

АГРОСВІТ

№ 4 лютий 2021

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

Добровальська Олена Володимирівна, доктор економічних наук, доцент, доцент 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 Анзоревич (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 ГТУ, завідувач відділом економічної теорії Інституту економіки імені П.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

Пантелеєва 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.

№ 4 лютий 2021 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 КВ № 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

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 25.02.21р.
Підписано до друку 25.02.21 р.

Формат 60x84 1/8, Ум. друк. арк. 7,6.

Наклад — 1000 прим.

Папір крейдований, друк офсетний.

Замовлення № 2502/1.

Віддруковано у ТОВ «ДКС Центр»

м. Київ, пров. Куренівський, 17

Тел. (044) 537-14-34

© АгроСвіт, 2021



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

№ 4 лютий 2021 р.

УНОМЕРІ:

<u>Жибак М. М., Федуняк І. О.</u>	
Економічна ефективність зерновиробництва в аграрних підприємствах Тернопільської області	3
<u>Правдюк Н. А., Кожухар В. В.</u>	
Аналітичне забезпечення управління процесом реалізації продукції галузі садівництва	9
<u>Шиманська К. В., Миронюк М. А.</u>	
SWOT-аналіз національного бренду в контексті конкурентоспроможності України на світових ринках	17
<u>Гаврик О. Ю.</u>	
Екологічна складова обліку продукції свинарства у сільськогосподарських підприємствах	24
<u>Сисоєва І. М.</u>	
Екологічні, соціальні та управлінські питання (ESG) як імператив для бізнесу в умовах пандемії	31
<u>Лобода О. М., Худік Н. Д.</u>	
Використання експертних оцінок для визначення пріоритетних напрямів впровадження цифрових технологій в агробізнесі	38
<u>Слободяник А. М., Сиза В. О.</u>	
Удосконалення моделі інтегрованої системи менеджменту якості на агропромислових підприємствах	45
<u>Гуменюк Р. П.</u>	
Система оцінювання для стратегічного планування розвитку управлінського потенціалу підприємства	51
<u>Чизмар І. І.</u>	
Систематика розвитку спорідненості кіберспортивних організацій та спільнот в Україні	57

№ 4 / 2021

CONTENTS:

<u>Zhybak M., Feduniak I.</u>	
ECONOMIC EFFICIENCY OF GRAIN PRODUCTION IN AGRICULTURAL ENTERPRISES OF TERNOPIL REGION	3
<u>Pravdyuk N., Kozhukhar V.</u>	
ANALYTICAL SUPPORT OF MANAGEMENT OF THE PROCESS OF SALE OF HORTICULTURE PRODUCTS	9
<u>Shymanska K., Myroniuk M.</u>	
SWOT-ANALYSIS OF THE NATIONAL BRAND IN THE CONTEXT OF UKRAINIAN COMPETITIVENESS IN WORLD MARKETS	17
<u>Gavryk O.</u>	
ECOLOGICAL COMPONENT OF PIG PRODUCTION ACCOUNTING IN AGRICULTURAL ENTERPRISES	24
<u>Sysoieva I.</u>	
ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE ISSUES (ESG) AS AN IMPERATIVE FOR BUSINESS IN A PANDEMIC	31
<u>Loboda O., Khudik N.</u>	
USING EXPERT ASSESSMENTS TO DETERMINE PRIORITY AREAS FOR INTRODUCTION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN AGRIBUSINESS	38
<u>Slobodianyk A., Syza V.</u>	
IMPROVEMENT OF THE MODEL OF THE INTEGRATED QUALITY MANAGEMENT SYSTEM AT AGRO-INDUSTRIAL ENTERPRISES	45
<u>Humeniuk R.</u>	
EVALUATION SYSTEM FOR STRATEGIC PLANNING OF DEVELOPMENT OF MANAGEMENT CAPACITY OF THE ENTERPRISE	51
<u>Chyzmar I.</u>	
SYSTEMATICS OF THE DEVELOPMENT OF E-SPORT ORGANIZATIONS AND COMMUNITIES IN UKRAINE	57

УДК 338.436.33.

М. М. Жибак,

д. е. н., професор, Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і природокористування України "Бережанський агротехнічний інститут"

ORCID ID: 0000-0002-1765-820X

І. О. Федуняк,

к. е. н., доцент, Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і природокористування України "Бережанський агротехнічний інститут"

ORCID ID: 0000-0002-8399-5167

DOI: 10.32702/2306-6792.2021.4.3

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ

M. Zhybak,

Doctor of Economic Sciences, Professor, SS of NULES of Ukraine "Berezhany Agrotechnical Institute"

I. Feduniak,

PhD in Economics, Associate Professor, SS NULES of Ukraine "Berezhany Agrotechnical Institute"

ECONOMIC EFFICIENCY OF GRAIN PRODUCTION IN AGRICULTURAL ENTERPRISES OF TERNOPIL REGION

У статті розглянуто науково-практичні засади формування ефективного виробництва зерна. Проаналізовано основні показники економічної ефективності аграрного виробництва з урахуванням регіональних особливостей.

Проведено аналіз сучасного стану виробництва й економічної ефективності зерновиробництва в аграрних підприємствах Тернопільської області.

Обґрунтовано напрями збільшення виробництва і поліпшення якості сільськогосподарської продукції за умови одночасного зменшення затрат праці і матеріальних засобів на одиницю продукції. Обґрунтовано систему показників, які відображають рівень економічної ефективності виробництва та реалізації зерна, що дозволяють виявити шляхи її підвищення.

Визначено основні причини зниження рівня реалізації виробленої продукції. Встановлено особливості ціноутворення на продукцію сільськогосподарських підприємств на ринку зерна.

Проаналізовано основні фактори, які впливають на ефективність виробничої діяльності. Запропоновано шляхи підвищення ефективності виробництва зерна з метою посилення їх конкурентоспроможності на ринку.

Обґрунтовано організаційно-виробничий інструментарій для підвищення ефективності виробництва зерна в аграрних підприємствах.

The article considers the scientific and practical principles of forming efficient grain production. The main indicators of economic efficiency of agricultural production are analyzed taking into account regional features.

The priority of the grain industry through food security has been determined. The analysis of the current state of production and economic efficiency of grain production in the agricultural enterprises of Ternopil region is carried out. The main indicators and indicators of grain market functioning are characterized. It is established that the increase in gross and marketable production of cereals is due to increased economic efficiency of production.

The directions of increase of production and improvement of quality of agricultural production at simultaneous reduction of labor costs and material means per unit of production are substantiated. It is determined that in order to obtain stable yields, producers should not rely only on favorable weather conditions in the season, and the use of one variety not every year will bring a high gross grain harvest with well-defined sowing dates and sowing rates. The system of indicators that reflect the level of economic efficiency of grain production and sales, which allow to identify ways to increase it, is substantiated.

The main reasons for the decrease in the level of sales of manufactured products are identified. The peculiarities of pricing for the products of agricultural enterprises on the grain market are established.

The main problems affecting the reduction of grain production efficiency are described. Ways to increase the efficiency of grain production in order to strengthen their competitiveness in the market are proposed.

It is established that the priority measures that ensure a significant increase in crop production are the introduction of a rational rate of organic and mineral fertilizers in the soil, reducing dependence on weather factors through the introduction of resource-saving technologies for growing plants. The main factors influencing the efficiency of production activity are analyzed. Organizational and production tools for improving the efficiency of grain production in agricultural enterprises are substantiated.

Ключові слова: зерновиробництво, інновації, економічна ефективність, посівні площі, урожайність, валовий збір, ціна.

Key words: grain production, innovations, economic efficiency, sown areas, yield, gross harvest, price.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ

Важливим економічним аспектом, який гарантує державну незалежність є продовольча безпека. У її досягненні і підтримці велику роль відіграє агропромисловий комплекс, оскільки є найважливішим сектором економіки України загалом.

Особливе місце у структурі агропромислового комплексу посідає зернопродуктовий підкомплекс. Світова практика доводить, що саме ринок зерна є відображенням розвитку сільського господарства, оскільки включає левову частку всіх елементів ринкових відносин.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Вивченню теоретичних та методологічних аспектів підвищення економічної ефективності зерновиробництва присвячені роботи таких провідних учених-економістів: В.Г. Андрійчук, В.І. Бойко, О.В. Боднар, С.М. Кваша, П.Т. Саблук, О.В. Олійник, С.М. Чмирь, Ю.А. Філімонов, О.М. Шпичак, О.В. Шубравська та багато інших. Але на сьогодні низка проблем залишаються малодослідженими та вимагають подальшого наукового обґрунтування і практичного вирішення. Зокрема це стосується питання підвищення економічної ефективності виробництва зерна на рівні окремих областей.

МЕТА СТАТТІ

Метою дослідження є обґрунтування теоретичних підходів з розробкою практичних рекомендацій для забезпечення ефективного розвитку зернового господарства.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У масштабі економічного розвитку країни та її економічного потенціалу, зернове господарство виступає джерелом поліпшення ресурсного та розвитку експортного потенціалів.

Як показують дослідження науковців, зерновиробництво є головною галуззю землеробства України і саме тому зернові культури за питомою вагою у структурі посівних площ займають левову частку [1—3].

Зернове господарство є пріоритетною галуззю аграрної економіки України, адже забезпечуючи продовольчу безпеку країни, воно також становить основу розвитку національного агропродовольчого ринку. В умовах сьогодення випуск конкурентоспроможної продукції зернової галузі можливий тільки на основі здійснення інноваційної діяльності в аграрних підприємствах.

На основі зернового сектору формується пропозиція та вартість основних продовольчих груп товарів, що передусім стосується продуктів переробки зерна та фуражного зерна для тваринництва, забезпечення доходів сільськогосподарських виробників, вагомий поштовх у розвитку сільських територій та забезпечення валютних надходжень за рахунок експорту.

Розвиток зернового господарства відбувається завдяки підвищенню економічної ефективності виробництва зерна, що дає можливість забезпечити збільшення валової та товарної продукції зернових культур, змінити матеріально-технічну базу галузі.

Стосовно ефективності сільського господарства загалом, то С.В. Мочерний у еконо-

Таблиця 1. Динаміка посівних площ зернових культур в аграрних підприємствах Тернопільської області, тис. га

Показники	Роки					Відхилення (+,-) 2019 р. до 2015 р.
	2015	2016	2017	2018	2019	
Культури зернові та зернобобові – всього	313,5	330,6	317,9	325,0	326,1	12,6
з них: пшениця	143,6	160,0	137,9	139,8	161,9	18,3
ячмінь	48,6	55,7	55,7	65,9	67,1	18,5
жито	0,4	0,3	0,6	1,0	1,1	0,7
овес	2,1	2,3	1,8	1,2	1,1	-1
кукурудза на зерно	102,0	94,1	91,9	91,5	84,0	-18
гречка	7,9	6,8	8,2	4,2	1,7	-6,2
культури зернобобові – всього	8,7	11,2	21,8	21,2	8,8	0,1
у т.ч. горох	6,9	9,1	19,3	18,0	7,5	0,6
вика	0,6	0,5	0,2	0,2	0,1	-0,5

Джерело: проаналізовано на основі даних [3].

мічній енциклопедії визначає її як "результативність господарської та фінансової діяльності суб'єктів господарювання, здатних забезпечити високі показники продуктивності праці, зростання фондівдачі та зниження собівартості, зростання рентабельності та врожайності сільськогосподарських культур та ін." [4, с. 514].

Підвищуючи економічну ефективність виробничих процесів, при врахуванні економії витрат, можна максимально збільшити виробництво валової продукції, що в свою чергу дає можливість в отриманні більшої суми грошових надходжень для аграрних підприємств.

Економічна ефективність виробництва відображає результати діяльності галузі рослинництва з виробництва зернових культур, необхідних господарству, використовуючи виробничі ресурси та інноваційні технології. Критерієм відображення результатів виробництва є сукупність найважливіших економічних показників, що дають можливість визначити ви-

користання трудових, матеріальних та фінансових ресурсів.

Структура посівних площ зернових культур за останні роки зазнала певних змін.

У 2019 році, в загальному по зернових культурах проявляється тенденція до зростання посівної площі на 12,6 тис. га відносно 2015 року. У розрізі за окремими культурами відбулося зростання посівної площі під пшеницею на 18,3 тис. га, ячмінь — 18,5, жита — 0,7, та зернобобових культур на 0,1 тис. га. Але все ж під деякими культурами посівні площі зменшуються, зок-

рема під овес, кукурудзу на зерно та гречку на 1, 18 та 6,2 тис. га відповідно.

Одним із основних показників, який відображає рівень виробництва продукції рослинницької галузі є урожайність, а саме це відносний показник стану й розвитку галузі, в якому відображено природно-економічний потенціал та стан організаційно-господарської діяльності аграрних підприємств. Адже загальновідомим є той факт, що максимізувати валовий збір продукції не застосовуючи екстенсивного шляху виробництва можливо завдяки вищій урожайності культур.

За досліджуваний період урожайність основної частини зернової продукції зазнала позитивних змін. Найбільше зросла урожайність жита — на 15,2 ц/га, а також урожайність кукурудзи на зерно — на 32,4 ц/га.

Для отримання стабільних врожаїв виробникам не слід покладатися тільки на сприятливі погодні умови в сезоні, а використання одного сорту не кожного року принесе високий валовий

Таблиця 2. Динаміка урожайності сільськогосподарських культур в аграрних підприємствах Тернопільської області, ц/га

Показники	Роки					Відхилення (+,-) 2019 р. до 2015 р.
	2015	2016	2017	2018	2019	
Культури зернові та зернобобові – всього	55,0	58,1	64,7	64,4	65,1	10,1
з них: пшениця	53,2	53,1	61,6	56,9	55,9	2,7
ячмінь	50,4	51,6	60,0	47,2	52,8	2,4
жито	28,5	53,9	61,2	56,2	43,7	15,2
овес	29,7	29,5	30,2	23,2	27,3	-2,4
кукурудза на зерно	65,9	77,4	83,3	99,6	98,3	32,4
гречка	8,5	11,0	13,0	14,6	10,6	2,1
культури зернобобові – всього	32,2	34,1	40,4	28,6	31,2	1
у т.ч. горох	36,2	37,9	43,2	30,4	31,7	-4,5
вика	14,6	14,9	20,1	15,5	9,9	-4,7

Джерело: проаналізовано на основі даних [3].

вий збір зерна при достатньо точно визначених термінах сівби, нормах висіву тощо.

Підвищення врожайності зернових культур в області можна досягти, використовуючи резерви виробництва, пов'язані з інноваційністю галузі, а саме: використання новітніх засобів захисту і регуляторів росту рослин; раціональний підбір сортів та відповідних технологій, пристосованих до застосування в різних ґрунтово-кліматичних зонах; скорочення втрат врожаю при збиранні. За рахунок цих заходів можна одержати приріст врожаю 25,5 ц з 1 га [5].

Підсумковою складовою виробничого процесу вирощування сільськогосподарських культур, де тісно взаємодіють економічний і біологічні процеси відтворення є показник валового збору.

Зважаючи на збільшення посівних площ, динаміка валових зборів більшості зернових культур у сільськогосподарських підприємствах Тернопільської області у 2019 р. зросла порівняно із 2015 р., а саме пшениці на 3987, ячменю — 193, жита — 36, кукурудзи на зерно — 1532, тис. ц., але не може залишатися осторонь і той факт, що відбулося значне зменшення валових зборів вівса, гречки та зернобобових, відповідно на 31; 49 та 6 тис. ц.

Пріоритетними заходами, які забезпечують вагомий приріст продукції рослинництва та зерновиробництва зокрема — це внесення у ґрунт раціональної норми органічних і мінеральних добрив. Тільки на основі підвищення родючості ґрунтів можна суттєво збільшити виробництво продукції рослинництва не розширюючи площі посіву. Застосування добрив під зернові культури повинно забезпечувати оптимальне живлення рослин для досягнення високих урожаїв [6]. Удобрені в оптимальних нормах посіви стійкіші до хвороб, шкідників та краще переносять морози.

Важливим показником, який є основою інноваційності розвитку галузі та дає можливість забезпечити економію ресурсів, підвищити урожайність культур та родючість ґрунтів, покращити параметри якості, а також зменшити залежність від погодних факторів

Таблиця 3. Динаміка валових зборів зернових культур у аграрних підприємствах Тернопільської області, тис. ц

Показники	Роки					Відхилення (+,-) 2019 р. до 2015 р.
	2015	2016	2017	2018	2019	
Культури зернові та зернобобові – всього	17241	19208	20566	20938	21228	3987
з них: пшениця	7641	8496	8489	7952	9050	1409
ячмінь	2451	2879	3345	3113	3544	1093
жито	11	18	35	57	47	36
овес	63	69	53	27	32	-31
кукурудза на зерно	6726	7289	7658	9117	8258	1532
гречка	67	74	106	61	18	-49
культури зернобобові – всього	280	383	880	608	274	-6
у т.ч. горох	249	345	831	547	239	-10
вика	9	7	4	2	1	-8

Джерело: проаналізовано на основі даних [3].

є впровадження ресурсоощадних технологій вирощування культур. Такі технології дають можливість замінити таку енергоємну операцію, як оранка, не обертаючи верхнього шару ґрунту, культивування чи обробіток дисковими боронами, або застосування прямої сівби.

Для виробничого процесу важливе значення має обсяг реалізації виробленої продукції, адже отримані кошти від продажу товару забезпечують прибуток та процес розширеного відтворення.

У продовж 2019 року порівняно із 2015 роком обсяги реалізації зернових культур аграрними підприємствами зменшились на 114,7 тис. тонн, де основною причиною цього є відсутність досконалої системи для стабільних шляхів реалізації виробленої продукції та реалізація через посередників. Необхідно відмітити, що відбувся значний спад обсягів реалізації кукурудзи на зерно, саме на 146 тис. тонн, що пов'язане із насиченням даним продуктом певних зарубіжних ринків.

У сучасних умовах господарювання основним завданням аграрних підприємств є розв'я-

Таблиця 4. Динаміка обсягів реалізації сільськогосподарської продукції за всіма напрямками, тис. т

Показники	Роки					Відхилення (+,-) 2019 р. до 2015 р.
	2015	2016	2017	2018	2019	
Культури зернові та зернобобові – всього	1700,2	1306,1	1320,1	1395,4	1585,3	-114,7
з них: пшениця	648,0	602,0	571,1	598,2	651,0	3,0
ячмінь	212,0	212,0	242,0	205,0	234,1	22,1
жито	1,0	1,4	2,3	6,7	2,8	1,8
овес	3,3	1,3	1,4	1,9	1,2	-2,1
кукурудза на зерно	815,8	466,9	450,4	524,9	669,8	-146
гречка	4,6	4,2	4,4	3,0	2,1	-2,5
культури зернобобові – всього	15,4	18,0	48,4	55,3	23,6	8,2

Джерело: проаналізовано на основі даних [3].

Таблиця 5. Середні ціни реалізації зернових культур аграрними підприємствами Тернопільської обл., грн/ц

Показники	Роки					Відхилення (+,-) 2019 р. до 2015 р.
	2015	2016	2017	2018	2019	
Культури зернові та зернобобові – всього	2680,0	3177,9	3668,4	4275,0	3859,3	1179,3
з них: пшениця	2527,7	3006,7	3654,8	4391,4	4062,8	1535,1
ячмінь	2841,8	2981,0	3720,3	4926,8	4224,6	1382,8
жито	2307,8	2929,7	4200,5	3156,1	5253,4	2945,6
овес	1867,3	2916,3	2707,5	3847,4	4757,5	2890,2
кукурудза на зерно	2682,6	3311,4	3380,8	3814,8	3450,7	768,1
гречка	7395,9	11893,1	10197,9	6385,0	7069	-326,9
культури зернобобові – всього	5512,5	5747,8	5648,3	4996,8	5576,0	63,5

Джерело: проаналізовано на основі даних [3].

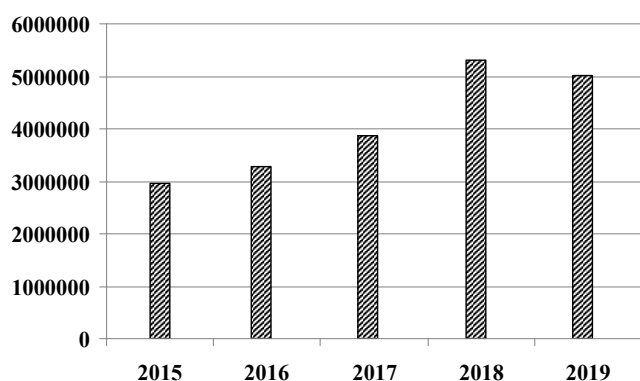


Рис. 1. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн

Джерело: проаналізовано на основі даних [3].

зання проблеми ціноутворення на сільськогосподарську продукцію, адже враховуються не тільки витрати плюс прибуток, але і закони ринкової економіки.

Ринки сільськогосподарської продукції є максимально наближеними до ринків досконалої (чистої) конкуренції, крім того, ціна на продукцію сільського господарства значною мірою залежить від різноманітних посередників, трейдерів і переробників [7, с. 41]. Загалом у

сфері сільського господарства існують такі основні підходи до формування ціни, як витратний, орієнтований на ринковий попит та орієнтований на конкуренцію [8, с. 218]. Аналізуючи середні ціни у 2019 р. на зернові культури у порівнянні з 2015 р., можна констатувати їх загальне зростання.

Ціна 1 центнера зернових та зернобобових загалом у 2019 році відносно 2015 року збільшилася на 1179,3 грн, а особливо зросли ціни реалізації жита та вівса, відповідно на 2945,6 та 2890,2 грн, що дає потенційні можливості для майбутніх товаровиробників.

Рівень цін та обсяги реалізованої продукції спричинили відповідні фінансові результати реалізації сільськогосподарської продукції.

Ключовою складовою успіху у конкурентній боротьбі є рівень собівартості продукції, в якій акумулюється ефективність використання усіх факторів виробництва.

За досліджуваний період собівартість реалізованої продукції зросла на 2051406,3 тис. грн. Різке зростання собівартості продукції пов'язане із впливом такого економічного фактору, як зростанням цін на матеріально-технічні ресурси, нафтопродукти та надані послуги.

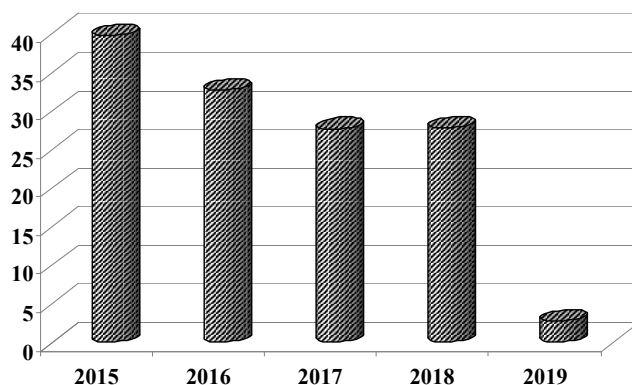


Рис. 2. Динаміка рівня рентабельності, %

Джерело: проаналізовано на основі даних [3].

Показником економічної ефективності виробництва продукції є рентабельність виробництва. Цей показник не тільки відображає матеріально-грошову форму виробничого процесу, але і показує вміння працювати в ринкових умовах, адже його зростання чи спад характеризує прибутковість або збитковість господарювання.

Рівень рентабельності за досліджуваний період зменшився на 37,1 %. Цей показник відображає, наскільки прибутковою є діяльність підприємства, адже чим вищий коефіцієнт рентабельності, тим ефективнішою є діяльність. Тому сільськогосподарським виробникам необхідно зменшувати витрати на виробництво та реалізацію продукції з одночасним збільшенням обсягів.

ВИСНОВКИ

В умовах сьогодення ефективність виробництва зернових культур дає можливість охарактеризувати його конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Це визначає здатність до розширеного відтворення, можливість збільшення обсягів виробництва, забезпечення новими робочими місцями, розвиток сільських територій та зростання добробуту. Зерновиробництво в аграрних підприємствах Тернопільської області є однією з основних галузей, які забезпечують прибутковість виробників. Дослідження доводять, що до основних факторів, які мають позитивний вплив на економічну ефективність виробництва зерна відносять не тільки збільшення площі посіву, але і впровадження інноваційних технологічних процесів, що дають змогу отримати високі прибутки не сподіваючись на сприятливі кліматичні умови.

Результати проведених досліджень свідчать, що для підвищення врожайності, яка дасть можливість суттєво покращити зростання ефективності виробництва зернових культур відносять: оптимізацію режиму живлення рослин на основі раціональних норм, використання високоврожайних сортів та гібридів для відповідних районованих зон, застосування раціональних схем розміщення рослин за кращими попередниками в системі сівозмін, скорочення кількості агротехнічних заходів обробітку ґрунту, застосування інтегрованих систем захисту рослин, дотримання своєчасності виконання всієї сукупності технологічних операцій, а також раціональне використання трудових, матеріальних та фінансових ресурсів.

Література:

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: підручник. К., 2006. 512 с.

2. Бойко В.І. Зерно і ринок: монографія. К., 2007. 312 с.

3. Статистичний щорічник Тернопільської області за 2019 рік. Державний комітет статистики України. Головне управління статистики в Тернопільській обл. Т., 2020. 224 с.

4. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.1 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп.ред.) та ін. К., 2000. 864 с.

5. Чмирь С.М. Напрямки підвищення ефективності зерновиробництва. Економіка АПК. 2007. № 8. С. 21—24.

6. Кучер С.В. Фактори впливу на стан зерновиробництва в Україні. Економіка АПК. 2004. № 1. С. 114—118.

7. Барілович О.М. Особливості ціноутворення на сільськогосподарську продукцію. Науковий вісник національного університету біоресурсів і природокористування України. 2013. № 181. С. 38—44.

8. Коваленко О.Ю. Цінова конкурентоспроможність та особливості процесу ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції. Інноваційна економіка. 2013. № 3. С. 218—226.

References:

1. Andriychuk, V.H. (2006), *Ekonomika ahrarnykh pidpryiemstv* [Economics of agricultural enterprises], Kyiv, Ukraine.

2. Bojko, V. I. (2007), *Zerno i rynek* [Grain and market], Kyiv, Ukraine.

3. The Main Department of Statistics in the Ternopil region (2020), *Statystychnyi shchorichnyk Ternopilskoi oblasti za 2019* [Statistical Yearbook of Ternopil region for 2019], The Main Department of Statistics in the Ternopil region, Ternopil, Ukraine.

4. Mochernyy, S.V. (2000) *Ekonomichna entsyklopediya: T1* [Economic Encyclopedia: In three volumes. Vol. 1], Kyiv, Ukraine.

5. Chmyr', S. M. (2007), "Directions for improving the efficiency of grain production", *Ekonomika APK*, vol. 8, pp. 21—24.

6. Kucher, S.V. (2004), "Factors influencing the state of grain production in Ukraine ", *Ekonomika APK*, vol. 1, pp. 114—118.

7. Barylovych, O. M. (2013), "Features of pricing on agricultural produce", *Naukovyj visnyk natsional'noho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy*, vol. 181, pp. 38—44.

8. Kovalenko, O. Yu. (2013) "Price competitiveness and features of process of pricing at the market of agricultural produce ", *Innovatsijna ekonomika*, vol. 3, pp. 218—226.

Стаття надійшла до редакції 03.02.2021 р.

УДК 657.471.66-047.44:338.432:635

Н. А. Правдюк,

д. е. н., професор, завідувач кафедри бухгалтерського обліку,
Вінницький національний аграрний університет

ORCID ID: 0000-0003-0149-3612

В. В. Кожухар,

аспірант першого року навчання кафедри бухгалтерського обліку,
Вінницький національний аграрний університет

ORCID ID: 0000-0002-0729-2224

DOI: 10.32702/2306-6792.2021.4.9

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ГАЛУЗІ САДІВНИЦТВА

N. Pravdyuk,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Accounting,
Vinnytsia National Agrarian University

V. Kozhukhar,

Postgraduate student of the first year of study of the Department of Accounting,
Vinnytsia National Agrarian University

ANALYTICAL SUPPORT OF MANAGEMENT OF THE PROCESS OF SALE OF HORTICULTURE PRODUCTS

У статті розглянуто аналітичне забезпечення управління процесом галузі садівництва. Розкрито сутність понять "аналітичне забезпечення управління" та "процес реалізації". Проведено аналіз експортних поставок плодів та ягід України. Охарактеризовано, що особливістю ціноутворення і цін на сільськогосподарську продукцію також є те, що по більшості її видів проявляється сезонне коливання цін, зображено формування ціни на ринку продукції. Зазначили та проаналізували, що кожного року коливання середніх реалізаційних цін на плоди та ягоди майже однакові, висвітлено середні ціни за місяць у періоді 2015—2019 рр. Зображено стан садівництва України та Вінницькій області, тому як найбільш сприятливою для виробництва галузі садівництва є Вінницька область та має велику кількість садів у плодоносному віці.

The development of any branch of agriculture has its own characteristics, dynamics of indicators and trends. The horticultural industry is one of the most attractive branches of agriculture. A comprehensive analysis of development can be obtained only by analyzing the appropriate marketing strategy, a mandatory component of which is to assess the attractiveness of the segment. This category is part of a marketing strategy to reach the market. The article considers the analytical support of the process of horticulture. The essence of the concepts "analytical management" and "implementation process" is revealed.

The analysis of export deliveries of fruits and berries of Ukraine is carried out. It is characterized that the peculiarity of pricing and prices for agricultural products is also that most of its species show seasonal price fluctuations, shows the formation of prices in the product market. It was noted and analyzed that each year the fluctuations of the average selling prices for fruits and berries are almost the same, the average prices for the month in the periods 2015-2019 are highlighted. The state of horticulture in Ukraine and Vinnytsia region is depicted, because the most favorable for the production of horticulture is Vinnytsia region and has a large number of gardens in the fruiting age.

Modern conditions of Ukraine's development dictate the need for comprehensive marketing research of the market of horticultural products in terms of its consumers. This is evidenced by the steady trend in recent years to reduce the consumption of fruits and berries by the population of Ukraine. In order to avoid negative transformations of the horticultural industry, it is necessary to activate marketing activities by all means. It is necessary to focus on attracting

new consumers, their positive attitude to manufacturers, the use of their brands, encouraging and expanding interested customers. The growing popularity of the Ukrainian brand, first of all, quality parameters. The horticultural industry of Ukraine is able to meet both domestic needs and produce these products for export. But the current level of production of fruits and berries in Ukraine is very low in comparison with the countries of developed horticulture, despite the rather favorable conditions for its development.

Ключові слова: галузь садівництва, рослинництво, продукція, стратегія, розвиток, плодово-ягідна продукція, експорт, маркетинг.

Key words: horticulture, crop production, products, strategy, development, fruit and berry products, export, marketing.

ВСТУП

Розвиток будь якої галузі сільського господарства має власні характерні риси, динаміку показників та тенденції. Галузь садівництва є однією з привабливих галузей сільського господарств. Комплексний аналіз розвитку можна отримати лише завдяки аналізу відповідно маркетингової стратегії, обов'язковою складовою якої є оцінка привабливості сегмента. Ця категорія є складовою маркетингової стратегії охоплення ринку.

