

АГРОСВІТ

№11 червень 2023

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

Василенко Леся Олексіївна, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри технологій захисту навколишнього середовища та охорона праці, Київський національний університет будівництва і архітектури, академік академії будівництва України

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

Грабчук Оксана Миколаївна, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування, 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)

Каткова Наталя Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри обліку і економічного аналізу, Національний університет кораблебудування ім. адмірала Макарова

Качула Світлана Валентинівна, доктор економічних наук, доцент, професор 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

Крючко Леся Станіславівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

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.Гугушвілі Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі

Курбачка Лариса Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

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

Пантелєєва Наталя 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»

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

Сегада Сергій Андрійович, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри маркетингу та бізнес-аналітики, Донецький національний університет імені Василя Стуса

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 технологій захисту навколишнього середовища та охорона праці, Київський національний університет будівництва і архітектури, академік академії будівництва України

Фролова Тетяна Олександрівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародних фінансів, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

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

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

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

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



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

№ 11 червень 2023 р.

Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»).

Наказ Міністерства освіти і науки України
№ 975 від 11.07.2019 р.

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

ІНДЕКСАЦІЯ ВИДАННЯ В НАУКОМЕТРИЧНИХ БАЗАХ:

- Index Copernicus (IC);
- SIS;
- Google Scholar.

Свідоцтво KB № 23728-13568ПР від 27.12.2018 року
ISSN 2306-6792

Передплатний індекс: 21847

Адреса редакції:

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

Поштова адреса:

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

Телефон: (044) 458-10-73
(050) 382-06-63

E-mail: economy_2008@ukr.net
www.nayka.com.ua
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 08.06.23 р.
Підписано до друку 08.06.23 р.

Формат 60x84 1/8, Ум. друк. арк. 8.6
Наклад — 1000 прим.

Папір крейдований, друк офсетний.
Замовлення №0806/1.

Віддруковано у ТОВ «ДКС Центр»
м. Київ, пров. Куренівський, 17
Тел. (044) 537-14-34

© АгроСвіт, 2023



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

№ 11 червень 2023 р.

У НОМЕРІ:

Третяк А. М., Третяк В. М., Гунько Л. А., Третяк Н. А.

Поняття та класифікація (структурування) прикладних наук сфери землекористування як фундаментальної науки 3

Пивовар П. В., Пивовар А. М.

Теоретико-методологічні основи формування та використання ресурсного потенціалу сільських територій 11

Аверчева Н. О.

Напрями забезпечення конкурентоспроможності галузі птахівництва Херсонської області у післявоєнний період 18

Шепель І. В.

Удосконалення бухгалтерського обліку у банках на засадах використання автоматизації та цифрових технологій 26

Капліна А. І.

Роль менеджменту для розвитку малого бізнесу 32

Нетудихата К. А.

Інституційні засади формування національних інноваційних систем 36

Пронько Л. М., Токар К. С.

Маркетинг відносин як інструмент конкурентоспроможної маркетингової стратегії 44

Дриманова Л. М.

Особливості бухгалтерського обліку недеревної продукції лісового господарства в Україні 52

Лукашик В. В.

Особливості провадження бізнес-процесів сільськогосподарськими підприємствами в умовах високого рівня ризиків та невизначеності 59

Остапенко С. О.

Зарубіжний досвід підтримки експорту сільськогосподарської продукції — виклики для України 64

№ 11 / 2023

CONTENTS:

Tretiak A., Tretiak V., Hunko L., Tretiak N.

CONCEPTS AND CLASSIFICATION (STRUCTURING) OF APPLIED SCIENCES IN THE FIELD OF LAND USE AS A FUNDAMENTAL SCIENCE 3

Pyvovar P., Pyvovar A.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASIS OF THE FORMATION AND USE OF THE RESOURCE POTENTIAL OF RURAL AREAS 11

Avercheva N.

DIRECTIONS FOR ENSURING THE COMPETITIVENESS OF THE POULTRY INDUSTRY OF THE KHERSON REGION IN THE POST-WAR PERIOD 18

Shepel I.

IMPROVEMENT OF ACCOUNTING IN BANKS BASED ON THE USE OF AUTOMATION AND DIGITAL TECHNOLOGIES 26

Kaplina A.

THE ROLE OF MANAGEMENT FOR SMALL BUSINESS DEVELOPMENT 32

Netudyhata K.

INSTITUTIONAL PRINCIPLES OF THE NATIONAL INNOVATION SYSTEMS FORMATION 36

Pronko L., Tokar K.

RELATIONSHIP MARKETING AS A TOOL OF COMPETITIVE MARKETING STRATEGY 44

Drymanova L.

PECULIARITIES OF ACCOUNTING OF NON— WOOD FORESTRY PRODUCTS IN UKRAINE 52

Lukashik V.

PECULIARITIES OF THE IMPLEMENTATION OF BUSINESS PROCESSES BY AGRICULTURAL ENTERPRISES IN CONDITIONS OF A HIGH LEVEL OF RISKS AND UNCERTAINTY 59

Ostapenko S.

FOREIGN EXAMPLES OF AGRICULTURE PRODUCT EXPORT INCENTIVIZING — CHALLENGES FOR UKRAINE 64

УДК 332.2:332.3

А. М. Третяк,

д. е. н., професор, член-кореспондент НААН України, професор кафедри геодезії та землеустрою, Білоцерківський національний аграрний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1154-4797>

В. М. Третяк,

д. е. н., професор, професор кафедри геодезії та землеустрою, Сумський національний аграрний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6779-1941>

Л. А. Гунько,

к. е. н., доцент, Національний університет біоресурсів і природокористування України

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9454-744X>

Н. А. Третяк,

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

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7602-8606>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.11.3

ПОНЯТТЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ (СТРУКТУРУВАННЯ) ПРИКЛАДНИХ НАУК СФЕРИ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ЯК ФУНДАМЕНТАЛЬНОЇ НАУКИ

A. Tretiak,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Chief Researcher, Bila Tserkva National Agrarian University

V. Tretiak,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Geodesy and Land Management, Sumy National Agrarian University

L. Hunko,

PhD in Economics, Associate Professor, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

N. Tretiak,

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

CONCEPTS AND CLASSIFICATION (STRUCTURING) OF APPLIED SCIENCES IN THE FIELD OF LAND USE AS A FUNDAMENTAL SCIENCE

В процесі дослідження, представлено класифікація (структурування) прикладних наук сфери землекористування як фундаментальної науки. Зокрема, обґрунтовано, що для формування сталого розвитку суспільства на засадах оптимального поєднання інтересів екології і економіки виникає необхідність переосмислення значущості двох суміжних галузей наукових та практичних знань. А саме, землекористування як складової природокористування та екологічної економіки. Констатовано, що у складі категорій цих наук знаходяться два глибинні положення, такі як: раціональне використання земельних та інших природних ресурсів (землекористування) та економічний прибуток. Встановлено, що і "землекористування", і "екологічна економіка" пов'язані із земельними і географічними інформа-

ційними системами, оскільки, базуються на картографічних джерелах інформації, які потрібно зазначити, також є основою формування складової землевпорядної науки "економіка землевпорядкування". При цьому, сформована тріада фундаментальних наук є "материнськими" стосовно системи таких прикладних наук: землекористування, територіальна екологічна економіка, управління земельними ресурсами, землевпорядкування, земельний кадастр. В цьому зв'язку, авторами обґрунтовано класифікацію (систематизацію) прикладних наук, пов'язаних з поняттями: "земля" — як чинника виробництва та надання екологічних послуг; "землекористування" — процес користування землею як фактором виробництва та послугами, де поряд із землею виділяються інші фактори: праця, капітал та блага, які в процесі земельних економічних, екологічних, рекреаційних та інших відносин з'єднуються через управління (макроекономічне і мікроекономічне поняття), а також через логістику. Крім того, з'ясоване та уточнено, що поняття "землекористування", як "процес користування землею" є не вичерпним та воно у складі природокористування характеризує землю як один із компонентів поряд із водокористуванням, лісокористуванням. Встановлено, що у цьому сенсі поняття "землекористування" географічне. Таким чином, авторами констатовано, що землекористування — це сукупність управлінських та господарських дій щодо вивчення, обліку та перетворення форм устрою землі — фактора виробництва і природи для її раціонального використання, шляхом регулювання земельних відносин і надання послуг (екологічних, рекреаційних та інших) з метою вдосконалення земельного ладу.

In the process of research, the classification (structuring) of applied sciences in the field of land use as a fundamental science is presented. In particular, it is substantiated that for the formation of sustainable development of society on the basis of the optimal combination of ecology and economy interests, there is a need to rethink the importance of two adjacent branches of scientific and practical knowledge. Namely, the land use as a component of nature management and the ecological economy. It is stated that the categories of these sciences include two root provisions, the rational use of land and other natural resources (land use) and the economic profit. It was established that both "land use" and "ecological economics" are related to land and geographic information systems, since they are based on cartographic sources of information, which, as it should be noted, are also the basis for the formation of the land planning science component, "the economy of land planning". At the same time, the formed triad of fundamental sciences is "parental" in relation to the system of such applied sciences as: land use, territorial ecological economy, management of land resources and land use, land organization, intra-farm land planning, land cadastre. In this regard, the authors substantiated the classification (systematization) of applied sciences related to the concepts: "land" — as a factor in the production and provision of environmental services; "land use" is the process of using land as a factor of production and services, where, along with land, other factors are distinguished: labor, capital and goods, which in the process of land related, economical, ecological, recreational and other relations are connected through management (macroeconomic and microeconomic concepts), as well as through logistics. In addition, it was found and clarified that the concept of "land use" as a "process of using land" is not exhaustive and, as part of nature use, characterizes land as one of the components along with water use and forest use. It was established that in this sense the concept of "land use" is geographical. Thus, the authors stated that land use is a set of managerial and economic actions related to the study, accounting and transformation of forms of land organization — a factor of production and nature for its rational use, by regulating land relations and providing services (ecological, recreational and other) with the aim of land system improvement.

Ключові слова: класифікація (структурування), землевпорядкування, землекористування, прикладна наука, фундаментальна наука, функції управління.

Key words: classification (structuring), land organization, intra-farm land planning, land use, applied science, fundamental science, management functions.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасні економічні, екологічні, соціальні та інституціональні умови розвитку системи економічно-ефективного, екологічно-безпечного та соціально-збалансованого землекористування в Україні висунули ряд нових напрямків розширення змісту "системи землекористування" [2], зокрема:

1) землекористування — елемент інституціонально-поведінкового механізму земельно-

го устрою та економіки країни, її регіонів і територій територіальних громад;

2) землекористування — елемент механізму інвестиційно-інноваційної діяльності;

3) землекористування — елемент підвищення природно-ресурсного потенціалу відповідних адміністративних територій;

4) землекористування — елемент соціально-екологічного механізму;

5) землекористування — елемент організаційного та землевпорядно-правового механізму

му управління земельними та іншими природними ресурсами і земельно-майновими комплексами;

б) землекористування — елемент фінансово-кредитного механізму.

Враховуючи визнання необхідності сталого розвитку суспільства на засадах оптимального поєднання інтересів екології і економіки виникає необхідність переосмислення значущості двох суміжних галузей наукових та практичних знань:

а) землекористування як складова природокористування;

б) екологічна економіка.

У складі категорій цих наук знаходяться два глибинні положення:

а) раціональне використання земельних та інших природних ресурсів (землекористування);

б) економічний прибуток.

