенційному ринку запланованих заходів. Але не всі події повинні бути орієнтовані на туризм, бо деяке побоювання викликає потенційний негативний вплив, пов'язаний з прийняттям маркетингової орієнтації. Також у івент-заходів є й інші цілі і завдання, включаючи формування суспільства, відродження міст, культурний розвиток. Заплановані події або івент-заходи — це просторово-часовий феномен, кожен з яких є унікальним внаслідок взаємодії навколишнього оточення, публіки, систем управління, включаючи розробку окремих елементів і програми. Запропоновано класифікацію видів івентивного туризму на сучасному етапі (за ознакою локалізації, охоплення, тематикою, насиченості туру). Аналіз основних особливостей івентивного туризму та подій показав наступне:

— подія як туристичний ресурс має яскраво виражений мультиплікаційний ефект — вона "змушує" розвиватися різні сектори туристичної індустрії для ефективнішого використання власного потенціалу;

— особливостями івентивного туризму є: відсутність сезонності; можливість прогнозуван-

ня; масовість; інтерактивність; інноваційність; регулярність подій; стимулювання повторного відвідування DESTINACIJ; видовищність.

#### Література:

1. Власенко О.Б. Івентивний менеджмент як окремий напрям досліджень в сучасній науці. Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. 2014. № 9. С. 142—145.

2. Гарбар Г.А. Туризм як соціокультурний феномен. Нова парадигма. 2013. Вип. 118. С. 86—97.

3. Герасименко В.Г., Галасюк С.С. Управління національним туризмом у контексті міжнародного досвіду. Вісн. ДІТБ / Гол. ред. д. е. н., проф., академік АЕН України М.М. Туріянська. 2008. № 12. С. 19—24.

4. Гурбик Ю. Інституційні проблеми державного регулювання туристичної сфери в Україні. Інституціональний вектор економічного розвитку. 2008. Вип. 1 (2) URL: [http://infotour.in.ua/statti\\_ukr/gurbyk.htm](http://infotour.in.ua/statti_ukr/gurbyk.htm)

5. Корнілова Н.В. Подієвий туризм в Україні. Географія та туризм. 2012. Вип. 22. С. 112—119.

6. Миронов Ю.Б., Свидрук І.І. Туризм як чинник економічного розвитку країни. Науковий вісник НАТУ України. 2016. Вип. 26.6. С. 255—262.

7. Міщенко О.В. Розвиток подієвого туризму у м. Луцьку. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Луцьк, 2014. № 11 (288): Серія: Географічні науки. С. 137—142.

8. Поплавський М.М. Івент-менеджмент у індустрії дозвілля. Питання культурології, 2017. № 33. С. 1—13.

9. Раєвська О.В. Механізми управління розвитком підприємства в умовах трансформаційної економіки: автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.00.04. Харк. нац. екон. ун-т. Х., 2007. 36 с.

10. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму [Текст]; [передмова В. М. Литвина]. К.: Видавничий Дім "Слово", 2006. 372 с.

11. Тімець О. Значення туризму як суспільного явища. URL: [https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream/6789/294/1/znach\\_turizm.pdf](https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream/6789/294/1/znach_turizm.pdf)

12. Яровий В.Ф. Сутність та удосконалення інституційного забезпечення розвитку туристичної галузі на регіональному, національному та міжнародному рівні. Глобальні та національні проблеми економіки, 2017. Вип. 15. С. 156—159.

#### References:

1. Vlasenko, O. B. (2014), "Inventive management as a separate area of research in modern science", *Naukovyj visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 9, pp. 142—145.

2. Harbar, H. A. (2013), "Tourism as a socio-cultural phenomenon", *Nova paradyhma*, vol. 118, pp. 86—97.

3. Herasymenko, V.H. and Halasiuk, S.S. (2008), "National tourism management in the context of international experience", *Visn. DITB*, vol. 12, pp. 19—24.

4. Hurbyk Iu. (2008), "Institutional problems of state regulation of the tourism sector in Ukraine", *Instytutsional'nyj vektor ekonomichnoho rozvytku*, vol. 1(2), available at: [http://infotour.in.ua/statti\\_ukr/gurbyk.htm](http://infotour.in.ua/statti_ukr/gurbyk.htm) (Accessed 20 May 2020).

5. Kornilova N.V. (2012), "Event tourism in Ukraine", *Heohrafiia ta turyzm*, vol. 22, pp. 112—119.

6. Myronov, Iu. B. and Svydruk, I.I. (2016), "Tourism as a factor of economic development of the country", *Naukovyj visnyk NLTU Ukrainy*, vol. 26.6, pp. 255—262.

7. Mischenko, O. V. (2014), "Development of event tourism in Lutsk", *Naukovyj visnyk Shkhidnoievropejs'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrainky*, no. 11 (288), pp. 137—142.

8. Poplavs'kyj, M.M. (2017), "Event management in the leisure industry", *Pytannia kul'turolohii*, vol. 33, pp. 1—13.

9. Raievnieska, O.V. (2007), "Mechanisms for managing the development of the enterprise in a transformational economy", Ph.D. Thesis, Economics and business management, Hark. nat. econ. University, Kharkiv, Ukraine.

10. Smolij, V.A. Fedorchenko, V.K. and Tsybukh, V.I. (2006), *Entsyklopedychnyj slovnyk-dovidnyk z turyzmu* [Encyclopedic dictionary-reference book on tourism], Vydavnychyj Dim "Slovo", Kyiv, Ukraine.

11. Timets', O. (2010), "The importance of tourism as a social phenomenon", available at: [https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream/6789/294/1/znach\\_turizm.pdf](https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream/6789/294/1/znach_turizm.pdf) (Accessed 20 May 2020).

12. Iarovyj, V.F. (2017), "The essence and improvement of institutional support for the development of the tourism industry at the regional, national and international levels", *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, vol. 15, pp. 156—159.

*Стаття надійшла до редакції 31.05.2020 р.*