На сьогодні реформування економіки України сільського господарства є з першочерговою галуззю народного господарства. Сприятливі умови більшої частини території України для успішного вирощування плодової і ягідної продукції у поєднанні з віковими традиціями її населення дають можливість садівництву посісти вищу позицію в стратегії розвитку вітчизняного сільськогосподарського виробництва. Оскільки садівництво є підгалуззю рослинництва, тому і притаманні основні технологічні характеристики цієї галузі такі: сезонність сільськогосподарських робіт та одноразовість одержання врожаю протягом року.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженню аналітичного забезпечення управління процесом реалізації продукції галузі садівництва присвячені праці вітчизняних науковців, серед яких варто виділити роботи: О.Ю. Єрмакова, О.М. Шестопаля, О.В. Кравця, В.В. Лазня, О.А. Полюховича, І.Н. Прімишева, В.Я. Плаксієнка, А. І. Шумейка.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

За невисокого рівня виробництва галузі садівництва виникають певні труднощі із збутом через нерозвиненість торговельної інфраструктури, збереження та переробки плодів, втрати зовнішніх ринків збуту, різке зменшен-

ня обсягів до споживання продукції садівництва, значне скорочення плодоносних площ багаторічних насаджень, планомірне зменшення питомої частки молодих садів, відсутність необхідної фінансової підтримки з боку держави призвели до збитковості виробництва продукції цієї галузі в більшості сільськогосподарських підприємств. В Україні аналітичне забезпечення управління галузі рослинництва (у т. ч. садівництва, п.а.) призначене для розвитку аграрного сектору та економіки країни загалом, що вимагає розробки механізмів підвищення конкурентоспроможності продукції рослинництва, здешевлення її вартості для забезпечення прибутковості вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників. Першочергова роль у цьому процесі відводиться обліково-аналітичній складовій, як засобу зниження собівартості, управління витратами та результатами діяльності [19, с. 184]. Характерною особливістю ринку процесу реалізації продукції садівництва України є недостатньо висока якість товарів, досить обмежений асортимент продуктів, відсутність їх розфасовки і упаковки, зручних для споживачів, сезонні та регіональні коливання цін і обсягів продажу продуктів, занепад оптової торгівлі, натуралізація обмінних процесів, відсутність реклами продукції.

МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Мета дослідження полягає у вивченні характеристики стану аналітичного забезпечення управління процесом реалізації продукції галузі садівництва, в доцільності охарактеризувати результати дослідження галузі садівництва, що мають значні резерви для нарощування обсягів виробництва продукції шляхом збільшення площі насаджень та застосування інтенсивних технологій, що дасть змогу поліпшити урожайність насаджень та загалом підвищити економічну ефективність досліджуваної нами галузі.

Таблиця 1. Погляди вчених щодо трактування понять "аналітичне забезпечення управління", "процес реалізації"

Автор	Визначення
Аналітичне забезпечення управління	
Штангет А.М. [1, с. 18]	«...характеризує як систему (під системою розуміють сукупність множин взаємопов'язаних елементів, які утворюють певну цілісність, оскільки воно має ознаки, властиві системі: наявність зв'язків (у тому числі зворотних), поділ на частини, наявність структури (упорядкованих елементів), цілеспрямованість, збереження певної стійкості в заданих межах під впливом зовнішніх факторів та багатоаспектність»
Пархоменко О.В. [2, с. 24]	«...послання всієї використовуваної в ній інформації, специфічних засобів і методів її аналітичної обробки, а також діяльності фахівців з її ефективного удосконалення та використання»
Лень В.С. [3, с. 71]	«сукупність обробленої облікової та необлікової інформації, призначеної для управління підприємством (організацією), напрямками його діяльності або його окремими об'єктами»
Пуцентейло П.Р. [4, с. 195]	«...є цілеспрямованою організованою діяльністю осіб, відповідальних за збір, обробку та аналіз внутрішньої і зовнішньої інформації, що є необхідною для управління підприємством»
Правдюк Н.Л. [11, с. 58]	«...порядок реєстрації, узагальнення та представлення менеджерам інформації щодо діяльності підприємства для підготовки та обґрунтування ними управлінських рішень»
Процес реалізації	
Лишилєнко О.В. [5, с. 107]	«Кінцевий етап кругообігу господарських засобів, який пов'язаний із реалізацією готової продукції, виконаних робіт та наданих послуг підприємством і, як результат, із встановленням фінансового результату його діяльності»
Сук П.Л. [6, с. 330]	«Операцій з продажу готової продукції, виконаних робіт і наданих послуг, під час яких відбувається передача готової продукції споживачам, отримання оплати від них, встановлення результату діяльності»
Ковач С.І. [7, с. 105]	«Відчуження благ, що належать підприємству з метою відтворення витрат у вартісній формі з товарної на грошову»
Огійчук М.Ф. [8, с. 679]	«Відчуження активів, які належать підприємству, шляхом їх реалізації з метою відтворення використаних активів підприємства та отримання прибутку для задоволення різних потреб підприємства та його власників»
Садовська І.Б. [9, с. 141]	«Реалізація вироблених або перепроданих товарів і послуг для одержання грошової виручки»
Куценко В.Й., Барміна К.О. [10, с. 329]	«Процес реалізації є передачею готової продукції, що створена у процесі виробництва, покупцям (споживачам)»

Джерело: сформовано авторами на основі опрацьованих джерел [1–11].

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Садівництво — традиційна галузь сільськогосподарства України. Важливість галузі полягає передусім в тому, що тут виробляються цінні продукти харчування, які мають до того ж й лікувальні властивості. На сьогодні значну частину продовольчого балансу України складає продукція садівництва, а природно-економічний потенціал країни сприяє формуванню високих урожаїв плодівих культур. Враховуючи ці особливості Україна має можливість забезпечити не тільки власні потреби в продукції цієї галузі, а і експортувати.

Розвиток садівництва на сьогодні є пріоритетною галуззю вітчизняного сільськогосподарського виробництва, що мають сприяти: з одного боку, сприятливі природні умови більшої частини території України та Вінницької області для успішного вирощування пло-

вих і ягідних культур у поєднанні з віковими традиціями її населення; з іншого — велика місткість ринку плодів і ягід як всередині країни, що зумовлена високою густотою населення, його зосередженням у великих містах і промислових центрах, так і за її межами, зокрема в країнах близького зарубіжжя. Садівництво є складовою частиною сільськогосподарського виробництва, і разом з іншими галузями впливає на рівень його ефективності. Головною особливістю садівництва є те, що багаторічні насадження являють собою основні засоби виробництва, які тривалий час беруть участь у виробничому процесі, зберігаючи при цьому свою натуральну форму. Однак період застосування капітальних вкладень не збігається з періодом отримання продукції. Специфікою багаторічних насаджень є цілеспрямованість господарського використання, а також сталість місця вирощування і неможливість вільного переміщення по території господарства. Тому ефективність їх використання в значній мірі визначається правильним вибором ділянки і визначенням культурно-сортового

складу плодівих насаджень.

У сучасних умовах господарювання галузь садівництва досить часто реалізують за такими каналами як:

- продаж покупцям (заготівельним, торговельним та іншим підприємствам);
- продаж через власну торговельну мережу;
- продаж працівникам підприємства в рахунок оплати праці;
- видача натуральної оплати праці;
- продаж у рахунок товарообмінних (бартерних) операцій;
- продаж у рахунок повернення натуральних позик.

Включення вищезазначених операцій, що входять до складу реалізації галузі садівництва є цілком обґрунтованим, оскільки вони задовольняють усі умови визнання доходу (виручки) від реалізації. Однак не виключено, що

за умов підвищення доходності аграрних підприємств зазначені канали реалізації будуть трансформуватись у більш досконалі їх види.

Сучасні умови розвитку України диктують необхідність проведення комплексних маркетингових досліджень ринку продукції садівництва в частині її споживачів. Про це свідчить стійка тенденція останніх років до зменшення обсягів споживання плодів і ягід населенням України.

Для того щоб уникнути негативних трансформацій галузі садівництва, необхідно активувати маркетингові дії всіма засобами. Потрібно спрямувати роботу на залучення нових споживачів, їх позитивне ставлення до виробників, використання їх брендів, заохочення та розширення зацікавлених покупців. Зростання популярності української марки, насамперед, якісними параметрами.

Стан аналітичного забезпечення управління в галузі садівництва формується через методологічні складові. Для уточнення сутності понять "аналітичне забезпечення управління" та "процес реалізації" вважаємо за необхідне висвітлити різні варіанти трактування науковцями (табл. 1).

На підставі опрацьованих джерел можна зробити висновок, метою процесу реалізації є фінансовий результат, який істотно впливає на діяльність підприємства, що слугує для задоволення потреб підприємства та його власників. Для досягнення цієї мети необхідно мати високий рівень аналітичного забезпечення управління процесом реалізації.

Аналітичне забезпечення управління процесом реалізації у галузі садівництва — це система збору, накопичення, узагальнення даних, що дають змогу забезпечити і сформулювати інформаційне середовище для прийняття управлінських рішень щодо каналів, обсягу та умов реалізації продукції садівництва.

Галузь садівництва України в стані забезпечити як внутрішні потреби, так і виробляти дану продукцію на експорт. Але сучасний рівень виробництва плодів і ягід в Україні дуже низький у порівнянні із країнами розвинутого садівництва, не дивлячись на досить сприятливі умови для його розвитку. Навіть у роки найбільш високих валових зборів садівницької продукції її виробництво в розрахунку на душу

Таблиця 2. Стан садівництва в Україні та Вінницькій області в період 2015–2020 рр.

Регіон	Рік						Відхилення 2020 р. до 2015 р. (+/-)
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Площа плодоягідних культур у плодоносному віці, тис. га							
Україна	206,0	196,7	198,5	198,5	195,5	232,0*	+26,0
Вінницька область	24,1	24,2	22,8	23,4	22,8	25,8*	+1,7
Вироблено плодоягідної продукції всього, тис. тонн							
Україна	2152,8	2385,0	2048,0	2571,3	2118,9	2352,0*	+199,2
Вінницька область	292,3	269,5	233,7	332,3	234,8	198,4*	-93,9
Вироблено плодоягідної продукції в розрахунок на 1 особу, кг							
Україна	51,0	56,0	48,0	61,0	50,0	56,0*	+5,0
Вінницька область	68,0	63,0	55,0	78,0	56,0	54,0*	-14,0

Примітка: * — прогноз.

Джерело: сформовано авторами на основі [17; 19].

населення складало біля 80 кг, але в період з 2015 по 2020 рр., маємо значне відхилення до збільшення (табл. 2) у той час, коли в США споживання плодів і ягід складає 100 кг, Австрії — 134 кг, а в Голландії — 149 кг [12, с. 250].

Проведені дослідження свідчать, що галузь садівництва України та Вінницького регіону є потужним по виробництву плодоягідної продукції, її переробки та вирощуванню посадкового матеріалу. Площа плодово-ягідних культур в області у 2020 році за попереднім прогнозом у порівнянні з 2015 роком збільшилось на 1,7 тис. га., а виробництво плодоягідної продукції значно зменшилася у 2020 році. Необхідно зазначити, що негативно впливає на виробництво галузі садівництва, те що відбувається скорочення площ під насадження, як видно, що у 2020 році за прогнозованими даними становити 198,4 тис. тонн, це на 93,3 тис. тонн менше у порівнянні з 2015 роком.

У 2018 році був встановлений рекорд вартості експорту плодово-ягідної продукції за весь період незалежності України. Найбільшим попитом на зарубіжних ринках користувались волоські горіхи, заморожені ягоди, а також яблука українського виробництва. Головним ринком збуту нашої продукції садівництва залишився Європейський Союз. Наслідком збільшення виробництва стало зростання обсягів наявної пропозиції плодово-ягідної продукції. Однак зниження закупівельних цін, особливо на яблука, зі сторони посередників і переробників, виявилось занадто відчутним для галузевих виробників [13].

У 2019 році, загалом експорт овочів, фруктів, ягід і горіхів, свіжих, заморожених і сушених приніс Україні \$339 млн виручки — на 9,4% більше, ніж в 2018 році і на 20,1% більше, ніж у 2017 році [8]. Що ж стосується експорту пло-

Таблиця 3. Експортні поставки плодів і ягід України

Продукція	Роки						Структура %
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Експортні поставки, тис. т							
Горіхи	28,7	40,0	30,9	41,0	33,0	22,0	43,1
Банани	-	-	-	-	-	-	-
Фініки, ананаси	-	-	-	-	-	-	-
Яблука, груші, айва	5,3	14,4	23,7	42,9	42,0	14,0	27,5
Абрикоси, вишні, черешні, персики, сливи	0,9	1,9	11,7	4,0	8,2	9,2*	18,0
Ягоди	1,4	6,0	5,9	4,9	5,0	5,8*	11,4
Всього свіжих плодів і ягід	36,3	62,3	72,2	92,8	88,2	51,0*	100

Примітка: * — прогноз.

Джерело: сформовано авторами на основі [14].

доовочевої продукції у 2020 р., то очікується, що із зростанням масштабів вітчизняного виробництва експортні поставки плодів у стануть до 0,2 млн т і формуватимуться переважно за рахунок яблук і грецьких горіхів [14, с. 166]. Географія збуту плодоягідної продукції поступово змінюватиметься на користь країн Західної Європи. Зокрема, яблука, груші, айва

та горіхи на сьогодні користуються високим попитом у Німеччині, Іспанії, котрі є членами ЄС (табл. 3).

Варто зазначити, що ціновий діапазон продукції галузі садівництва не встановлюється сам по собі, він відображає вплив безліч факторів у відповідний час у відповідному місці. На ціну плодів та ягід діють різні ціноутворюючі фактори: ціни виробництва, доходи населення, ринкова ситуація, кількість маркетингових торговельних посередників тощо. Також вплив мають і деякі ціноутворювальні фактори, які діють лише на окремих етапах розвитку

товарно-грошових відносин, наприклад: умови поставок товару, взаємовідносини між продавцем і покупцем, спосіб руху продукції від виробника до споживача, франкування ціни, тобто включення до її складу витрат на страхування і доставку товару. Особливістю ціноутворення і цін на продукцію садівництва також є те, що по більшості її видів проявляється

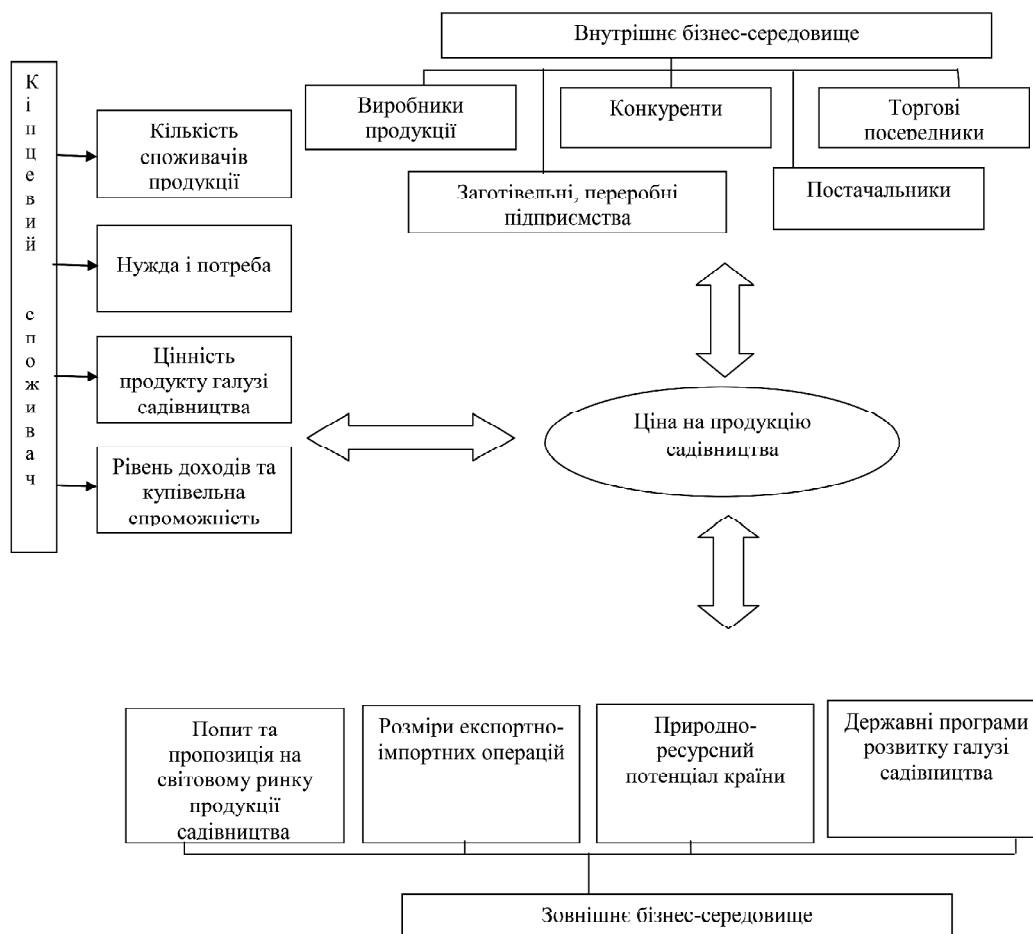


Рис. 1. Формування ціни на ринку продукції галузі садівництва

Джерело: систематизовано на підставі опрацьованого джерела [17] та доповнено авторами.

сезонне коливання цін. Зокрема ціни істотно знижуються під час масового збору врожаю і в початковий після збирання період. Ціни починають зростати і нерідко досягають свого максимуму з наближенням наступного збирального сезону [16, с. 58].

На погляд Колокольчикова І.В., формування ціни як складової системи ринкових характеристик плодово-ягідної продукції формується під впливом таких груп факторів: кінцевого споживача, що є стимулом та мотивом виробництва продукції; внутрішнього бізнес-середовища, а саме: господарюючих суб'єктів ринку, що приймають участь у процесі виробництва, переробки та продажу продукції; зовнішнього середовища, тобто розміри та умови експортно-імпортних операції, природно-ресурсний потенціал галузі та країни, економічні закони та реалізація державних програм розвитку (рис. 1).

У блоці "кінцевий споживач" вирішальним є вплив фактора платоспроможності покупця. Саме цей чинник стає мотивом вибору продукту купівлі та його кількості. У блоці "внутрішнє бізнессередовище" вагомими є виробники та посередники, бо виробник саме забезпечує наявність товарної продукції, а посередник впливає (частіше негативно) на довжину шляху від виробника до споживача, формуючи при цьому величезні надбавки до ціни. У блоці "зовнішнє бізнес-середовище" найвагоміший вплив оказують світові тенденції [18, с. 23].

Сам процес встановлення ціни на ринку плодово-ягідної продукції, тобто її рівень, сьогодні визначається під впливом більше внутрішнього середовища. Неможливість збереження та переробки продукції власними силами та маркетингові посередники значно знижують оптові ціни закупівель. Тому для виробника реалізація продукції іноді невигідна. На кінцеву ціну реалізацію впливають споживачі, які обмежують обсяги купівлі фруктів та ягід в основному в результаті низьких доходів [18, с. 24].

Ціни, які встановлюють підприємства галузі садівництва, в різні періоди під час продажу продукцію формують цінову політику підприємств, а в сукупності, і, цінову політику галузі. У стратегії трансформації АПК і забезпечення продовольчої безпеки України визначається, що цінова політика має сприяти беззбитковому виробництву сільськогосподарської продукції з відповідним рівнем продуктивності і спрямовуватися на такі цілі [19, с. 3—4]:

Таблиця 4. Середні ціни на плодово-ягідну продукцію, реалізовану підприємствами за місяць, грн/т

	Рік				
	2015	2016	2017	2018	2019
Січень	5430,2	7191,2	7049,2	10856,8	10079,0
Лютий	5899,1	7418,2	6921,5	11528,0	4739,5
Березень	8498,3	7272,0	6761,0	11721,8	4138,0
Квітень	7387,7	6403,8	6995,9	12683,7	3851,8
Травень	7365,4	7015,0	11665,4	12347,7	5628,4
Червень	11315,2	13688,9	19240,3	15692,9	19031,5
Липень	10637,5	17602,2	19975,6	13008,9	24065,2
Серпень	4658,7	8844,6	14775,9	5882,6	11424,6
Вересень	3510,9	3928,5	6987,4	2834,8	5108,8
Жовтень	3555,6	3939,6	4405,8	3064,4	4469,7
Листопад	6754,8	3705,3	7211,7	1428,1	5259,6
Грудень	7485,8	5517,0	8571,6	4060,2	7741,3

Джерело: сформовано авторами на основі [18, с. 186].

— на першому етапі в умовах обмежених фінансових можливостей держави цілями є забезпечення як мінімум простого відтворення виробництва продукції в основних галузях сільського господарства за допомогою запровадження цін підтримки (заставних цін) на квотовану сільськогосподарську продукцію в межах продовольчої безпеки країни;

— на другому етапі — на стабілізацію і створення економічних передумов розширеного відтворення продукції в обсягах внутрішніх та експортних потреб на основі дотримання цінового паритету шляхом вільного ціноутворення та за необхідності застосування еквівалентних цін;

— на третьому етапі — на здійснення поступового переходу від прямого регулювання через механізм еквівалентних цін до розширення попиту на продовольчі товари шляхом підтримки малозабезпечених верств населення.

Можна зазначити, що кожного року коливання середніх реалізаційних цін на плоди та ягоди відбуваються однакові. Максимальні ціни фіксуються в одні і ті ж самі часові проміжки. Аналогічна ситуація і з мінімальними цінами (табл. 4).

Згідно з наведеними даними протягом 2015—2019 рр., видно, що у 2019 р. найнижчі ціни на плоди та ягоди були з вересня по листопад, а саме: 5108,8 грн/т, 4469,7 грн/т, 5259,6 грн/т. Можна зазначити, що це дуже низька ціна, яка не зможе покривати витрати на виробництво цієї продукції. Найвищі ціни на плодово-ягідну продукцію зображено перед початком нового сезону їх збору. Ринок продукції в цей період представлено лише тими фруктами та ягодами, які зберігались. Як бачимо продукції не багато, але попит зростає і тому ціни високі. У 2019 р. такі ціни тримались з червня — сер-

пень. Ціна з червня по серпень — це вже ціна на перші зібрані плоди та ягоди, яка класично завжди висока: 19031,5 грн/т, 24065,2 грн/т та 11424,6.

ВИСНОВКИ

На підставі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

— управління процесом реалізації продукції галузі садівництва потребує інформаційного, у тому числі аналітичного забезпечення;

— аналітичне забезпечення управління процесом реалізації у галузі садівництва — це система збору, накопичення, узагальнення даних, що дають змогу забезпечити і сформувані інформаційно-аналітичне середовище для прийняття управлінських рішень щодо каналів, обсягу та умов реалізації продукції садівництва;

— аналіз показників галузі садівництва в цілому по Україні та по Вінницькій області свідчить, що наша країна та Вінницький регіон зокрема, є потужними виробниками продукції галузі садівництва, проте, внаслідок недоотримання цієї продукції через несприятливі погодні умови, експортні поставки України у 2020 році плодів та ягід значно зменшилися у порівнянні з 2019 роком;

— пандемія COVID-19, яка охопила весь світ, спричинила зниження купівельної спроможності населення не тільки України, а й усього світу, що негативно вплинуло на обсяги продажу садівничої продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках;

— для підвищення рівня конкурентоспроможності та досягнення високих фінансових результатів від реалізації продукції галузі садівництва, необхідно забезпечити її високу якість, що пов'язано з додатковими позавиробничими витратами.

Література:

1. Штангрет А.М. Процес здійснення обліково-аналітичного забезпечення управління економічною безпекою підприємства. Наукові записки. 2015. № 1 (50). С. 15—22.
2. Пархоменко О.В. Інформаційно-аналітичне забезпечення процесу прийняття рішень в системі науково-технічної інформації: дис... канд. екон. наук: 08.02.02 / Український ін-т науково-технічної і економічної інформації (УкрІНТЕІ). — К., 2006. — 211 арк.
3. Лень В.С. Обліково-аналітичне забезпечення: визначення поняття. Тези доповідей. Черніг. нац. технол. ун-т. 2015. С. 69—73.
4. Пуцентейло П.Р. Особливості функціонування аналітичного забезпечення підприємств. Інноваційна економіка. 2015. № 1. С. 194—198.
5. Лишиленко О.В. Бухгалтерський облік: підручник. О.В. Лишиленко. — 3-тє вид., перероб і допов. — К.: Центр учбової літератури, 2009. С. 670.
6. Сук А.К. Фінансовий облік: навч. посіб. / А.К. Сук, П.А. Сук. — 2-ге вид., переробл. і доповн. — К.: Знання, 2012. С. 647.
7. Ковач С.І. Реалізація продукції та оплата праці в с.-г. Підприємствах. Економіка АПК. 2000. № 3. С. 91—106.
8. Огійчук М.Ф. Фінансовий та управлінський облік за національними стандартами: підруч. — 6-те вид., перероб. і допов. К.: Алерта. 2011. С. 1042.
9. Садовська І.Б. Бухгалтерський облік: навч. посіб. К.: "Центр учбової літератури". 2013. С. 688.
10. Куценко В.Й., Барміна К.О. Економічна сутність процесу реалізації продукції. Фінансовий облік. 2012. С. 328—329.
11. Правдюк Н.А. Обліково-аналітичне забезпечення управління прибутком підприємства. Облік і фінанси. № 4 (70). 2015. С. 53—60.
12. Бурлай О.А., Бурлай А.П., Харенко А.О. Сучасний стан розвитку садівництва в Україні. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. 2013. Вип. 82. С. 249—259.
13. Річний галузевий звіт "садівництво та ягідництво в Україні — 2018. URL: http://ukrsadprom.org/wp-content/uploads/2019/03/2018-Richnyj-galuzevyj-zvit_Sadivnytstvo-ta-yagidnytstvo-2018.pdf (дата звернення: 20.12.2020).
14. Сало І.А. Розвиток ринку плодів в Україні [монографія]. К.: ННЦ ІАЕ. 2013. С. 394.
15. Продовольча та сільськогосподарська організація ООН. URL: <http://www.fao.org/about/en> (дата звернення: 02.01.2021).
16. Ковач І.В. Облік і аудит виробництва і реалізації продукції садівництва / І.В. Ковач, дисертація к. е. н.: 08.06.04; [Місце захисту: Київський нац-й економ-й ун-т]. — Київ, 2001. С. 199.
17. Колокольчикова І.В. Ціна в системі ринкових характеристик плодово-ягідної продукції. Економіка та інноваційний розвиток національного господарства. 2019. С. 21—26.
18. Сільське господарство України 2019 рік: статистичний збірник. 2019. С. 186. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/09/zb_sg_Ukr_2019.pdf (дата звернення: 10.01.2021).

19. Белова І.М. Побудова управлінського обліку в рослинництві в світлі вимог МСФЗ, П(С)БО 30 "Біологічні активи". Науковий журнал "Бізнес Інформ". 2015. № 3. С. 184—191.

20. Стратегія збалансованого регіонального розвитку Вінницької області на період до 2027 року. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/vinnyczka-strategiya-zbalansovanogo-regionalnogo-rozvytku-vinnyczkoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku.pdf> (дата звернення: 03.01.2021).

21. Богданюк О.В. Удосконалення інформаційно-аналітичного забезпечення управління конкурентоспроможністю садівництва. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. Вип. 2. 2014. С. 142—144.

References:

1. Stangret, A.M. (2015), "The process of accounting and analytical support of economic security management of the enterprise", *Naukovi zapysky*, vol. 1 (50), pp. 15—22.

2. Parkhomenko, O.V. (2006), "Information and analytical support of the decision-making process in the system of scientific and technical information", Abstract of PhD. dissertation, Global economy, Ukrainian Institute of Scientific and Technical Expertise and Information, Kyiv, Ukraine.

3. Laziness, V.S. (2015), "Accounting and analytical support: definition", *Tezy dopovidej. Chernih. Nats. Tekhnol. Un-t*, pp. 69—73.

4. Pucenteilo, P.R. (2015), "Features of functioning of analytical maintenance of the enterprises", *Innovatsijna ekonomika*, vol. 1, pp. 194—198.

5. Lishilenko, O.V. (2009), *Bukhhalters'kyj oblik [Accounting]*, 3rd ed, Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.

6. Suk, L. K. (2012), *Finansovyj oblik [Financial Accounting]*, 2nd ed, Znannia. Kyiv, Ukraine.

7. Kovach, S.I. (2000), "Sales and wages in agriculture. Enterprises", *Ekonomika APK*, vol. 3, pp. 91—106.

8. Ogiychuk, M.F. (2011), *Finansovyj ta upravlins'kyj oblik za natsional'nyy standartamy [Financial and management accounting according to national standards]*, 6rd ed, Alerta, Kyiv, Ukraine.

9. Sadovska, I.B. (2013), *Bukhhalters'kyj oblik [Accounting]*, Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.

10. Kutsenko, V.Y. and Barmina, K.O. (2012), "The economic essence of the product sales process", *Finansovyj oblik*, pp. 328—329.

11. Pravdyuk, N.L. (2015), "Accounting and analytical support of enterprise profit management", *Oblik i finansy*, vol. 4 (70), pp. 53—60.

12. Burlyay, O.L. Burlyay, A.P. and Kharenko, A.O. (2013), "The current state of horticulture development in Ukraine", *Zbirnyk naukovykh prats' Umans'koho natsional'noho universytetu sadivnytstva*, vol. 82, pp. 249—259.

13. UKRSADPROM (2018), "Annual industry report Horticulture and Berry in Ukraine — 2018", available at: <http://ukrsadprom.org/wp-content/uploads/2019/03/2018-Richnyj-galuzevyj-zvit-Sadivnytstvo-ta-yagidnytstvo-2018.pdf.pdf> (Accessed 20 December 2020)

14. Salo, I.A. (2013) *Rozvytok rynku plodiv v Ukraini: monohrafiia [Fruit market development in Ukraine: monograph]*. Kyiv: NNTs "IAE" in Ukrainian.

15. Food and Agriculture Organization of the United Nations (1945), available at: <http://www.fao.org/about/en> (Accessed 2 January 2021).

16. Kovach, I.V. (2001), "Accounting and audit of production and sale of horticultural products", Abstract of Ph D. dissertation, Global economy, Kyiv National University of Economics, Kyiv, Ukraine.

17. Kolokolchikova, I.V. (2019), "Price in the system of market characteristics of fruit products", *Ekonomika ta innovatsijnyj rozvytok natsional'noho hospodarstva*, pp. 21—26.

18. State Statistics Service of Ukraine (2019), "Statistical collection Agriculture of Ukraine - 2019", available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/09/zb_sg_Ukr_2019.pdf, (Accessed 10 January 2021).

19. Belova, I.M. (2015), "Construction of management accounting in crop production in the light of the requirements of IFRS, P (S) BU 30 "Biological assets", *Naukovyj zhurnal "Biznes inform"*, vol. 3, pp. 184—191.

20. Merezhko, V. (2020), "Strategy of balanced regional development of Vinnytsia region for the period up to 2027", available at: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/vinnyczka-strategiya-zbalansovanogo-regionalnogo-rozvytku-vinnyczkoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku.pdf> (Accessed 03 January 2021).

21. Bogdanyuk, O.V. (2014), "Improving information and analytical support for horticultural competitiveness management", *Instytut bukhalters'koho obliku, kontrol' ta analiz v umovakh hlobalizatsii*, vol.2, pp. 142—144.

Стаття надійшла до редакції 14.02.2021 р.

УДК 339.9

К. В. Шиманська,

д. е. н., доцент, завідувач кафедри цифрової економіки та міжнародних економічних відносин, Державний університет "Житомирська політехніка"

ORCID ID: 0000-0003-0375-5102

М. А. Миронюк,

студентка IV курсу за освітнім ступенем "бакалавр" спеціальності 292 "Міжнародні економічні відносини", Державний університет "Житомирська політехніка"

ORCID ID: 0000-0003-3936-025X

DOI: 10.32702/2306-6792.2021.4.17

SWOT-АНАЛІЗ НАЦІОНАЛЬНОГО БРЕНДУ В КОНТЕКСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ НА СВІТОВИХ РИНКАХ

K. Shymanska,

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Digital Economy and International Economic Relations, Zhytomyr Polytechnic State University

M. Myroniuk,

Bachelor Student at program "International Economic Relations", Zhytomyr Polytechnic State University

SWOT-ANALYSIS OF THE NATIONAL BRAND IN THE CONTEXT OF UKRAINIAN COMPETITIVENESS IN WORLD MARKETS

Формування національного бренду визначає спроможність країни конкурувати на закордонних ринках, гарантуючи якість власних товарів, інституційну спроможність протистояти викликам глобального світу та бути надійним партнером у міжнародних економічних відносинах. В умовах переорієнтації України на євроінтеграційний вектор бренд "Україна" є ефективним засобом формування "узору країни". Здійснене в роботі дослідження ендегенних та екзогенних умов країни, оцінка її унікальних характеристик і визначення ключових цілей в економічній, політичній, соціальній, культурній сферах дало змогу провести SWOT-аналіз національного бренду за визначеними його елементами (експорт, влада, культура, люди, туризм, інвестиції). Це дало можливість конкретизувати сильні та слабкі сторони України та сформувати вектори інституційної підтримки реалізації національного бренду нашої держави як суб'єкта міжнародних економічних відносин.