Для уточнення сутності та взаємозв'язку цих галузей знань наведемо їх визначення:

— землекористування — це інтегрована система, що включає:

1) частину єдиного земельного фонду (земельна територія, земельна ділянка та права на них), надану державою або набуту у власність чи оренду окремим володільцем або користувачем для господарської чи іншої мети, межі якої визначені на місцевості;

2) земельний об'єкт права, об'єкт економічних, екологічних, містобудівних, сільськогосподарських та інших земельних відносин, на який землекористувачеві виданий документ, що посвідчує право на землю з установленими межами, площею, складом угідь, майнових об'єктів і за потреби з геодезичними координатами межових знаків, визначених у натурі;

3) використання людиною (суспільством) інтегрального потенціалу природної території, яка включає всі ресурси на відповідній ділянці геопростору, є складовою суспільно-територіального комплексу різних ієрархічних рівнів земельного устрою і веде до ускладнення його структури, що знаходить своє відображення у процесі регулювання суспільних, земельних, екологічних та інших відносин [1; 3].

— прибуток економічний — різниця між доходами та економічними витратами, що включають поряд із загальними витратами альтернативні витрати (тут альтернативні витрати, насамперед, екологічні, тобто земле- та природоохоронні, здатні довести прибуток до "нульового").

У нашій постановці питання при поєднанні землекористування та екологічної економіки

одержуємо так звану "економіку землекористування", бо землекористування, що має своїм предметом вивчення земельних ресурсів у сфері суспільно-виробничої діяльності, є економічною дисципліною, а теоретичною її основою є екологічна економіка. При цьому, і "землекористування", і "екологічна економіка", пов'язані із земельними і географічними інформаційними системами (ГІС), оскільки, базуються на картографічних джерелах інформації. Картографічні джерела, є також основою формування складової землевпорядної науки "економіка землевпорядкування". Таким чином, ми бачимо тріаду фундаментальних наук, які у свою чергу є "материнськими" стосовно системи прикладних наук:

1) стале землекористування,

2) територіальна екологічна економіка,

3) управління земельними ресурсами та землекористуванням,

4) прогнозування та планування розвитку землекористування;

5) землеустрій та внутрішньогосподарське землевпорядкування,

6) земельний кадастр.

У зв'язку із вище викладеним, систем наукових знань фундаментальних і прикладних наук потребує відповідного уточнення понятійного апарату і класифікації (структурування).

МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Мета дослідження — обґрунтування поняття та класифікації (структурування) прикладних наук сфери землекористування як фундаментальної науки.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Як зазначається авторами у праці "Управління земельними ресурсами та землекористуванням" [4], сутність управління земельними ресурсами та землекористуванням щодо управлінських дій з організації системи сталого землекористування в Україні розширюється до багатofункціонального.

В цьому зв'язку уточнимо структуру прикладних наук, пов'язаних із землею, яка вивчається з різних точок зору:

у землекористуванні — це земля — фактор виробництва та нерухомість;

у територіальній економіці — це місце розташування землі;

в управлінні земельними ресурсами — це процес формування землекористування та земельних відносин в межах природно-ресурсно-

Таблиця 1. Інституціональна класифікація (структурування) прикладних наук сфери землекористування як фундаментальної науки*

№ п/п	Структура наук	Стале землекористування	Управління земельними ресурсами та землекористуванням	Функції управління			
				Кадастр (вивчення)	Прогнозування та планування	Землеустрій	Внутрішньогосподарське землепорядкування
1	Об'єкт	Земля фактор економіки: виробництва, розподілу, обміну та споживання землі та надання послуг*	Земельні <i>і інші</i> природні ресурси, придатні для залучення у виробництво та надання екологічних послуг у процес землекористування	Земельні ділянки (ЗД), землекористування (нерухомість) (ЗК), земельно майновий комплекс (ЗМК)	Категорії земель (КЗ), типи (підтипи) землекористування (ТЗ) , земельні угіддя (ЗУ)	Земельні ділянки і права на них (ЗДіП), землекористування (нерухомість) (ЗК), земельно майновий комплекс (ЗМК)	Земельні угіддя (ЗУ), функціональні підтипи землекористування (ФПТЗ)
2	Об'єктний предмет	ГІС модель землі у системі земельного устрою: землекористування та земельних відносин	ГІС модель природно-ресурсних комплексів (ПРК) у системі земельних відносин	ГІС модель ЗД, ЗК, ЗМК у системі земельного устрою та земельних відносин	ГІС модель КЗ, ТЗ, ЗУ системі земельного устрою	ГІС модель ЗДіП, ЗК, ЗМК у системі земельного устрою та земельних відносин	ГІС модель ЗУ, ФПТЗ у системі земельних відносин
3	Предмет	Мета Ефективне та еколого-безпечне використання землі	Прийняття раціональних управлінських рішень	Раціональний розподіл землі, ЗД, ЗК, ЗМК	Стале (оптимальне) формування КЗ, ТЗ, ЗУ системі земельного устрою	Стале (оптимальне) формування ЗДіП, ЗК, ЗМК у системі земельного устрою та земельних відносин	Стале (оптимальне) формування ЗУ, ФПТЗ у системі земельних відносин
		Завдання ♦ обґрунтування розвитку системи сталого землекористування та земельних відносин; ♦ ** інші завдання	вивчення (в т.ч. кадастр), планування, організація, стимулювання, контроль ПРК	розробка систематичного списку показників кількості, якості та вартості, класифікація та формалізація ЗД, ЗК, ЗМК і обмежень у використанні земель	Прогнозування та планування сталого (оптимального) розвитку КЗ, ТЗ, ЗУ в системі земельного устрою	Організація сталого (оптимального) формування ЗДіП, ЗК, ЗМК, і визначення їх балансової вартості у системі земельного устрою та земельних відносин	Планування сталого (оптимального) формування ЗУ, ФПТЗ у системі земельних відносин
4	Метод	Системно-цільовий аналіз, проектування, моделювання, функціонально-технологічний метод	Регламентування, нормування, інструктування, програмування алгоритмування	Картографічна, правова та вартісна статистика	Аналітичний, моделювання, проектування, функціонально-технологічний	Розрахунково-конструктивний	Розрахунково-конструктивний, проектування
5	Факт	➢ структура системи землекористування та земельних відносин; ➢ зв'язки між структурними елементами; ➢ умови для ефекту системи землекористування; ➢ організаційні форми землекористування та земельних відносин	• структурування системи управління та її функцій; • встановлення зв'язку між структурними елементами; • створення умов для ефекту системи управління	Характеристика категорій земель, землеволодіння, угіддя: за площею, якістю, поліпшенням, власності, вартістю, місцю розміщення, адміністративного приналежністю	Структура, прогнози та планові показники площ КЗ, ТЗ, ЗУ, цільові показники розвитку	Цільове призначення ЗДіП, режим використання і охорони земель, обмеження та обтяження, - межі, площа, відомості для внесення у ДЗК	Функціональне використання, правила землекористування (землепорядні регламенти), межі, площа, відомості для внесення у ДЗК
6	Теорія	• теорія організації управління землекористуванням на основі законів природокористування; • закон розвитку системи землекористування, закон самозбереження та механізм стійкості системи, закон рівноваги системи, закон синергії (організаційний мультиплікатор-акселератор)	теорія алокації ресурсів, теорія розташування, теорія економічних ресурсів, теорія факторів виробництва, теорія організації управління	теорія географічної та землепорядної інформації, теорія ренти, статистична методологія, принципи кадастру, типи, види, різновиди, класи ЗД, ЗК, ЗУ; методологія оцінки ЗД, ЗК, ЗУ; методологія реєстрації ЗДіП	теорія прогнозування, інституціонально-поведінкова теорія, теорія прийняття рішень в прогнозуванні, теорія оцінок, теорія географічної та землепорядної інформації, теорія ренти, теорії необхідності інноваційного розвитку	теорія розташування, теорія екстерналій, принципи: пріоритет сільського господарства, сталість ЗК, врахування просторових властивостей землі, типи, види, різновиди, організаційні форми ЗК	Інституціонально-поведінкова теорія, теорія місцезнаходження, теорія екстерналій, теорія географічної та землепорядної інформації, теорія ренти

Примітка: * жирним та косим текстом виділено нові економічні категорії та складові "землекористування" як фундаментальної науки.
** вивчення диференціації та інтеграції земельних ділянок і прав на них; формулювання принципу відбору, як механізму сталості процесу землекористування; вивчення процесу самоорганізації системи землекористування та земельних відносин.

го комплексу. Природно-ресурсний комплекс (ПРК) — базується на географічних межах земельних ділянок і враховує ефект (потенціал) багатоваріантності економічного використання окремої земельної ділянки в залежності від по елементного складу природних ресурсів на цій ділянці;

у природокористуванні та містобудуванні — це територія;

у землеустрої — це земельна ділянка (або їх сукупність) та права на них;

у землевпорядкуванні — це функціональне зонування використання земель та земельні угіддя;

у земельному кадастрі — це земельний фонд: сільськогосподарський, забудови, природоохоронний, лісовий, водний, тощо.

Отже, виникає потреба систематизації прикладних наук, пов'язаних з поняттям земля — як чинника виробництва та надання екологічних послуг, тобто, із системою землекористування: стає землекористування, управління земельними ресурсами та землекористуванням, земельний кадастр, прогнозування і планування, землеустрій, внутрішньогосподарське землевпорядкування (табл. 1).

При цьому зазначимо, що у цій таблиці потрібно дати ряд пояснень, зокрема, стосовно понятійного апарату цієї системи, так як трактування низки понять неоднозначні.

1. З погляду класифікації наук слід розрізняти наукові фундаментальні, галузеві, прикладні, спеціальні. Фундаментальні науки маніпулюють законами, галузеві — закономірностями, а прикладні — тенденціями. У цій системі фундаментальною наукою є землекористування як складова природокористування, галузевою наукою є землевпорядна, яка включає прогнозування та планування, землеустрій і землевпорядкування, екологію та економіку землевпорядкування, прикладною — управління земельними ресурсами та землекористуванням, спеціальною науковою дисципліною — кадастр [6].

2. Структура науки вироблена філософським напрямом досліджень "логіка науки" і трактує об'єкт як реально існуючу субстанцію (матеріальну чи нематеріальну); об'єктивний предмет — модель об'єкта вивчення (у разі це картографічне відображення об'єктів), предмет — це мета і завдання вивчення об'єкта; метод — це способи вирішення завдань; факти — це результат вирішення завдань; теорія — це закони, закономірності, тенденції, принципи, виведені на основі узагальнення фактів.

3. Землекористування слід розуміти як процес користування землею — фактором виробництва та послугами, де поряд із землею виділяються інші фактори: праця, капітал та блага, які в процесі земельних економічних, екологічних, рекреаційних та інших відносин з'єднуються через управління (макроекономічне поняття) та менеджмент (мікроекономічне поняття), а також через логістику. Управління має об'єкт природно-ресурсні земельні відносини, а логістика — товарні відносини, в тому числі послуги.

4. Управління земельними ресурсами є найточнішим формулюванням існуючого поняття "управління земельними ресурсами", так як нами земля трактується як природні ресурси, залучені у виробництво. Якщо "землю" розуміти як "природу", то є правомірним використання поняття "управління землекористуванням". Природні ресурси — категорія економічна, а природні умови — екологічна. Земельні ресурси — це придатні для залучення у виробництво природні умови. Землекористування як наука маніпулює і ресурсами, і умовами. Економіка землекористування як галузева економічна наука маніпулює земельними та іншими природними ресурсами. Управління земельними ресурсами та землекористуванням — це відносини між людьми щодо використання земельних та інших природних ресурсів. Ці відносини називаються земельними, що включають: економічні, екологічні, соціальні, інституціональні, сільськогосподарські, містобудівні, рекреаційні і інші, які пов'язані із процес користування землею.

У процесі землекористування земля, як фактор виробництва, включає всі використовувані ресурси: сонячну і водну енергію, ландшафт, ґрунт, рослинність і тваринний світ, надра. У комплексі це формує землеволодіння як нерухомість: сонячні та вітрові електростанції, гідроелектростанції, багаторічні насадження, пасовища, сіножаті, тваринний світ мисливські та рибальські господарства, орний ґрунт (рілля), будівельний ґрунт (збудова), рекреація, надра — все це приналежності землі — нерухомості, якщо вони знаходяться у власності.