National brand determines a country's ability to compete in foreign markets, guaranteeing the quality of its goods, institutional capacity to meet the challenges of the global world and to be a reliable partner in international economic relations.

The analysis of current Ukraine's positioning has shown that the country remains for the world community one of the developing countries with an unstable political situation, corruption, IMF loans and economic troubles. In addition, Ukraine continues to be associated with the USSR and the Chernobyl accident.

However, Ukraine has enough resources to build a strong national brand. One of the most important elements of national branding is sale of domestic goods abroad. The national brand simplifies access to new markets, helps Ukrainian exporters to sell more, reduces the cost of promoting and advertising Ukrainian goods and services. This forms the same chain reaction to promote the national interests of the country in other areas (socio-cultural, tourism).

Basing on Ukraine's reorientation to the European integration vector of development, the brand "Ukraine" is a key factor of "country pattern" forming. The study of endogenous and exogenous conditions of Ukraine, its unique characteristics and key goals in economic, political, social, cultural spheres allowed to conduct a SWOT-analysis of the national brand "Ukraine" by its elements (exports, government, culture, people, tourism, investments). It enabled to specify the strengths and weaknesses of Ukraine and to form the vectors of institutional support for national brand implementation.

Identified that Export Brand of Ukraine will be a guarantee of increasing its competitiveness in the world because it influences goods and services, business environment and investment climate and tourism. Additionally, it will change consumer associations and emotions about Ukrainian products and prove the world community that Ukraine is a country with high standards, safe trading partner and guarantees consumers the quality, safety and uniqueness of goods and services.

Ключові слова: стратегічний аналіз, бренд-стратегія, SWOT-аналіз, національний бренд, міжнародна конкурентоспроможність, експорт.

Key words: strategic analysis, brand strategy, SWOT analysis, national brand, international competitiveness, export

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасний етап світового розвитку — це епоха динамічного поглиблення інтеграції політичного, економічного та культурного життя країн, активізація розвитку новітніх технологій та метаморфоза міжнародного ринку в єдиний глобальний економічний простір. На тлі глобалізації підвищується міжнародна мобільність факторів виробництва та посилюються процеси універсалізму та міжкультурної уніфікації. Це дедалі більше загострює конкуренцію між національними економіками, яка базується уже не на рівні "матеріальні/нематеріальні ресурси", а розширюється до конкурентних баталій за інвестування, сприятливі умови ведення підприємницької діяльності і навіть за сталий розвиток та безпеку. В такому інтенсивному ритмі, щоб не залишитися "за бортом" світової спільноти, країни мають генерувати нові підходи для свого соціально-економічного розвитку, вміти належним чином позиціонувати себе, просувати свої активи на всіх видах ринку та формувати унікальний конкурентний національний бренд. Для України просування власного національного бренду є вкрай актуальним питанням. Виходячи з потреби захисту своєї територіальної цілісності та переорієнтації на євроінтеграційний вектор, питання бренду "Україна" ще більше набуває нагальної оцінки та аналізу ефективних шляхів формування "узору країни".

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблематику державного бренду та процесу національного брендингу досліджували такі вчені: С. Анхольт, У. Олінс, Ф. Котлер, Й. Фен [1], Є. Яффе, І. Небензаль, М. Арончик, П. ван Хем, Д. Сонді [2], Г. Ханкінсон, Дж. Сороса, Дж. Стігліца, І.О. Білоус, Т. Циганкова. Питання національного брендингу як інструменту підвищення конкурентоспроможності у

своїх працях розглядали М. Портер, І. О. Парфенчук, Г.Г. Полішко, З.С. Люльчак, Ю.І. Галушак, О.Є. Гербера, Р.Ю. Милян, Т. Мельник, А. Варібрисова, Л. Антонюк, О. М. Собко, І.М. Бойчик, С.А. Романюк, Г.Я. Студіньська, Канані К. М. Лі, З.М. Яремко, Т.В. Смачило, Д.І. Олеха [10], Крикун Т.Є. [8], Кукса В.М. [9], Штельмашенко А.Д. [11]. Проте, питання національного бренду та його зв'язок з конкурентоспроможністю країни досі потребує теоретичного узагальнення та поглибленого аналізу, формування ефективної стратегії просування національного бренду та розробки науково-практичної бази для її використання в побудові моделі національного бренду України. Що і стало підґрунтям для вибору теми, мети, основних завдань дослідження та підтвердило актуальність проблеми.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є обґрунтування теоретичних засад та вироблення на основі їх аналізу практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності України за рахунок створення національного бренду.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Підґрунтям формування міцного та потужного національного бренду є системний аналіз ендогенних та екзогенних умов країни, оцінка її унікальних характеристик і визначення ключових цілей в економічній, політичній, соціальній, культурній сферах, що проявляється в реалізації внутрішньої та зовнішньої політики країни. Для України реалістичне визначення пріоритетів внутрішньої та зовнішньої політики є фундаментальною основою просування та найповнішої реалізації власних національних інтересів на міжнародних ринках, що стає можливим через побудову адекватної та ефективної бренд-маркетингової стратегії. Адже таке

Таблиця 1. SWOT-аналіз експорту України

Сильні сторони	Слабкі сторони
Вигідне географічне положення. Значний потенціал агропромислового комплексу (простори с.-г. угіддя та родючі ґрунти). Динамічне зростання експорту послуг у сфері ІТ. Високий експортний потенціал в сфері зв'язку та досліджень. Позитивний баланс у торгівлі послугами. Освічена та порівняно дешева робоча сила	Відсутність чітко визначеної експортної стратегії з визначенням розподілу координаційних дій різних органів влади та чітких ключових показників ефективності її виконання. Низька частка в експорті товарів з високою доданою вартістю. Сировинна орієнтованість експорту. Низька диверсифікація основних експортних пропозицій України. Тривалий дефіцит інвестування для модернізації експортноорієнтованого виробництва. Транспортно-логістичні обмеження (технічна застарілість транспорту). Висока «вартість» зовнішньоекономічної діяльності для бізнесу. Відсутність умов, що стимулюють торгівлю та інновації для диверсифікації експорту
Можливості	Загрози
Активізація та поглиблення структурних реформ, що створюватимуть сприятливі умови для розвитку експортноорієнтованого сектору. Наявність ринків, потенційні можливості яких не повністю використані для українського експорту (США, Канада, Японія). Наявність високотехнологічних підприємств, які можуть зміцнити зовнішньоекономічні позиції України (авіакосмічна галузь, приладомашинобудування). Збільшення експорту завдяки Угоді про асоціацію та поглиблену і всеосяжну зону вільної торгівлі з ЄС	Концентрованість експорту (на 10 основних торговельних партнерів припадає більше 50% загального експорту). Від'ємне сальдо торговельного балансу. Різкі коливання цін на сільськогосподарську продукцію. Зростання цін на енергоносії (негативний вплив на цінову конкурентоспроможність продукції хімічної галузі та металургійної промисловості). Сегментованість зарубіжних ринків для українського експорту

Джерело: розроблено авторами.

визначення формує місце української держави у світі, її сприйняття на міжнародних ринках та описує виклики та перспективи у різних сферах.

Базуючись на концепціях та підходах бренд-маркетингу, вважаємо за доцільне використати інструментарій SWOT-аналізу. На

розвитку національного бренду враховуючи позитивні та негативні фактори.

Тому, щоб визначити можливості, загрози, основні напрями діяльності та проблемні місця України на шляху до формування власного національного бренду, ми використали параметри оцінки потужності національного бренду за Nation Brand Index (експорт, влада, культура, люди, туризм, інвестиції) крізь призму SWOT-аналізу. Передусім національний бренд реалізується у сфері міжнародної торгівлі, тож аналіз слід почати з елементу "Експорт" (табл. 1).

Україна має достатньо потужний експортний потенціал, який може забезпечити її перехід до експорту наукомісткої та інноваційної продукції. Україна володіє повним технологічним циклом створення як космічних комплексів, так і більшості авіаційних платформ, а ІТ-сфера в Україні одна з найперспективніших та найдинамічніших. Згідно з даними Платіжного балансу Ук-

нашу думку, декомпозиція SWOT-аналізу за елементами національного бренду дасть змогу конкретизувати сильні та слабкі сторони України та сформулювати вектори інституційної підтримки реалізації національного бренду нашої держави як суб'єкта міжнародних економічних відносин.

Матриця якісного стратегічного аналізу — матриця SWOT-аналізу є головним інструментом в стратегічному плануванні розвитку бренду країни. За його допомогою можна систематично оцінити становище країни на ринку, виявити її ключові можливості та проблеми, і визначити стратегії подальшого

Таблиця 2. SWOT-аналіз влади в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
Відносна прозорість виборчого процесу. Реформування місцевого самоврядування. Покращення рівня свідомості населення. Висока громадська активність	Високий рівень корупції. Відсутність зворотного зв'язку між політичною системою та суспільством (знижує можливість коригування дій на будь-яких етапах модернізаційної політики). Негативний імідж української влади (білки у Верховній Раді). Подальший розвиток олігархічної та бюрократичної системи. Недовіра населення до влади. Недостатня координація дій між органами влади
Можливості	Загрози
Набуття чинності Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Курс на інтеграцію до євроатлантичного безпекового простору (поглиблення співпраці з Організацією Північноатлантичного договору (НАТО). Членство України в різноманітних міжнародних організаціях	Гібридна війна Росії проти України. Протистояння «Схід-Захід» України. Пандемія коронавірусу

Джерело: розроблено авторами.

раїни, експорт комп'ютерних послуг у 2019 році зріс на 30,2% порівняно з попереднім роком і склав 4,17 млрд дол. США. Відповідно, обсяг сплачених до держбюджету України податків та зборів збільшився на 28% і становив 16,7 млрд грн. Щорічно експорт ІТ-послуг зростає на 20—25% [7]. Також Україна має значний дослідницький потенціал, особливо у сфері машинобудування, а саме: авіабудування. Розвиток цих галузей допоможе в формуванні позитивного іміджу України.

Проте важливим є і інституційні механізми реалізації національної політики, що визначають привабливість секторів економіки. Це визначило наступний елемент для аналізу (табл. 2).

Внаслідок нестабільної політичної ситуації (війна на сході країни, Майдани (де українці проявили себе політично усвідомленою нацією, готовою до змін), висока корумпованість влади, анексія Криму) в світі формується негативне враження про Україну, що відповідно впливає на конкурентоспроможність країни та супроводжується скороченням прямих іноземних

Таблиця 3. SWOT-аналіз культури та традицій України

Сильні сторони	Слабкі сторони
Україна багата на традиції, звичаї та обряди. Українська мова вважається однією з найкрасивіших мов світу. Українські культурні надбання широко відомі у світі (колядка «Щедрик» - «Carol of the Bells» М. Леонтовича, твори Т.Г. Шевченка перекладено більше 100 мовами світу, 1384 - кількість пам'ятників у світі встановлені Т.Г. Шевченку). Традиційний український одяг вишиванка – візитівка України, яка підкорила міжнародні подіуми (французький дизайнер Жан-Поль Готье присвятив власну колекцію суконь українській вишиванці, український орнамент також використовували відомі кутюр'є Джон Гальяно та Валентіно).	Українська мова не є панівною у громадських та приватних сферах. Культурне протистояння Сходу та Заходу. Залишок радянських традицій (святкування радянських свят, перенесення робочих днів на вихідні (застарілий Трудовий кодекс) → тіньова економіка)
Можливості	Загрози
Поширення української мови у світі завдяки запуску україномовних аудіогідів у історичних пам'ятках світу (11 аудіогідів за 2020 рік). Завоювання сфери моди та стилю (представлення національних етнічних мотивів в одязі на світових подіумах та тижнях мови → пропагування укр. культури). Підвищення туристичної привабливості країни. Розвиток культурного продукту через діаспори	Глобалізація → загострення етнокультурних суперечностей, Русифікація українського населення (схід України). Посилення інтеграційних процесів → культурна асиміляція українського населення

Джерело: розроблено авторами.

інвестицій в країну. Тому важливим кроком є зміна іміджу влади і рушієм змін є молодь, яка з роками стає все більш модернізовано українською. Тому Україні варто розвивати громадський сектор, посилювати співпрацю з міжнародними організаціями та продовжувати співпрацю з ЄС та НАТО.

Цьому сприятиме посилення складової унікальних культури та традицій України (табл. 3).

В Україні є значне історичне та культурне підґрунтя для формування унікального націо-

Таблиця 4. SWOT-аналіз населення України

Сильні сторони	Слабкі сторони
Велика кількість населення (33 місце в світі). Помірно-континентальний клімат, комфортний для проживання населення. Пропагування здорового способу життя та наявність відповідної інфраструктури. Кадровий потенціал (висококваліфіковані робітники). Широка мережа навчальних закладів. Висока громадська активність молоді. Політично усвідомлена нація	Масова трудова міграція. Відтік інтелектуального капіталу за кордон. Високий рівень безробіття, особливо серед молоді. Висока смертність населення (6 місце в світі [5]). Від'ємний приріст населення. Дисбаланс між пропозицією та попитом на професійні навички на ринку праці. Низька внутрішня мобільність робочої сили. Переважаюча зайнятість населення в сфері промисловості та с/г господарства. Низький рівень реальної заробітної плати. Низька продуктивність праці
Можливості	Загрози
Завершення медичної реформи. Створення рівних можливостей для всіх українців незалежно від статі, віку, культурних, фізичних та ментальних відмінностей в рамках реалізації програми «Партнерства Біарріш». Удосконалення законодавства про охорону праці, посилення співпраці з МОП. Збільшення відсотку бюджету на освіту всіх рівнів. Зростання кількості населення зі знанням декількох іноземних мов. Проведення політики підвищення кваліфікації та перепідготовки робітників. Смарт-держава: розвиток електронних адміністративних послуг	Посилення еміграції трудового населення, що призведе до втрати трудових ресурсів. Підвищення попиту на низькокваліфіковану робочу силу. Війна на Сході країни → «інвалідизація» українського населення. Посилення протистояння Сходу та Заходу

Джерело: розроблено авторами.

Таблиця 5. SWOT-аналіз туризму в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
Вигідне географічне положення. Унікальні пам'ятки історії та культури. (7 з яких належить до Світової спадщини ЮНЕСКО [6]). Збереження народних звичаїв та традицій. Гостинність українців. Багаті природно-рекреаційні ресурси. Морське узбережжя з м'яким кліматом. Гірськолижні курорти. Наявність мінеральних джерел та джерел з лікувальними грязями	Низький рівень оплати праці населення зайнятого в сфері культури. Низький рівень культурної свідомості населення. Відсутність стратегії просування українського культурного продукту. Обмеженість транспортної доступності до туристичноорієнтованих місць. Низький рівень розвитку придорожньої інфраструктури. Невідповідність якості та ціни туристичного продукту
Можливості	Загрози
Покращення якості обслуговування та безпеки туристів. Організація нових туристичних пропозицій (фестивалів, кулінарних турів). Залучення міжнародних туристичних операторів. Забезпечення зростання національного туризму через посилення бренду міст (Львів, Київ, Харків). Участь у спеціалізованих грантових програмах. Створення економічних стимулів для розвитку туризму через систему податкових пільг	Війна на Сході України. Посилення карантинних обмежень через пандемію COVID-19. Низький рівень підтримки малого та середнього бізнесу, зайнятих в сфері туризму. Втрата туристичного бізнесу через низький рівень Низькі темпи розвитку повноцінної туристичної інфраструктури

Джерело: розроблено авторами.

нального бренду. Українська мова одна з найкрасивіших мов світу, а згідно з дослідженням Visual Capitalist входить до топ-50 найбільш поширених мов світу [2].

Однак не слід забувати про важливість людських ресурсів як невід'ємного елементу національного бренду. Причому тут слід аналізувати як людські ресурси, так і умови їх становлення та розвитку (табл. 4).

Населення країни є одним із основних параметрів при формуванні національного бренду. В створенні бренду "Україна" можна вико-

Таблиця 6. SWOT-аналіз інвестицій та бізнес-середовища України

Сильні сторони	Слабкі сторони
Проведення бізнес-форумів з потенційними інвесторами. Наявність значної сировинної бази. Вигідне положення між західними та східними ринками. Великий внутрішній ринок	Несприятлива геополітична ситуація Недостатній захист інвесторів. Високий рівень корупції. Неефективність державного апарату. Слабкість інституційних структур. Макроекономічна нестабільність. Недостатній рівень розвитку фінансових ринків. Ускладнений доступ МСП до фінансових ресурсів
Можливості	Загрози
Угода про асоціацію між Україною та ЄС. Електронна система публічних закупівель. Покращення показників в рейтингу Doing business. Підняття в рейтингу економічної свободи, IMF. Створення страхових інвестиційних фондів	Продовження російської збройної агресії Росії проти України → погіршення інвестиційного клімату. Скорочення російських інвестицій. Кризи на зовнішніх ринках (фінансових, сировинних). Відсутність можливості прогнозування інвестиційної діяльності. Незавершеність реформування судової та правоохоронної систем

Джерело: розроблено авторами.

ристати те, що українці — освічена, відкрита, гостинна та трудолюбива нація з високим рівнем громадської активності. Тому слід просувати цю ідею через співпрацю з міжнародними організаціями та в рамках партнерства з іншими країнами.

Подані вище елементи логічно визначають наступний — туризм (табл. 5).

Що стосується сфери туризму, то в побудові міцного бренду Україні потрібно використати вигідне географічне положення та потужний історико-культурний та рекреаційний потенціали, просувати диференційований туристичний продукт.

Експортний потенціал, культурні, людські та туристичні ресурси визначають, на нашу думку, інвестиційну привабливість, яка ефективно може бути реалізована за умов належного бізнес-клімату (табл. 6).

Інвестиційний клімат в Україні є мало сприятливим, проте спостерігаються значні покращення в інвестиційній політиці і запровадженні реформ, які впливають із зобов'язань за Угодою про асоціацію з ЄС.

Зважаючи на дані таблиці та оцінюючи подальші перспективи формування бренду "Україна", ми сформуливали загальний SWOT-аналіз розвитку національного бренду (табл. 7).

Результати, представлені у SWOT-аналізі не є вичерпними, однак це основні сфери в формуванні конкурентоспроможного національного бренду. За результатами нашого дослідження встановлено, що підґрунтям українського бренду є вигідне географічне положення, значна кількість сировинних та рекреаційних ресурсів, високоякісний трудовий потенціал.

Проте особливу увагу слід звернути на слабкі сторони українського національного бренду, що стають креативними точками. Так, неефективне використання наявних ресурсів, відсутність чітко скоординованих державних реформ та програм, військовий конфлікт у країні, корумпованість влади призвели до низь-

кої частки в експорті товарів з високою даною вартістю, несприятливого інвестиційного середовища та неефективності трудових ресурсів, про що свідчать дані міжнародних рейтингів, які були оцінені нами раніше.

Окрім того, важливою "слабкою стороною" формування національного бренду України є протистояння Сходу та Заходу країни, адже ідея національної ідентичності лежить в основі бренду країни, тому зміцнення державної ідея має бути одним із першочергових завдань. У зв'язку із проблемами, які властиві українському бренду, виникають такі загрози, як позиціонування України у світі як небезпечної та несприятливої для ведення бізнесу країни зі слабкими інституціями та фінансовим ринком. Так, у рейтингу конкурентоспроможності показники "Макроекономічна стабільність", "Фінансовий ринок" та "Інституції" зайняли останні місця в загальній оцінці України, 133, 136 та 104 зі 141 місця відповідно [4]. Проте існують перспективи створення потужного національного бренду і для України такими можливостями є використання глобалізації та інтеграційних процесів для підтримки реформ у країні, орієнтація на укріплення співпраці з ЄС, а також новий вектор розвитку зовнішньоторговельної стратегії України.

ВИСНОВКИ

Створення сильного національного бренду є запорукою стійкого економічного розвитку України та можливістю ефективного просування українського експорту на міжнародних ринках. Національний бренд є комплексом самобутніх та унікальних факторів та характеристик, які об'єднують загальні уявлення про країну в міжнародній економічній системі та виокремлюють її від інших країн світу. Ефективний бренд є сильним важелем впливу на думку споживачів, що дозволить позиціонувати країну привабливу для бізнесу, туризму та життя.

Аналіз сучасного етапу позиціонування України показав, що країна залишається для світового співтовариства однією країною з групи країн, що розвиваються з нестабільною політичною ситуацією, корупцією, кредитами МВФ та економічними негараздами. Крім того, Україна продовжує асоціюватися з СРСР та аварією на ЧАЕС. Також варто відмітити те, що вихід у 2019 році британо-американського міні-серіалу "Чорнобиль"

Табл. 7. SWOT-аналіз розвитку національного бренду України

Сильні сторони	Слабкі сторони
Вигідне географічне положення. Значна кількість сировинних ресурсів. Потужний історико-культурний та рекреаційний потенціали. Висока якість людського капіталу. Традиції та національна ідентичність	Відсутність системної державної політики. Політична нестабільність. Неефективне використання природних ресурсів. Протистояння Сходу та Заходу країни. Обмеженість в розвитку людського потенціалу. Російська збройна агресія. Фінансова нестабільність. Криміналізація стосунків між державним установами і бізнесом. Застаріла транспортна інфраструктура
Можливості	Загрози
Відкритість до інновацій та розвитку нових високотехнологічних сфер економічної діяльності. Угода про асоціацію між Україною та ЄС, приєднання до ЄС. Сприяння проведенню структурних реформ в країні іноземними партнерами	Формування іміджу небезпечної для життя і ведення бізнесу держави з нестабільною політичною ситуацією. Слабкість української продукції на міжнародних ринках. Зниження рівня життя населення та зростання безробіття. Еміграція інтелектуального капіталу за кордон

Джерело: розроблено авторами.

лише посилив "впізнання" України по одній з найбільших екологічних та техногенних катастроф у світі. Таке позиціонування країни посилює негативний імідж країни. Проте Україна має достатньо ресурсів для побудови сильного національного бренду. Одним з найважливіших елементів національного брендингу є реалізація вітчизняних товарів за кордоном. Український експорт формує 50% міжнародного іміджу України і навпаки — національний бренд спрощує вихід на нові ринки, допомагає українським експортерам продавати більше, знижує витрати на просування й рекламу українських товарів та послуг. Що в свою чергу формує таку ж ланцюгову реакцію для просування національних інтересів країни в інших сферах (соціально-культурній, туристичній).

Саме тому виведення на світовий ринок Експортного бренду України — це запорука підвищення її конкурентоспроможності у світі. Експортний бренд, який впливає на 3 із 6 головних параметрів у побудові сильного національного бренду, а саме: товари і послуги, бізнес середовище та інвестиційний клімат і туризм, повинен якісно змінювати асоціації та емоції споживачів щодо української продукції та переконувати світову спільноту, що Україна — це країна, яка працює за міжнародними стандартами, є вигідним торговельним партнером та гарантує споживачам якість, безпеку та унікальність товарів і послуг.

Література:

1. Fan Y. Branding the nation: what is being branded? // Journal of Vacation Marketing. Vol. 12. № 1, 2006, pp. 5—14. URL: https://www.academia.edu/5185448/Branding_the_nation_what_is_being_branded

2. Ghosh I. Visual Capitalist Ranked: The 100 Most Spoken Languages Around the World // Visual capitalist. URL: <https://www.visualcapitalist.com/100-most-spoken-languages/>

3. Szondi G. Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences // Discussion papers in diplomacy. Netherlands Institute of International Relations "Clingendael". 2008 URL: https://www.researchgate.net/publication/253744488_Public_Diplomacy_and_Nation_Branding_Conceptual_Similarities_and_Differences

4. The Global Competitiveness Report 2019 / World Economic Forum. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf

5. The World Factbook / CIA USA. URL: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/ukraine/#people-and-society>

6. World Heritage List. URL: <https://whc.unesco.org/en/list/>

7. Асоціація "IT Ukraine". Тренди росту українського ІТ експорту. URL: <https://itukraine.org.ua/eksport-ukrainskogo-it-za-2019-rik-zris-na-30.html>

8. Крикун Т.Є. Особливості розвитку теорії національного брендингу та формування міжнародного іміджу країни у контексті системи державного управління // Електронний журнал "Державне управління: удосконалення та розвиток". № 9. 2014. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=757>

9. Куksa В.М. Формування та позиціонування бренду "Україна" у світовому просторі // ФІНАНСОВИЙ ПРОСТІР. 2017. № 2 (26). URL: <https://ofp.cibs.ubs.edu.ua/files/1702/17kv-musp.pdf>

10. Смачило Т.В., Олеха Д.І. Формування національного бренду України // Young Scientist. 2016. № 4 (31). URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/4/50.pdf>

11. Штельмашенко А.Д. Семантика терміна "Бренд держави" в політології // Політологічний вісник. 2015. Випуск 77. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Pv_2015_77_24.pdf

References:

1. Fan, Y. (2006), "Branding the nation: what is being branded?", Journal of Vacation Marketing, [Online], vol. 12, no. 1, available at: <https://>

www.academia.edu/5185448/Branding_the_nation_what_is_being_branded (Accessed 10 Jan. 2021).

2. Ghosh, I. (2021), "The 100 Most Spoken Languages Around the World", available at: <https://www.visualcapitalist.com/100-most-spoken-languages/> (Accessed 10 Jan 2021).

3. Szondi, G. (2008), "Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences", DISCUSSION PAPERS IN DIPLOMACY, Netherlands Institute of International Relations "Clingendael", available at: https://www.researchgate.net/publication/253744488_Public_Diplomacy_and_Nation_Branding_Conceptual_Similarities_and_Differences (Accessed 10 Jan 2021).

4. World Economic Forum (2019), "The Global Competitiveness Report", available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf (Accessed 10 Jan 2021).

5. CIA (2021), "The World Factbook", available at: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/ukraine/#people-and-society> (Accessed 10 Jan 2021).

6. UNESCO World Heritage Centre (2021), "World Heritage List", available at: <https://whc.unesco.org/en/list/> (Accessed 10 Jan 2021).

7. IT Ukraine (2020), "Growth trends of Ukrainian IT exports", available at: <https://itukraine.org.ua/eksport-ukrainskogo-it-za-2019-rik-zris-na-30.html> (Accessed 10 Jan 2021).

8. Krykun, T.Ye. (2014), "Special aspects of nation branding theory development and formation of country's international image within the system of public administration", Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok, vol. 9, available at: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=757> (Accessed 10 Jan 2021).

9. Kuksa, V.M. (2017), "Formation and positioning of the brand "Ukraine" in the world", Finansoviy Prostir, vol. 2 (26), available at: <https://ofp.cibs.ubs.edu.ua/files/1702/17kv-musp.pdf> (Accessed 10 Jan 2021).

10. Smachylo, T.V. and Olekha, D.I. (2016), "Formation of the national brand of Ukraine", Young Scientist, vol. 4 (31), available at: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/4/50.pdf> (Accessed 10 Jan 2021).

11. Shtel'mashenko, A.D. (2015), "Semantics of the term "State Brand" in political science", Politolohichnyy visnyk, vol. 77 available at: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Pv_2015_77_24.pdf (Accessed 10 Jan 2021).

Стаття надійшла до редакції 14.02.2021 р.

УДК 657.471: 631.11

О. Ю. Гаврик,
к. е. н., доцент, Білоцерківський національний аграрний університет
ORCID ID: 0000-0001-9816-0253

DOI: 10.32702/2306-6792.2021.4.24

ЕКОЛОГІЧНА СКЛАДОВА ОБЛІКУ ПРОДУКЦІЇ СВИНАРСТВА У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

О. Gavryk,
PhD in Economics, Associate Professor, Bila Tserkva National Agrarian University

ECOLOGICAL COMPONENT OF PIG PRODUCTION ACCOUNTING IN AGRICULTURAL ENTERPRISES

Статтю присвячено проблемам відображення в системі бухгалтерського обліку екологічної складової виробництва продукції свинарства в сільськогосподарських підприємствах. Встановлено, що витрати по очисних спорудах у частині, що відноситься на продукцію тваринництва, формують вартість гною, тому вони повинні списуватися з витрат по тваринництву (свинарству), незалежно від напряму використання, і збільшувати витрати рослинництва, якщо гній використовується як добриво у своєму господарстві.

Оцінку побічної продукції пропонується вести за цінами можливого використання або продажу, при цьому вартість гною можна визначати двома способами: за ціною придбання мінеральних добрив з урахуванням вмісту в ньому діючої речовини мінеральних добрив (азоту, фосфору, калію); виходячи з нормативних (розрахункових) витрат на його прибирання з урахуванням вартості підстилки. Вартість побічної продукції визначають у тому випадку, якщо вона підлягає подальшому використанню в господарстві або буде реалізована.

Як переконує практичний досвід підприємств-лідерів галузі свинарства, застосування інформаційно-комунікаційних технологій має вирішальне значення для підвищення конкурентоспроможності товаровиробників та ефективності управління селекційними і технологічними процесами. Інформаційно-комунікаційні технології стосовно селекції свиней розглядаємо як управління й комплексне стратегічне планування технологічних і селекційних програм на основі збору та аналізу інформації. Базовим інструментом тут є програми автоматизованої системи управління свинарством у сільськогосподарському підприємстві, зокрема PigCentre, що являє собою систему методів і способів збору, передачі, накопичення, обробки, зберігання, подання й використання інформації.

Для прийняття управлінських рішень в оперативному режимі надзвичайно важливе значення мають неперервний облік і аналіз, раціонально організована система внутрішнього контролю. Ефективність облікової інформації для сторонніх користувачів забезпечується розширенням сфери практичного її застосування в межах обліково-аналітичної системи. Під час прийняття рішення на основі отриманої обліково-аналітичної інформації необхідно враховувати сезонні коливання, специфіку галузі та діяльності суб'єктів господарювання у сфері агробізнесу загалом, а також можливі перспективи розвитку ринкових відносин.

Вважаємо, що створення комплексних систем управління виробництвом продукції свинарства дозволить оперативно формувати й аналізувати результати діяльності, а найголовніше — розробляти заходи щодо підвищення ефективності та подолання негативних тенденцій. Створена систематизована система дасть можливість спростити та сформувати цілісний масив інформації під час обґрунтування й розроблення стратегічних планів розвитку галузі свинарства в сільськогосподарському підприємстві.

The article is devoted to the problems of reflection in the accounting system of the ecological component of pig production in agricultural enterprises. It is established that the cost of treatment facilities in the part related to livestock products, form the cost of manure, so they must be deducted from the cost of livestock (pig), regardless of the direction of use, and increase crop costs if manure is used as fertilizer on your farm.

It is proposed to evaluate by-products at the prices of possible use or sale, and the cost of manure can be determined in two ways: at the purchase price of mineral fertilizers, taking into account the content of the active substance of mineral fertilizers (nitrogen, phosphorus, potassium); based on regulatory (estimated) costs for its cleaning, taking into account the cost of bedding. The cost of by-products is determined in the event that it is subject to further use on the farm or will be sold.

According to the practical experience of leading enterprises in the pig industry, the use of information and communication technologies is crucial to increase the competitiveness of producers and the effectiveness of management of selection and technological processes. We consider information and communication technologies concerning pig breeding as management and complex strategic planning of technological and selection programs on the basis of information collection and analysis. The basic tool here is the programs of the automated pig management system in the agricultural enterprise, in particular PigCentre, which is a system of methods and ways of collecting, transmitting, accumulating, processing, storing, presenting and using information.

Continuous accounting and analysis, a rationally organized system of internal control are of paramount importance for making managerial decisions in the operational mode. The effectiveness of accounting information for third-party users is ensured by expanding the scope of its practical application within the accounting and analytical system. When making a decision based on the received accounting and analytical information, it is necessary to take into account seasonal fluctuations, the specifics of the industry and the activities of economic entities in the field of agribusiness in general, as well as possible prospects for market relations.

We believe that the creation of comprehensive management systems for the production of pig products will allow you to quickly form and analyze the results of activities, and most importantly — to develop measures to improve efficiency and overcome negative trends. The created systematized system will give an opportunity to simplify and form a holistic array of information in the substantiation and development of strategic plans for the development of the pig industry in the agricultural enterprise.

Ключові слова: свинарство, екологія, надій, гній, автоматизована система обліку.

Key words: pig breeding, ecology, manure, automated accounting system.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Збільшення масштабів господарської діяльності в процесі розширеного відтворення призводить до загострення екологічних проблем. Їх ігнорування під час прийняття економічних рішень, відсутність належного аналізу витрат і вигод в аграрній сфері знайшло своє відображення в збільшенні показників забруднення навколишнього середовища.

Жорсткість екологічних стандартів, позиція постачальників і споживачів, рівні оподаткування, пов'язаного з екологією призводять до появи нових зобов'язань, нових витрат, що впливають на фінансовий стан підприємств. Оцінка вітчизняних і зарубіжних публікацій з питань обліку екологічних показників підприємства свідчить, що існуючі підходи суперечливі, відрізняються різними цілями та основними класифікаційними ознаками. Проте проблеми, пов'язані з їх своєчасним відображенням, обумовлюють необхідність налагодженого обліку.

Витрати і зобов'язання, обумовлені природоохоронною діяльністю, стають настільки значущими, що недостатня увага до них істотно збільшує ризик спотворення картини фінансового становища суб'єкта господарювання, що формується в бухгалтерському обліку та звітності.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

З огляду на багатоплановість проблем обліку, аналізу та аудиту екологічної складової економіки, її взаємозв'язок з різними аспектами функціонування економічної системи на мікро- і макроекономічних рівнях, окремим питанням даної тематики протягом тривалого періоду розвитку вивчали багато вітчизняних і зарубіжних вчених найрізноманітніших шкіл і напрямів. Основний внесок в еволюцію економічних поглядів на екологію внесли Адам Сміт, Дж. Б. Кларк, Дж. Форрестер, А.В. Низ.

Розгляду проблем, пов'язаних з екологічною діяльністю підприємств, в бухгалтерському обліку присвячені роботи вітчизняних вчених економістів: Ю.К. Бородай, В.С. Гончар, Ю.В. Керсанюк, О.О. Мураховська, А.І. Стаднік, А.Г. Філоненко та ін. Водночас ряд актуальних проблем, пов'язаних з особливістю функціонування обліково-аналітичної інформаційної системи і аудиту природоохоронної діяльності підприємства, виявилися поза увагою наукового дослідження. Недостатньо приділено уваги характеристиці змісту обліково-інформаційних блоків моделі життєвого циклу.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є розробка практичних рекомендацій щодо відображення екологічної складової в обліку продукції свинарства сільськогосподарських підприємств.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Важливим чинником, який впливає на собівартість продукції свинарства в корпоративному секторі, є вартість падежу. З метою більш точного обчислення і зниження собівартості продукції свинарства необхідно не тільки чітко організувати облік, а й обґрунтовано відображати у витратах на виробництво втрати, пов'язані з падежем тварин.

Підтримуємо думку В.П. Ярмоленка, який відзначав, що "падіж тварин є не непродуктивним споживанням предметів праці у процесі виробництва, а втратою продукту праці (результату виробництва). Отже, до витрат виробництва падіж тварин не має ніякого відношення. Крім того, втрачається не приріст, а жива маса худоби" [1].

Що до приросту живої маси, що припадає на тварин, загинув у поточному році, то Г.Г. Кірейцев наголошував на тому, що: "... він теж являє собою втрати виробництва. Але це втрати не приросту як такого, а лише частини живої маси худоби, тому що приріст сам по собі "лягти" не може. До втрати приросту можна віднести лише зниження маси тварини, а не падіж" [2].

Падіж тварин (птиці) трапляються у всіх сільгосппідприємствах, що займаються тваринництвом. Для цілей оподаткування слід розрізняти: падіж у межах норм технологічного браку, який є невід'ємною частиною технологічного процесу вирощування сільгосптварин; понаднормовий падіж, який є, зокрема, наслідком надзвичайних подій (епідемія, стихійне лихо, військові дії тощо) або неправомірних

чи безвідповідальних дій третіх осіб (порушення технологічних умов утримання, умисне вчинення шкоди тощо).

В Україні не затверджено на державному рівні норм допустимого (технологічного) падежу сільськогосподарських тварин і птиці. Тому сільгосппідприємствам доводиться самостійно визначити такі норми й затверджувати їх наказом по підприємству. Для обґрунтування норм падежу рекомендуємо скористатися Відомчими нормами технологічного проектування, затвердженими наказом Мінагрополітики від 15.09.2005 р. № 473 [3]. У них, зокрема, визначено такі технологічні втрати (норми вибракування) молодняку тварин: для ферм по вирощуванню свиней: молодняк у підсисному періоді — 12 %; молодняк на дорощуванні — 6 %; молодняк на відгодівлі — 2 %.

Падіж у межах установлених норм (технологічного браку) наслідків із стягнення ПДВ не викликати. На противагу, у разі загибелі тварин понад установлені норми падежу сільгосппідприємству слід здійснити нарахування податкових зобов'язань із ПДВ (умовний продаж) на вартість товарів або послуг, які були використані під час вирощування таких тварин, а якщо тварини були придбані — то на вартість їх придбання (п. 189.1.198.5 ПК) [4].

На наше переконання, можна лише частково погодитися з таким трактуванням у Податковому кодексі. Падіж у межах установлених норм як складова виробничого процесу повинна списуватися на виробничу собівартість у розмірі понесених витрат. Але понад встановлену норму — по цінах можливої реалізації, оскільки це вже товар, який повинен бути віднесений на збитки суб'єкта аграрного бізнесу, якщо не встановлено винних осіб.

Здебільшого сільгосппідприємства не приділяють належної уваги обліку та оцінці побічної продукції. Часто її або взагалі не враховують, або відображають за цінами можливої реалізації чи використання без списання витрат з вартості основної продукції, що призводить до завищення собівартості основної продукції.

У господарствах, які виробляють свинину, до побічної продукції відноситься гній. В економічній літературі одні автори дають неповну інформацію про облік рідкого гною (рідкий гній враховують залежно від його вологості в перерахунку на умовний підстилковий за встановленими в господарстві коефіцієнтами), інші взагалі про це не згадують. Більшість науковців дотримуються думки, що стічні води тваринницьких ферм не слід оцінювати, бо вони, на їхнє переконання, не належать до органічних

добрих. З цим не можна погодитися, адже під час оброблення стічних вод тваринницьких ферм виходять тверда і рідка фракції, які повинні використовуватися для власних потреб (як органічне добриво), або реалізовуватися стороннім особам. Німецький вчений Т. Девес зазначає: "... рідкий гній в порівнянні з твердим виявляє деякі важливі агротехнічні та ґрунтово-біологічні особливості, які роблять його цікавим для екологічного землеробства" [5].

У свинарстві очисні споруди використовуються для видалення і знезараження (очищення) побічної продукції — гною. Отриманий у результаті прибирання та очищення гній є для очисних споруд основною продукцією. А готову продукцію повинна оцінюватися, щоб потім її можна було реалізувати або використовувати на потреби свого господарства. У будь-якому разі, незалежно від напрямку, потрібно правильно оцінити ефективність його використання.

Витрати по очисних спорудах в частині, що відноситься на продукцію тваринництва, формують вартість гною, тому вони повинні списуватися з витрат по тваринництву (свинарству), незалежно від напрямку використання, і збільшувати витрати рослинництва, якщо гній використовується як добриво у своєму господарстві.

Оцінку побічної продукції пропонується вести за цінами можливого використання або продажу, при цьому вартість гною можна визначити двома способами: за ціною придбання мінеральних добрив з урахуванням вмісту в ньому діючої речовини мінеральних добрив (азоту, фосфору, калію); виходячи з нормативних (розрахункових) витрат на його прибирання з урахуванням вартості підстилки. Вартість побічної продукції визначають у тому випадку, якщо вона підлягає подальшому використанню у господарстві або буде реалізована.

Підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва є однією із найважливіших економічних проблем, від вирішення якої залежать продовольча безпека країни і рівень життя населення. Економічна ефективність виробництва свинини досягається тільки на великих комплексах, тому нині відбуваються процеси інтенсифікації в галузі свинарства, будуються великі комплекси й триває модернізація наявних з метою нарощення потужності виробництва.

Однак екологічна складова великих свинарських комплексів має суттєві недоліки. Насамперед, це великі обсяги рідкого гною. На свинокомплексі, де одночасно утримуються

100 тис. свиней, на рік утворюється понад 350 тис. тонн рідкого гною. Практично всі діючі свинокомплекси не мають достатньої кількості земельних угідь для утилізації гною. Ці обставини зумовлюють великі ризики забруднення навколишнього природного середовища.

Подальша інтенсифікація галузі без урахування екологічних факторів може призвести в майбутньому до суттєвих екологічних проблем, зокрема забруднення водоймищ і атмосферного повітря навколо великих і середніх тваринницьких комплексів.

Аналіз процесів сільськогосподарського виробництва як джерел впливу на навколишнє середовище свідчить, що основний вплив на навколишнє середовище пов'язаний із системами використання гною. Це пояснюється ключовими процесами виробництва тваринницької продукції: тварини засвоюють поживні речовини кормів, частина поживних речовин залишається в організмі тварин, а інша частина виводиться за допомогою гною. Кількість і склад гною, спосіб його переробки і використання є основними факторами, що визначають рівень викидів при інтенсивному тваринництві [6].

Численними обстеженнями сільськогосподарських підприємств автором спільно з фахівцями НДІ "Укراгропромпродуктивність" встановлено, що в 90 % обстежених господарств корпоративного сектору аграрної економіки виявлено невідповідність місткості сховищ фактичному накопиченню гною в період неможливості його внесення. Це відбувається, перш за все, внаслідок застосування застарілих нормативів виходу гною від однієї голови тварин, що пояснюється відсутністю реальної інформації про продуктивність свиней, а це призводить до збільшення питомого виходу гною, що не враховується чинними нормативами.

Згідно з чинними в Україні стандартами, до уваги беруть основні забруднюючі атмосферу речовини: мікроорганізми, меркаптани, аміни (за диметиламіном), аміак, сірководень, карбонові кислоти, карбонільні сполуки, пил хутряний, сульфіді, феноли. Серед них до летких органічних сполук відносять метилмеркаптан, диметиламін, капронову кислоту і фенол.

Окремо слід виділити метан, адже він має найбільшу питому вагу серед загального об'єму викидів шкідливих речовин, хоча, згідно з наказом Міністерства охорони навколишнього природного середовища № 309 від 27.06.2006 р., для нього гранично допустимі концентрації не встановлено [7].

Варто зазначити, що законодавство ЄС не містить регламентів щодо якості повітря відносно запаху. В Іспанії та Нідерландах, наприклад, національне врегулювання передбачає, що впродовж 98 % годин у році концентрація запаху (odor units) не повинна перевищувати 5 OUE/m² (Іспанія) та 8 OUE/m³ (Нідерланди, Regulation of Annoyance from Odours and Livestock). У Великобританії та Німеччині немає вимог до емісії запаху, а передбачено лише мінімальні відстані від його джерела до житлових об'єктів та об'єктів суспільного значення (беруть до уваги вид тварин, системи утримання та годівлі).

Виділення забруднюючих речовин в атмосферу безпосередньо від свиней визначають за правилом десяти відсотків або законом Ліндемана, згідно з яким близько 10 % енергії надходить від кожного попереднього трофічного рівня до наступного. Відповідно до цього принципу, тварини засвоюють від 7 до 13 % енергії (або речовини в енергетичному вираженні). Решту — 87—93 % органічної речовини (продуктів життєдіяльності тварин) переробляють мікроорганізми або їх утилізують. Із засвоєних 10 % кормів безпосередньо від свиней в атмосферу виділиться десята частина забруднюючих речовин. Таким чином, співвідношення обсягу емісії від тварини до обсягу емісії від продуктів її життєдіяльності (сеча, кал) становить 1:100 за рік (на пил це правило не поширюється).

Слід відзначити, що в Законі України "Про оцінку впливу на навколишнє середовище", на який, наклав вето президент країни, передбачено, що свинокомплекс закритого типу, де утримують понад 900 свиноматок, негативно впливає на навколишнє середовище, як і ядерні електростанції, нафтопереробні заводи, об'єкти виробництва в галузі чорної і кольорової металургії.

Зважаючи на це, пропонується формувати базу оподаткування екологічним податком та вести розрахунки величини екологічних витрат, які повинні компенсуватися за рахунок прибутку, введенням показника умовна свиноодиниця.

Для визначення коефіцієнтів перерахунку враховувати: статеву-вікову групу свиней, норматив виходу гною в залежності від продуктивності тварин та породи, норматив викидів ентеральної (кишкової) ферментації; щільність поголів'я свиней на одиницю площі сільськогосподарських угідь.

У структурі поголів'я свиней найбільшу частку займають свині на відгодівлі, що буде ба-

зою для визначення умовної свиноодиниці. Як свідчать результати досліджень, свині на відгодівлі будуть становити 1 умовну свиноодиницю, свиноматки та кнурі — 1,25, свині на дорощуванні — 0,75, поросята-сисунки — 0,35 умовної свиноодиниці.

Звичайно, у визначенні коефіцієнтів не були враховані такі фактори, як тип (сухий, вологий) годівлі, раціон, наявність систем кліматичного контролю відпрацьованого повітря, кліматичні умови в зоні розташування тваринницького приміщення. Проте вони суттєво не впливають на вихід гною та викидів ентеральної (кишкової) ферментації не мають.

Вважаємо, що вирішенням розглянутої вище проблеми може стати створення сільськогосподарським підприємством комплексної інформаційної системи управління виробництвом продукції свинарства. За результатами оцінювання нами інформаційного забезпечення менеджменту різних рівнів сільськогосподарських підприємств встановлено, що основними джерелами інформації для зовнішніх і внутрішніх користувачів є друковані джерела довідкового та інформаційного характеру, дані фінансового й управлінського обліку та відповідно побудована на їх основі статистична звітність.

Формування статистичного масиву інформації щодо результатів діяльності господарств корпоративного сектору аграрної економіки, який є основою для розрахунку показників ефективності, до 2015 р. здійснювалося по племінному та товарному свинарстві. Починаючи із 2015 р. інформаційні масиви даних аналітичного характеру формуються в цілому по галузі свинарства суб'єкта господарювання. Вважаємо, що така ситуація вносить певну суб'єктивність у розрахунок показників ефективності на основі існуючої статистичної звітності. Пояснити таку думку можна тим, що існує суттєва відмінність у технологічному процесі формування кінцевої продукції в племінному та товарному свинарстві господарств корпоративного сектору аграрної економіки, зокрема щодо статей та елементів витрат. Крім того, існують певні відмінності щодо цільового характеру використання кінцевої продукції в племінному та товарному свинарстві. У зв'язку з цим пропонується формувати статистичну звітність та фінансовий облік відокремлено — для племінного та товарного свинарства. Очевидно, що нарощення обсягів виробництва продукції свинарства в корпоративному секторі неможливо без оснащення комплексів високопродуктивним поголів'ям свиней. Для цього не-

обхідно підвищити рівень селекційно-плеїнної роботи, мінімізувати собівартість свинини за рахунок застосування новітніх технологічних рішень, автоматизації управління технологічними процесами.

Як переконує практичний досвід підприємств-лідерів галузі свинарства, застосування інформаційно-комунікаційних технологій має вирішальне значення для підвищення конкурентоспроможності товаровиробників та ефективності управління селекційними і технологічними процесами. Інформаційно-комунікаційні технології стосовно селекції свиней розглядаємо як управління й комплексне стратегічне планування технологічних і селекційних програм на основі збору та аналізу інформації. Базовим інструментом тут є програми автоматизованої системи управління свинарством у сільськогосподарському підприємстві, зокрема PigCentre, що являє собою систему методів і способів збору, передачі, накопичення, обробки, зберігання, подання й використання інформації.

Автоматизована система управління свинарством у сільськогосподарському підприємстві повинна об'єднувати в один інформаційний масив дані плеїнного, зоотехнічного, фінансового та управлінського обліків і складається з таких програмних модулів: модуль плеїнного репродуктора передбачає автоматизацію всього плеїнного обліку для підприємств, що мають статус плеїнного репродуктора [8]. Інформаційний масив дає можливість здійснювати розрахунок основних показників економічної ефективності продукції плеїнного свинарства сільськогосподарського підприємства; модуль відтворення стада дозволяє оцінити ефективності вирощування поросят після відлучування від свиноматки, враховуючи ступінь використання продуктивних ознак свиноматок і кнурців; модуль дорощування та відгодівлі свиней передбачає формування інформації, на основі якої можливо розрахувати собівартість свиней на дорощуванні та відгодівлі по статтях так, і елементах витрат та окремих груп тварин, а також продуктивність тварин і конверсії кормів; модуль реалізації передбачає формування рівня трансакційних витрат, а також рівня цін залежно від каналів збуту та якісних показників продукції свинарства. На основі узагальнення даних вищеперерахованих модулів формується управлінська звітність у вигляді звітів про виконання виробничих завдань свинарськими сільськогосподарськими підприємствами.

Завдяки модульному принципу автоматизована система управління свинарством у сіль-

ськогосподарському підприємстві дає можливість працювати самостійно на окремому персональному комп'ютері або в локальній мережі, об'єктами якої будуть: плеїнний репродуктор, товарний репродуктор та інші структурні підрозділи. Отже, автоматизована система управління свинарством у сільськогосподарському підприємстві дозволяє створити інформаційні бази даних, які можуть отримувати дані з різних масивів первинної інформації. Такий метод забезпечує гнучкість у поводженні з даними при подальшій їх обробці. Встановлено, що на багатьох вітчизняних сільськогосподарських підприємствах — виробниках продукції свинарства, зокрема високонцентрованих, успішно апробовані різноманітні вітчизняні та зарубіжні технології ведення свинарства. Перспективним напрямком розвитку галузі є оцінка і масове поширення отриманого досвіду. Водночас слід зазначити відмінності в методичних підходах та розбіжності в трактуванні окремих базових термінів у галузі свинарства в Україні порівняно із країнами Європи та Північної Америки, на яких базуються технології ведення свинарства. Очевидно, що виробничі показники розвитку свинарства на рівні підприємства, розраховані за різними методиками, можуть істотно різнитися, що не дозволить провести об'єктивну порівняльну оцінку технологій. Як наслідок, об'єднання елементів кількох технологій може виявитися неефективним. У зв'язку з цим постає необхідність стандартизації термінології і методик розрахунку основних виробничих показників сільськогосподарських підприємств — виробників продукції свинарства з урахуванням специфіки технології, що використовується у господарстві.

ВИСНОВКИ

Для прийняття управлінських рішень в оперативному режимі надважливе значення мають неперервний облік і аналіз, раціонально організована система внутрішнього контролю. Ефективність облікової інформації для сторонніх користувачів забезпечується розширенням сфери практичного її застосування в межах обліково-аналітичної системи. Під час прийняття рішення на основі отриманої обліково-аналітичної інформації необхідно враховувати сезонні коливання, специфіку галузі та діяльності суб'єктів господарювання у сфері агробізнесу в цілому, а також можливі перспективи розвитку ринкових відносин.

Вважаємо, що створення комплексних систем управління виробництвом продукції сви-

нарства дозволить оперативно формувати й аналізувати результати діяльності, а найголовніше — розробляти заходи щодо підвищення ефективності та подолання негативних тенденцій. Створена систематизована система дасть можливість спростити та сформувати цілісний масив інформації при обґрунтуванні й розробці стратегічних планів розвитку галузі свинарства в сільськогосподарському підприємстві.

Література:

1. Ярмоленко В.П. Про склад і класифікацію виробничих витрат Бухгалтерія в сільському господарстві. 2010. № 11. С. 20—24.
2. Кірейцев Г.Г. Розвиток бухгалтерського обліку: теорія, професія, міжпредметні зв'язки: Монографія. Житомир: ЖДТУ, 2007. 236 с.
3. Відомчі норми технологічного проектування. Свинарські підприємства (комплекси, ферми, малі ферми). ВНТП-АПК-02.05. К.: Міністерство аграрної політики України, 2005. 98 с.
4. Податковий кодекс України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
5. Девес Т. Хозяйственное использование животноводческих стоков в экологическом земледелии. сост. Д. Грюнефельд, Ю. Занидес, Е. Никулин. М.: "Прогресс — Пангея", Х.: Лебенунд Умвельт, 1992. С. 111—126.
6. Дослідження у сфері зменшення техногенного навантаження на навколишнє середовище при утриманні свинопоголів'я [І.М. Демчак, І.В. Свиноус, Д.М. Микитюк та ін.]. К.: НДІ "Укראгропромпродуктивність", 2017. 20 с.
7. Про затвердження нормативів гранично-допустимих викидів забруднюючих речовин із стаціонарних джерел. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0912-06>
8. Свиноус І.В., Підгорний А.В. Сучасний стан та проблеми виробництва продукції свинарства в сільськогосподарських підприємствах України. Інноваційна економіка. 2014. № 6. С. 77—81.

References:

1. Yarmolenko, V.P. (2010), "On the composition and classification of production costs", Bukhhalteriiia v sil's'komu hospodarstvi, vol. 11, pp. 20—24.
2. Kirejtsev, H.H. (2007), Rozvytok bukhalters'koho obliku: teoriia, profesiia, mizhpredmetni zv'iazky [Development of accounting: theory, profession, interdisciplinary links], ZhDTU, Zhytomyr, Ukraine.
3. Ministry of agrarian policy and food of Ukraine (2005), Vidomchi normy tekhnolo-

hichnoho proektuvannia. Svinars'ki pidpriemstva (kompleksy, fermi, mali fermi). VNTP-APK-02.05 [Departmental standards of technological design. Pig enterprises (complexes, farms, small farms). VNTP-APK-02.05], Ministerstvo ahrarnoi polityky Ukrainy, Kyiv, Ukraine.

4. Verkhovna Rada of Ukraine (2010), "Tax Code of Ukraine", available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (Accessed 20 Jan 2021).

5. Deves, T. (1992), Khoziajstvennoe yspol'zovanye zhyvotnovodcheskykh stokov v ekolohicheskoy zemledel'ii [Economic use of livestock wastewater in ecological farming], Prohress - Panheia, Moscow, Russia.

6. Demchak, I.M. Svinous, I.V. and Mykityuk, D.M. (2017), Doslidzhennia u sferi zmenshennia tekhnogennoho navantazhennia na navkolyshnie seredovysche pry utrymanni svynopoholiv'ia [Research in the field of reducing the man-made load on the environment during the maintenance of pigs], NDI "Ukrahroprom-produktyvnist", Kyiv, Ukraine.

7. Ministry of Environmental Protection of Ukraine (2006), "On approval of standards of maximum permissible emissions of pollutants from stationary sources", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0912-06> (Accessed 01 Feb 2021).

8. Svinous, I.V. and Pidhornyj, A.V. (2014), "The current state and problems of pig production in agricultural enterprises of Ukraine", Innovatsijna ekonomika, vol. 6, pp. 77—81.

Стаття надійшла до редакції 04.02.2021 р.

www.dy.nayka.com.ua

Електронне фахове видання

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ
удосконалення та розвитку

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

Спеціальність 281

e-mail: economy_2008@ukr.net
тел.: (044) 223-26-28, (044) 458-10-73

УДК 657:65.92

І. М. Сисоєва,
к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки, обліку та оподаткування,
Вінницький навчально-науковий інститут економіки Західноукраїнського національного
університету, м. Вінниця, Україна
ORCID ID: 0000-0003-0567-1658

DOI: 10.32702/2306-6792.2021.4.31

ЕКОЛОГІЧНІ, СОЦІАЛЬНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ ПИТАННЯ (ESG) ЯК ІМПЕРАТИВ ДЛЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

I. Sysoieva,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Accounting and Taxation,
Vinnytsia Educational and Scientific Institute of Economics of West Ukrainian National University

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE ISSUES (ESG) AS AN IMPERATIVE FOR BUSINESS IN A PANDEMIC

У статті наведено сутність корпоративної соціальної відповідальності та її складових.

Здійснено дослідження процесу управління під впливом COVID-19 та перспективи розвитку діяльності підприємств після пандемії. Розглянуто такі складові: підготовка до наслідків змін клімату; задоволення попиту споживачів з метою показати відповідальність бізнесу; визначення способів залучення і збереження фахівців, демонструючи вихід за рамки традиційних фінансових критеріїв; задоволення зростаючого попиту на відповідність до вимог ESG (довкілля, соціальна сфера та управління) в тендерах та задоволення посиленого контролю уряду, наприклад, вимог до звітності щодо прозорості й управління; проблеми, через які керівники переглядають ланцюги поставок. Спрогнозовано можливий вплив Covid-19 на довкілля, соціальну сферу та управління під час пандемії, через 3—6 місяців, через 12 міс. і більше, адже пандемія стала серйозною кризою з величезними гуманітарними наслідками, але це також час, коли стійкі й соціально відповідальні компанії замислилися над своїм призначенням.

Доведено, що у надскладних умовах світової кризи вимоги до бізнесу значно зросли.

The article presents the essence of corporate social responsibility and its components.

A study of the management process under the influence of COVID-19 and the prospects for the development of enterprises after the pandemic. The following components are considered: preparation for the consequences of climate change; meeting consumer demand in order to show business responsibility; identifying ways to attract and retain professionals, demonstrating going beyond traditional financial criteria; meeting the growing demand for compliance with ESG (environment, social and governance) requirements in tenders and meeting enhanced government control, such as transparency and governance reporting requirements; problems through which managers review supply chains. The possible impact of Covid-19 on the environment, social sphere and management during the pandemic is predicted in 3—6 months, in 12 months and more, as the pandemic has become a serious crisis with huge humanitarian consequences, but it is also a time when sustainable and socially responsible companies thought about their purpose.

It has been proven that in the extremely difficult conditions of the global crisis, the requirements for business have never been so high, and expectations continue to grow. Managers have to do everything possible to protect their employees, and at the same time face serious economic pressures that could potentially threaten the future of their business. However, some companies continue to create lasting value for their stakeholders by linking ESG's material issues to customer experience, business processes, strategy, communication and culture. Their vision and commitment to a sustainable

organizational framework based on financial management and ESG provides an additional level of risk protection, while enhancing opportunities for innovation and added value for stakeholders, as careful study of stakeholders' views and encouragement of dialogue will be an important element in making adjustments and reaching compromises, which is a necessary condition for meeting the needs of all stakeholders.

Ключові слова: довкілля, соціальна сфера, управління, стейкхолдери, корпоративна соціальна відповідальність, соціальний аудит, менеджер.

Key words: environment, social sphere, management, stakeholders, corporate social responsibility, social audit, manager.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Саме зараз в Україні все більше компаній звертають свою увагу на ESG. Адже ESG-інвестування враховує екологічні, соціальні та управлінські ризики й можливості організації, які можуть значно вплинути на її діяльність. Ці фактори використовуються для всебічного розширення і удосконалення традиційної оцінки діяльності компанії. В свою чергу інвестори все більше усвідомлюють цінність використання факторів ESG для прийняття інвестиційних рішень. З початком пандемії найбільшою загрозою для розвитку бізнесу було визнано ризик, пов'язаний з людським капіталом.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженням суті соціальної відповідальності, необхідності її дослідження, займалися такі науковці: С. Адамс, В. Дерій, І. Жиглей, В. Жук, С. Король, М. Краснова, С. Левицька, Н. Правдюк, А. Чижевська, Д. Оуен, Джессі Ф. Ділард (Jesse F. Dillard), Г. Робінсон (Hank Robinson) та ін. [2—7]. Віддаючи належне напрацюванням провідних науковців, слід зазначити, що проблеми, пов'язані з обліком соціальної відповідальності, в умовах світової економічної кризи, спричиненої пандемією COVID-19, потребують подальшого дослідження.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є дослідження процесу управління під впливом COVID-19 та перспективи розвитку діяльності підприємств після пандемії.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Компанією KPMG 2020 CEO Outlook було проведено опитування понад тисячі керівників світового рівня щодо підприємницької діяльності й економічного зростання та у деталізованому звіті запропоновано прогноз. Опиту-

вання пропонує унікальний погляд на те, як змінилося мислення керівників у всьому світі після запровадження карантину. На першому етапі, у січні та лютому 2020 року, до того як чимало провідних ринків почали відчувати на собі наслідки кризи, зумовленої пандемією, KPMG опитала 1300 керівників. З 6 липня по 5 серпня 2020 року, KPMG додатково опитала 315 керівників, щоб зрозуміти, як змінилося мислення лідера компанії під час кризи. В обох випадках річний прибуток усіх респондентів перевищує 500 мільйонів доларів США, а річний прибуток третини опитаних компаній перевищує 10 мільярдів доларів США, при цьому компанії з прибутком до 500 мільйонів доларів США не відповідали. Опитування за січень — лютий 2020 року охопило лідерів одинадцяти провідних ринків: Австралії, Великобританії, Індії, Іспанії, Італії, Китаю, Нідерландів, Німеччини, США, Франції та Японії) і 11 провідних галузей (автомобілебудування, банківська справа, виробництво споживчих товарів і роздрібна торгівля, інфраструктура, галузь медично-біологічних наук, переробна промисловість, страхування, телекомунікації, технології і управління активами) [1].

У розпал гуманітарної кризи та кризи охорони здоров'я, керівники зосередилися на розбудові надійних, цілеспрямованих організацій, які вирішують важливі соціальні проблеми:

1. Оновлене розуміння поняття "призначення". На початку 2020 року 77% керівників заявили, що основна мета їх організацій відповідати призначенню або бути соціально вмотивованими, а на початку 2021 року 79% опитаних визнають, що з початком кризи відчують сильнішу відданість своїй компанії.

2. Від емпатії до дії. Понад третина керівників (39%) зазнала впливу COVID-19 на своє здоров'я або на здоров'я членів їхніх родин. 55% змінили свою стратегію реагування на пандемію.

Таблиця 1. Зміна загроз для зростання

Показник	Найбільша загроза зростання 2019 р., у %	Найбільша загроза зростання 1 півріччя 2020 року, у %	Найбільша загроза зростання 2 півріччя 2020 року, у %	Зміна у порівнянні з попереднім періодом, у %	Зміна у порівнянні з попереднім періодом, у %
Людський капітал	2	1	21	-1	+20
Ланцюг поставок	2	2	18	X	+16
Повернення до територіалізму	16	19	14	+3	-5
Проблеми довкілля/кліматичні зміни	21	22	12	+1	-10
Кібербезпека	14	15	10	+1	-5
Підривні технології	19	11	7	-8	-4
Операційна діяльність	13	10	4	-3	-6
Регуляторна політика	7	8	5	+1	-3
Податки	0	2	4	+2	+2
Процентні ставки	3	3	2	X	-1
Репутація	3	6	2	+3	-4
Внутрішня неетична культура	0	1	1	+1	X
Разом:	100	100	100	-	-

Джерело: власна розробка автора.

3. Відстоювання рівноправності. На початку 2020 року 65% заявили, що відповідно до того, як падають впевненість і довіра до уряду, зростають очікування громадськості, що соціальні проблеми вирішуватиме бізнес. Сьогодні 81% опитаних впроваджує нові заходи боротьби з расизмом.

Плануючи шлях до довготермінового зростання, бізнес-лідери розуміють, що карантин створив нові виклики. Цілком ймовірно, що потенційна друга хвиля COVID-19 на їхніх ринках цілком поглибить це занепокоєння та спричинить подальші несприятливі наслідки, як то утримання провідних співробітників, найм талановитих працівників та підтримка мотивації персоналу. У січні керівники розмістили ризик людського капіталу на одинадцятій позиції серед інших ризиків для зростання. Утім, з початком пандемії ризик людського капіталу піднявся у рейтингу і був визнаний найбільшою загрозою для бізнесу, обійшовши ланцюжок поставок, загрозу повернення до територіалізму та проблеми довкілля (табл. 1).