5. Функціями управління земельними ресурсами та землекористуванням є:

а) інформаційно-аналітичне забезпечення (цифрова картографія, моніторинг, земельний та інші кадастри);

б) розробка стратегії (проектування, планування, прогнозування, програмування);

в) організація (землеустрій та землевпорядкування) виконання мети та завдань опти-

мальним поєднанням аналізу, стратегії, стимулювання та контролю (організація управління).

6. У сучасних умовах система землевпорядкування [6] при переведенні її в ринкове середовище займається розробкою стратегії (проектуванням, плануванням). Організацією виконання мети та завдань землеустрій і землевпорядкування.

Сучасне землекористування як галузь економічної діяльності набуває все більш ускладнених і різнобічних форм, особливо при різноманітні форм власності, коли створюється земельно-майновий комплекс (ЗМК).

В цьому зв'язку, здійснимо уточнення поняття "землекористування", оскільки трактування "процес користування землею" є далеко не вичерпним. У складі природокористування може бути розділ "землекористування", але він повинен характеризувати землю як один із компонентів поряд із водокористуванням, лісокористуванням та ін. У цьому сенсі поняття "землекористування" географічне.

Автори розглядають "землекористування" стосовно об'єктів: природні ресурси, земля — чинник виробництва та надання екологічних послуг, земельні відносини, земельний лад (устрій). І тут це поняття не є географічним, а економічним. Причому земля тут розглядається переважно як продуктивна сила. А галузі економічної діяльності, що займаються продуктивними силами (матеріальними, природними, трудовими), належать до розряду спеціальних економік. Це насамперед управління, бухгалтерський аналіз та облік, контроль, фінанси, економічна теорія та регулювання економіки, екологічна економіка, організація автоматичних систем управління. Ці галузі завжди інтегральні, міжвідомчі, формують свій досвід та знання на основі вже існуючих.

Таким чином, можна констатувати, що землекористування — це сукупність управлінських та господарських дій щодо вивчення, обліку та перетворення форм устрою землі — фактора виробництва і природи для її раціонального використання, шляхом регулювання земельних відносин і надання послуг (екологічних, рекреаційних та інших) з метою вдосконалення земельного ладу.

У тісному зв'язку з поняттям "землекористування" знаходяться "економіка землекористування" та "управління земельними ресурсами і землекористуванням".

Економіка землекористування (її функції) як вже зазначали вище, насправді і є землекористування. Визначаючи її зміст, як сукупність

екологічної, економічної, управлінської, соціальної та господарсько-правової діяльності, слід, проте, виділити її ядро, яке полягає в організації території (забезпечення функціонування форм земельного устрою, які склалися).

Предметний поділ понять "управління..." та "економіки..." необхідно проводити на основі інституціональної класифікації всього комплексу системи землекористування і земельних відносин. Можна виділити три види земельних відносин:

1) Відносини щодо користування землею, де людина, як правило, не має безпосереднього контакту із землею. Тобто це відносини переважно між людьми, де реалізується формула:

$$\frac{\text{Людина}(Л) \leftrightarrow \text{Людина}(Л)}{\text{Земля}(З)} \quad (1).$$

2) Відносини щодо використання землі, де реалізується формула:

$$\text{Людина}(Л) \rightarrow \text{Земля}(З) \quad (2).$$

3) Відносини щодо використання землі та надання у процесі землекористування екологічних і ціннісних послуг, де реалізується формула:

$$\text{Людина}(Л) \rightarrow \text{Земля}(З) \rightarrow \text{Екологічні послуги} + \text{Ціннісні послуги} \quad (3).$$

Прикладом першого виду є земельні відносини у процесі розроблення та реалізації законодавчих актів земельного права.

Прикладом другого — відносини у процесі господарського використання землі, де переважають знання не про виробничі відносини, а про продуктивні сили (земельні ділянки).

Прикладом третього виду можуть бути земельні відносини, екологічні та відносини пов'язані з духовними і безпековими (зменшенням ризиків) аспектами.

Економічним виразом першого виду відносин є вартість землекористування, другого — земельна рента, а третього — земельна, екологічна, ціннісна та безпекова ренти.

Науково-світоглядним орієнтиром розвитку ціннісної земельної ренти є рівень суспільного розуміння цінності землі, що базується на багатовіковій реалізації в них людиноцентричної моделі розвитку, цінності екопоселень, єдності людини з природою (рис. 1) [5, с. 11].

Таким чином, землекористування, розглядаючи землю як продуктивну силу, вивчає її не як матеріальний об'єкт, а як джерело формування земельних відносин та послуг (екологічних, рекреаційних, ціннісних та інших). Тому його формування здійснюється на стику землевпорядної, організаційно-управлінських галузей знань та екологічної економіки.



Рис. 1. Логічно-змістовна схема світоглядних паралелей зростання свідомості людини та розуміння нею цінності землі для власних потреб (Піраміда Маслоу)

Джерело: [5, с. 11].

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ДЛЯ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Для формування сталого розвитку суспільства на засадах оптимального поєднання інтересів екології і економіки виникає необхідність переосмислення значущості двох суміжних галузей наукових та практичних знань: а) землекористування як складова природокористування; б) екологічна економіка. У складі категорій цих наук знаходяться два глибинні положення: а) раціональне використання земельних та інших природних ресурсів (землекористування); б) економічний прибуток. І "землекористування", і "екологічна економіка" пов'язані із земельними і географічними інформаційними системами (ГІС), оскільки базуються на картографічних джерелах інформації. Картографічні джерела, є також основою формування складової землевпорядної науки "економіка землевпорядкування". Таким чином, формується тріада фундаментальних наук, які у свою чергу є "материнськими" стосовно системи прикладних наук: стале землекористування, територіальна екологічна економіка, управління земельними ресурсами та землекористуванням, прогнозування та планування розвитку землекористування, землеустрій, внутрішньогосподарське землевпорядкування, земельний кадастр. В цьому зв'язку, обґрунтовано класифікацію (систематизацію) прикладних

наук, пов'язаних з поняттям земля — як чинника виробництва та надання екологічних і інших ціннісних послуг у процесі її використання, тобто, із системою землекористування. Землекористування слід розуміти як процес користування землею — фактором виробництва та послугами, де поряд із землею виділяються інші фактори: праця, капітал та блага, які в процесі земельних економічних, екологічних, рекреаційних та інших відносин з'єднуються через управління (макроекономічне і мікроекономічне поняття), а також через логістику. Управління має об'єкт природно-ресурсні земельні відносини, а логістика — товарні відносини, в тому числі послуги. Уточнено, що поняття "землекористування", як "процес користування землею" є не вичерпним. Воно у складі природокористування характеризує землю як один із компонентів поряд із водокористуванням, лісокористуванням. У цьому сенсі поняття "землекористування" географічне. Відповідно, землекористування — це сукупність управлінських та господарських дій щодо вивчення, обліку та перетворення форм устрою землі — фактора виробництва і природи для її раціонального використання, шляхом регулювання земельних відносин і надання послуг (екологічних, рекреаційних та інших) з метою вдосконалення земельного ладу.

Перспективи подальших розвідок закладаються в дослідженні землевпорядкування як галузевої науки та земельного кадастру, прогнозування і планування розвитку землекористування, землеустрою та внутрішнього землевпорядкування як прикладних наук.

Література:

1. Другак В.М. Економіка сільськогосподарського землекористування: теорія, методологія та практика: [дис. на здоб. наук. ст. докт. екон. наук: 08.00.06]. К., 2010. 461 с.

2. Третяк А. М., Третяк В. М.. Теоретичні засади розвитку сучасної системи землекористування в Україні. Агросвіт. 2021. № 1—2. С. 3—11.

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

4. Третяк А.М., Третяк В.М., Курильців Р.М., Прядка Т.М., Капінос Н.О., Третяк Н.А. Управління земельними ресурсами та землекористуванням: навч. посібник / За заг. ред. професора Третяка А.М. Біла Церква: "ТОВ "Білоцерківдрук", 2022. 436 с.

5. Третяк А.М., Третяк В.М., Курильців Р.М., Прядка Т.М., Третяк Н.А. Управління земельними ресурсами та землекористуванням: базові засади теорії, інституціалізації, практики: монографія / За заг. ред. А.М. Третяка. Біла Церква: "ТОВ "Білоцерківдрук", 2021. 227 с.

6. Третяк А.М., Третяк В.М., Прядка Т.М., Гунько Л.А., Третяк Н.А. Землевпорядкування в Україні: розвиток на засадах новітньої інституціонально-поведінкової теорії: монографія / За заг. ред. А.М. Третяка. Біла Церква: "ТОВ "Білоцерківдрук", 2023. 224 с.

References:

1. Druhak, V.M. (2010), "Economics of agricultural Land Use: Theory, Methodology and Practice", Ph.D. Thesis, Economy, Kyiv, Ukraine.

2. Tretiak, A. and Tretiak, V. (2021), "Theoretical basis of a modern land use system development in Ukraine", Agrosvit, vol. 1—2, pp. 3—11.

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

4. Tretiak, A.M., Tretiak, V.M., Kuriltsiv, R.M., Priadka, T.M., Kapinos N.O. and Tretiak, N.A. (2022), Upravlinnia zemel'nymy resursamy ta zemlekorystuvanniam [Management of land

resources and land use], Belotserkivdruk LLC, Bila Tserkva, Ukraine.

5. Tretiak, A.M., Tretiak, V.M., Kuriltsiv, R.M., Priadka, T.M. and Tretiak, N.A. (2021), Upravlinnia zemel'nymy resursamy ta zemlekorystuvanniam: bazovi zasady teorii, instytutsiolizatsii, praktyky [Management of land resources and land use: basic principles of theory, institutionalization, practice], Belotserkivdruk LLC, Bila Tserkva, Ukraine.

6. Tretiak, A.M., Tretiak, V.M., Kuriltsiv, R.M., Priadka, T.M., Hunko, L.A., and Tretiak, N.A. (2023), Zemlevporiadkuvannia v Ukraini: rozvytok na zasadakh novitnoi instytutsional'no-povedinkovoi teorii [Land management in Ukraine: development based on the latest institutional-behavioral theory], Belotserkivdruk LLC, Bila Tserkva, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 19.05.2023 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 631.1.016:001.8

П. В. Пивовар,к. е. н., доцент, керівник навчально-наукового центру космічних та геоінформаційних технологій, Поліський національний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7668-2552>**А. М. Пивовар,**к. е. н., старший викладач кафедри менеджменту організацій і адміністрування ім. М.П. Поліщука, Поліський національний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5803-5116>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.11.11

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

P. Pyvovar,

PhD in Economics, Associate Professor, Head of the Educational-Scientific Center of Space and Geo-Information Technologies, Polissia National University, Zhytomyr, Ukraine

A. Pyvovar,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Management of Organizations and Administration named after M.P. Polishchuk, Polissia National University, Zhytomyr, Ukraine

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASIS OF THE FORMATION AND USE OF THE RESOURCE POTENTIAL OF RURAL AREAS

Ресурсний потенціал сільських територій являє собою джерело та засоби їх трансформації, при цьому відіграє важливу роль у формуванні функцій, які вони виконують та динаміки їх розвитку. Метою статті є дослідження ресурсного потенціалу сільських територій, а саме: їх зміст та зовнішні фактори в умовах сучасних трансформаційних змін. В результаті використання монографічного методу дослідження було виокремлено наступні компоненти ресурсного потенціалу сільських територій: природний, людський, матеріально-технічний, фінансовий та інфраструктурний. Природні ресурси — потенційно придатні для виробництва природні сили й речовини (дарові блага природи), серед яких вирізняються вичерпні та невичерпні ресурси, а в останніх — відновлювані і невідновлювані. Природними ресурсами є земля, корисні копалини, рослини й тварини, багатство вод, природно-кліматичні умови тощо. Людські, або трудові, ресурси — населення працездатного віку, яке економісти зазвичай оцінюють за трьома параметрами: соціально-демографічному, професійно-кваліфікаційному та культурно-освітньому. Важливим елементом оцінки трудового потенціалу сільських територій виступають такі показники які висвітлюють демографічну ситуацію та рівень життя населення. Матеріальні або матеріально-технічні ресурси — товари, засоби виробництва, блага створені людиною. До їх можна віднести виробничі будівлі (приміщення), машини та обладнання, прилади та інструменти, засоби комунікації, засоби переміщення та шляхи переміщення, сировина, матеріали та паливо тощо. Фінансово-економічні ресурси — високоліквідні ресурси що придатні для їх обміну на виробничі, людські, природні ресурси та можуть виступати засобами для здійснення заощаджень, оподаткування, кредитування тощо. Інфраструктурні ресурси — комплекс об'єктів, галузей та видів діяльності, які забезпечують відповідні умови для функціонування соціально-економічної системи, переміщення товарів та ресурсів для задоволення суб'єктів сільських територій їх соціально-економічних потреб (транспорт, зв'язок, комунальне господарство, загальна і професійна освіта, охорона здоров'я та ін.). В статті було висвітлено те що важливе місце в процесі активізації трансформації сільських територій відіграють фактори зовнішнього середовища: політичний, соціальний і економічний устрій та інформаційне середовище країни де знаходяться сільські території.