Управління ризиками, пов'язаними з людським капіталом, вимагає від керівників одночасного зосередження як на нагальних проблемах, так і на довготермінових перспективах. Керівники сьогодні чудово усвідомлюють, що людський капітал буде ключем як до довготермінового зростання, так і до розбудови організації, здатної процвітати в новій постковідній реальності. Щоб відповідати мінливим потребам і поведінці клієнтів, знадобляться працівники нового цифрового покоління. Відповідно до того, як посилюватиметься автоматизація виробничих процесів, підвищення кваліфікації й

перепідготовка відіграватимуть у працевлаштуванні й ефективності працівників вирішальне значення. У разі створення нової організації все більшої ваги набуватиме готовність людей постійно навчатися і вміння адаптовуватися. Надзвичайно важливим кроком стане розробка нових навчальних програм і їхній віртуальний виклад.

Пандемія створила економічну проблему, яка стала визначальною для подальшої кар'єри більшості керівників. З огляду на масштаби цієї проблеми, багато хто переймався, що керівники будуть змушені відсунути на задній план важливість екологічних, соціальних і управлінських питань (ESG). Тим не менше, дослідження показує, що керівники й надалі активно переймаються згаданою проблематикою, зокрема соціальною (S) складовою ESG.

Майже дві третини (63%) заявили, що реагування на пандемію змусило їх зосередитися на соціальному компоненті їхньої ESG програми. Це не означає, що керівники відходять від екологічної (E) складової ESG. Керівники вищої ланки чудово усвідомлюють, що у наступні десятиліття кліматичні зміни також становитимуть серйозну економічну й гуманітарну загрозу, і що є потреба перебудувати організації у такий спосіб, щоб підтримувати нову й стійку економіку. Віддзеркаленням серйозності, з якою керівники ставляться до кліматичного питання, є віра багатьох з них у те, що управління кліматичними ризиками буде визначальним фактором для збереження їхніх робочих місць у наступні п'ять років, майже 2/3 вважають такий розвиток подій дуже ймовірним.

На думку Джейн Лорі, голови міжнародного відділу з корпоративних питань KPMG International, невпинна увага до питань ESG під час пандемії і особливий акцент на соціальному вимірі, вказує на той факт, що ефективність роботи в цих сферах ключ до демонстрації сили і впливу призначення організації. "Реакцією керівників на викликану COVID-19 кризу стало ще більше зосередження на призначенні, яке слугує співробітникам й стейкхолдерам за дороговказ у питанні, навіщо їхня компанія існує і в який спосіб намагається зробити свій внесок у світовий розвиток, каже вона. Дослідження демонструє, що керівники виносять на перші позиції порядку денного зусилля, спрямовані на екологічні, соціальні й управлінські питання (ESG) як імперативу для бізнесу, разом з соціальною діяльністю, яка йде пліч-о-пліч з екологічними планами" [1].

У час пандемії, яка вперше за всі часи вразила абсолютно весь світ, багато компаній попали в складну ситуацію, тому, настав час звер-

Таблиця 2. Екологічні, соціальні та економічні питання (ESG)

CSR–корпоративна соціальна відповідальність:	Сталий розвиток:
1. Зацікавлені сторони (стейкхолдери)	1. Енергія та викиди
2. Етика	2. Відходи
3. Співробітники	3. Управління ресурсами
4. Благодійність	4. Зелений офіс та виробництво
5. Добробут	5. Відповідальні закупівлі
6. Спільнота	6. Чесна торгівля
	7. Цілі сталого розвитку (ЦСР) ООН, які ще називають «Глобальними цілями» – це загальний заклик до дій, спрямованих на те, щоб покінчити з бідністю, захистити планету і забезпечити мир і процвітання для всієї людини у світі
Довкілля, соціальна сфера та управління (ESG): Інтегрована оцінка, управління та звітність, загрози та ризики, прозорість, управління даними	

Джерело: власна розробка автора.

нути увагу на нефінансові рішення для зміцнення імунітету бізнесу. Одним із них є ESG. ESG (Environmental, Social and Governance) довкілля, соціальна сфера та управління. CSR або корпоративна соціальна відповідальність у поєднанні зі сталим розвитком і формують ESG (табл. 2).

Спрогнозуємо можливий вплив Covid-19 на довкілля, соціальну сферу та управління під час пандемії, через 3—6 місяців, через 12 міс і більше. У таблиці 3 згруповано можливі зміни ESC під час пандемії, а також короткострокові (до 1 року) та довгострокові перспективи (більше 1 року).

Таблиця 3. Зміни ESC, спричинені пандемією

ESC	У часи CV-19	Через 3-6 місяців після CV-19	Через рік та більше
Довкілля	Забезпечення зниження витрат та управління ризиками: - енергоаудити; - рішення з умов праці: світлодіоди, теплоізоляція, оптимізація матеріальних ресурсів, перегляд витрат на утилізацію відходів; - процедури ризику в умовах офісу	Новий стандарт адаптації: - огляд та інтеграція ризику і висновків COVID-19; - огляд можливостей інвестування в енергоресурси, управління вуглецем і відходами; - відновлення режиму роботи з офісу та/або продовження роботи дистанційно	Перспективи на майбутнє: - згадати про вимоги стійкості і параметри розвитку, цілі сталого розвитку; - обговорити з зацікавленими сторонами (стейкхолдерами) всі нові процедури оцінки ризиків COVID-19; - повна інтеграція екологічних ризиків в корпоративний реєстр ризиків
Соціальна сфера	Здоров'я та благополуччя працівника понад усе: - протоколи зв'язку; - програми підтримки співробітників; - зв'язок із зацікавленими сторонами і ланцюгами поставок; - проєкт повернення роботи в офіс - громадська підтримка	Новий стандарт адаптації: - оцінка можливостей і висновків COVID-19; - відстеження змін; - оцінка процедур і протоколів зв'язку	Перспективи на майбутнє: - протоколи обміну та вивчення цифрових екосистем; - диференційовані плани по роботі і з відряджень; - повна інтеграція соціальних ризиків корпоративний реєстр ризиків
Управління	Відповідність та чуйність: - прогалини в управлінні, виявлення ризиків COVID-19 (екологічні, фізичні, юридичні, відносні, кібер); - канали зв'язку для інформування та заспокоєння внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін (стейкхолдерів); - практична адаптація	Новий стандарт адаптації: - оцінка можливостей, наприклад цифрові рішення; - реєстрація ризику і висновків COVID-19; - регулювання відновлення робочого середовища в офісі і оновлення відповідних протоколів	Перспективи на майбутнє: - повна інтеграція ризиків ESG у корпоративний реєстр ризиків; - можливості створення цінності ESG у всьому організаційному ланцюжку

Джерело: розробка автора на основі джерела [1].

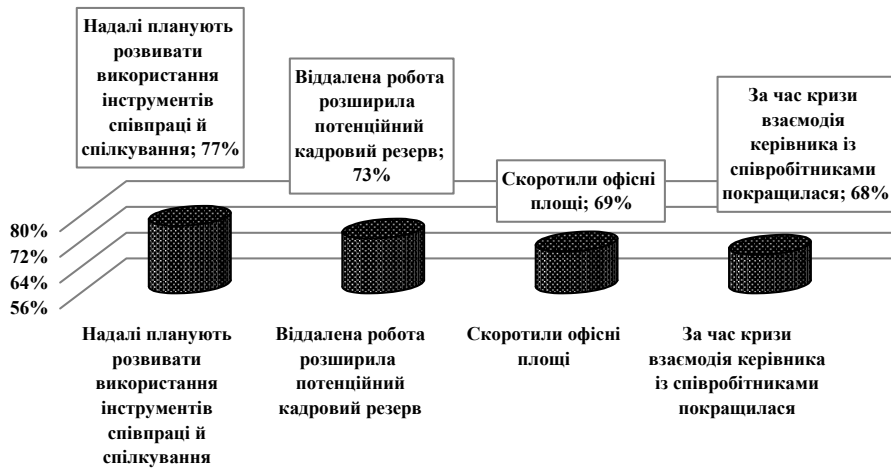


Рис. 1. Керівники підприємств за час кризи, спричиненої пандемією

Джерело: розробка автора на основі джерела [1].

Серед факторів, які впливають на бізнес, можна відмітити такі: здоров'я людини (фізичне та психологічне), дохід, спілкування, постійні витрати, поточна робота, ланцюги постачання, готовність до інновацій та інвестиції.

COVID-19 змусив організації вдатися до радикальних експериментів щодо формату роботи. Чимало організацій запустили віддалений режим роботи буквально за одну ніч. З огляду на те, що пандемія трансформує ринок праці, 77% визнають, що й надалі розвиватимуть використовувані нині інструменти цифрової співпраці й комунікації, а 73% переконані, що віддалена робота фактично розширила доступний їм кадровий резерв (рис. 1).

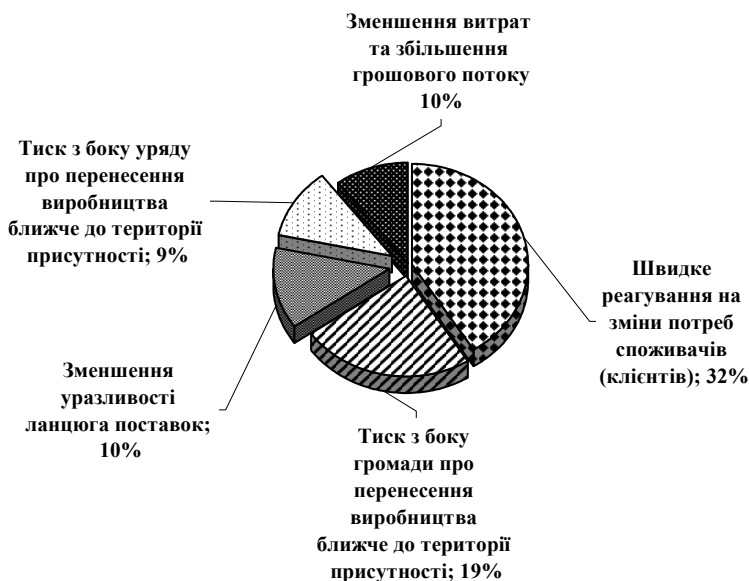


Рис. 2. Проблеми, через які керівники переглядають ланцюги поставок

Джерело: власна розробка з використанням даних джерела [1].

Якщо говорити про майбутню операційну модель, слід зазначити, що ланцюжки поставок також сильно постраждали: 67% опитаних визнають, що їм довелося переосмислити їхній міжнародний ланцюжок поставок. Утім, керівники використовують цю можливість, щоб замислитися, як перетворити їхній ланцюжок поставок на конкурентну перевагу в умовах нової реальності. Коли ми запитали керівників, що підштовхує їх переоцінювати ланцюжок поставок, як головну причину вони назвали потребу стати

більш гнучкими у відповідь на мінливі потреби клієнтів, а причина урядовий тиск з метою наблизити виробництво до регіону присутності стала другою з кінця (рис. 2).

Слід зазначити, що керівники більш впевнені у перспективах зростання упродовж наступних трьох років, коли йдеться про їхній бізнес, тому що мають більший контроль за важелями, які це визначатимуть. Одним з найважливіших важелів, який вони можуть контролювати, і головний рушій розвитку посилення діджиталізації. Оскільки через потребу у фізичному дистанціюванні торгівля усе активніше ведеться онлайн, компаніям доводиться переосмислювати, чого хочуть клієнти і як це реалізувати.

За даними KPMG, 75% керівників вважають, що пандемія пришвидшила створення безперервного цифрового обслуговування клієнтів. Причому практично кожен п'ятий (22%) з них стверджує, що прогрес різко пришвидшився, і ми перенеслися на роки вперед (рис. 2).

Багатьом з нас пандемія запам'ятається як визначальний момент для всього покоління. Керівники однозначно налаштовані скористатися уроками пандемії та особистим досвідом, щоб перелаштовувати і ухвалювати зважені рішення.

Як показує рисунок 4, з-поміж тих, хто зазнав особистого впливу наслідків кризи на здоров'я, лише 4% не змінили свого підходу до пандемії. Загалом 55% змінили стратегію реагування цілком або частково. Ще 40%, не змінюючи

стратегії, приділяли більше уваги гуманітарному аспекту пандемії.

ВИСНОВКИ

1. Хоча пандемія надала компаніям можливість продемонструвати, як вони реально можуть змінити ситуацію у суспільстві на краще, разом з тим корпоративна діяльність ніколи раніше не зазнавала настільки суворого контролю. Щоб отримати підтримку й довіру співробітників, клієнтів і громади, керівники повинні продемонструвати, що призначення їхніх компаній актуальне, має важливе значення та позитивний вплив. Для деякого це означатиме перехід від загальних формулювань до більш конкретних і вимірюваних підходів. Уважне вивчення думок стейкхолдерів і заохочення їх до діалогу стане важливим елементом у справі внесення корективів і досягнення компромісів, що є необхідною умовою для задоволення потреб усіх зацікавлених сторін. Пандемія продемонструвала силу призначення компаній. Утім, для досягнення успіху його необхідно вбудувати в структуру організації. І керівник повинен перебувати на передовій, щоб переконатися, що це справді працює.

2. З урахуванням того, що майбутнє галузей визначається цифровим прискоренням, організації потребують глибокого розуміння



Рис. 3. Посилення цифрового зростання: діджиталізації

Джерело: власна розробка автора з використанням даних джерела [1].

того, як зміниться поведінка споживачів і як задовольняти все нові й нові потреби. Аналіз на основі даних і моделювання сценаріїв матимуть вирішальне значення для розуміння того, які важливі зміни можуть відбутися. До пандемії основною проблемою у питанні цифрової трансформації для багатьох організацій була завантаженість та складність застарілих ІТ-систем і тривала боротьба за ефективне управління даними. Зазначені проблеми нікуди не зникли, і організаціям доведеться зосередитися на трансформації ІТ, долаючи розрізненість через хмарні сервіси й гнучкі технології. Настав час для компаній замислитися про людські ресурси і розбудувати надійне підґрунтя цифрових навичок.

3. Лідерам потрібно дбати, щоб не відступитися від досягнутих внаслідок пандемії успіхів у вирішенні кліматичних проблем, і натомість закладати основи стійкої, зеленої економіки майбутнього. Компанії можуть винести уроки з того, наскільки стійкими (або ні) виявилися їхні операційні моделі в умовах кризи, щоб зрозуміти, які зі сфер потребують зміцнення для протистояння екологічним і кліматичним випробуванням. Оскільки споживачі все більше орієнтуються на бренди, що мають призначення, та чиї товари та послуги відповідають цілям сталого розвитку, ком-

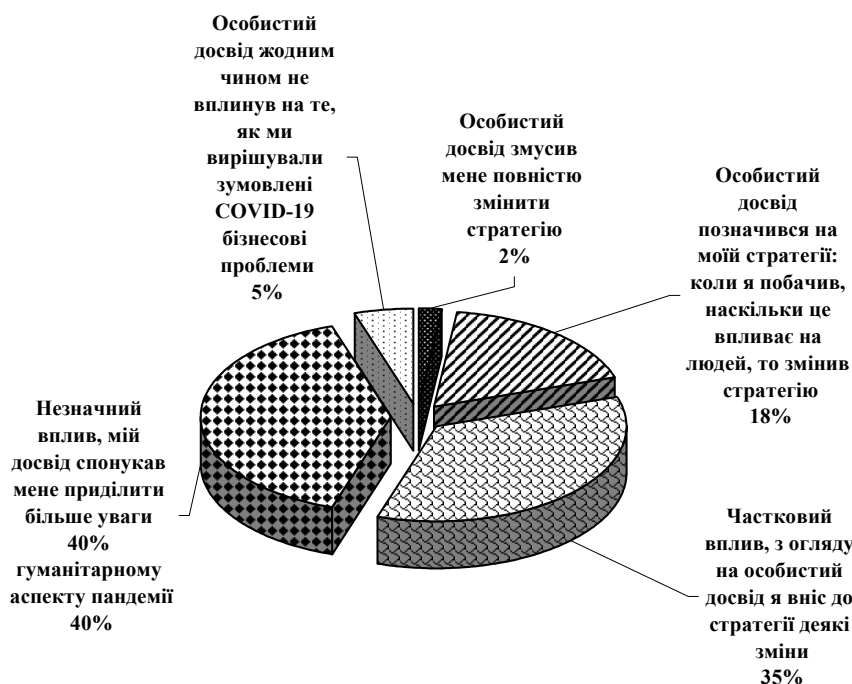


Рис. 4. Як керівники змінили стратегію діяльності підприємства після хвороби близьких людей на COVID-19

Джерело: розроблено на основі даних джерела [1].

панії адаптують свої портфелі продукції й послуг, щоб задовольняти зазначені потреби. Водночас інвестори все більше уваги звертають на ESG показники компаній, фокусуючись "Е" складовій кліматичних ризиках. Пандемія стала серйозною кризою з величезними гуманітарними наслідками, але це також час, коли стійкі й соціально відповідальні компанії замислилися над своїм призначенням. Організації, які розробляють надійні програми звітності ESG, паралельно зі стійкими і гнучкими ланцюжками поставок і стратегією щодо людського капіталу, яка фокусується на людях і навичках, необхідних для швидкого і віртуального майбутнього, матимуть хороші можливості.

4. У часи значної невизначеності, коли майбутнє незрозуміле, керівникам доводиться ухвалювати важливі рішення з довготерміновими наслідками. Їм доводиться робити все можливе для захисту своїх працівників, і разом з тим стикатися з серйозним економічним тиском, який потенційно може загрожувати майбутньому їхнього бізнесу. Їм доводиться повністю переглядати підхід до ланцюжка поставок у часи, коли рух транспорту й людей обмежено. З проведеного нами дослідження, так само, як і з розмов з провідним керівниками, стає зрозуміло, що коли вони шукають відповіді на ці питання і прагнуть побудувати успішне постковідне майбутнє, то за концептуальну основу їм слугуватимуть цілі самих компаній. У розпал економічної й гуманітарної кризи вони ставлять на перше місце людей: співробітників, клієнтів і суспільство загалом. Зумовлена COVID-19 криза змінює уявлення про хороше корпоративне лідерство.

5. Зосередивши свою увагу на ESG (екологічних, соціальних і управлінських питаннях), 71% опитаних керівників, заявляє про прагнення й надалі рухатися у напрямку боротьби з кліматичними змінами, що розпочато внаслідок пандемії. Разом з тим, 65% стверджує, що управління кліматичними ризиками визначатиме, чи збережуть вони свої робочі місця упродовж наступних п'яти років. Робота в майбутньому 77% заявляють, що й надалі розбудовуватимуть інструменти цифрової співпраці й комунікації, впроваджені внаслідок пандемії, а 73% переконані, що віддалена робота розширила їхній доступ до кадрового резерву. Клієнтоорієнтований ланцюжок поставок 67% стверджують, що через руйнівний вплив пандемії, а також вмотивовані бажанням гнучкіше реагувати на мінливі потреби клієнтів, вони мали переосмислити підхід до міжнародного ланцюжка поставок.

Література:

1. KPMG 2020 CEO Outlook | Спецвипуск: COVID-19. — Режим доступу: <https://home.kpmg/ua/en/home/insights/2020/09/ukraine-ceo-outlook-2020.html> (Дата звернення: 10.02.2021 року).

2. Левицька С.О. Соціальна складова підприємницької діяльності як об'єкт обліку. Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія: Економіка. 2014. Вип. 26. С. 114—118.

3. Правдюк Н.Л. Соціальні аспекти бухгалтерського обліку. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. № 12. С. 91—101.

4. Сисоєва І.М. Особливості аудиту облікової політики підприємств. Галицький економічний вісник. 2007. Вип. 4 (15). С. 188—192.

5. Чижевська Л.В. Поява та розвиток соціально орієнтованого обліку. URL: http://www.confcontact.com/2007may/+1_chizhev.php

6. Jesse F. Dillard, (1991) "Accounting as a Critical Social Science", Accounting, Auditing & Accountability Journal. Vol. 4. URL: <https://doi.org>

7. Hank Robinson. (2011) Social Accounting and I/O Theory — Emsi Rob Sentz. URL: <http://www.economicmodeling.com>

References:

1. KPMG (2020), "CEO Outlook COVID-19 Special Edition", available at: <https://home.kpmg/ua/en/home/insights/2020/09/ukraine-ceo-outlook-2020.html> (Accessed 10 Feb 2021).

2. Levytska, S.O. (2014), "The social component of entrepreneurial activity as an object of accounting", Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia". Serii: Ekonomika, vol. 26, pp. 114—118.

3. Pravdyuk, N.L. (2017), "Social aspects of accounting", Ekonomika, finansy, menedzhment: Aktualni pytannya nauky y praktiki, vol. 12, pp. 91—101.

4. Sysoieva, I.M. (2007), "Features of the audit of accounting policies of enterprises", Halytskyi ekonomichnyi visnyk, vol. 4 (15), pp. 188—192.

5. Chyzhevska, L.V. (2007), "The emergence and development of socially oriented accounting", available at: http://www.confcontact.com/2007may/+1_chizhev.php (Accessed 10 Feb 2021).

6. Dillard, J.F. (1991), "Accounting as a Critical Social Science", Accounting, Auditing & Accountability Journal, vol. 4, Issue: 1.

7. Robinson, H. (2011), "Social Accounting and I/O Theory — Emsi Rob Sentz", available at: <http://www.economicmodeling.com> (Accessed 10 Feb 2021).
Стаття надійшла до редакції 14.02.2021 р.

УДК 338.432

О. М. Лобода,

к. т. н., доцент, доцент кафедри менеджменту та інформаційних технологій,
Херсонський державний аграрно-економічний університет

ORCID ID: 0000-0001-9826-9443

Н. Д. Худік,

старший викладач кафедри менеджменту та інформаційних технологій,
Херсонський державний аграрно-економічний університет

ORCID ID: 0000-0002-2310-799X

DOI: 10.32702/2306-6792.2021.4.38

ВИКОРИСТАННЯ ЕКСПЕРТНИХ ОЦІНОК ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМІВ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В АГРОБІЗНЕСІ

O. Loboda,

PhD in Technical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Information Technology, Kherson State Agrarian and Economic University

N. Khudik,

Senior Lecturer of the Department of Management and Information Technology,
Kherson State Agrarian and Economic University

USING EXPERT ASSESSMENTS TO DETERMINE PRIORITY AREAS FOR INTRODUCTION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN AGRIBUSINESS

У статті розглянуто задачу визначення пріоритетів впровадження цифрових технологій на сільськогосподарських підприємствах, зокрема в рослинництві, в умовах ресурсних, фінансових та кадрових обмежень. На нашу думку, найбільш раціональним методом є використання нечітких експертних оцінок, які виражаються лінгвістичними змінними. В зв'язку з тим, що застосування цифрових технологій агробізнесу в країні знаходиться на навчальному етапі, в дослідженні за допомогою експертної групи виконано ранжування пріоритетів впровадження цифрових технологій. За результатами експертних оцінок та їх обробки методами нечітких множин обґрунтовані пріоритети впровадження цифрових технологій на аграрних підприємствах. З точки зору мети застосування цифрових технологій найбільш високу оцінку здобули: моніторинг та програмування врожаїв, інформатизація, побудова цифрової моделі для роботи агронома. В результаті проведених досліджень виділені конкретні пріоритети впровадження цифрових технологій в галузі рослинництва.

The article discusses the problem of determining the priorities for the introduction of digital technologies in agricultural enterprises, in particular in crop production, in the context of resource, financial and personnel constraints. At present, the simultaneous introduction of the entire set of digital technologies is unlikely, so we have identified the most effective technologies that should increase the efficiency of agricultural enterprises. In our opinion, the most rational method is to use fuzzy expert assessments, which are expressed by linguistic variables. Due to fact that the use of digital technologies in agribusiness in the country at the initial stage, when studied with the help of an expert group, the priorities for the introduction of digital technologies were ranked. In crop production, digital technologies were considered in

three groups: the technology used, the purpose of the application, and localization (in the field or at a separate enterprise). Based on the results of expert assessments and processing by methods of fuzzy sets, the priorities for the introduction of digital technologies in agricultural enterprises are substantiated. It is emphasized that in terms the degree of localization, the most effective are, firstly, distribution among a variety of agricultural enterprises, then distribution within one enterprise. Among the equipment used, the highest marks were received: technology of autonomous (unmanned) control of ground equipment, remote accounting and control systems, geoinformation technologies, technology the collective use of resources of a common pool, unmanned aerial vehicles. From the point of view of the purpose of using digital technologies, the highest marks were received: monitoring and programming of crops, informatization, building a digital model of work of an agronomist. As a result the study, specific priorities for introduction of digital technologies in crop production were identified. Prospects for further research are associated with the definition of organizational and managerial conditions for effective implementation of specific technologies, substantiation of their economic efficiency in an agricultural enterprise of various types.

Ключові слова: цифрові технології, експертні оцінки, лінгвістична змінна, управлінські рішення, інформаційної системи автономного керування, програмування врожайів.

Key words: digital technologies, expert assessments, linguistic variable, management decisions, autonomous information management system, crop programming.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Одним з основних векторів розвитку економіки країни в цілому, а також зокрема в аграрному бізнесі є впровадження цифрових технологій. В аграрному підприємстві вони дозволяють вирішувати задачу здобуття максимального ефекту від кожної одиниці ресурсів за рахунків найбільш раціонального покровового застосування на основі великого об'єму інформації, що протікає в складних системах. Тому в результаті застосування цифрових технологій досягається зріст врожайності за значного зниження витрат та екологічного збитку внаслідок селективного застосування добрив, техніки тощо. Водночас застосування цифрових технологій в сільському господарстві носить поки обмежений характер, розвивається шляхом проб та помилок, що потребує подальшого розвитку економічних та організаційних аспектів впровадження даних інновацій в рослинництво.

Одним з найбільш важливих питань — це визначення пріоритетів впровадження цифрових технологій, враховуючи їх різноманіття. Спектр техніки, програмних продуктів, технологій вкрай широк. Він потребує систематизації, впорядкування та визначення пріоритетів використання. Практично не в одній області або в аграрному підприємстві неможливо одночасна реалізація цифрових рішень по всьому спектру проблемних задач. Тому актуальною науковою та прикладною задачею являється визначення найбільш ефективних цифрових технологій, здатних дати максимальний результат на самому початку цифровізації аграрних підприємств.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Серед дослідників, які в своїх працях вивчали методи експертних оцінок можна відмітити Б.Є. Грабовецького, Г.М. Гнатієнко, В.Є. Снитюка. Питання та ключові аспекти оптимального управління підприємств відображені у наукових працях В.К. Збарського, В.І. Мацибори, В.В. Марасанова, А.А. Чалого; аспекти та напрями цифрової економіки розглянуті в роботах Т.Л. Mesenbourg, В.В. Клочан, М.Ф. Кропивко.

Оскільки впровадження цифрових технологій в сільському господарстві знаходиться на початковому етапі свого розвитку, з економічної точки зору вони достатньо слабо вивчені, основна частина інформації не формалізована, тобто доцільно застосувати метод експертних оцінок [1, с. 43]. Задача по визначенню основних напрямів впровадження цифрових технологій землеробства [2; 3, с. 122], таким образом зводиться до експертного ранжування існуючих варіантів [4, с. 234]. Ранжування варіантів використання цифрових технологій по пріоритетності застосування є класом задач оптимізації в умовах невизначеності [5, с. 48; 6, с. 64—68]. При недоліках формалізованих кількісних даних для їх вирішення застосовують не традиційний математичний апарат (теорія ймовірності, теорія оптимального програмування [7, с. 130—134]), а нечіткі експертні оцінки на "природній" мові, які обробляються методами теорії нечітких множин та лінгвістичної змінної [3, с. 156].

Таблиця 1. Приклад експертної оцінки ефективності автономної технології

Лінгвістична характеристика (нечітка оцінка) технології	Низька ефективність	Помірна ефективність	Середня ефективність	Висока ефективність	Дуже висока ефективність
Число відповідей експертів в інтервалі	6	2	4	1	0
Доля відповідей в інтервалі	0,4615	0,1538	0,3077	0,0769	0,0000
Накопичене число відповідей	6	9	10	13	13
Накопичена доля відповідей	0,4615	0,6923	0,7692	1,0000	1,0000

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є вирішення задачі визначення пріоритетів впровадження цифрових технологій на сільськогосподарських підприємствах, зокрема в рослинництві в умовах фінансових, кадрових та ресурсних обмежень. У зв'язку з тим, що одночасне впровадження всього спектру цифрових технологій є мало ймовірним, тому необхідно виділити найбільш ефективні технології, які здатні збільшити ефективність аграрних підприємств.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Визначення основних напрямів впровадження цифрових технологій точного землеробства передбачає: встановлення ключових цілей та задач використання цифрових технологій землеробства; вибір найбільш продуктивної та важкої для агробізнесу техніки; визначення найбільш раціональних організаційних схем та механізмів організації впровадження цифрових технологій.

Основна перевага нечітких множин полягає в можливості обробляти невеликі експертні судження, на природній мові типу "дуже ефективна", "малоефективна", "неприпустимо". Тим самим з'являється можливість здобути узагальнену оцінку природності, ефективності той або іншої цифрової технології землеробства в ряду інших. Ця оцінка буде задаватися функції приналежності елемента (тобто конкретної технології) до нечіткої множини ефективних пріоритетних напрямів впровадження.

Нечітка множина A для довільного елемента X задається функції приналежності $\mu_A; X \rightarrow [0; 1]$. Величина $\mu_A(X)$ належить інтервалу $[0; 1]$ та фіксує міру приналежності елемента X до множини A . Якщо для звичайної чіткої множини міра приналежності любого елемента до нього складає або 0 або 1 (тобто елемент може або тільки приналежати або тільки не приналежати), тоді в випадку з нечіткою множиною оцінюється ймовірність

приналежності, наприклад, 0.3, 0.5 або 0.8. Це в більшому ступені відповідає задачам експертної оцінки в слабо формалізованих випадках при не-доліку інформації [1, с. 76].

Нечітка множина може бути записана як сукупність впорядкованих пар, які включають елементи X та відповідні їм функції приналежності $\mu_A(X)$. Прикладом запису нечіткої множини може бути $A = \{(x_1, 0.1), (x_2, 0.5), (x_3, 0.4)\}$.

Для роботи з нечіткими множинами, обробка даних та здобуття абсолютних оцінок використовується нечіткі числа П-образні та S-образні й т.п.

Вони служать математичним виразом експертних суджень на формалізованій математичній мові. Зокрема, трикутні функції приналежності можуть бути заданим виразом (1):

$$\mu_A(x; a, b, c) = \begin{cases} 0, & x \leq a \\ \frac{x-a}{b-a}, & a \leq x \leq b \\ \frac{c-x}{c-b}, & b \leq x \leq c \\ 0, & c \leq x \end{cases} \quad (1),$$

де a, b, c — де-які величини дійсних чисел, впорядковані співвідношеннями $a \leq b \leq c$.

S-образна функція приналежності функція F задається виразом виду (2):

$$f_{x1}(x, a, b) = \begin{cases} 0, & x < a \\ \frac{1}{2} + \frac{1}{2} \cos\left(\frac{x-b}{b-a} \sigma\right), & a \leq x \leq b \\ 1, & x > b \end{cases} \quad (2).$$

Експертні оцінки, які виражені на природній мові, дозволяють побудувати дані функції приналежності. Для цього кожен експерт обирає лінгвістичну зміну, тобто оцінку ефективності застосування технологій. Терм-множина $A(X)$ лінгвістичних змінних (лінгвістична шкала) записується виразом типу $A(X) = \{\text{дуже високий, високий, достатньо високий, відносно високий, вище середнього, середній, відносно низький, достатньо низький, низький, дуже низький, практично відсутній}\}$.

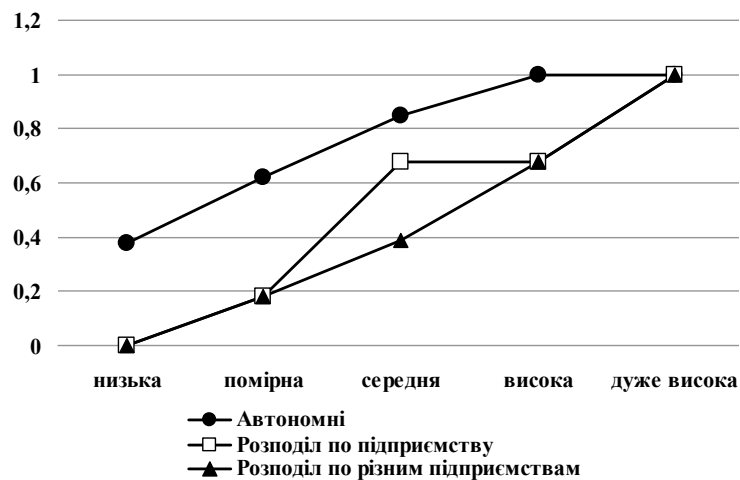


Рис. 1. Результати експертної оцінки ефективності цифрових технологій землеробства за класифікацією "Місце локалізації"

Таким чином, застосування нечітких множин дозволяє формалізувати та узагальнити нечітку словесну інформацію, більш повно та точно агрегувати неформалізовані судження експертів, перейти від ряду словесних оцінок до кількісного ранжування ефективності та пріоритетності цифрових технологій.

Під час формалізації експертної групи було підібрано 13 експертів на підставі того, що при чисельності 12—13 осіб вже досягається точність результатів вище 80%. Подальше нарощування чисельності експертів не дає істотного збільшення точності оцінки та приводить до зниження середнього рівня компетентності в силу вузькості кола спеціалістів зайнятих проблематикою цифрових технологій в агробізнесі. По області професійної діяльності експерти поділялись наступним чином: керівники та спеціалісти аграрних підприємств — п'ять осіб; керівники та спеціалісти спеціалізованих організацій, які виконують роботу та на-

дають послуги в сфері цифрових технологій — три особи; державні службовці, які пов'язані з питаннями розвитку агробізнесу — три особи; науково-педагогічні співробітники — дві особи.

По кожній з класифікацій цифрових технологій землеробства, які допустимі в рослинництві, експерти оцінювали по лінгвістичній шкалі ефективності застосування в Херсонській області. Лінгвістична шкала має наступний вигляд: $A(X) = \{\text{низька ефективність, помірна ефективність, середня ефективність, висока ефективність, дуже висока ефективність}\}$.

Наприклад, при оцінці ефективності такого класу технології, як автономні (класифікація по ступеню локалізації) були здобуті наступні результати експертного опитування (табл. 1). Вона показує, що ефективність автономних технологій оцінюється експертами достатньо низько. Для цього є явні істотні суд-

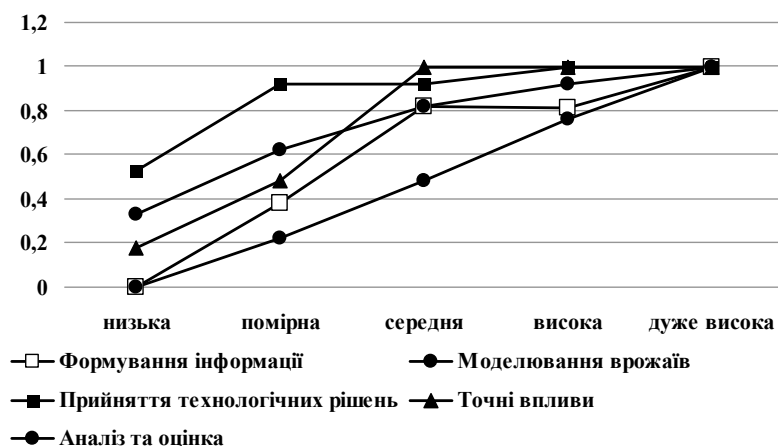


Рис. 2. Результати експертної оцінки ефективності цифрових технологій землеробства за класифікацією "Мета застосування"

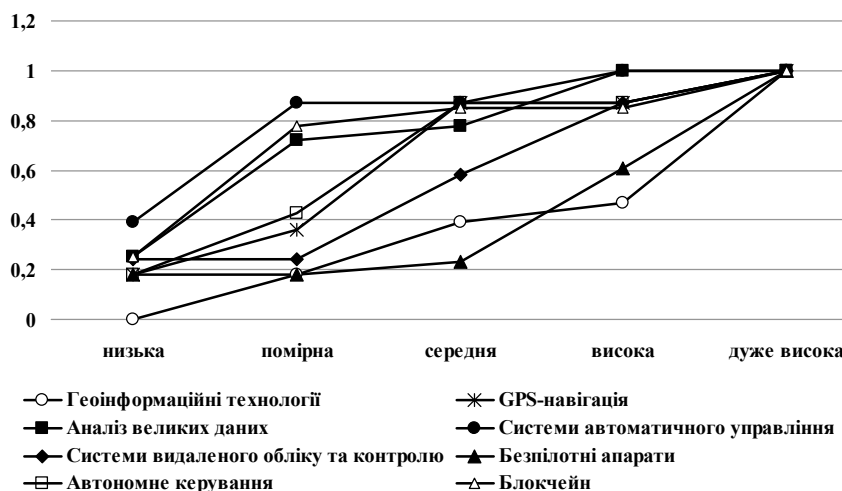


Рис. 3. Результати експертної оцінки ефективності цифрових технологій землеробства по класифікації "Використана техніка"

ження — автономна техніка, не інтегрована в єдиний контур управління, має дуже обмежені результати свого використання. На основі здобутих даних будується графік сплайн-функцій, по формі якого оцінюється приналежності технологій до високоефективних.

Графіки сплайн-функцій відображають підсумкові судження експертів об ефективності цифрових технологій землеробства за трьома класифікаціями (мета застосування, техніка, що використовується, локалізація) показані на рисунках 1—3.

Зокрема, рисунок 1 відображає ефективність використання цифрових технологій точного землеробства, що відрізняються за ступенем деталізації. На діаграмі представлені монотонно зростаючі сплайн-функції, які по-

казують кумулятивне значення міри приналежності в точки переходу.

Чим вище значення функції в точці переходу на середині горизонтальної осі, тем у меншому ступені технологія, що розглядається, відноситься експертами до розряду високоефективних. Так, на рисунку 2 показано, що автономні цифрові технології на 84% відповідей оцінені з ефективністю "середня" та нижче. Та навпаки, по розподіленім цифровим технологіям така оцінка дана 38% випадкам, тобто більше 60%, на думку експертів, ймовірність того, що ефективність цих технологій є високою та дуже високою.

Отже, ранжування технологій по підсумках експертної оцінки буде наступним: найбільш ефективними являються розподілені серед ба-



Рис. 4. Пріоритетні цифрові технології землеробства за підсумками експертної оцінки

гатьох аграрних підприємств, потім — розподілені на одному підприємстві, найменш ефективні — автономії.

Водночас не всі технології землеробства можуть застосовуватися на принципах колективного використання. Тому до основних пріоритетів впровадження цифрових технологій на основі експертної оцінки можна віднести розподілені на одному підприємстві та між різними підприємствами.

Далі розглянемо ранжування технологій землеробства за метою застосування (рис. 2). З наведених даних видно, що по значенню міри приналежності в точці переходу технології, що розглядаються та ранжуються експертами так: технологія аналізу, оцінки та оберненого зв'язку; технології формування інформації; технології моделювання, програмування врожайності; технології прийняття рішень та застосування точних агротехнологічних впливів; технології управління сільськогосподарським підприємством.

Ранжування технологій землеробства по меті використання має умовний характер, оскільки найбільша ефективність досягається при системному охопленні цифровізації всіх сфер діяльності аграрного підприємства. Однак представлені оцінки дозволяють стверджувати, що пріоритетами цифровізації рослинництва спочатку повинні стати інформатизація, моніторинг та програмування врожайів, тобто побудова цифрової моделі для роботи агронома. Рішення при цьому поки можуть прийматися "вручну", а використання техніки для точних впливів може носити локалізований характер. Тому найбільший інтерес в результаті експертної оцінки, у розрізі цілей застосування, мають при накладенні на результати ранжування використаної техніки (рис. 3).

Слід відмітити, що під час проведення експертної оцінки із розгляду були виключені окремі периферійні та слабо знайомі спеціалістам — аграріям цифрові технології (наприклад, віртуальна та доповнена реальність, як засіб землеробства). Їх коректна оцінка, через практичну невідомість, експертам не можлива. По результатам експертної оцінки, як видно з приведеної діаграми, цифрові технології землеробства чітко диференційовані. Технології з високою ефективністю в області в наш час (близько 50% та більше суджень експертів відносять їх до групи з високою та дуже високою ефективністю): системи видаленого обліку та контролю, технологія колективного використання ресурсів загального пулу, технології автономного керування наземної техніки, геоінформаційні технології, безпілотні літальні

апарати. Такі технології слід враховувати пріоритетними. Технології з відносно невисокою ефективністю (більше 70% суджень експертів оцінюють ефективність як середню та нижче): системи автоматичного управління, блокчейн, датчики та сенсори, аналіз великих даних, супутникова навігація.

Як визначено вище, максимальний ефект цифровізації досягається при комплексному використанню різноманітних технологій, тому на перспективу в рослинництві повинні використовуватися всі або більшість з них. Але, на навчальному етапі, в умові жорстких ресурсних обмежень, необхідно буде сконцентрувати зусилля на найбільш ефективних технологіях, які дають найбільшу віддачу. Систематизація результатів експертної оцінки представлено на рисунку 4.

ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

У ході дослідження була проведена експертна оцінка ефективності та пріоритетності основних напрямів впровадження цифрових технологій в конкретних умовах рослинництва Херсонської області. Це дозволило визначити напрями наступним образом: інструменти колективного користування, спільного доступу до цифрових технологій; технології моніторингу та аналізу стану посадок, посівів; розширення використання геоінформаційних систем; програмування врожайності; системи цифрового обліку, контролю; безпілотна наземна сільськогосподарська техніка; безпілотні літальні апарати для рішення задач землеробства. На основі цих напрямів, найбільш доцільно, реалізовувати міри по цифровізації рослинництва на початковому етапі. На основі експертної оцінки можна виділити наступні пріоритетні напрями впровадження цифрових технологій в галузі рослинництва:

1) створення, стимулювання та забезпечення ефективної роботи інститутів, форм колективного користування, спільного доступу до цифрових технологій, а також техніку, спеціалізоване програмне забезпечення, обчислювальні потужності;

2) масове впровадження технологій моніторингу та аналізу стану сільськогосподарських угідь, посадок, посівів з широким застосуванням безпілотних літальних апаратів;

3) подальший розвиток деталізації інформації о стані полів, рослинності, рельєфі місцевості, інших значимих для рослинництва даних у наявній та перспективній геоінформаційній системі, розширення використання геоінформаційних технологій сільськогосподарськими товаровиробниками області;

4) розширення, тиражування технологій повномасштабного програмування врожайності з часткової автоматизації прийняття рішень, а також виконання робіт;

5) впровадження систем цифрового обліку, контролю в логістичних та виробничих процесах, фізичний контроль збереження, економії ресурсів аграрного підприємства;

6) ініціювання, розширення, тиражування проектів використання безпілотної (автономної) наземної сільськогосподарської техніки в тих сферах, де вже мається цифрова модель аграрного товаровиробника та застосовуються значні об'єми робіт;

7) тиражування реалізованих проектів, розширення використання безпілотної літальних апаратів для рішення задач землеробства в частині як збору інформації, так і здійснення конкретних агротехнологічних впливів.

Необхідно відмітити, що частина цих напрямів почала розвиватися раніше, але потребує розширення та тиражування. Перший, а також четвертий та п'ятий напрями дуже слабо представлені на практиці, необхідно їх реалізовувати практично з початку. Представляється, що п'ятий напрям — автоматизований контроль та облік буде успішно реалізовуватись самими сільськогосподарськими товаровиробниками, оскільки практика вітчизняної моделі управління показує, що різноманітні технічні засоби контролю збереження майна, поведінки персоналу визивають значну зацікавленість бізнесу.

Література:

1. Грабовецький Б.Є. Методи експертних оцінок: теорія, методологія, напрямки використання: моногр. Вінниця: ВНТУ, 2010. 171 с.

2. Клочан В.В. Система інформаційно-консультаційного забезпечення аграрної сфери. Миколаїв: МДАУ, 2012. 371 с.

3. Гнатієнко Г.М., Снитюк В.Є. Експертні технології прийняття рішень: моногр. К.: ТОВ "Маклаут", 2008. 444 с.

4. Марасанов В.В., Пляшкевич О.М. Основи теорії проектування і оптимізації макроекономічних систем. Херсон: Айлант, 2002. 190 с.

5. Лобода О.М. Вирішення задачі ідентифікації структури управління підприємства. Сучасна спеціальна техніка. Київ, 2012. № 3. С. 64—68.

6. Лобода О.М., Кириченко Н.В. Актуальні проблеми ідентифікації та моделювання структури управління підприємством. Наука й економіка. 2015. № 3. С. 130—134.

7. Збарський В.К., Мацибора В.І. Економіка сільського господарства: навч. посіб. К.: Каравела, 2009. 264 с.

References:

1. Hrabovets'kyj, B.Ye. (2010), Metody ekspertnykh otsinok: teoriia, metodolohiia, napriamky vykorystannia [Methods of expert assessments: theory, methodology, directions of use], Vinnytsia, Ukraine.

2. Klochan, V.V. (2012), Systema informatsijno-konsul'tatsijnoho zabezpechennia ahrarnoi sfery [The system of information and consulting support of the agricultural sector], Mykolaiv, Ukraine.

3. Hnatiienko, H.M. and Snytiuk, V.Ye. Ekspertni tekhnolohii pryjniattia rishen [Expert technologies accepted solutions], Kyiv, Ukraine.

4. Marasanov, V.V. and Pliashkevych, O.M. (2002), Osnovy teorii proektuvannia i optymizatsii makroekonomichnykh system [Foundations the theory design and optimization of macroeconomic systems], Kherson, Ukraine.

5. Loboda, O.M. (2012), "Solving the problem of identifying the management structure of the enterprise", Suchasna spetsialna tekhnika, vol. 3, pp. 64—68.

6. Loboda, O.M. and Kyrychenko, N.V. (2015), "Current problems of identification and modeling of enterprise management structure", Nauka y ekonomika, vol. 3, pp. 130—134.

7. Zbarskyj, V.K. and Macybora, V.I. (2009), Ekonomika silskogo gospodarstva [Economics of agricultural enterprises], Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 16.02.2021 р.

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

Спеціальність 281

e-mail: economy_2008@ukr.net
тел.: (044) 223-26-28, (044) 458-10-73

УДК 331.101

А. М. Слободяник,
к. е. н., доцент кафедри менеджменту імені проф. Й. С. Завадського,
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ, Україна
ORCID ID: 0000-0001-6437-0033
В. О. Сиза,
бакалавр, Національний університет біоресурсів
і природокористування України, м. Київ, Україна
ORCID ID: 0000-0001-9544-3581

DOI: 10.32702/2306-6792.2021.4.45

УДОСКОНАЛЕННЯ МОДЕЛІ ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ НА АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

A. Slobodanyk,
PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Management named
after prof. J. S. Zavadsky, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv
V. Syza,
Bachelor, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

IMPROVEMENT OF THE MODEL OF THE INTEGRATED QUALITY MANAGEMENT SYSTEM AT AGRO-INDUSTRIAL ENTERPRISES

У статті розглянуто моделі інтегрованої системи управління якістю на агропромислових підприємствах та запропоновано алгоритм побудови комп'ютерної математичної моделі управління ІС підприємства. Доведено, що застосування механізму оцінки якості на різних етапах життєвого циклу агропромислової продукції дозволяє ефективно використовувати ресурси, урівноважує оцінки якості споживчої та виробничої продукції, а отже, покращує якість та конкурентоспроможність агропродовольчого господарства. Встановлено, що одним із основних завдань економічної політики будь-якої країни є підвищення технічного рівня та якості продукції, а глобалізація та загальна конкуренція ведуть до нової моделі управління бізнесом, орієнтованої на споживача, що методи і принципи управління якістю мають вирішальне значення конкуруючи між собою у багатьох сферах.

Автори вказують на те, що нині одним з найефективніших способів удосконалення корпоративного управління є впровадження інтегрованих систем управління, що створені відповідно до вимог міжнародних стандартів ISO. Досліджено, що характерною рисою більшості організацій у всьому світі є їх бажання впровадити в компанії кілька систем управління одночасно або по черзі, які потім функціонують як локальні системи і відповідають за задоволення потреб та вимог різних зацікавлених сторін. Розглянута інтегрована система управління базується на застосуванні системного та процесного підходів до корпоративного управління, що дозволяють зв'язати різні процеси та діяльність в єдине ціле.

Доведено, що метою створення інтегрованої системи управління є загальне оптимальне управління ризиками, яке дає можливість зменшити необхідні матеріальні та організаційні ресурси в компанії. Інтегровані системи управління засновані на застосуванні системних та процесних підходах до корпоративного управління, що мають на меті пов'язати різні процеси та види діяльності підприємства. Представлені критерії та ступінь їх функції наочно показують ефективність та результативність ІСМ на агропромислових підприємствах. Розробка, впровадження та сертифікація інтегрованої системи управління якістю продукції для агропромислових компаній дасть їм низку конкурентних переваг та впевненість у рівні виробництва та послуг, що відповідають міжнародним стандартам, що визначається сильною конкуренцією у вітчизняному та зарубіжному продовольчому ринку.

The article considers the models of the integrated quality management system at agro — industrial enterprises and proposes an algorithm for building a computer mathematical model of enterprise IS management. It is proved that the application of the quality assessment mechanism at different stages of the life cycle of agro-industrial products allows efficient use of resources, balances quality assessments of consumer and industrial products, and thus improves the quality and competitiveness of agri-food economy. It is established that one of the main tasks of economic policy of any country is to improve the technical level and quality of products, and globalization and general competition lead to a new model of business management focused on consumers, that methods and principles of quality management are crucial competing with each other. in many areas.

The authors point out that today one of the most effective ways to improve corporate governance is the introduction of integrated management systems created in accordance with the requirements of international ISO standards. It is studied that the characteristic feature of most organizations around the world is their desire to implement several management systems in the company simultaneously or alternately, which then function as local systems and are responsible for meeting the needs

and requirements of various stakeholders. The considered integrated management system is based on the application of system and process approaches to corporate governance, which allow to connect different processes and activities into a single whole.

It is proved that the purpose of creating an integrated management system is the overall optimal risk management, which makes it possible to reduce the necessary material and organizational resources in the company. Integrated management systems are based on the application of system and process approaches to corporate governance, which aim to link different processes and activities of the enterprise. The presented criteria and the degree of their function clearly show the efficiency and effectiveness of ISM in agro-industrial enterprises. Development, implementation and certification of an integrated product quality management system for agro-industrial companies will give them a number of competitive advantages and confidence in the level of production and services that meet international standards, which is determined by strong competition in domestic and foreign food markets.

Ключові слова: якість, менеджмент якості, система менеджменту, інтегрована система менеджменту, система менеджменту, підприємство аграрного сектору.

Key words: evaluation of enterprise activity, management system, KPI indicators, personnel policy, employee efficiency, business processes.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сьогодні практично стосовно всіх функціональних напрямів діяльності і сфер управління підприємством розроблено підходи, а в багатьох випадках і стандарти відповідних систем управління. Найбільш розповсюдженими є стандартизовані підходи систем менеджменту якості (ISO 9001), екологічного менеджменту (ISO 14001), охорони праці та промислової безпеки (OHSAS 18001, BS 8800, ILO'OSH). Існують стандарти систем менеджменту соціальної відповідальності (SA 8000, IS 10000), стандарти менеджменту інформаційної відповідальності (BS 6079'1, 2, 3:2000; IEC 62198:2002), управління ризиками в корпоративному управлінні (PD 6668: 2000), управління знаннями, управління записами (ISO 15489'1:2001).

Організації можуть отримати сертифікат відповідності більшості стандартів, тоді як інші стандарти діють як рекомендації. Таким чином, інтегрована система управління включає системи, що працюють в єдиному інформаційному просторі, що не тільки забезпечує інформаційну актуальність, ефективність, цілісність та надійність, а й полегшує взаємодію та обмін інформацією між системами. Останнє є важливим для досягнення оптимального балансу між поточними фінансовими, виробничими, соціальними, маркетинговими, екологічними та іншими показниками, забезпечуючи комплексну оцінку досягнення стратегічних та оперативних цілей.

Для інтеграції на світовий ринок необхідно працювати згідно з його правилами не тільки в галузі виробництва, а й у сфері управління всіма компаніями. Окрім технологічних можливостей, компаніям потрібно продемонструвати позитивний вплив своєї діяльності на сучасне суспільство, наприклад, довгострокову стратегію, навколишнє середовище, охорону праці, управління персоналом, логістику.

Вирішити поставлені завдання можна лише за допомогою сучасних систем управління, що базуються на практиці та досвіді успішних міжнародних компаній. Отже, одним із аспектів державної політики є підтримка компаній, які розробляють, впроваджують та сертифікують системи управління відповідно до вимог національних та міжнародних стандартів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Нещодавній досвід упровадження в компаніях використання систем управління відповідно до різних стандартів вимагає більш детального аналізу. Вітчизняні науковці та практики цьому питанню приділяють увагу в тому чи іншому аспекті, серед них: Бобровський А.Л., Галушкіна Т.П., Кожушко Л.Ф., Лук'яніхін В.О., Литвак М., Скрипчук П.М., Потаї О.А., Посилкіна О.В. Питання інтеграції видів менеджменту досліджували D. Hortensius, A. Arbor, C. Lupo, P.I. Буряк, В.М. Лук'яненко, І.В. Галич та ін.

Водночас досвід українських компаній у роботі з міжнародними стандартами залишається незначним і вимагає вивчення переваг, які принесуть компаніям реальну користь порівняно зі світовим досвідом.

МЕТА СТАТТІ

Метою наукової роботи є удосконалення існуючих практичних напрацювань та методичних рекомендацій щодо побудови інтегрованої системи менеджменту, шляхом створення формалізованої моделі такої системи для агропромислових підприємств.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Ключовим фактором успіху будь-якої діяльності в ринкових умовах, є менеджмент.

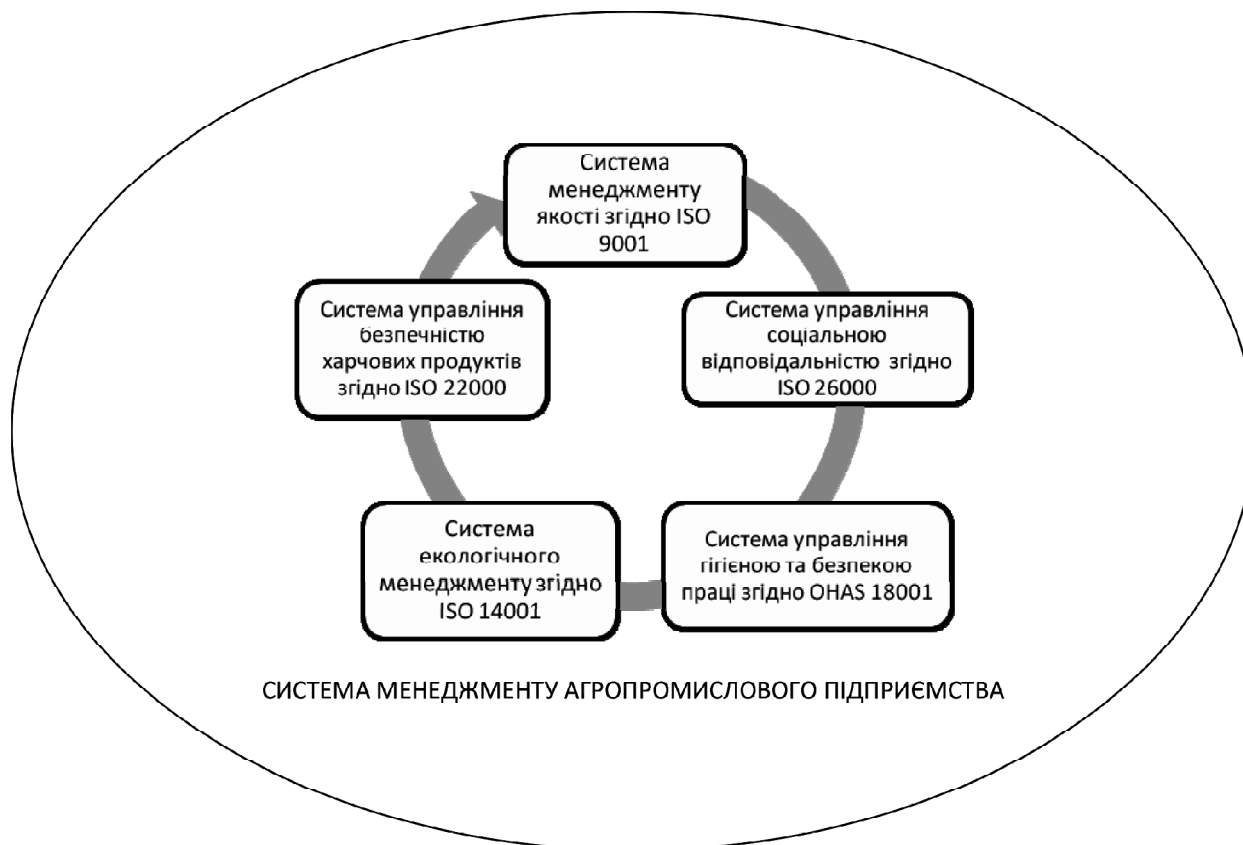


Рис. 1. Інтегрована система менеджменту агропромислового підприємства

Джерело: складено авторами за [6].

Існує величезна кількість визначень цього поняття, що пояснює його багатоплановість і тісний контакт теорії і практики, але в цьому випадку інтерес представляє визначення менеджменту, як типу управління, який передбачає розробку, моделювання, максимально ефективно використання певних системних елементів або системи загалом. Для того щоб реалізувати стратегію сталого розвитку, особливий інтерес представляє використання екологічного менеджменту як інструменту, що регулює вплив будь-якої діяльності на природу.

В умовах ринкової економіки виробники перебувають під постійним впливом конкурентного середовища, що вимагає від них більше зосереджуватись на проблемах якості. Останнім часом керівництво багатьох підприємств зіштовхнулося з необхідністю управління якістю як засобом досягнення конкурентоспроможності, завоювання довіри до продукції у споживача.

Сьогодні найефективнішим способом вдосконалення корпоративного управління є впровадження інтегрованих систем управління, що відповідають вимогам міжнародних стандартів: ISO 9000, ISO 14000, OHSAS 18000 та інших. Ці стандарти базуються на світовому досвіді

управління та містять рекомендації щодо вдосконалення корпоративного управління.

Стандарти серії ISO 9000 встановили унікальний, всесвітньо відомий підхід до умов контракту на оцінку системи якості та водночас регулюють відносини між виробниками та користувачами продукції. Основною метою системи якості, що базується на стандартах серії ISO 9000, є забезпечення якості продукції, необхідної споживачам, та перевірка можливостей компанії. Цілі економічної ефективності у стандартах серії ISO 9000 дуже низькі, а час доставки просто обмежений.

Поняття "менеджмент якості" охоплює аспекти загальної функції управління в розрізі політики якості, цілей, відповідальності, планування, забезпечення та поліпшення якості. Найефективніше реалізувати зазначені функції допомагає впровадження системи якості, яка пронизує не тільки процес виробництва продукції, але й всі сфери діяльності підприємства. На думку Захожая В.Б.: "Система якості відіграє особливу роль у діяльності підприємства, але до цих пір не вдалося придумати ефективного інструменту для зниження собівартості виробленої продукції або послуг при безумовному задоволенні всіх вимог споживача" [1].

Інтегрована система менеджменту — система загального управління організацією, в якій дотримується вимоги двох або більше міжнародних стандартів. Ця система сприяє підвищенню конкурентоспроможності організації, гарантії її стабільності та сталого розвитку [2].

Для того щоб успішно керувати та задля гармонійного функціонування організації необхідно постійно зв'язати її менеджмент з принциповими правилами чи положеннями. Створення ІСМ (рис. 1) має будуватися на принципах, встановлених у всіх Міжнародних стандартах менеджменту, враховуючи те, що в якості основних повинні прийматися принципи, позначені в стандартах ISO 9000, оскільки в моделі ІСМ базовим стандартом вважається ISO 9001 — Система менеджменту якості.

Проблему управління якістю продукції агропромислових підприємств можна вирішити шляхом підтримки нових методологічних підходів до створення ефективної системи якості продукції.

Розвиток економічної інтеграції та глобалізації вимагає створення інтегрованих систем управління якістю продукції у вітчизняних компаніях, які використовують взаємопов'язану стандартну систему та мають конкурентну перевагу для забезпечення якості продукції [3].

Дослідження існуючих підходів до управління якістю встановило, що нині не існує ефективних систем управління якістю продукції, які забезпечують ефективність управління якістю шляхом інтеграції процесів управління роботою як процесу управління якістю та важливого чинника якості бізнесу. З огляду на це, проблема створення ефективної системи управління якістю продукції на основі комплексного підходу є особливо актуальною.

Динаміка вимог до якості продукції вимагає використання системного підходу до управління якістю продукції, що дозволяє нам розглянути взаємозв'язок між установами та установами управління якістю, вивчити закономірності змін та забезпечити всебічний вплив на якість. У зв'язку з цим нагальним завданням є підтримка структури системи управління якістю продукції на підприємстві з метою забезпечення її функціонального призначення [5].

Застосування інтегрованих систем управління якістю вітчизняними агропромисловими підприємствами може покращити якість продукції, конкурентоспроможність підприємств за допомогою корпоративних та систематичних підходів до корпоративного управління та інвестицій в інтелектуальний капітал.

Інтегрована система управління якістю продукції (ІСУЯП) — це соціально-економічна система, яка інтегрує взаємопов'язані підсистеми управління якістю на основі методів вимірювання якості роботи та принципів управління якістю продукції, що є фундаментальними для міжнародних стандартів ISO 10018: 2020 "Якість управління. Набір персоналу" [6].

Кожна підсистема, що включає певні галузі управління якістю продукції, призначена для вирішення певних проблем формування якості роботи та підвищення якості продукту.

Корисно відокремити такі підсистеми управління якістю: управління потенціалом компанії, планування якості, маркетинг якості роботи, виробництво технічного обладнання, контроль якості виробництва, інформація, якість роботи та аналіз виробництва, оцінка якості роботи.

Сьогодні існує два практичні підходи до побудови інтегрованих систем. Перший — це створення системи управління якістю на основі ІС, подальше використання системи в таких сферах, як екологія, безпека праці, соціальна відповідальність, інформаційна безпека, енергоменеджмент, управління ризиками. Другий підхід заснований на функції єдиної системи управління, яка охоплює різні сфери [7].

Для агропромислових підприємств нами запропоновано використовувати алгоритм побудови комп'ютерної математичної моделі ІС менеджменту підприємства, який складається з семи етапів.

1 етап. Проведено аналіз наукових методів, придатних для побудови математичної моделі ІС підприємства. Найбільш придатними та апробованими на практиці виявились методи регресійного аналізу на основі оптимізаційної моделі багатофакторного вибору.

2 етап. Здійснено порівняльний аналіз вимог групи з 6 стандартів на системи менеджменту (ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 26001, ISO 27001, ISO 50001), у результаті якого визначено зведений базовий перелік показників, які описують модель ІС менеджменту підприємства.

3 етап. З метою складення уточненого переліку показників агропромислових підприємств слід використати метод експертної оцінки.

4 етап. У залежності від кількості визначених показників обирається один з запропонованих на першому етапі методів. Якщо кількість показників моделі ІС не перевищує 20 доцільно використовувати метод регресійного аналізу, в іншому випадку застосовувати метод вве-

дення метрики в просторі цільових функцій.

5 етап. За допомогою методів експертної оцінки та комп'ютерного моделювання будується оптимізаційна модель, яка є функцією результативності від показників, що описують модель ІС.

6 етап. На основі експертної оцінки визначаються можливі альтернативи побудови ІС. У таблиці 1 наведено найбільш поширені варіанти можливих альтернатив інтегрованої системи менеджменту для агропромислових підприємств. Результати експертної оцінки обробляються спеціалізованим програмним засобом, який розраховує результативність та у, разі потреби, ефективність кожної з існуючих альтернатив.