The resource potential of rural areas (territory) is a source and means of their transformation, at the same time it's playing an important role in the formation of the functions it's perform and the dynamics of their development. The purpose of the article is to study the resource potential of rural areas, namely: their content and external factors in the context of modern transformational changes. As a result of using the monographic research method, the following components of the resource potential of rural areas were identified: natural, human, material, technical, financial and infrastructural. Natural resources potential — potentially suitable for production natural forces and substances (free benefits of nature), among which are exhaustive and inexhaustible resources, and in the latter — renewable and non-renewable. Natural resources are land, minerals, plants and animals, the wealth of waters, natural and climatic conditions, and the like. Human or labor resources potential — the working-age population, which economists usually assess according to three parameters: socio-demographic, vocational qualification, and cultural and educational. An important element in assessing the labor potential of rural areas are such indicators that illuminate the demographic situation and the standard of living of the population. Material or material and technical resources potential — goods, means of production, goods are created by man. These include industrial buildings (premises), machinery and equipment, devices and tools, communication means, means of movement and routes of movement, raw materials, materials and fuel, etc. Financial or economic resources potential — highly liquid resources suitable for their exchange for production, human, natural resources and can act as means for savings, taxation, lending, and the like. The article examined the place in the process of enhancing the transformation of rural areas are the factors of the external environment: the political, social and economic system and the information environment of the country where the rural areas are located.

Ключові слова: сільські території, ресурси, потенціал, трансформація.

Key words: rural areas, resources, potential, transformation.

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

Рушійна сила сталого розвитку сільських територій обумовлена перш за все наявністю потенціалу до зростання та розвитку. До потенціалу зростання або розвитку у широкому сенсі можна віднести всі наявні та потенційні ресурси які можуть бути мобілізовані, активізовані та використані при досягненні певної мети, цілей, планів розвитку сільських територій. Ресурсний потенціал можна розглядати як джерело та засіб відтворення та трансформації сільських територій. Сучасна негативна динаміка занепаду основних елементів ресурсного потенціалу сільських територій (людський, підприємницький, соціальна та економічна інфраструктура) може призвести до поступового обезлюднення сільських територій та перетворення їх у промислово-виробничі анклави. Але при правильно проведеній (підтриманій) трансформації сільських територій можна досягти росту та нарощення соціально-економічного розвитку, диверсифікація діяльності господарюючих суб'єктів та стабілізацію і покращення соціально-демографічної ситуації на селі (зайнятість, підвищення рівня життя населення тощо). До основних завдань трансформації сільських територій в напрямі розвитку їх ресурсних потенціалів можна віднести: 1) забезпечення економічної

стабільності суб'єктів сільських територій; 2) розвиток економічної інфраструктури; 3) розвиток соціальної інфраструктури; 4) диверсифікація виробничої діяльності; 5) забезпечення соціальної та демографічної однорідності.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Теоретико-методологічні основи формування та використання ресурсного потенціалу висвітлені в працях Л. Абалкіна, В. Авдеєнко, В. Бакуменка, О. Бородіної В. Князева, М. Кропивко, М. Латиніна, Ю. Лупенка, О. Могильного, О. Онищенко, М. Орлатого, І. Прокопи, О. Павлова, П. Саблука, С. Харчука, В. Юрчишина та інших. Разом з тим, більшість теоретико-методологічних концепцій розвитку ресурсного потенціалу в контексті трансформації сільських територій, є обґрунтованими не у повному обсязі або суперечливими. В той же час в більшості літературних джерел не достатньо уваги приділено оцінці ресурсного потенціалу. Такий стан справ негативно вплинув на процес обґрунтування методологічних основ оцінки та визначення ефективності використання ресурсного потенціалу сільських територій. Тому постає необхідність у формуванні теоретичного підґрунтя вивчення впливу стану використання ресурсного потенціалу сільських територій на трансформаційні процеси які там відбуваються.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є дослідження теоретико-методологічних основ формування та використання ресурсного потенціалу сільських територій, а саме: їх зміст та зовнішні фактори в умовах сучасних трансформаційних змін. В межах досягнення мети виокремлено такі завдання: — визначити змістовне наповнення основних компонентів ресурсного потенціалу сільських територій; — охарактеризувати зовнішні фактори-активатори ресурсного потенціалу; — охарактеризувати взаємозв'язок зовнішнього середовища з ресурсним потенціалом сільських територій.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Відповідно до визначень [13], ресурси в соціально-економічному розумінні — це земля, капітал, праця і підприємницька спроможність. Проте [2] вважають за доцільне додати до цієї класифікації такий компонент як інформаційний ресурс, з присвоєнням йому домінуючої позиції. Чисто з економічної точки зору до ресурсів відноситься комплекс окремих елементів, які прямо або опосередковано беруть участь у процесі виробництва товарів та послуг. Виходячи з цього однією із найважливіших особливостей економічної категорії "ресурси" є безпосередній зв'язок із виробництвом, тобто ресурси в процесі використання набувають форми чинників виробництва. Кагорта іноземних вчених до соціально-економічних ресурсів відносять природні та соціальні ресурси, які можуть бути використані в процесі виробництва (при створенні товарів, послуг та інших суспільно необхідних благ). Принциповою відмінністю між термінами "ресурси", "потенціал" і "ресурсний потенціал" є те, що ресурси існують незалежно від суб'єктів економічної діяльності, а ресурсний потенціал окремого підприємства, територіальної громади, суспільства в цілому не відділений від суб'єктів діяльності. Тобто "ресурсний потенціал", крім матеріальних і нематеріальних засобів, включає здібності працівників, підприємств, установ, закладів, організацій в ефективному використанні наявних засобів або ресурсів.

В свою чергу, більшість як вітчизняних так і зарубіжних науковців сходяться в тому що при суті ресурсного потенціалу сільських територій доцільно розглядати з точки зору виробничої теорії. Але, невелика група авторів в якості окремої складової ресурсного потенціалу сільських територій пропонували розглядати інфраструктурний потенціал.

З точки зору виробничої теорії можна до ресурсів можна віднести всі природні, людські, матеріальні та фінансові засоби які використовуються або можуть бути використані в у виробництві суспільно необхідних життєвих благ. Відповідно до цієї теорії виробничі (економічні) ресурси поділяються на чотири групи: природні, людські, фінансово-економічні та трудові ресурси [16].

Природні ресурси — потенційно придатні для виробництва природні сили й речовини (дарові блага природи), серед яких вирізняються вичерпні та невичерпні ресурси, а в останніх — відновлювані і невідновлювані. Природними ресурсами є земля, корисні копалини, рослини й тварини, багатство вод, природно-кліматичні умови тощо. Однією із найбільш важливих і складних проблем, з якими зіткнулось нині людство, є проблема вичерпності і відновлюваності природних ресурсів, збереження екологічної рівноваги. При проведенні оцінювання природного потенціалу сільських територій важливим є врахування того, що наявність тих чи інших природних ресурсів є важливим поряд з умовами їх взаємодії, підходами до організації сільськогосподарського виробництва, станом інтеграції з села та міста, рівнем розвитку промисловості та рівнем розвитку підсобного господарства сільських домогосподарств. Особливого значення набуває рівень розвитку транспортної інфраструктури, що в першу чергу виступає важливим елементом структури собівартості що виробляється на сільських територіях та є свого роду регулятором використання природних ресурсів територій визначаючи при цьому їх доступність та доцільність промислового освоєння. Не менш важливим фактором соціально-економічної трансформації сільських територій виступають погодно-кліматичні умови (ресурс тепла, середня кількість опадів тощо), і можуть виступати базисом формування похідних факторів таких як якість та стан ґрунтового покриву, наявність поверхневих та підземних вод, наявність природних будівельних матеріалів тощо.

Людські, або трудові, ресурси — населення працездатного віку, яке економісти зазвичай оцінюють за трьома параметрами: соціально-демографічному, професійно-кваліфікаційному та культурно-освітньому. Важливим елементом оцінки трудового потенціалу сільських територій виступають такі показники які висвітлюють демографічну ситуацію та рівень життя населення. Також потрібно враховувати що при аналізі трудового потенціалу міських на-

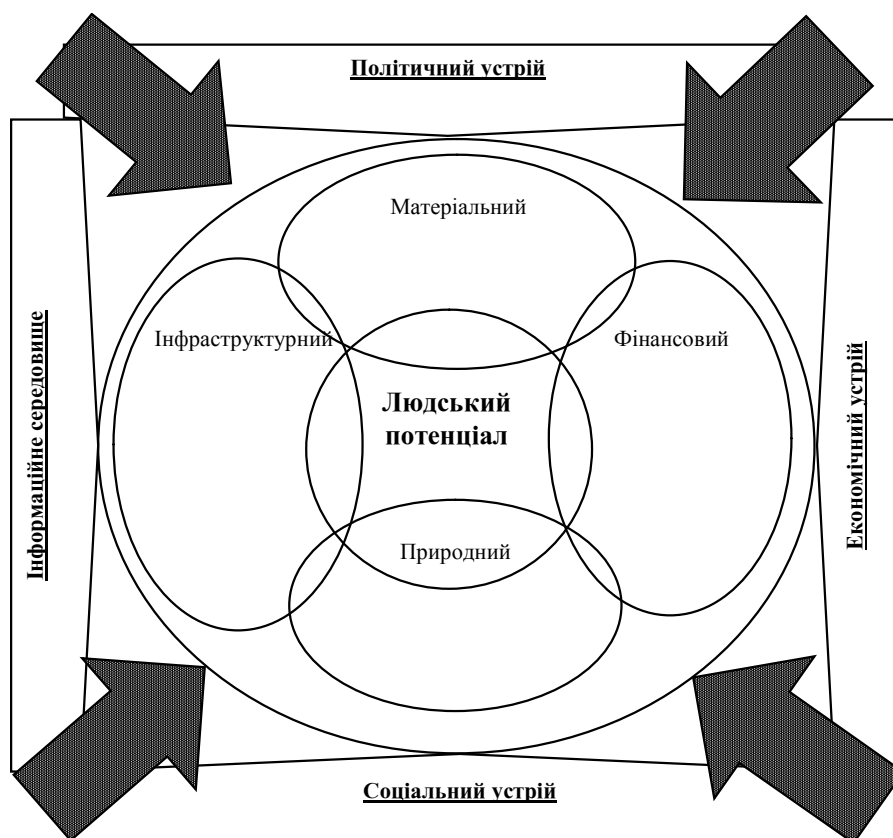


Рис. 1. Зовнішні фактори активізації впливу ресурсних потенціалів трансформації сільських територій

селених пунктів враховуються виключно населення працездатного віку, тоді як в сільських населених пунктах всі прошки населення (від дітей до людей похилого віку) можуть бути задіяні у виробничий процес.