7 етап. Для побудови ІС менеджменту конкретного підприємства обирається оптимальна у кількісному виразі альтернатива, яка має стати основою майбутньої інтегрованої системи. Слід зазначити, що цей алгоритм потребує практичної реалізації.

Важливо вивчити ключові фактори, що впливають на конкурентоспроможність агропромислової діяльності, визначити шляхи підвищення конкурентоспроможності компанії, оскільки це допоможе галузі вийти з кризи, посилити конкуренцію, національну промисловість на внутрішньому та світовому ринках.

До найбільш значимих факторів, які впливають на конкурентоспроможність агропромислової галузі можна віднести:

- позиціонування на міжнародному ринку, тобто до якої міри виробництво орієнтовано на експорт (частка випуску продукції на експорт та динаміка);

- позиціонування на ринку країни у порівнянні з конкурентами-нерезидентами (частка імпорту продукції та динаміка);

- рівень технологічного забезпечення галузі, що відображається у якісних характеристиках наявних виробничих потужностей та інтенсивності і розмірі інвестицій в основний капітал;

- рівень концентрації на внутрішньому ринку вітчизняних підприємств, здатних ефективно конкурувати зі світовими виробниками — лідерами у відповідних сегментах ринку;

- рівень забезпечення матеріалами та сировиною, ступінь розвитку міжгалузевих зв'язків;

Таблиця 1. Варіанти альтернатив побудови інтегрованих систем менеджменту для агропромислових підприємств

Варіант моделі ІС	Міжнародні стандарти систем менеджменту						
	ISO 9001	-	-	-	-	-	-
1.	ISO 9001	-	-	-	-	-	-
2.	ISO 9001	ISO 14001	-	-	-	-	-
3.	ISO 9001	ISO 14001	OHSAS 18001	-	-	-	-
4.	ISO 9001	ISO 14001	OHSAS 18001	BS 25999	-	-	-
5.	ISO 9001	ISO 14001	OHSAS 18001	BS 25999	ISO 27001	-	-
6.	ISO 9001	ISO 14001	OHSAS 18001	BS 25999	ISO 27001	ISO 26000	-
7.	ISO 9001	ISO 14001	OHSAS 18001	BS 25999	ISO 27001	ISO 26000	ISO 50001

Джерело: складено авторами на основі узагальнення досліджень.

— частка тіньового сектору на внутрішньому ринку (контрафактна та контрабандна продукція), умови праці в галузі [8].

Тому в умовах ринкової економіки актуальною є проблема оптимальної структури асортименту як для споживача, так і у сфері торгівлі та виробництва. Нині на агропромислових підприємствах здійснюються процеси структурної перебудови, змінюються механізми управління та форми власності, збільшується асортимент товарів, покращується організація та технологія виробництва, удосконалюється маркетингова та рекламна діяльність, дизайн і якість готової продукції. На сучасному етапі розвитку економіки України основними напрямками виробництва є підвищення конкурентоспроможності товарів, експортних можливостей підприємств, розробка та впровадження безвідходних технологій, утилізація та раціональна переробка відходів виробництва.

ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК

У результаті аналізу методичних особливостей розробки і впровадження ІСМ, а також підтримки її в актуальному стані, доведено її побудову на ряді принципів, а саме: баланс інтересів зацікавлених сторін; лідерство керівництва; залученість персоналу; підходи, що ґрунтуються на управлінні ризиками; системному підході; відповідності законодавчим та іншим вимогам; ухваленні рішень, що ґрунтуються на фактах та постійному поліпшенні. Таким чином, формування для агропромислових підприємств сучасної ІСМ дозволить вирішити багато проблем, що виникають при паралельному або послідовному незалежному впровадженні декількох стандартів, а саме: дублювання процесів, документів, посад і функцій підрозділів, запутаність взаємозв'язків між системами управління якістю, безпекою продукції, екологією, професійною безпекою і здоров'ям при незалежному впровадженні, склад-

ність цілісного сприйняття системи менеджменту керівництвом підприємства та, відповідно, низька ефективність планування, контролю й управління загалом, тривалий термін впровадження групи стандартів на підприємстві, велика трудомісткість і потреба в ресурсах при незалежному впровадженні групи стандартів.

Ефективність розробки інтегрованих систем управління якістю виробництва для агропромислових компаній суттєво залежить від мотивації керівництва та персоналу та впевненості у доцільності та необхідності цих заходів. На жаль, низький рівень управлінських знань включає важливість переходу на інтегровані системи управління якістю продукції, низьку мотивацію та психологічні бар'єри для переходу на нові системи якості. У проектуванні таких систем повинні брати участь усі працівники компанії, для яких процес підвищення якості роботи є важливою складовою загальної культури та етики виробництва. Враховуючи організаційну структуру компанії, в компанії з інтегрованою системою управління якістю впровадження нової системи якості на підприємстві має адаптуватися до існуючих умов і природно інтегруватися в сучасну організаційну структуру та систему управління компанією. Розробка, впровадження та сертифікація інтегрованої системи управління якістю продукції для сільськогосподарських та промислових підприємств надає їм більшу конкурентоспроможність та довіру до міжнародних стандартів виробництва та обслуговування, що визначаються сильною конкуренцією у вітчизняних та іноземних фермерських господарствах.

Література:

1. David P. Some New Standards for the Economics of Standardization in the Information Age. Economic Policy and Technological Performance. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. P. 206—234.
2. Траченко Л.А. Важливі аспекти формування систем управління якістю в контексті вимог міжнародного стандарту iso 9001:2015. Ефективна економіка. 2018. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6239>
3. Мізіна О.В., Криворучко К.О. Антикризове управління у сучасному менеджменті підприємств. Ефективна економіка. 2018. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6672>
4. Слободяник А.М., Плотник П.А., Зазимко С. А. Проблема впровадження сучасного управління агрохолдингом в умовах діджиталізації. Ефективна економіка. 2020. № 4. —

URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7808>

5. Кирилюк І.М. Розвиток нормативних підходів до формування систем управління якістю продукції тваринництва. Агросвіт. 2019. № 23. С. 32—41.
6. Кирилюк І.М. Управління стандартизацією та сертифікацією. Черкаси: ЧНУ, 2017. 438 с.
7. Кравченко В.О. Менеджмент: навч. посіб.; Одеса: Атлант, 2013. С. 25. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/485/1/Кравченко%20В.О.%20Менеджмент%20навчальний%20посібник.pdf>
8. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Основи менеджменту: підручник. Київ: "Академвидав", 2003, С. 58—59.

References:

1. David, P. (1987), "Some New Standards for the Economics of Standardization in the Information Age", Economic Policy and Technological Performance, Cambridge University Press, Cambridge, UK, pp. 206—234.
 2. Trachenko, L. A. (2018), "Important aspects of the formation of quality management systems in the context of the requirement of international standard iso 9001: 2015", Efektyvna ekonomika, [Online], vol. 4, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6239> (Accessed 25 Jan 2020).
 3. Mizina, O. V. and Kryvoruchko, K. O. (2018), "Anticrisis management in the modern management of enterprises", Efektyvna ekonomika, [Online], vol. 11, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6672> (Accessed 25 Jan 2020).
 4. Slobodanyk, A., Plotnyk, P. and Zazymko, S. (2020), "The problem of implementation of the modern agroholding management in the conditions of digitalization", Efektyvna ekonomika, [Online], vol. 4, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7808> (Accessed 25 Jan 2020).
 5. Kyryliuk, I. (2019), "Development of regulatory approaches to the formation of quality management systems for livestock products", Agrosvit, vol. 23, pp. 32—41.
 6. Kyryliuk, I. (2017), Upravlinnia standartyzatsiieiu ta sertyfikatsiieiu [Standardization and certification management], ChNU, Cherkasy, Ukraine.
 7. Kravchenko, V.O. (2013). Menedzhment. [Management]. Atlant. Odesa, Ukraine.
 8. Kuz'min, O.Ye. and Mel'nyk, O.H. (2003). Osnovy menedzhmentu [Fundamentals of management]. Akademvydav. Kyiv. Ukraine.
- Стаття надійшла до редакції 28.01.2021 р.*

УДК 658.336

Р. П. Гуменюк,
аспірант кафедри фінансів і банківської справи,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
ORCID ID: 0000-0002-3253-327X

DOI: 10.32702/2306-6792.2021.4.51

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ДЛЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ УПРАВЛІНСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

R. Humeniuk,
Postgraduate student of the Department of Finance and Banking, Vasyl' Stus Donetsk National University

EVALUATION SYSTEM FOR STRATEGIC PLANNING OF DEVELOPMENT OF MANAGEMENT CAPACITY OF THE ENTERPRISE

Стаття містить результати досліджень щодо формування методики оцінювання розвитку управлінського потенціалу підприємства. Запропонована методика для формування системи оцінювання дозволяє отримати результати показників за кожною складовою управлінського потенціалу з подальшим визначенням найбільш відповідної стратегії його розвитку. Важливим є наявність загального потенціалу розвитку підприємства — його прибутковості, рентабельності, лідерство на ринку та визначені цінності підприємства. Особливістю сучасних підходів є орієнтація на розвиток потенціалу управлінського персоналу (як професійного, так і особистого) та відповідність розвитку управлінського потенціалу цінностям підприємства. Складові управлінського потенціалу повинні відповідати стратегічним цілям підприємства та його цінностям з можливістю власної реалізації основних функцій розвитку. Управлінський потенціал підприємства розвивається як цілісна система, відповідно до етапів розвитку підприємства, зовнішнього та внутрішнього середовища, що дозволяє отримати синергетичний результат розвитку всіх складових та їх впливу на досягнення поставлених стратегічних цілей перед підприємством. Для апробації запропонованої методики вибрано успішне інноваційне підприємство "Агрона Фрут". На розвиток інноваційного потенціалу підприємство витрачає від 20 до 30% чистого прибутку щороку. Інвестиції направляються на розвиток інформаційного забезпечення та облаштування робочого місця працівників. Витрати на забезпечення соціальних гарантій як виробничого, так і управлінського персоналу зросли за останні три роки на 138%. Для працівників, що працюють на постійній основі в повному обсязі надається соціальний пакет. На підприємстві діє система преміювання як основного, так і управлінського персоналу. Цінності підприємства визначені, принципи роботи управлінського персоналу для всіх єдині. Інноваційний тип управління працює, що передбачає участь усіх працівників та передбачає слідування трьом основним принципам, що покладені в основу системи розвитку управлінського потенціалу. Підприємство підтримує навчання та систему підтримки та управління талантами. Анкетне опитування щодо оцінювання детермінантів розвитку управлінського потенціалу на підприємстві дозволило визначити такі основні напрями (за пріоритетами на даний момент): потенціал запровадження інформаційних технологій для ефективності управління; потенціал управлінського персоналу; потенціал запровадження інновацій в управлінні; потенціал розвитку корпоративної культури підприємства. Запропонований підхід дозволяє визначити найбільш пріоритетні напрями розвитку управлінського потенціалу для підприємства та сформувати стратегічний портфель інвестиційних проектів. Визначена стратегія обґрунтована на основі даних анкетування управлінського персоналу, їх обробки та формування таксономічних показників розвитку управлінського потенціалу.

The article contains the results of research on the formation of methods for assessing the development of management potential of the enterprise. The proposed method for the formation of the evaluation system allows obtaining the results of indicators for each component of management potential. The obtained data are the basis for further determination of the most appropriate strategy for its development. It is important to have the overall potential of the enterprise — its profitability, profitability, market leadership, and certain values of the enterprise. A feature of modern approaches is the

focus on the development of the potential of management staff (both professional and personal) and the compliance of the development of management potential with the values of the enterprise and its strategic goals. The managerial potential of the enterprise develops as a holistic system in accordance with the stages of development of the enterprise, external and internal environment. This allows you to get a synergistic result of the development of all components and their impact on achieving strategic goals for the company. To test the proposed method, a successful innovative enterprise "Agrana Fruit" was selected. The company spends from 20 to 30% of net profit annually on the development of innovation potential. Investments are directed to the development of information support and workplace arrangement of employees. Expenditures on social guarantees for both production and management staff have increased by 138% over the past three years. The full social package is provided for employees working on a permanent basis. The company has a system of bonuses for both key and management staff. The values of the enterprise are defined, the principles of work of managerial staff are the same for everyone. An innovative type of labor-management involves the implementation of the basic principle of development of managerial capacity. This is the responsible development of staff, enterprises, management systems with a focus on values and strategic indicators of enterprise development.

The company supports training and a system of support and talent management. Questionnaire survey to assess the determinants of management capacity development in the enterprise allowed to identify the following main areas (priorities at the moment): the potential for the introduction of information technology for effective management; the potential of management staff; the potential for innovation in management; the potential for the development of the corporate culture of the enterprise. The proposed approach allows to determine the most priority areas of management capacity development for the company and to form a strategic portfolio of investment projects. The defined strategy is substantiated on the basis of data of questionnaires of administrative personnel, their processing, and the formation of taxonomic indicators of development of managerial potential.

Ключові слова: управлінський потенціал, управлінський потенціал персоналу підприємства, фінансове забезпечення, стратегія розвитку управлінського потенціалу, показники розвитку управлінського потенціалу підприємства, метод ієрархії вибору стратегічних проектів розвитку.

Key words: management potential, the potential of enterprise management staff, financial support, management capacity development strategy, indicators of enterprise management potential development, method of hierarchies of choice of a strategic portfolio of development projects.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Актуальність питання розробки методики оцінювання пріоритетів для розвитку управлінського потенціалу обумовлена необхідністю визначення найбільш вагомих напрямів розвитку, обмеженням власних фінансових коштів, які використовуються для розвитку управлінського потенціалу; потребою в стратегічному плануванні процесів запровадження проектів розвитку потенціалу управлінського персоналу, підтримки та адаптації електронних інформаційних ресурсів; запровадження інноваційних кращих практик управління та навчання персоналу.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Аналіз наукових праць та практичних результатів свідчить про те, що серед відомих методик оцінювання управлінського потенціалу підприємства не існує загальної комплексної системи оцінювання кожної складової.

Підхід за системою збалансованих показників дозволяє визначити проєкції та показники їх розвитку з подальшим моніторингом змін в процесі поточної діяльності, запровадження інновацій, різноманітних проєктів тощо [1—4]. Визначені детермінанти оцінювання управлінського потенціалу відповідають їх складовим і потребують спеціальних заходів для збору даних для оцінювання. Крім того, необхідно враховувати гнучкість системи управління, адаптувати її до конкретного підприємства та застосовувати фінансову гнучкість щодо формування фінансового забезпечення розвитку управлінського потенціалу. В умовах недостатньо повної управлінської інформації використовують дані анкетного опитування та таксономічний аналіз. Але питання формування комплексної системи оцінювання стану розвитку управлінського потенціалу та можливостей запровадження нових проєктів за

визначеними напрямками розвитку управлінського потенціалу є дослідженням недостатньо. Доцільним є розробка загальної моделі оцінювання управлінського потенціалу за складовими з подальшим визначенням найбільш відповідної стратегії його розвитку. Особливістю сучасних підходів є орієнтація на розвиток потенціалу управлінського персоналу (як професійного, так і особистого) та відповідність розвитку управлінського потенціалу цінностям підприємства. Такий підхід дозволить більш обґрунтовано сформулювати стратегічні портфелі проектів розвитку управлінського потенціалу.

МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою дослідження є формування загальної системи та методики оцінювання рівня розвитку управлінського потенціалу підприємства для формування стратегічного портфелю проектів.

ВИКЛАД ОСНОВНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Взаємопов'язані між собою складові шляхом реалізації потенціалу з використанням особистого потенціалу персоналу і таких складових як інноваційної та інформаційної, потенціалу проектних команд та корпоративної

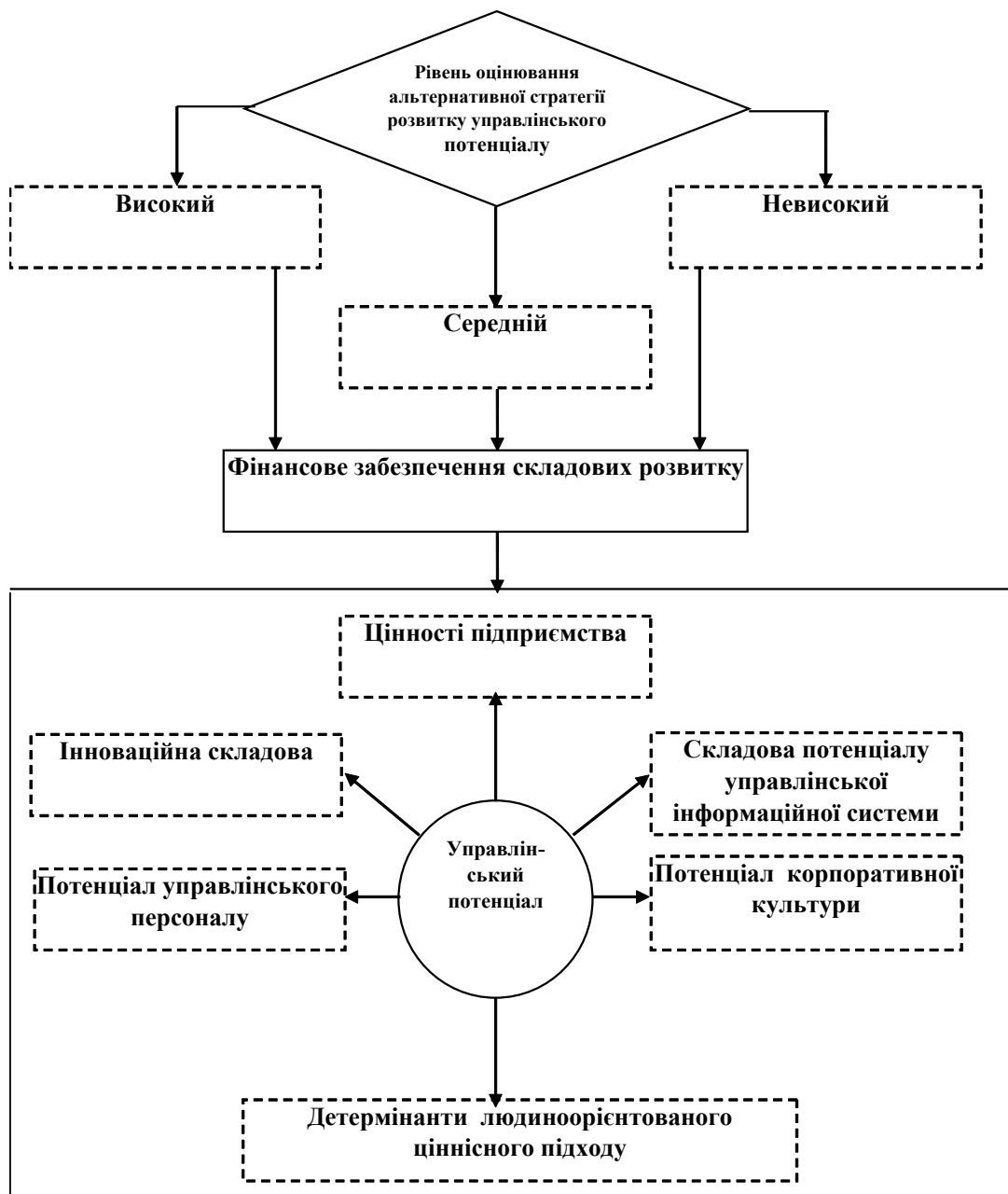


Рис. 1. Загальнотеоретична модель оцінювання управлінського потенціалу за складовими

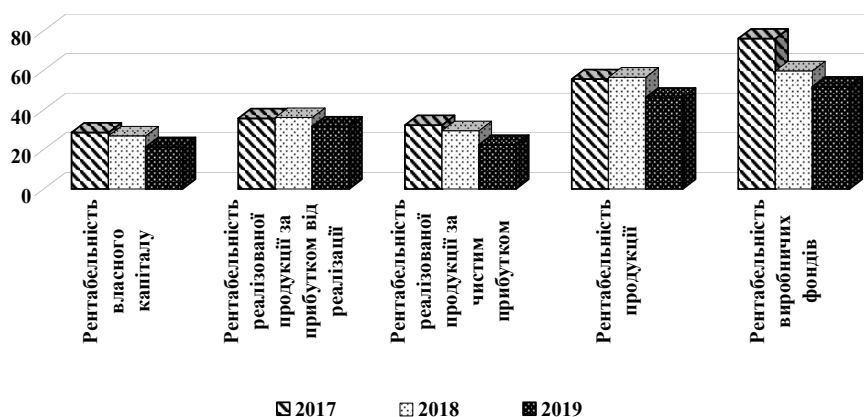


Рис. 2. Динаміка показників рентабельності ТОВ "Агрона Фрут Україна"

культури. Така схема також демонструє можливості фінансової та управлінської синергії для отримання прямої та непрямої корисності у вигляді впливу на результати діяльності підприємства як соціально-економічної системи.

На рисунку 1 представлено загальну схему розвитку управлінського потенціалу.

Відповідно до складових управлінського потенціалу підприємства (УПП). Складові управлінського потенціалу повинні відповідати стратегічним цілям підприємства та його цінностям з можливістю власної реалізації основних функцій розвитку. Крім того, в залежності від впливу кожної складової та загального рівня управлінського потенціалу визначають потребу у фінансовому забезпеченні, запровадженні управлінських інноваційно-інвестиційних проєктів. Управлінський потенціал підприємства розвивається як цілісна система, що відповідно до етапів розвитку підприємства, зовнішнього та внутрішнього середовища дозволяє отримати синергетичний результат розвитку всіх складових та їх впливу на досягнення поставлених стратегічних цілей перед підприємством. Закон синергії дозволяє отримати нові якості управлінського потенціалу на основі розвитку кожної складової. Важливим є наявність загального потенціалу розвитку підприємства — його прибутковість, рентабельність, лідерство на ринку та визначені цінності підприємства. Запропонована модель передбачає таку методику оцінювання складових розвитку управлінського потенціалу:

1. Оцінювання стану господарської діяльності та фази розвитку підприємства.

2. Оцінювання складових управлінського потенціалу за даними фінансової, статистичної та управлінської звітності.

3. Оцінювання управлінського потенціалу за даними анкетування персоналу, зокрема з

врахування вагомості визначеного вектору розвитку, потенціалу для його розвитку та можливостей на конкретний момент часу.

4. Визначення середніх показників та їх нормалізація.

5. Попарне порівняння отриманих таксономічних показників розвитку управлінського потенціалу підприємства за складовими.

ТОВ "Агрона Фрут" складається з трьох фруктових заводів в Україні. У Вінниці у AGRANA Fruit є завод з виробництва фруктів, Austria Juice GmbH виробляє концентрати фруктових соків. Виробничі потужності розташовані в безпосередній близькості від клієнтів, щоб забезпечити максимальну свіжість і якість. Сировина закуповується по всьому світу, а заморожені фрукти переробляються на місці. AFUA спеціалізується не тільки на переробці фруктів і ягід, а й включає в себе повний цикл робіт від вирощування і підготовки сировини до випуску продукції. Підприємство є одним з успішних (рис. 2) та інноваційним на Вінниччині та може бути вибране для дослідження розвитку управлінського потенціалу для підприємств АПК.

Прибуткова діяльність підприємства свідчить про можливості запровадження гнучкої системи фінансового забезпечення та витрат на розвиток управлінського потенціалу [5]. Так, на розвиток інноваційного потенціалу підприємство витрачає від 20 до 30% чистого прибутку щороку. Інвестиції направляються на розвиток інформаційного забезпечення та облаштування робочого місця працівників, що зайняті на операціях контролю якості та відбору сировини.

Такі заходи сприяють зростанню продуктивності праці і, як наслідок, зростанню виручки від реалізації на фоні загального скорочення чисельності працюючих. Тобто наявне оптимальне використання наявного людського потенціалу та матеріальних ресурсів.

За період дослідження суттєво зросли витрати на забезпечення соціальних гарантій як виробничого, так і управлінського персоналу — на 138%. Для працівників, що працюють на постійній основі в повному обсязі надається соціальний пакет. Загалом заробітна плати виплачуються вчасно та в повному обсязі. Крім того, на підприємстві діє система преміювання як основного так і управлінського персоналу.

Для підтримання належного рівня корпоративної культури та налагодження міжособистісних контактів між працівниками, періодично проводяться корпоративні свята, витрати на які у 2019 році зросли на 37% (включаючи свята для дітей співробітників).

Головною компанією розроблено систему кар'єрного зростання, для участі в якій управлінський персонал систематично навчають, підвищують кваліфікацію та оцінюють їх роботу. Цінності підприємства визначені, принципи роботи управлінського персоналу для всіх єдині. Підприємство входить до групи підприємств, в яких працює 9400 чоловік персоналу по всьому світі. Основними елементами робочого та управлінського стилю групи цих компаній є співпраця і взаємоповага.

Інноваційний тип управління працею, що передбачає участь усіх працівників та передбачає слідування трьома основним принципам, що покладені в основу системи компетентності персоналу:

- відповідальність за свої дії — "Візьми відповідальність";
- зменшення витрат та оптимізація переваг завдяки продуктивності та орієнтованості на результаті роботи — "Отримай прибуток";
- працєю логічно та послідовно — "Дій послідовно".

Крім забезпечення матеріального стимулювання, в компанії піклуються про розвиток талантів, вмінь, навичок. З цією метою періодично проводять навчання. Інвестиції у навчання (яке сприяє розвитку не лише професійним навичкам, але й методичним, особистісним характеристикам та талантам) у 2019 році зросли на 172%, а на підвищення кваліфікації — на 134%. Особливу увагу приділяють також і фізичному здоров'ю персоналу (особливо коли мова йде про офісних працівників, які ведуть сидячий образ праці) — на багатьох промислових площадках є пропозиції для занять спортом та заклади для поліпшення здоров'я. Зокрема у 2019 році групою компаній у цей напрям було інвестовано близько 78 млн дол. що більше ніж у минулому році на 28%.

Анкетне опитування щодо оцінювання детермінантів розвитку управлінського потенціалу на підприємстві дозволило визначити такі основні напрями [6]:

- потенціал управлінського персоналу;
- потенціал запровадження інновацій в управлінні;
- потенціал запровадження інформаційних технологій для ефективності управління;
- потенціал розвитку корпоративної культури підприємства.

Всі напрями достатньо активно розвиваються на підприємстві, але для визначення пріоритетів доцільно використати метод аналізу ієрархій та локальне інтегральне порівняння. Для підприємства визначено три стратегічних напрями — розвиток управлінського потенціалу за напрямами послідовної відповідальності за результати праці; розвиток корпоративної культури, соціальної підтримки та результативних комунікацій; розвиток інформаційної підтримки для прийняття управлінських рішень. Відповідно до визначених стратегічних напрямів були оцінені результати анкетного опитування, та визначені пріоритети запровадження проектів розвитку управлінського потенціалу та планування фінансових витрат. За дистанцією до еталону найбільше значення має напрямок розвитку інформаційної підтримки для прийняття управлінських рішень. Це свідчить про необхідність активізації розвитку цього напрямку.

ВИСНОВКИ

Запропонована система детермінантів та методика оцінювання напрямів розвитку управлінського потенціалу підприємства дозволить виявити найбільш пріоритетні напрями розвитку управлінського потенціалу підприємства та сформувати більш обґрунтований портфель інвестицій для підтримки управлінського потенціалу. Аналіз діяльності підприємства "Агрона Фрут" дозволив зробити висновок щодо наявності загального потенціалу розвитку підприємства, його прибутковості, формування власних інвестиційних коштів для розвитку складових управлінського потенціалу підприємства. Підприємство знаходиться на стадії зрілості, активно запроваджує інноваційний тип управління праці, відповідальності за результати, має достатньо розвинуте інформаційне забезпечення та корпоративну культуру. За результатами аналізу визначено основний проект розвитку — запровадження методики підтримки управлінських рішень за допомогою інформаційної екосистеми підприємства. За-

пропонована стратегія передбачає продовження діючих проєктів розвитку корпоративної культури, інноваційних підходів до управління, формування інформаційного порталу; навчання та розвитку персоналу з акцентом на формування спеціальних адаптивних модулів підтримки процесів прийняття управлінських рішень.

На прикладі загальної системи розвитку управлінського потенціалу підприємства та її апробації на успішному інноваційному підприємстві Агрона Фрут можна зробити висновок щодо необхідності адаптації відомих підходів розвитку управлінського потенціалу для різних підприємств.

Література:

1. Armstrong Michael. A Handbook of Human Resource Management Practice. London: Kogan Page, 2006. 979 p.

2. Маречик В.Я., Невмержицька С.М. Розвиток управлінського потенціалу як запорука успішного функціонування підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. 2013. № 3. Т. 2. С. 237—242.

3. Рісін І.Є. Інвестування коштів у персонал як фактор підвищення ефективності діяльності підприємства. Управління персоналом. 2009. № 15. — С. 36—38.

4. Lamoureux K. High potential versus high performance: what is the real difference? URL: <http://www.bersin.com/Practice/Detail.aspx?id=7396>. (дата звернення: 12.11.2020). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.6.202 (дата звернення: 12.11.2020).

5. Лактіонова О.А. Гнучкість фінансової системи: методологія, оцінка та вектори забезпечення: монографія. Вінниця, 2016. — 400 с.

6. Гуменюк Р.П. Фінансове забезпечення управлінського потенціалу підприємства. Ефективна економіка. 2020. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8081> (дата звернення: 12.09.2020). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.6.202

References:

1. Armstrong, M.A (2006), Handbook of Human Resource Management Practice, Kogan Page, London, UK.

2. Marechik, V.Ya. and Nevmerzhi'ka, S.M. (2013), "Development of managerial capacity as a guarantee of successful operation of the enterprise", Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu, vol. 3, no. 1, pp. 237—242.

3. Risin, I.Ye. (2009), "Investing in staff as a factor in improving the efficiency of the enterprise",

Upravlinnia personalom, vol. 15, pp. 36—38.

4. Lamoureux, K. (2020), "High potential versus high performance: what is the real difference?", available at: <http://www.bersin.com/Practice/Detail.aspx?id=7396> (Accessed 20 Oct 2020). DOI: 10.32702/230721052020.6.202.

5. Laktionova, O.A. (2016), Hnuchkist' finansovoi systemy: metodolohiia, otsinka ta vektory zabezpechennia [Flexibility of the financial system: methodology, evaluation and vectors of provision], Vinnytsia, Ukraine.

6. Humeniuk, R. (2020), "Financial support of the management potential of the enterprise", Efektyvna ekonomika, vol. 6, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8081> (Accessed 20 Oct 2020). DOI: 10.32702/230721052020.6.202

Стаття надійшла до редакції 27.01.2021 р.

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України (Категорія «Б») з

ЕКОНОМІЧНИХ НАУК та ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

(Наказ Міністерства освіти і науки України
№ 886 від 02.07.2020)

Спеціальності - 051, 071, 072, 073, 075, 076, 281, 292

УДК 004.9: 004.415.2

І. І. Чизмар,
аспірант кафедри економіки та фінансів, Мукачівський державний університет
ORCID ID: 0000-0002-1715-1310

DOI: 10.32702/2306-6792.2021.4.57

СИСТЕМАТИКА РОЗВИТКУ СПОРІДНЕНOSTІ КІБЕРСПОРТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА СПІЛЬНОТ В УКРАЇНІ

I. Chyzmar,
Postgraduate student of the Department of Economics and Finance, Mukachevo State University
ORCID ID: 0000-0002-1715-1310

SYSTEMATICS OF THE DEVELOPMENT OF E-SPORT ORGANIZATIONS AND COMMUNITIES IN UKRAINE

Метою статті є виділення та опис систематики розвитку спорідненості кіберспортивних організацій та спільнот в Україні. Мета обумовила постанову таких завдань дослідження: визначення особливостей розвитку спорідненості кіберспортивних організацій та спільнот; визначення ролі розробника /видавця цифрових ігор у розвитку спорідненості кіберспортивних організацій та спільнот; опис систематики розвитку спорідненості кіберспортивних організацій та спільнот в Україні.