Матеріальні або матеріально-технічні ресурси — товари, засоби виробництва, блага створені людиною. До їх можна віднести виробничі будівлі (приміщення), машини та обладнання, прилади та інструменти, засоби комунікації, засоби переміщення та шляхи переміщення, сировина, матеріали та паливо тощо. Проведення оцінки матеріально-технічного потенціалу передбачає оцінку вартості основних виробничих фондів всіх галузей народного господарства, які ведуть господарську діяльність на сільських територіях. Також для порівняння розрахунки проводяться відповідно на одного мешканця сільських територій або на одного працюючого, в розрахунку на одиницю площі тощо.

Фінансово-економічні ресурси — високоліквідні ресурси що придатні для їх обміну на виробничі, людські, природні ресурси та можуть виступати засобами для здійснення заощаджень, оподаткування, кредитування тощо. Оцінка фінансово-економічних ресурсів

доцільним є використання таких показників які характеризують стан розвитку підприємництва на сільських територіях (мале, середнє, велике), податкові доходи, фінансові результати підприємств різних галузей економіки, які ведуть виробничу діяльність на сільських територіях.

Інфраструктурні ресурси — комплекс об'єктів, галузей та видів діяльності, які забезпечують відповідні умови для функціонування соціально-економічної системи, переміщення товарів та ресурсів для задоволення суб'єктів сільських територій їх соціально-економічних потреб (транспорт, зв'язок, комунальне господарство, загальна і професійна освіта, охорона здоров'я та ін.). Інфраструктура включає основні споруди і послуги, зокрема, системи каналізації, водопостачання,

електропостачання, від яких залежить розвиток як окремих населених пунктів, так і економіки в цілому, а також будівництво доріг, каналів, портів, мостів, летовищ, складів, енергетичного господарства, систем зв'язку, водопостачання, каналізації тощо. Роль та значення інфраструктури в процесі забезпечення трансформації сільських територій обумовлюється впливом, який здійснюють об'єкти, галузі та види діяльності на функціонування сільської економіки. В свою чергу наявність на сільських територіях функціонуючої та розгалуженої мережі ліній електропостачання, водогонів, газогонів, якісного дорожнього покриття, телекомунікацій, логістичних центрів тощо є сприятливим підґрунтям для активізації соціально-економічних процесів.

Потрібно відмітити, що представлені вище ресурси сільських територій можуть виступати в якості трансформаторів процесу трансформації сільських територій. При цьому, важливе місце в процесі активізації трансформаторів є фактори зовнішнього середовища, які ми представляємо у вигляді чотирьох компонентів: політичний, соціальний і економічний устрій та інформаційне середовище країни де знаходяться сільські території (Рис. 1).

Політичний устрій країни це організована на єдиній нормативно-ціннісній основі сукупність взаємовідносин політичних суб'єктів, пов'язаних із здійсненням влади (урядом) і управлінням суспільством. Політична устрій або система забезпечує регулювання відносини, пов'язані із підходами до організації, функціонування та зміною/оновленням публічної влади в країні. Основними елементами політичного устрою є держава, правові інститути (законодавча, виконавча та судова), політичні партії і течії, громадсько-політичні об'єднання. До головної функції функціонування політичного устрою є забезпечення суспільного порядку в країні, стабільності та інтеграції суспільства в світові процеси розвитку, мобілізація ресурсів країни на розв'язання життєво важливих завдань та проблем [11].

Політичний устрій безпосередньо впливає на якісний стан людських ресурсів через задоволення рівня життя, здоров'я, довголіття населення. Також важливим ефектом діяльності політичного устрою є якість трудових ресурсів, що формується на основі забезпечення доступу та рівня освіти для населення. Політичний устрій формує законодавчо встановлені правила гри, щодо використання природних ресурсів також може відігравати важливу роль в процесі оновлення матеріально-технічної компоненти процесу виробництва та мотивації розвитку науково-технічного прогресу. Також на політичний устрій полягає встановлення правил гри у сфері фінансової діяльності суб'єктів господарювання та фінансових інституцій, громадян і безпосередньо держави. Важливим компонентом трансформації сільських територій є забезпечення урядом умов для функціонування транспортного, енергетичного, нафто-газового комплексу та для задоволення соціальних потреб населення [4].

Соціальний устрій країни це сукупність соціальних явищ і процесів, що перебувають у відносинах і зв'язках між собою і створюють деякий цілісний соціальний об'єкт, впорядкований у вигляді соціального утворення; забезпечує єдність взаємопов'язаних соціальних груп, інституційних утворень, організаційних форм ведення господарської діяльності, спільнот, котрі, взаємодіючи, забезпечують матеріальні та нематеріальні потреби та інтереси людей. В напрямі розвитку людського потенціалу політичний устрій може забезпечувати розвиток найменш захищених соціальних груп країни та стимулювати їх залучення в процес виробництва суспільно необхідних благ.

Напрямок розвитку законодавчої, виконавчої та судової гілки влади безпосередньо впливає на формування характеру взаємодії людини та природи в процесі її життя та виробничої діяльності. Також важливим компонентом ефективного функціонування політичного устрою є забезпечення формування відношення населення та основних гравців процесу виробництва до науково-технічного розвитку. В напрямі активізації фінансового потенціалу сільських територій політичний устрій може забезпечувати формування основоположних концепцій відношення населення та бізнес одиниць до використання фінансових ресурсів (розвиток, розваги, соціальна сфера тощо). При формуванні інфраструктурного потенціалу політичний устрій формує концептуальні основи відношення суб'єктів сільських територій до основних елементів інфраструктурного забезпечення виробничої та соціальної сфери сільських територій [3].

Економічний устрій країни це визначений всіма гравцями ринку спосіб узгодження економічної діяльності з урахуванням поділу праці. Тип економічної системи визначається в залежності від того (класичних три питання) хто визначає які товари та послуги виробляти, з яких ресурсів і як їх виробляти та хто буде їх виробляти. В залежності від відповідей на ці питання можна виділити чотири типи економічних устроїв: традиційний, командний, ринковий та змішаний. При традиційному економічному устрої відповідь на усі три питання вирішуються виходячи із суспільних звичок та традицій (патріархальний устрій економічної системи). При командному (планово-централізованій) економічному устрої на всі три питання відповідають державні установи та органи влади. В свою чергу, при ринковій економічній на всі три питання відповідає ринок шляхом: 1) "голосуванням долара покупця"; 2) конкуренцією; 3) платоспроможним попитом. При змішаному економічному устрої на ці питання частково відповідає ринок, а частково держава у різних модифікаціях [17].

Рівень розвитку економічної системи прямо впливає на процес формування передумов розвитку людського потенціалу (довголіття, рівень освіти, рівень життя). Також темпи та вектор розвитку економічної системи визначають підходи до використання природних ресурсів країни [13]. Потрібно відмітити що рівень економічної доступності науково-технічних досягнень для суб'єктів сільських територій є важливим індикатором розвитку економічного устрою.

Інформаційне середовище — це сукупність інформації навколо людини та результати (товар) її інформаційної діяльності. Інформація, як продукт усвідомленої діяльності людини перебуває у динамічному русі та розвитку, лишаючись на сьогодні базисом всіх світових соціально-економічних подій та явищ. Залежно від рівня розвитку суспільства, інформація має специфічні форми прояву, по-різному впливає на процеси соціально-економічної розбудови як кожного окремого сільського населеного пункту, так і всіх сільських територій країни [10].

Інформаційне середовище формується за рахунок таких його компонентів як інформаційна інфраструктура (середовище, що забезпечує можливість збору, зберігання, передавання, автоматизованої обробки та поширення інформації у суспільстві), інформаційні ресурси (на машинних носіях, а також розподілені по WEB-сайтах у мережі Internet), засоби та методи прикладної математики (алгоритми та програмні засоби), організаційні заходи (забезпечують функціонування компонентів інформаційного простору), правові методи (норми) (інформаційне законодавство, міжнародні угоди та інші національні та міжнародні правові акти), ринок інформаційних технологій, (засоби зв'язку, інформатизації та телекомунікації, інформаційні продукти та послуги) [8].

До основних завдань інформаційного середовища в якості активізатора трансформаційних процесів на сільських територіях можна віднести формування характеру взаємодії людини та природи в процесі життя та виробничої діяльності, забезпечення науково-обґрунтованого процесу формування матеріально-технічної бази; обмін досвідом та кращими практиками; забезпечення фінансово-економічного обґрунтування процесу оновлення та формування матеріально-технічної бази.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

В результаті використання монографічного методу дослідження було виокремлено наступні компоненти ресурсного потенціалу сільських територій: природний, людський, матеріально-технічний, фінансовий та інфраструктурний. Природні ресурси — потенційно придатні для виробництва природні сили й речовини (дарові блага природи), серед яких вирізняються вичерпні та невичерпні ресурси, а в останніх — відновлювані і невідновлювані. Природними ресурсами є земля, корисні копа-

лини, рослини й тварини, багатство вод, природно-кліматичні умови тощо. Людські, або трудові, ресурси — населення працездатного віку, яке економісти зазвичай оцінюють за трьома параметрами: соціально-демографічному, професійно-кваліфікаційному та культурно-освітньому. Важливим елементом оцінки трудового потенціалу сільських територій виступають такі показники які висвітлюють демографічну ситуацію та рівень життя населення. Матеріальні або матеріально-технічні ресурси — товари, засоби виробництва, блага створені людиною. До їх можна віднести виробничі будівлі (приміщення), машини та обладнання, прилади та інструменти, засоби комунікації, засоби переміщення та шляхи переміщення, сировина, матеріали та паливо тощо. Фінансово-економічні ресурси — високоліквідні ресурси що придатні для їх обміну на виробничі, людські, природні ресурси та можуть виступати засобами для здійснення заощаджень, оподаткування, кредитування тощо. Інфраструктурні ресурси — комплекс об'єктів, галузей та видів діяльності, які забезпечують відповідні умови для функціонування соціально-економічної системи, переміщення товарів та ресурсів для задоволення суб'єктів сільських територій їх соціально-економічних потреб (транспорт, зв'язок, комунальне господарство, загальна і професійна освіта, охорона здоров'я та ін.).

Література:

1. Dankevych V., Pyvovar A., Pyvovar P. The Evolution of Land Resources as a Production Factor. The problems of economy. 2019. №. 1(19). С. 121—127.
2. Mazur K., Tomashuk I. Governance and regulation as an indispensable condition for developing the potential of rural areas. Baltic journal of economic studies. 2019. Т. 5, № 5. С. 67—78.
3. Luhmann N. Soziale systeme: grundriss einer allgemeinen theorie. Frankfurt am Main.: Suhrkamp, 1984.
4. Економічна теорія: Політекономія: підручник / за ред. В. Д. Базилевича. Вид. 6-те, переробл. і допов. Київ: Знання-Прес, 2007. 719 с.
5. Важинський Ф. А., Галелюк М. М. Ресурсний потенціал сільських територій. Наукові записки Львів. університету бізнесу та права. 2013. № 10. С. 284—287.
6. Гончарук І. В., Томашук І. В. Державне регулювання розвитку ресурсного потенціалу сільських територій: загальні аспекти. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2018. № 4. С. 19—30.

7. Залізко В. Д. Економічний потенціал сільських територій: генезис, структура, властивості, пріоритети зміцнення. Економіка України. 2014. № 4. С. 73—82.

8. Ключник А. В. Формування і розвиток економічного потенціалу сільських територій України: монографія. Миколаїв: Дизайн та поліграфія, 2011. 468 с.

9. Краснобокий Ю. М., Ткаченко І. А. Інформаційне середовище як матриця наукової картини світу. Фізико-математична освіта. 2019. Вип. 1 (19). С. 80—87.

10. Кудряченко А. І. Політичні режими і форми державного устрою у країнах Західної Європи. Наукові записки. 2011. № 1 (51). С. 51—73.

11. Лібанова Е. М. Модернізація економіки України в контексті соціальних викликів. Демографія та соціальна економіка. 2011. № 1. С. 15.

12. Campbell R. McConnell, Stanley L. Brue, Sean M. Flynn. Economics: Principles, Problems, and Policies. 18th ed. New York, NY: McGraw-Hill/Irwin, 2008.

13. Пивовар А. М., Пивовар П. В. Формування визначення поняття "сільські території" як економічної категорії. Агросвіт. 2021. № 11. С. 21—33.

14. Пивовар П. В. Трансформація як соціально-економічний феномен. Економіка та держава. 2021. № 8. С. 91—97.

15. Сірко А. В. Економічна теорія. Політекономія: навч. посібник. Київ: ЦУА, 2014. 416 с.

16. Економічна теорія: підручник / за ред. В. М. Тарасевича. Київ: Центр навч. літератури, 2006. 784 с.

17. Томашук І. В. Аналіз та статистика ресурсного потенціалу сільських територій аграрного сектору України. Східна Європа: Економіка, бізнес та управління. 2017. Вип. 5 (10). С. 142—148.

References:

1. Dankevych, V., Pyvovar, A., and Pyvovar, P. (2019), "The Evolution of Land Resources as a Production Factor", The problems of economy, vol. 1 (19), pp. 121—127.

2. Mazur, K., and Tomashuk, I. (2019), "Governance and regulation as an indispensable condition for developing the potential of rural areas", Baltic journal of economic studies, vol. 5, no. 5, pp. 67—78.

3. Luhmann, N. (1984), Soziale systeme: grundriss einer allgemeinen theorie, Suhrkamp, Frankfurt am Main., Germany.

4. Bazylevych, V.D. (Red.), (2007), Ekonomichna teoriia: Politekonomiia [Economic theory: Political economy], 6rd ed, Znannia-Pres, Kyiv, Ukraine.

5. Vazhynskyi, F.A., and Galeliuk, M.M. (2013), "Resource potential of rural areas", Naukovi zapysky Lviv. universytetu biznesu ta prava, vol. 10, pp. 284—287.

6. Honcharuk, I.V., and Tomashuk, I.V. (2018), "State regulation of the development of the resource potential of rural areas: general aspects", Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky, vol. 4, pp. 19—30.

7. Zalizko, V.D. (2014), "Economic potential of rural areas: genesis, structure, properties, priorities of strengthening", Ekonomika Ukrainy, vol. 4, pp. 73—82.

8. Kliuchnyk, A.V. (2011), Formuvannia i rozvytok ekonomichnoho potentsialu silskykh terytorii Ukrainy [Formation and development of the economic potential of rural areas of Ukraine], Dyzain ta polihrafiia, Mykolaiv, Ukraine.

9. Krasnoboky, Yu.M., and Tkachenko, I.A. (2019), "Information environment as a matrix of the scientific picture of the world", Fyzyko-matematychna osvita, vol. 1 (19), pp. 80—87.

10. Kudryachenko, A.I. (2011), "Political regimes and forms of government in the countries of Western Europe", Naukovi zapysky, vol. 1 (51), pp. 51—73.

11. Libanova, E.M. (2011), "Modernization of the economy of Ukraine in the context of social challenges", Demohrafiia ta sotsialna ekonomika, vol. 1, pp. 15.

12. McConnell, R.Campbell, Brue, L.Stanley, and Flynn, M.Seen. (2008), Economics: Principles, Problems, and Policies, 18th ed, McGraw-Hill/Irwin, New York, USA.

13. Pivovar, A.M., and Pivovar, P.V. (2021), "Formation of the definition of the concept of "rural territories" as an economic category", Ahrosvit, vol. 11, pp. 21—33.

14. Pivovar, P.V. (2021), "Transformation as a socio-economic phenomenon", Ekonomika ta derzhava, vol. 8, pp. 91—97.

15. Sirko, A.V. (2014), Ekonomichna teoriia. Politekonomiia [Economic theory. Political economy], TsUL, Kyiv, Ukraine.

16. Tarasevych, V.M. (Red.), (2006), Ekonomichna teoriia [Economic theory], Tsentr navch. literatury, Kyiv, Ukraine.

17. Tomashuk, I.V. (2017), "Analysis and statistics of the resource potential of rural areas of the agrarian sector of Ukraine", Skhidna Yevropa: Ekonomika, biznes ta upravlinnia, vol. 5 (10), pp. 142—148.

Стаття надійшла до редакції 16.05.2023 р.

УДК 338.43

Н. О. Аверчева,

к. е. н., доцент, Херсонський державний аграрно-економічний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4534-639X>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.11.18

НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГАЛУЗІ ПТАХІВНИЦТВА ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

N. Avercheva,

PhD in Economics, Associate Professor, Kherson State Agrarian and Economic University

DIRECTIONS FOR ENSURING THE COMPETITIVENESS OF THE POULTRY INDUSTRY OF THE KHERSON REGION IN THE POST-WAR PERIOD

У статті визначені сучасні проблеми та напрями забезпечення конкурентоспроможності птахівничих підприємств у післявоєнній відбудові Херсонської області. Досліджено цінову ситуацію на ринку харчових яєць під впливом дестабілізуючих чинників воєнної агресії та інших факторів зовнішнього середовища. Проведено ретроспективний аналіз питомої ваги області у загальних показниках виробництва харчових яєць і м'яса птиці в Україні. Визначена роль галузі птахівництва у реалізації Стратегії розвитку Херсонської області на період 2021—2027 років. На основі SWOT — аналізу розвитку птахівництва у післявоєнний період в Херсонській області визначені загрози і можливості для виробників продукції птахівництва, врахування яких дозволить активізувати діяльність різним формам господарюючих суб'єктів. З метою забезпечення конкурентоспроможності птахівничих підприємств Херсонської області у післявоєнній відбудові визначено регіональні конкурентні переваги. Запропоновані заходи на рівні виробників дозволять вивести галузь на якісно новий рівень, реалізувати потенціал регіону, забезпечити експортну орієнтованість виробництва.

The article identifies modern problems and directions for ensuring the competitiveness of poultry enterprises in the post-war reconstruction of the Kherson region. The price situation on the food egg market under the influence of destabilizing factors of military aggression and other factors of the external environment was studied. A retrospective analysis of the specific weight of the region in the general indicators of the production of edible eggs and poultry meat in Ukraine was carried out. The role of the poultry industry in the implementation of the Development Strategy of the Kherson region for the period 2021—2027 has been determined. On the basis of SWOT — analysis of the development of poultry farming in the post-war period in the Kherson region, threats and opportunities for producers of poultry products are identified, taking into account which will allow the activity of various forms of economic entities to be activated. In order to ensure the competitiveness of poultry enterprises of the Kherson region in the post-war reconstruction, regional competitive advantages have been determined, in particular, the availability of feed resources to meet the needs of poultry farming in compound feed, the potential for the development of small businesses based on cooperation and the association of small producers, the restoration of the effective work of large specialized enterprises, the use natural-climatic and scientific potential of the region. Proposed measures at the producer level to deepen the processing of poultry products, expand the assortment in order to maintain competitive advantages in the market and develop new segments; restoration of integration ties with processing, trade, and service organizations, ensuring mutually beneficial conditions for their

interaction; implementation of international quality management systems will allow to bring the industry to a qualitatively new level, to realize the potential of the region, to ensure export orientation of production. It has been proven that by creating competitive advantages on domestic and foreign markets, supporting structural changes, offering new and better jobs and social innovations, the poultry industry in the post-war reconstruction of the region's economy should become a leader among other industries and ensure effective and stable economic development.

Ключові слова: конкурентоспроможність, продукція птахівництва, ціна, якість, стратегія розвитку, конкурентні переваги.

Key words: competitiveness, poultry products, price, quality, development strategy, competitive advantages.

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

Птахівництво належить до провідних секторів економіки, має значний вплив на рівень та якість життя населення, стабільну роботу суміжних галузей, формування експортного потенціалу. Від рівня розвитку, стабільності функціонування галузі залежить стан економіки та продовольча безпека, розвиток внутрішнього і зовнішнього ринків, а також рівень життя населення регіону.

Херсонщина зі своїм ресурсним потенціалом у післявоєнний період спроможна до стрімкого нарощування виробництва продукції птахівництва, забезпечення потреб не тільки внутрішнього, а й зовнішнього ринку. Тому на сучасному етапі наукове обґрунтування напрямів ефективного розвитку і підвищення конкурентоспроможності галузі в цілому на основі відбудови промислового виробництва продукції птахівництва та розвитку малих форм підприємництва є актуальним і має практичне значення.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питання конкурентоспроможності галузі птахівництва викликають широкий інтерес і висвітлення у публікаціях вітчизняних науковців, оскільки це ключове питання сучасного розвитку галузі, яка активно завойовує зовнішні ринки, впроваджує міжнародні стандарти якості і безпеки продукції, адаптується до високих вимог європейського законодавства. Ставська Ю.В. відзначає перспективи України як аграрної держави, за правильної організації сільськогосподарського виробництва, стабільної політики, за нормально організованої податкової, фінансової систем, мати

перспективний аграрний бізнес. Пропонує ряд заходів бюджетної підтримки, обґрунтованої кредитної політики, митного захисту вітчизняних виробників м'яса птиці на основі квотування і підвищення вимог до якості імпортової продукції, митного контролю та оформлення відповідних документів [1, с. 171—174].

Яців І., Завірюха А., досліджують методичні основи конкурентоспроможності експортованої продукції птахівництва, встановлюють чинники зростання обсягів і ефективності експорту вітчизняних яєць і м'яса птиці. Пов'язують конкурентні переваги промислового птахівництва з присутністю в галузі великих за розмірами підприємств, об'єднаних в агрохолдинги, які виступають основними експортерами, які з позиції формування конкурентних переваг на світовому ринку виступають сильною стороною досліджуваної галузі. Зазначають, що зміцнення конкурентоспроможності галузі залежатиме від управлінських рішень, прийнятих на різних рівнях — від окремого підприємства до національного [2, с. 72—78].

Прокопишин О.С. обґрунтовує формування ключових компетенцій, які є важливою умовою забезпечення конкурентних переваг підприємств птахівництва. Пропонує використовувати інноваційні чинники в птахівництві, зокрема перехід на відгодівлю птиці без антибіотиків, використання безпечних натуральних кормів у процесі годівлі птиці, використання натуральних антибіотиків, виробництво органічної продукції птахівництва [3, с. 26—30].

Шанін О. В., Лаготюк В.О. систематизують вплив якості продукції на показники конкурентоспроможності підприємств птахівництва, визначають основні проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємств у сучасних умовах господарювання, зокрема високу собівартість продукції, необхідність впровадження систем якості, створення фінансової і

Таблиця 1. Ціни на продукцію птахівництва в Україні

Види продукції	2021 р.	2022 р.												Грудень 2022 р. до грудня 2021 р.
	Грудень	Січень	Лютий	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень	Листопад	Грудень	
Птиця (тушки курячі), кг	70,82	73,52	74,12	76,19	76,04	74,81	79,54	80,83	82,43	82,43	82,96	80,49	81,29	114,8
Індекс до попереднього місяця, %	-	103,8	100,5	102,8	99,8	98,4	106,3	101,6	102,0	100,0	100,6	97,0	101,0	x
Яйця, десяток	33,79	35,46	33,44	34,26	24,80	19,39	22,72	24,70	28,53	35,08	57,01	63,33	62,03	183,6
Індекс до попереднього місяця, %	-	103,9	94,3	102,1	71,6	78,8	117,2	108,7	115,4	122,7	160,5	110,6	97,7	x

Джерело: сформовано і розраховано на основі [11].