Результати дослідження дозволили констатувати, що особливості розвитку кіберспорту, який оформився як нова сфера економіки, пов'язані із поступовим формуванням специфічності, щодо його внутрішньої організованості. Ця риса формує потребу визначення систематики внутрішньої організованості тієї спорідненості, що властива для конкретних кіберспортивних продуктів, сформованих сукупностями фізичних, юридичних осіб чи спільнот.

Автором констатовано, що розвиток визначає незворотна, спрямована, закономірна зміна, орієнтована на поглиблення спорідненості.

Перспективи подальших розвідок у цьому напрямі полягають у дослідженні впливу на економіку ендемічних секторів цифрової ігрової індустрії.

The peculiarities of the development of e-sport, connected with the gradual formation of specificity, according to its internal organization. This creates a need to define the systematics of internal kinship, which is characteristic of specific e-sports products formed by natural and legal persons and specific social entities in Ukraine. The purpose of the article is to highlight and describe the systematics of the development of kinship of e-sports organizations and communities in Ukraine. The objective of the study was to determine: 1) the development of the kinship of e-sports organizations and communities; 2) the role of the developer/publisher of digital games in the development of the kinship of e-sports organizations and communities; 3) the description of the systematics of the development of kinship of e-sports organizations and communities in Ukraine.

The results of the study showed that the characteristics of the development of e-sport, which has evolved as a new sphere of the economy, connected with the gradual formation of specificity, according to its internal organization. This trait creates the need to define the systematics of the internal organization of kinship that is inherent in specific e-sports products formed by a combination of natural, legal persons or communities.

The authors have noted that development determines irreversible, directed, legal change, and is oriented towards the deepening of kinship. This is due to the fact that in e-sport all organizations and communities form formal groups, the target formats of which are formed according to the need of the publisher / the game developer, is an e-sport discipline.

The systematization of the kinship development of certain e-sports organizations and communities are based on the fact that the agents of influence develop their target formal groups, aiming at the betrothal of e-sports athletes and their retention within gaming communities synthesizing a sense of community, by their activities.

The prospects for further research in this area are to investigate the economic impact of the endemic sectors of the digital gaming industry.

Ключові слова: кіберспортивні організації, спільноти, кіберспортивні продукти.

Key words: e-sports organizations, communities, e-sports products.

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

Особливості розвитку кіберспорту, який оформився як нова сфера економіки, пов'язані із поступовим формуванням специфічності щодо його внутрішньої організованості. Ця риса формує потребу у визначенні систематики внутрішньої організованості спорідненості, яка властива для конкретних кіберспортивних продуктів, сформованих фізичними, юридичними особами та специфічними соціальними утвореннями (спільнотами) в Україні. Зокрема розвиток визначають не просто процеси щодо виділення кіберспортивних організацій, а незворотна, спрямована, закономірна зміна, орієнтована на поглиблення їх спорідненості (щодо виконання певних завдань, досягнення загальних цілей розвитку цифрової гри) [38]. Це пов'язано з тим, що у кіберспорті всі організації та спільноти формують формальні групи, цільові формати яких визначаються потребами видавця/розробника гри, яка є кіберспортивною дисципліною.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблеми щодо опису систематики розвитку спорідненості кіберспортивних організацій та спільнот в Україні висвітлено у працях таких економістів і практиків: Mark J. P. Wolf [8, с. 103], Jiji Gaho Sha [7, с. 57], Jason Whittaker [6, с. 122], Скавронська І.В., Мандзій А.Р. [4], Добринин А.П. [1], Коляденко С.В. [2]. У цих працях висвітлені особливості впливу цифрової економіки на споріднені кіберспортивні організації та спільноти. Слід звернути увагу на працю Скавронської І.В. та Мандзій А.Р. якими звернено увагу на наявність спорідненості кіберспортивних організацій та спільнот,

у зв'язку з тим, що розробники/видавці цифрових ігор прагнуть до персоналізації їх продукції [4, с. 759]. Частково ці положення властиві працям Коляденко С.В. [2]. Водночас наявні джерела досить узагальнені та зачіпають проблематику розвитку спорідненості кіберспортивних організацій та спільнот в Україні лише частково.

МЕТА І ЗАВДАННЯ СТАТТІ

Метою статті є виділення та опис систематики розвитку спорідненості кіберспортивних організацій та спільнот в Україні. Мета обумовила постанову таких завдань дослідження: 1) визначення особливостей розвитку спорідненості кіберспортивних організацій та спільнот; 2) визначення ролі розробника/видавця ігор у розвитку спорідненості кіберспортивних організацій та спільнот; 3) опис систематики розвитку спорідненості кіберспортивних організацій та спільнот в Україні.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБГРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Розвиток спорідненості окреслених кіберспортивних організацій та спільнот обумовлена тим, що сучасні агенти впливу (розробники/видавці ігор) розвивають свої цільові формальні групи, орієнтуючись на заручення цільових кіберспортсменів, яким цікавий їх кіберспортивний продукт, та їх втримання у ігрових спільнотах, командах, клубах, лігах. Діяльність регулюється такими агентами й виконується кіберспортсменами в обмін на грошові або інші цінності. Це здійснюється коштом розвитку спорідненості кіберспортивних організацій та спільнот за допомогою поєднання ролей операторів: кіберспортивних подій; соціального нетворкінгу; основних кіберспортивних арен із

Таблиця 1. Структура кіберспортивних організацій та спільнот в Україні станом на 2020 р., %

ЦФГ	Кількість організацій ЦФО	Структурна частка, %
Valve Corporation	840	74,87
Riot Games	99	8,82
Blizzard Entertainment	75	6,68
PUBG Corporation	62	5,53
Electronic Arts	6	0,53
Інші	40	3,57
Разом	1122	100,00

Джерело: сформовано автором на основі [3; 9].

Таблиця 2. Структура доходу кіберспортсменів у ЦФГ Valve Corporation в Україні, станом на 2020 р.

Статті доходів	Частка доходів, у їх загальному обсязі, %	
	CS:GO	Dota 2
Заробітна плата	81,45	64,81
Обмін інформацією і досвідом	5,89	14,25
Участь у кіберспортивних заходах	2,35	10,16
Участь у кіберспортивних заходах у межах тимчасових/постійних складів закордонних та міжнародних команд	10,31	10,78

Джерело: сформовано автором на основі [3; 9].

франчайзинговими мережами; франшизних ліг; управління ігровою роботою за кіберспортивною дисципліною.

Станом на 2020 р. структура ФЦГ кіберспортивних організацій та спільнот в Україні не є досить різноманітною (табл. 1). В основному вона представлена цільовими формальними групами компанії Valve Corporation (74,87%), компанії Electronic Arts (0,53%), компанії Blizzard Entertainment (6,68%), компанії Riot Game (8,82%), PUBG Corporation (5,53%). Водночас найбільш розповсюдженими за структурним співвідношенням є цільові формальні групи Valve Corporation. За даними Федерації кіберспорту України наявні спроби розвитку інших кіберспортивних організацій та спільнот. Разом з тим, наразі такі групи не сформовані [5].

Розглянемо систематику розвитку спорідненості кіберспортивних організацій та спільнот у межах найбільших ЦФГ розробників/видавців ігор, що є кіберспортивними дисциплінами в Україні.

Систематика розвитку внутрішньої спорідненості ЦФГ Valve Corporation забезпечується шляхом виконання видавцем/розробником ігор ролі оператора соціального нетворкінгу. В ЦФГ Valve Corporation входять постійні склади мультігеймінгових команд, що працюють

самостійно або за різними франшизами. Основним учасником таких груп в Україні є постійні склади мультігеймінгових команд, що орієнтовані на ігрові спільноти за кіберспортивні дисципліни CS:GO та Dota 2. Станом на 2020 р. у ЦФГ входять постійні склади мультігеймінгових команд, що представляють [3]:

1) ігрові спільноти CS:GO. Діє 92 постійних склади команд, зокрема: NaVi Youth (організація Natus Vincere, Zero Gravity Group), CR4ZY (організація Valiance), 6raTBa, CULT (організація CULT Esports), Kyiv (організація Esports Club Kyiv), Kryvbas (організація Kryvbas Gaming), MAJESTY, Marlian, Monte, Project X, Sobraïne, State 21, The Incas, Windigo Academy, cis ghouls, Evolution, FlipSid3 Tactics, NAVI 2010 та ін. Регулярних ліг з CS:GO нема. У грі є різні режими орієнтовані на: команди склади з 10 осіб (Classic competitive, Classic casual, Deathmatch та War Games); на одиничну гру або на командні склади з 2—3 кіберспортсменів (Danger Zone);

2) ігрові спільноти Dota 2 в Україні. Діє 19 постійних склади команд із 18 клубів, зокрема: NAVI та T1 NAVI.0 (Natus Vincere.CIS), BULLS (CIS BULLS) та ін. У Dota 2 грають постійні склади по 5 осіб. Цілий ряд вітчизняних кіберспортсменів з Dota 2 працюють як у клубній системі, так і поза нею (а саме у межах тимчасових командних складів). Станом на 2020 р. так працює 103 із 214 (або 48% кіберспортсменів, що зайняті у тимчасових командних складах).

Кількість постійних складів таких команд невелика, у зв'язку із внутрішніми недоліками міжнародної екосистеми Dota 2, зокрема: 1) індивідуальним сезонним форматом (що обмежує час гри для команд, якщо немає турнірів від сторонніх організацій); 2) нерівномірним розподілом призових фондів (команда-переможець отримує весь призовий фонд); 3) відсутністю турнірів, які виплачують призові за участь у кваліфікаціях; 4) наявністю системи кваліфі-

кацій з 3-ма етапами відбору. Щодо CS:GO, поза клубною системою станом на 2020 р. працює 74,38 % від загальної кількості кіберспортсменів, що зайняті у тимчасових командних складах [5].

Діяльність кіберспортсменів CS:GO та Dota 2 здійснюється в обмін на грошові або інші цінності (передбачає отримання доходу). Структура доходу постійних кіберспортсменів з CS:GO та Dota 2 в Україні станом на 2020 р. формується з кількох джерел (табл. 2):

1) заробітна плата (яка має найбільшу структурну частку. Так, у структурі постійних складів з CS:GO на цю статтю доходів припадає 81,45%, а в структурі постійних складів з Dota 2 — 64,81%);

2) грошових виплат за обмін інформацією і досвідом (це 5,9% для постійних складів з CS:GO та 14,25% для складів з Dota 2);

3) дохід від участі у кіберспортивних заходах (2,35% для постійних складів з CS:GO та 10,16% для постійних складів з Dota 2);

4) дохід від участі у кіберспортивних заходах у межах тимчасових складів закордонних та інтернаціональних складів команд (їх частка складає 13,341% для Dota 2 та 10,78 % для CS:GO).

За аналізом загального доходу постійних складів від участі у кіберспортивних заходах з CS:GO можна зробити висновок, що у ЦФГ цей показник не високий. У 2020 р. наявно всього кілька основних складів, що на різних турнірах з CS:GO, що зробили понад \$10 тис.

Щодо загального доходу постійних складів від участі у кіберспортивних заходах з Dota 2 за 2020 р. можна зробити висновок, що у ЦФГ він не високий. Виключенням є лише NAVI.

Дохід кіберспортсменів з України від участі у кіберспортивних заходах у межах тимчасових складів закордонних та інтернаціональних складів команд є більш значним. Для кіберспортсменів з Dota 2 значення за цією статтею у 2020 р. складало \$294697,1 [5]. Для кіберспортсменів з CS:GO значення за цією статтею у 2020 р. складало \$200879 [5].

Valve Corporation оператор мереж соціального нетворкінгу, відтак активно залучає до кіберспортивних подій постійні склади мультигеймівих команд, які є лідерами думок та найбільш активні у сервісах потокової передачі ігор Steam, Valve Anti-Cheat, SteamOS, Steam Audio від Valve Corporation. В Україні такими складами команд є: NaVi (CS:GO), CR4ZY (CS:GO) та BuFi 2.0 (Dota 2). Ці склади отримують пряме запрошення Valve Corporation на

основні кіберспортивні події CS:GO та Dota 2.

Valve Corporation має систему грошових виплат кіберспортсменам за стрімінг ігрового процесу та його трансляції в Ютубі, посилення запрошень у гру новим гравцям, ведення ігрових чатів. Такі грошові виплати є джерелом доходу постійних складів команд. Кіберспортсмени з CS:GO з 2015 р. по 2020 р. збільшили надходження за обмін інформацією і досвідом з \$26700 до \$114800 або на 329% [5; 6]. Кіберспортсмени з Dota 2, за окреслений період, збільшили такі надходження з \$15900 до \$389600 [3; 9]. Основна частка такого доходу — це надходження від стрімінгу ігрового процесу та трансляції в Ютубі [9].

Іншим джерелом доходу постійних складів мультигеймівих команд з CS:GO та Dota 2 в Україні є їх заробітна плата. За даними з 2017—2020 рр. для ЦФГ мінімальний поріг зарплат зріс з 320 до \$ 853 на місяць [9]. Відтак сукупний річний зарібок постійних складів з CS:GO у 2020 р. склав \$1,58 млн. Сукупний річний зарібок постійних складів з Dota 2 за цей період склав \$1,77 млн [9]. Зарплата залежить від доходів клубів.

Дохід клубів від командних складів з CS:GO та Dota 2 формується за рахунок контрактів на титульне спонсорство, річних контрактів з комерційними партнерами, продажі мерчів. Водночас дані щодо таких надходжень нарізі не розкриваються.

Valve Corporation оператор та спонсор кіберспортивних подій. Мейджори або основні події — це the International та Counter-Strike: Global Offensive від розробника/видавця ігор. Щодо майнорів (або регіональних подій) для їх проведення Valve Corporation залучає турнірних операторів. Однак саме в Україні в ЦФГ немає постійних турнірних операторів та організацій-партнерів, що транслюють майнори. Найбільші кіберспортивні події з CS:GO та Dota 2 проходять за кордоном. Вони організуються за підтримки Valve Corporation та цілого ряду інших компаній. В Україні турнірні оператори проводять переважно домашні шоу-матчі. Заходи проводить Gameinside.ua, міжнародний букмекерський холдинг Parimatch Україна, Федерація кіберспорту України [9]. Систематика розвитку внутрішньої спорідненості ЦФГ Valve Corporation забезпечується у межах загальних заходів з організації та ведення та трансляції кіберспортивних подій. Valve Corporation, як оператор кіберспортивних подій, висуває вимоги щодо: реєстрації кіберспортсменів, які бажають транслювати матчі

Таблиця 3. Структура доходів кіберспортсменів ЦФГ Blizzard Entertainment та ЦФГ Riot Games в Україні, станом на 2020 р., %

Статті доходів	Частка доходів, у їх загальному обсязі, %		
	Hearthstone	Overwatch	League of Legends
Короткострокові контракти з вітчизняними клубами	0,38	0,107248	0,54
Участь у кіберспортивних заходах у межах тимчасових складів закордонних команд	0	0	8,34
Взаємний обмін інформацією і досвідом	0	0,022	0,2
Отримані у процесі гри	99,62	99,874	91,64
Всього	100	100	100

Джерело: сформовано автором на основі [3].

події; обміну інформацією і досвідом кіберспортсменів на турнірі. Дозвіл на кіберспортивні заходи Valve Corporation безплатний.

ЦФГ Blizzard Entertainment та Riot Game мають специфічний розвиток спорідненості кіберспортивних організацій та спільнот в Україні. Такі групи формуються переважно незалежними кіберспортсменами (а саме: їх спільнотами з Overwatch, Hearthstone та League of Legends). Розвиток спорідненості в спільнотах розробники/видавці гри формують за допомогою управління процесом діяльності кіберспортсменів (на основі заходів матеріального стимулювання у процесі гри).

З іншого боку, Blizzard Entertainment та Riot Games є операторами основних кіберспортивних арен із франчайзинговими мережами, що узагальнюють одноформатні кіберспортивні клуби, клубні команди або їх склади. Такі мережі в Україні малорозвинені. Обмежують розвиток мереж франчайзі клубів окреслених розробників/видавців ігор [3]: 1) жорсткі вимоги до потенційних франчайзі (наявні вимоги, щодо місця знаходження, загальної площі приміщення); 2) високі ставки роялті за франшизою; 3) потреба у первинних інвестиціях; 4) регулювання контрактних відносин між клубами та командними складами. Окреслені розробники/виробники ігор регулюють контрактні відносини між клубами та командними складами (встановлюють мінімальний рівень заробітної платні кіберспортсменів, тренерів, правила участі команд у змаганнях). Додатково обмежений розвиток франшизних ліг, оскільки наявні: висока плата за слот; вимоги до тренерського складу [3].

Як результат франчайзингові мережі Blizzard Entertainment (їх оператором є Blizzard Arena) в Україні обмежені клубом Ukraine, що періодично залучає тимчасові склади команд UKR Hearthstone та UKR Overwatch. Франчайзингові мережі Riot Games (їх оператором є

філіали Riot Games) обмежені клубними організаціями, що періодично залучають 10-ть тимчасових складів команд League of Legends, серед яких: NAVI CIS та NAVI (Natus Vincere.), UKR (Ukraine), FPP (Future Perfect Purple), FPD (Folleng Perfect Down); POP (POP Corn); MMR (Might Makes Right); FPU (Future Perfect UA). NUR (Харківський національний університет радіоелектроніки), який не учасник ЦФГ Riot Games. Мережа Valorant Riot Games наразі не сформована. Більшість клубів прагнуть залучати кіберспортсменів на короткостроковий термін. Значна кількість кіберспортсменів працює поза межами клубної системи. Так, станом на 2020 р. поза клубами працює 49 кіберспортсменів за напрямком League of Legends, 60 за напрямком Hearthstone, 10 за напрямком Overwatch [5]. Окреслені особливості впливають на структуру доходів учасників ЦФГ.

Доходи кіберспортсменів ЦФГ Blizzard Entertainment та ЦФГ Riot Games специфічні (табл. 3). У їх структурі найбільшою є частка надходжень від процесу гри.

Структура доходів кіберспортсменів у ЦФГ Blizzard Entertainment та ЦФГ Riot Games обумовлена наступними особливостями:

1) кіберспортсмени мало працюють у межах постійних командних складів клубних організацій, відтак не отримують високої річної заробітної плати. За 2020 р. обсяги річного доходу за контрактами складів команд з вітчизняними клубами незначний;

2) командні склади, що залучені в окреслених ЦФГ України, не займали призових місць у великих турнірах. Дохід за напрямком відсутній;

3) кіберспортсмени працюють у тимчасових командних складах закордонних клубів з Overwatch та League of Legends;

4) дохід відповідних складів від стрімінгу, як елементу взаємного обміну інформацією і досвідом, є незначним (стрімінг та Ютубінг кібер-

Таблиця 4. Структура доходів кіберспортсменів у ЦФГ PUBG Corporation в Україні, станом на 2020 р., %

Статті доходів	Частка доходів, у їх загальному обсязі, %
Заробітна плата	16,51
Загальний дохід складів команд в Україні від участі у кіберспортивних заходах	4,76
Надходження за спільними програмами дохідності у вітчизняних складах	28,08
Участь у кіберспортивних заходах у межах тимчасових (закордонних) складів команд або одинична гра	1,7
Надходження за спільними програмами дохідності у закордонних (тимчасових) складах	7,2
Отримані у процесі гри	35,2
Обмін інформацією і досвідом (стрімінг, ютубінг)	6,6
Всього	100

Джерело: сформовано автором на основі [3; 9].

спортсменів зрідка набирає понад 1000 переглядів, його складно монетизувати);

5) кіберспортсмени заробляють у процесі гри.

Особливості розвитку ЦФГ визначають структуру доходів кіберспортивних клубів-франчайзі. Вони менше заробляють на продажі спонсорських пакетів. Клуби отримують значні надходження від надання послуг для геймерів, кіберспортсменів (серед яких: організація тренувального процесу; оренда ігрового обладнання).

ЦФГ PUBG Corporation досить розвинені, різноманітні. Це обумовлене специфікою гри, у якій гравці в кількості до 100 осіб борються в PUBG. Водночас кіберспортсмени можуть обирати, як увійти в матч: поодиноці, в парі, в тріо або командним складом з 4-ох осіб. Специфіка гри продукує потребу у різноманітності ролей окресленого розробника/виробника ігор. PUBG Corporation оператор кіберспортивних арен із франчайзинговими мережами. у ЦФГ є франчайзі клуби PUBG і клуби інших франшиз. У межах ЦФГ PUBG Corporation діють 3 франчайзи клуби зокрема Not So Serious від PUBG (NSS), BorisNeBanPls від United Gamers (команда PLS), NOT TODAY від True Gamers (команда NOT TODAY) та Natus Vincere (постійний склад NAVI).

PUBG Corporation оператор соціального нетворкінгу та оператор діяльності кіберспортсменів у процесі серії матчів з гри PUBG. Потреба у розвитку таких ролей розробника/виробника ігор обумовлена тим, що значна кількість кіберспортсменів діють поза клубною системою. Вони є учасниками лише тимчасових складів закордонних команд або надають перевагу одиничній грі [3]. Для монетизації занять кіберспортсменів соціальним нетворкінгом роз-

роблена система реферальних програм PUBG. PUBG Corporation, як оператор діяльності кіберспортсменів з гри PUBG, забезпечує мотивування до проходження серії матчів коштом матеріального заохочення складів команд (за допомогою доходів від процесу гри).

PUBG Corporation операторів кіберспортивних подій. У ЦФГ України не залучено незалежних турнірних операторів із турнірними платформами. З 2020 р. розробник/видавець гри планує розвивати цей напрямок в Україні за допомогою залучення сторонніх турнірних операторів для партнерських турнірів [9]). Специфічним є те, що коштом операторів кіберспортивних подій розробник/видавець PUBG розвиває спорідненість учасників групи, користуючись зі спільних програм дохідності регіональних кіберспортивних подій. Для кіберспортивних команд наявні спільні програми дохідності.

Відтак структура доходів кіберспортсменів у ЦФГ PUBG Corporation в Україні станом на 2020 р. (табл. 4) формується переважно доходами отриманими у процесі гри (35,2%), надходженнями за спільними програмами дохідності у вітчизняних складах (28,8%) у закордонних тимчасових складах (7,2%).

Так, для кіберспортивних команд наявні спільні програми дохідності, що передбачають випуск та продаж внутрішньо ігрових PGC— предметів, коштом яких вітчизняні команди отримали у 2020 р. \$354032. Склади команд, що зайняли призові місця також отримують призові від участі у кіберспортивних заходах з PUBG.

Надходження від заробітної плати складів команд PUBG в Україні мінімальні (у зв'язку із незначною кількістю клубів, що працюють у цій сфері). За 2020 р. ця сума не перевищувала

\$208200. Кіберспортсмени отримують загальний дохід від участі у кіберспортивних заходах з PUBG складі тимчасових (закордонних та інтернаціональних) складів команд. Однак у 2020 р. такі доходи є відносно невисокими. Зокрема, за аналізований період призові складали \$21096, частка від надходжень за спільними програмами дохідності — \$90360. Це пов'язане не тільки зі скасуванням ряду турнірів PUBG Corporation, але і новими правилами участі кіберспортсменів у турнірах під егідою PUBG Corp.

Також кіберспортсмени мають змогу отримувати доходи від процесу гри, за умови реєстрації на платформі кіберарени PUBG, де проводяться невеликі турніри та матчі. Ці доходи зростають у залежності від ігрового рангу кіберспортсмену та виплати по реферальним програмам. Загальні виплати за цією статтею у 2020 р. склали \$444167 [9].

Окреслені особливості впливають на структуру доходів учасників ЦФГ. Кіберспортсмени мають також можливість заробітку на обміні інформацією і досвідом з PUBG через PUBG Mobile, однак PUBG Corporation не має системи винагород спортсменів за цією статтею. Наразі доходи кіберспортсменів на обміні інформацією і досвідом з PUBG незначні, у зв'язку із відсутності необхідного обладнання для онлайн-трансляцій.

Особливості розвитку ЦФГ PUBG Corporation та його вплив на розвиток спорідненості кіберспортивних організацій та спільнот в Україні визначають особливості доходів кіберспортивних клубів-франчайзі та інших, що входять до ЦФГ PUBG Corporation в Україні. Такі клуби заробляють на:

1) продажі спонсорських пакетів, які формуються під командні склади PUBG (ці доходи є основними та складають 86,5% від загальних доходів);

2) зустрічах геймерів та домашніх кіберспортивних подіях (3,59% від загальних доходів);

3) здачі в оренду кімнат для онлайн-трансляцій та геймерського обладнання (9,8% від загальних доходів).

ЦФГ Electronic Art найбільш специфічні, щодо розвитку спорідненості, оскільки видавець/розробник ігор орієнтований операторейтинг кіберспортивних подій, регулювання ігрової діяльності, коштом режиму Ultimate Team FIFA International Soccer та оновлення. Для оновлення гри Electronic Arts володіє безліччю ліцензій на використання в грі футбольних ліг різних країн і гравців, які виступають в цих чемпіонатах. У матчі FIFA можна вибрати стадіон, на якому буде проходити матч і які професійні

клуби, гравці гратимуть в цьому матчі. Кількість гравців 3 на 3 (без воротарів), 4 на 4, 5 на 5. Не зважаючи на постійне оновлення гри режим Ultimate Team FIFA потребує значних витрат на формування команди. Відтак кіберспортивні організації Electronic Art та їх спільноти з FIFA малорозвинені.

Крім того, учасники окресленої ЦФГ групи представлені: 1) системою клубів із клубними кіберфутбольними командами, що грають у лігах Liga Pro та Дивізіоні Челенджерс. Системи клубів сформовані на базі вітчизняних футбольних клубів (Дунамо Київ, Шахтар Донецьк, "Динамо", "Карпати", "Ворскла", "Маріуполь", "Дніпро-1", "Десна", "Колос", "Олександрія"). Більшість учасників ЦФГ не розвиваються у FIFA у зв'язку із тим, що EA Sports почав проводити турніри в режимі Ultimate Team, замість класичного; 2) турнірних операторів, що є ліцензіарами Electronic Arts наразі в Україні немає.

ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ЦЬОМУ НАПРЯМІ

Особливості розвитку кіберспорту, який оформився як нова сфера економіки, пов'язані із поступовим формуванням специфічності, щодо його внутрішньої організованості. Така риса формує потребу визначення систематики внутрішньої організованості тієї спорідненості, що властива для конкретних кіберспортивних продуктів, сформованих сукупностями суб'єктів права, а саме: фізичних, юридичних осіб чи специфічних соціальних утворень в Україні (спільнот). Розвиток визначає незворотна, спрямована, закономірна зміна, орієнтована на поглиблення спорідненості. Це пов'язане з тим, що у кіберспорті всі організації та спільноти формують формальні групи, цільові формати яких формуються за потребою видавця/розробника гри, що є кіберспортивною дисципліною. Систематика розвитку спорідненості окреслених кіберспортивних організацій та спільнот обумовлена тим, що агенти впливу розвивають свої цільові формальні групи, орієнтуючись на заручення кіберспортсменів та їх втримання у межах ігрових спільнот, командних складів, команд, клубів, ліг, більшість членів яких синтезують почуття спільноти щодо їх діяльності.

Перспективи подальших розвідок у зазначеному напрямі полягають у дослідженні впливу на економіку ендемічних секторів цифрової ігрової індустрії.

Література:

1. Добрынин А.П. Цифровая экономика — различные пути к эффективному применению технологий / А.П. Добрынин, К.Ю. Черных, В.П. Куприяновский, П.В. Куприяновский, С.А. Синягов // International Journal of Open Information Technologies. — 2016. — № 4. — С. 4—11.

2. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні та світі / С.В. Коляденко // Економіка. Фінанси. Менеджмент: фахове видання. — 2016. — С. 105—111.

3. Развитие киберспорта // Eurosport. URL: <http://www.snoskainfo.ru>

4. Скавронська І.В. Вплив цифрової економіки на креативні індустрії / І.В. Скавронська, А.Р. Мандзій // "Молодий вчений". 2017. — № 4 (44) — С. 758—761. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/4/175.pdf> (дата звернення 15.07.2020).

5. Hunter S. Digital Natives: The Rise of Esport. URL: <https://www.parksassociates.com/bento/shop/samples/Parks%20Assoc%20Digital%20Natives%20Rise%20of%20Esports%20TOC.pdf>

6. Jason Whittaker (2004), The cyberspace handbook, Routledge, c. 122.

7. Jiji Gaho Sha, inc. (2003), Asia Pacific perspectives, Japan, vol. 1, University of Virginia, p. 57. URL: <https://books.google.co.uk/books?id=CTRWAAAAYAAJ> (дата звернення 15.07.2020).

8. Mark J.P. The Video Game Explosion: A History from PONG to Playstation and Beyond, ABC-CLIO, URL: <https://books.google.co.uk/books?id=XiM0ntMybNwC&pg=PA103#v=onepage&q&f=false> (дата звернення 15.07.2020).

9. PricewaterhouseCoopers // database. URL: https://www.pwc.com/content/pwc/userReg/login.en_gx.html?redirectUrl=gG0V-55Ilpsw21J2UMYgbIH5ktcJLK2-lwWPau2GN84=&referrer=gG0V-55Ilpsw21J2UMYgbIH5ktcJLK2-lwWPau2GN84=&parentPagePath=/content/pwc/gx/en

References:

1. Dobrynyn, A.P. Chernykh, K.Yu. Kupryianovskiy, V.P. Kupryianovskiy, P.V. and Syniahov, S.A. (2016), "Digital economy — different paths to effective use of technology", International Journal of Open Information Technologies, vol. 4, pp. 4—11.

2. Koliadenko, S.V. (2016), "Digital economy: preconditions and stages of formation in Ukraine and the world", Ekonomika. Finansy. Menedzhment, pp. 105—111.

3. Eurosport (2021), "Development of eSports", available at: <http://www.snoskainfo.ru> (Accessed 05 Feb 2021).

4. Skavrons'ka, I.V. and Mandzij, A.R (2017), "The impact of the digital economy on the creative industries", Molody vchenyj, vol. 4 (44), pp. 758—761, available at: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/4/175.pdf> (Accessed 05 Feb 2021).

5. Hunter, S. (2018), "Digital Natives: The Rise of Esport", available at: <https://www.parksassociates.com/bento/shop/samples/Parks%20Assoc%20Digital%20Natives%20Rise%20of%20Esports%20TOC.pdf> (Accessed 05 Feb 2021).

6. Whittaker, J. (2004), The cyberspace handbook, Routledge, London, UK.

7. Jiji Gaho Sha, inc. (2003), "Asia Pacific perspectives, Japan", vol. 1, University of Virginia, available at: <https://books.google.co.uk/books?id=CTRWAAAAYAAJ> (Accessed 05 Feb 2021).

8. Mark, J. P. (2008), "The Video Game Explosion: A History from PONG to Playstation and Beyond", ABC-CLIO, available at: <https://books.google.co.uk/books?id=XiM0ntMybNwC&pg=PA103#v=onepage&q&f=false> (Accessed 05 Feb 2021).

9. PricewaterhouseCoopers (2021), "Database", available at: https://www.pwc.com/content/pwc/userReg/login.en_gx.html?redirectUrl=gG0V-55Ilpsw21J2UMYgbIH5ktcJLK2-lwWPau2GN84=&referrer=gG0V-55Ilpsw21J2UMYgbIH5ktcJLK2-lwWPau2GN84=&parentPagePath=/content/pwc/gx/en (Accessed 05 Feb 2021).

Стаття надійшла до редакції 10.02.2021 р.

ПЕРЕДПЛАТА

ВИДАННЯ МОЖНА ПЕРЕДПЛАТИТИ З БУДЬ-ЯКОГО МІСЯЦЯ!

— ЧЕРЕЗ РЕДАКЦІЮ (ТЕЛ. 458-10-73);

— ЧЕРЕЗ ДП "ПРЕСА"
(У КАТАЛОЗІ ВИДАНЬ УКРАЇНИ);

— ЧЕРЕЗ ПЕРЕДПЛАТНІ АГЕНТСТВА