законодавчої підтримки держави [4, с. 7—13]. Лаготюк В.О. на основі результатів експертного опитування визначає чинники, які впливають на вибір споживачів з різним рівнем доходів, зокрема якість, імідж підприємства, ціна, упаковка, асортимент продукції, реклама. Рекомендує птахівничим підприємствам формувати і удосконалювати конкурентні стратегії відповідно до потреб споживачів птахівничої продукції [5, с. 77—82].

Дяченко О.В. досліджує основні фактори, що впливають на конкурентоспроможність птахівничих підприємств всередині країни і на зовнішньому ринку, акцентує увагу на необхідності класифікації підприємств за розміром при розробці стратегій конкурентоспроможності, оскільки цілі, можливості і перспективи розвитку у них будуть відрізнятися. Автор проводить детальний аналіз експортного потенціалу птахівництва, визначає сучасні проблемні напрями малих птахофабрик, їх нездатності впливати на кон'юнктуру ринку птахівництва [6, с. 18—22].

Однак, забезпечення конкурентоспроможності птахівництва на сучасному етапі в деокупованих регіонах вимагає додаткового науково-теоретичного і практичного обґрунтування.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою дослідження є визначення напрямів забезпечення високого рівня конкурентоспроможності виробників продукції птахівництва Херсонської області у період післявоєнної відбудови країни.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Галузь птахівництва Херсонської області традиційно розвивалась на основі домінуючої ролі великих агрохолдингових компаній, як і в інших регіонах України. Лідером яєчного напрямку птахівництва було одне з найбільших в

Україні підприємств філія "Чорнобаївське" ПАТ "Агрохолдинг Авангард", який входить до складу "Укрлендфармінг". Під час окупації 4,4 млн голів птиці було знищено, що завдало нищівного удару не тільки власникам підприємства. Загальні фінансові втрати агрохолдингу внаслідок російської агресії на поточний момент оцінюються приблизно в 12 млрд грн, або 330 млн доларів:

— втрати від загибелі птиці становлять близько 0,7 млрд грн або 20 млн доларів;

— втрачений дохід від незнесеного яйця цією птицею — близько 5,8 млрд грн або 160 млн доларів;

— понівечене і вкрадене обладнання — майже 5,5 млрд грн або 150 млн доларів [7].

Будівлі птахофабрики залишилися не пошкодженими, але відновити роботу навіть після розмінування, буде досить складно. Специфіка даного підприємства полягає в тому, що воно було максимально автоматизовано. Наразі всі системи керування підприємство порушені, щоб запустити птахофабрику, потрібно відновити всю роботу по управлінню процесами, фактично відновлювати з нуля, що вимагає значних інвестиційних ресурсів [8]. Звичайно, агрохолдинг UkrLandFarming готує проти уряду Росії позов на \$1—1,2 млрд за втрачені через війну активи, в тому числі і за втрачені у зоні окупації птахофабрики "Чорнобаївка" та "Чорнобаївка нова", де загинули 4,5 млн голів птиці [9]. Проте, це тривалий судовий процес і швидкого відшкодування коштів агресорами можна чекати тільки після війни. А питання розвитку регіону потрібно вирішувати уже сьогодні.

Руйнівні процеси у галузі птахівництва на окупованих територіях дестабілізували внутрішній ринок країни, привели до скорочення пропозиції курячих яєць, що стало одним із чинників значного підвищення цін на них. До інших факторів негативного впливу аналітики продуктового ринку відносять:

— сезонність виробництва;

— припинення діяльності і значне скорочення виробництва у цілому ряду підприємств через бойові дії;

— стрімке падіння цін влітку нижче собівартості, що привело до скорочення поголів'я курей, яке не відновилося і на сьогодні в необхідній кількості;

— підвищення цін на комбікорми;

— збільшення витрат птахофабрик на енергоносії;

— проблеми з логістикою [10].

До початку повномасштабного вторгнення Росії в січні-лютому 2022 р. вартість яєць в Україні (за 10 шт.) складала близько 35 грн. У травні-червні ціна на них впала нижче собівартості — до 19—22 грн, через скорочення експорту. У липні-серпні вона дещо вирівнялася, але все ж залишалася на рівні собівартості та складала 24—28 грн. У вересні — почала знову зростати, протягом місяця повернувшись і навіть досягнувши довоєнної позначки в 30 грн. У жовтні вона збільшилася в порівнянні з вереснем ще на 23,5%. У листопаді 2022 р. оптова-відпускна ціна курячих яєць в Україні становила 43 грн за десяток, а роздрібна — перевищила 60 грн [11].

А в Херсоні під час окупації ціни на продукцію птахівництва зросли до нереальної межі — десяток яєць коштував більше 100 грн, а м'ясо птиці — більше 220 грн. На ринку населення потерпало від дефіциту якісного м'яса птиці і харчових яєць.

У рейтингу регіонів за кількістю сільськогосподарської птиці у всіх формах господарств Херсонська область до війни займала 15—17 місце і її частка становила лише 2,0 %. Лідерами виступали Вінницька (18,8 %), Черкаська (12,6 %), Київська (11,1 %) області.

У 2021 р. у підприємствах утримувалось 2144 тис. голів (53,2 %), що становить 1,9 % до загального показника по країні. У господарствах населення на кінець року було 1889,2 тис. голів (46,8 %), частка області у даній категорії господарств становить 2,1 % (табл. 2).

Питома вага області у загальнодержавних обсягах виробництва харчових яєць за 2019—2021 рр. зменшилася від 5,2 до 4,7 %. Відповідно показник виробництва харчових яєць на одну особу зменшується за три роки дослідження від 843 до 652 штук, або на 22,7 %. У рейтингу 2021 р. область займала 7 місце. За обсягами виробництва м'яса птиці частка Херсонської області незначна, але за останні передвоєнні роки зростає від 4,6 до 7,3 тис. т (від 0,3 до 0,5 % у структурі виробництва за регіонами).

Таблиця 2. Виробництво продукції птахівництва в Херсонській області

Показники	Роки			2021 р. у % до 2019 р.
	2019	2020	2021	
Поголів'я птиці на кінець року, тис. голів	5703,4	5318,9	4033,2	70,7
Вирощування птиці у живій масі, тис. т	7,4	9,8	9,9	133,8
Виробництво м'яса птиці, тис. т	4,6	5,4	7,3	158,7
Питома вага області, %	0,3	0,4	0,5	+ 0,2 в. п.
Виробництво яєць, млн штук	870,4	808,8	657,7	75,6
Питома вага області, %	5,2	5,0	4,7	-0,5 в. п.
Виробництво на одну особу в рік, штук	843	791	652	77,3

Джерело: сформовано і розраховано на основі [12].

У структурі валового виробництва харчових яєць переважають підприємства, в яких у 2021 р. вироблено 495,8 млн штук яєць, а 161,9 — у господарствах населення, що за структурою становить відповідно 75,4 і 24,6 %. Тобто, загальною тенденцією передвоєнних років у Херсонській області є скорочення поголів'я птиці майже на 30 %, і виробництва яєць — на 24,6 %. За виробництвом м'яса птиці показники виробництва зростають на 58,7 %, і частка серед регіонів — від 0,3 до 0,5 %.

Досвід Херсонської області доводить, що серед виробників продукції птахівництва переважають великі підприємства, концентрація поголів'я в яких є значною, що є вразливим фактором у період кризи, викликаній пандемією або воєнними діями. Тому конкурентоспроможність регіону у перспективі слід розглядати з точки зору розвитку малого і середнього бізнесу, які забезпечують більш стійкий розвиток і стабільність виробництва, здатні до швидкого відновлення і адаптації у несприятливих умовах зовнішнього середовища. Наші дослідження в даному аспекті обґрунтовують необхідність формування нової моделі розвитку галузі на основі активізації малого і середнього бізнесу, який є більш стійким і адаптованим до впливу зовнішнього середовища, здатний забезпечити стабільний рівень цін і достатнє забезпечення населення продуктами птахівництва [13, с. 16—25].

Стратегія розвитку Херсонської області на період 2021—2027 років, затверджена Рішенням XXXII сесії обласної ради VII скликання від 20.12.2019 р. № 1511, передбачає реалізацію стратегічних цілей, серед яких вагоме місце слід відвести саме птахівництву.

Зокрема, у реалізації стратегічної цілі 1 "Регіональний економічний розвиток з урахуванням діджиталізації та інноваційно-інвестиційних процесів" передбачено розвиток інноваційних секторів регіону та їх просування з урахуванням діджиталізації. За підприємствами птахівничого напрямку слід забезпечити форму-

вання портфелю інвестиційних пропозицій регіону та їх просування на інвестиційні ринки.

Активізація розвитку малого підприємництва з виробництва продукції птахівництва у сільських віддалених територіях можлива на основі залучення до даного виду підприємництва жінок, молоді, ветеранів війни, внутрішньо переміщених осіб та членів їх сімей, які будуть повернутися після де окупації і закінчення війни.

У реалізації підцилі 1.2. "Розвиток зрошення, органічного сільськогосподарського виробництва, рибного господарства" у галузі птахівництва необхідно створити умови для підтримки малого, середнього фермерства та кооперативного руху, просування продукції на зовнішні ринки, збільшити виробництво органічної та екологічно чистої продукції, забезпечити стандартизацію і контроль якості.

У реалізації стратегічної цілі 4. "Посилення конкурентних переваг області на основі смартспеціалізації" роль галузі птахівництва можна відзначити у наступних напрямках:

- збільшення виробництва продукції з вищою доданою вартістю на основі наявних корисних ресурсів зернової і технічної галузі;
- підтримка інновацій в сфері агропромислового та крафтового виробництва;
- створення умов для підвищення конкурентоспроможності місцевих виробників;
- впровадження систем якості та безпечності сільгосппродукції, інноваційних технологій її виробництва і переробки [14].

Необхідно забезпечити посилення конкурентних переваг галузі птахівництва області на основі використання наявного ресурсного потенціалу. Для зміцнення конкурентних позицій на внутрішньому та зовнішньому ринках виробникам продукції птахівництва необхідно:

- впроваджувати технології, які відповідають європейським вимогам утримання птиці, орієнтувати малий і середній бізнес на європейські стандарти;
- забезпечити розвиток сфери переробки м'яса птиці і харчових яєць з використанням інноваційних технологій, що сприятиме збільшенню доданої вартості та формуванню конкурентоспроможності галузі в області в цілому;
- здійснити перехід до ресурсозберігаючих технологій, забезпечити структурні та організаційно-технологічні зміни, а також промислово модернізацію птахівничих підприємств на інноваційних засадах;
- забезпечити впровадження систем якості та безпечності продукції у сфері виробництва і переробки;

— створити партнерство науки і бізнесу, залучити наукові установи до підвищення ефективності діяльності птахівничих підприємств;

— впроваджувати технології по утилізації і використанню відходів птахівництва, замкненого циклу.

З метою забезпечення конкурентоспроможності птахівничих підприємств Херсонської області у післявоєнній відбудові пропонуємо використати наступні конкурентні переваги регіону з метою забезпечення місцевого ринку, виходу на республіканський і європейський рівень.

В першу чергу, природнокліматичні умови Південного регіону, тривалий безморозний період дозволяють значно економити енергетичні ресурси при забезпеченні оптимальних технологічних умов утримання птиці, подовжувати виробничий період і кількість циклів відгодівлі птиці м'ясного напрямку продуктивності.

В Херсонській області у довоєнний період були всі можливості для створення повноцінної кормової бази птахівництва. У 2021 р. було вироблено 3528,8 тис. т зерна, з якого 533,3 тис. т кукурудзи, 672,6 тис. т сояшнику, 280,4 тис. т сої. У рейтингу регіонів з виробництва зерна і сояшнику Херсонська область займала 14 місце і її частка становила 4,1 %, а по м'ясу птиці займала 20—21 місце із часткою 1,4 %. Це свідчить, що при ефективному і раціональному розподілі фуражного зерна можна стимулювати виробництво м'яса птиці і харчових яєць, а це продукти з вищою доданою вартістю.

Значні конкурентні переваги матимуть підприємства області перед виробниками з інших регіонів в економії транспортних витрат на доставку продукції до місця збуту, особливої актуальності це набуває в зв'язку із подорожчанням паливно-енергетичних ресурсів.

Конкурентоспроможність господарств значною мірою забезпечує спеціалізація птахівництва, поглиблення її рівня з урахуванням обсягів виробництва для задоволення потреб області, регіону, країни. Це спонукає до перегляду питання спеціалізації птахівництва на рівні окремих районів і господарств, визначення базових з них, в яких буде сконцентровано основне виробництво товарної продукції на промисловій основі. Критеріями визначення таких господарств є розташування, матеріально-технічна база, можливості технічного переоснащення виробництва, забезпеченість робочою силою і кваліфікованими кадрами, віддаленість ринків збуту і постачання ресурсів. На даному етапі поглиблення внутрігосподарської спеціалізації і кооперації малих виробників

птахівництва в господарствах різних виробничих напрямків також має перспективне значення в розвитку птахівництва Херсонської області. SWOT — аналіз розвитку птахівництва в Херсонській області дозволяє систематизувати сильні і слабкі сторони галузі у післявоєнний період, визначити можливості і загрози зовнішнього середовища (табл. 3).

Важливого значення для підвищення ефективності та конкурентоспроможності птахівничих підприємств має поглиблення їх інтеграції з підприємствами переробної промисловості за рахунок того, що продукти глибокої переробки дають в 1,5 рази більше виручки, ніж при реалізації в сирому вигляді, відбувається розширення асортименту продукції, змінюються форми споживання, більш повно задовольняється попит. Оскільки рівень споживання м'яса птиці становить близько 30 % від раціональної норми, ми прогнозуємо збільшення споживання м'яса птиці і подальше нарощування обсягів виробництва.

Важливим є використання економічних і правових важелів захисту вітчизняних товаровиробників і ринку продукції птахівництва від імпорتنих поставок.

Для посилення конкурентних позицій виробників продукції птахівництва необхідно здійснити комплекс наступних заходів:

- розробити програму перспективного розвитку галузі птахівництва в Херсонській області із врахуванням конкурентних переваг;
- використовувати стратегічні ресурсозберігаючі технології і нові форми господарювання у птахівництві;
- відновити роботу великих спеціалізованих підприємств і комплексів промислового птахівництва;
- на основі поглиблення переробки продукції птахівництва розширити асортимент з метою утримання конкурентних переваг на ринку і освоєння нових сегментів;
- відновити інтеграційні зв'язки з переробними, торгівельними, сервісним організа-

Таблиця 3. SWOT — аналіз розвитку птахівництва у післявоєнний період в Херсонській області

Сильні сторони	Слабкі сторони
Наявність зернових ресурсів і зерно-технічний напрям спеціалізації рослинництва для забезпечення потреби птахівництва у комбікормах	Високий рівень матеріало- і енергомісткості продукції, що негативно впливає на конкурентоспроможність галузі
Потенціал розвитку малого підприємництва на основі кооперації і об'єднання дрібних товаровиробників	Відтік кваліфікованих кадрів через вимушене переселення з області
Збереження обладнання одного з найбільших підприємств ясного напрямку продуктивності	Релокація бізнесу і підприємств із досвідом ведення галузі
Використання кліматичних змін у напрямі подовження виробничого циклу відгодівлі птиці м'ясного напрямку продуктивності	Недостатній рівень впровадження систем якості і відповідності міжнародним стандартам
Науковий і навчальний потенціал підготовки кадрів в Херсонському ДАЕУ	Недостатній розвиток логістики для просування продукції на зовнішні ринки
Можливості	Загрози
Залучення державної підтримки для стимулювання розвитку малого підприємництва в галузі	Продовження воєнних дій і окупації територій, невизначеність економічної і політичної ситуації
Стимулювання виробників до підвищення якості продукції та відповідальності за екологічну безпеку	Необхідність розмінування значних територій, неможливість ведення господарської діяльності
Залучення інвестиційних ресурсів, міжнародної допомоги для відбудови пошкоджених і створення нових птахівничих комплексів	Інфляційні процеси в країні, диспаритет цін на продукцію галузі і засоби виробництва, зокрема, матеріально-енергетичні ресурси
Впровадження інноваційних ресурсозберігаючих технологій виробництва яєць і м'яса птиці	Зміна податкового законодавства, посилення фінансового тиску
Розширення сфери переробки продукції	Посилення екологічних вимог до утилізації відходів виробництва
Зростання експортоорієнтованого виробництва, процесів інтеграції з ЄС	Підвищення вимог зовнішнього ринку до утримання птиці та безпеки продуктів харчування
Інтеграція комбікормових заводів і птахівничих підприємств, формування птахо продуктового підкомплексу регіону	Тиск конкурентів з інших регіонів та імпоротної продукції

Джерело: складено автором.

ціями, забезпечити взаємовигідні умови їх взаємодії;

— на основі інтеграції науки і виробництва створити умови для стабілізації і нарощування обсягів виробництва в галузі на інноваційній основі;

— залучити у галузь інвестиційні і кредитні ресурси, засоби міжнародної фінансової допомоги;

— відрегулювати економічний механізм ціноутворення, обмежити кількість посередників у комерційних структурах, які реалізують продукцію і забезпечують виробників матеріально-технічними ресурсами;

— впроваджувати міжнародні системи управління якістю виробленої продукції з метою експортної орієнтованості виробників;

Необхідно забезпечити активну державну підтримку галузі, зокрема:

— встановити систему пільг, стимулюючі закупівельні ціни, дотації, зменшити податковий тиск на деокупованих територіях, особливо у секторі малих підприємств;

- ввести механізм зменшення кредитних ставок і довгострокового кредитування галузі;
- задіяти механізми кооперації, інноваційний маркетинг і менеджмент; створити сучасну інфраструктуру продовольчого ринку.
- гармонізувати національне законодавство з міжнародними правовими нормами, особливо у сфері якості і безпеки продукції;
- обмежити імпорт готової продукції, ввести квоти і вищі ставки ввізного мита з метою захисту вітчизняного виробника.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Отже, Херсонська область має значний потенціал і переваги у використанні природних, трудових і економічних ресурсів для забезпечення конкурентоспроможності галузі птахівництва на внутрішньому і зовнішньому ринку, відновлення роботи зруйнованих і будівництва нових птахівничих комплексів, вирішення проблеми забезпечення населення продукцією птахівництва власного виробництва. Його реалізація залежить не тільки від окремих суб'єктів-виробників м'яса птиці і яєць, а й від зваженої регіональної політики, розробки і впровадження раціональних стратегічних рішень.

Реалізація стратегії підвищення конкурентоспроможності птахівничих підприємств Херсонської області у період післявоєнної відбудови має враховувати динаміку ринкового попиту на національному і світовому ринках, створення конкурентного середовища в галузі; концентрацію виробництва в найбільш сприятливих природно-економічних зонах.

Таким чином, розглянуті основні складові конкурентоспроможності продукції птахівництва на регіональному рівні взаємопов'язані і взаємообумовлені, успішне комплексне використання основних факторів забезпечить птахівничим підприємствам регіону та їх об'єднанням гідне місце на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Перспективи подальших досліджень у даному напрямі спрямовані на вивчення впливу якості продукції на рівень конкурентоспроможності підприємств галузі птахівництва.

Література:

1. Ставська Ю.В. Передумови розвитку підприємств галузі птахівництва в умовах глобалізації агропродовольчого ринку. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2015. Вип. 10. С. 171—174.

2. Яців І., Завірюха А. Конкурентоспроможність української продукції птахівництва на зовнішніх ринках. Аграрна економіка. 2014. Т. 7, № 3—4. С. 72—78.

3. Прокопишин О.С. Забезпечення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств птахівництва. Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2019. Вип. 1. С. 26—30.

4. Шанін О. В., Лаготюк В.О. Проблеми і чинники конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств галузі птахівництва. Агросвіт. 2018. № 4. С. 7—13.

5. Лаготюк В.О. Особливості формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємств галузі птахівництва залежно від купівельної спроможності споживачів. Агросвіт. 2020. № 1. С. 77—82.

6. Дяченко О.В. Перспективи вдосконалення конкурентоспроможності птахівничих підприємств яєчного напрямку. Економіка. Фінанси. Право. 2020. № 7. С. 18—22.

7. Збитки через знищення Чорнобаївської птахофабрики сягнули 330 млн доларів. URL: https://zaxid.net/zbitki_vid_znshhennya_rosiyanimi_chornobayivskoyi_ptahofabriki_syagnuli_330 mln_dolariv_n1554604 (дата звернення 06.05.2023).

8. Репортаж з Чорнобаївської птахофабрики. URL: <https://latifundist.com/reportazhy/157-nas-vikinuli-z-mashini-strilyali-pid-nogi-ta-nad-golovoyu-a-potim-zaboronili-yizditi-za-kormami-reportazh-z-chornobayivskoyi-ptahofabriki> (дата звернення 06.05.2023).

9. На Чорнобаївській птахофабриці проводять розмінування та оцінюють можливості відновлення. URL: <https://landlord.ua/news/nachornobayivskii-ptahofabrytsi-provodiata-rozminuvannia-ta-otsiniuiut-mozhlyvosti-vidnovlennia/> (дата звернення 06.05.2023).

10. Кириченко А. В Україні продовжать зростати ціни на продукти: чого чекати українцям. URL: <https://www.unian.ua/economics/agro/v-ukrajini-prodovzhat-zrostati-cini-na-produkti-chogo-chekati-ukrajincyam-12011730.html> (дата звернення 06.05.2023).

11. Індеси споживчих цін на товари та послуги у 2022 році (до попереднього місяця). URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ-2018/ct/sctp/Arch_sctp_u.htm (дата звернення 07.05.2023).

12. Сільське господарство України 2021 р.: статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики України. 2022 р. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 15.05.2023).

13. Аверчева Н.О. Забезпечення стійкого розвитку птахівництва на основі малих форм підприємництва. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2022. Вип. 14. С. 16—25.

14. Стратегія розвитку Херсонської області на період 2021 — 2027 років. Затверджена Рішенням XXXII сесії обласної ради VII скликання від 20.12.2019 № 1511. URL: <https://khoda.gov.ua/strateg%D1%96ja-rozvitku-2021-2027> (дата звернення 06.05.2023).

References:

1. Stavs'ka, Yu.V. (2015), "The background of the poultry industry in a globalized of agrifood market", *Naukovy visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Serii: Ekonomika i menedzhment*, vol. 10, pp. 171—174.

2. Yatsiv, I. and Zaviriukha, A. (2014), "Competitiveness of Ukrainian poultry products on foreign markets", *Ahrarna ekonomika*, vol. 7, no. 3—4, pp. 72—78.

3. Prokopyshyn, O.S. (2019), "Support for competitive capacity of the products of domestic poultry enterprises", *Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu. Serii: Ekonomika i menedzhment*, vol. 1, pp. 26—30.

4. Shanin, O. and Lagotyuk, V. (2018), "Problems and factors of competitiveness domestic poultry industry enterprises", *Agrosvit*, vol. 4, pp. 7—14.

5. Lagotyuk, V. (2020), "Peculiarities of formation the strategy competitiveness ensuring of poultry industry enterprises depending on the purchasing power of poultry products consumers", *Agrosvit*, vol. 1, pp. 77—82.

6. Diachenko, O.V. (2020), "Prospects of improving the competitiveness of poultry enterprises in the egg direction", *Ekonomika. Finansy. Pravo*, vol. 7, pp. 18-22.

7. Pyrih, V. (2022), "Damages due to the destruction of the Chornobayiv poultry farm reached 330 million dollars", available at: https://zaxid.net/zbitki_vid_znishhennya_rosiyanami_chornobayivskoyi_ptahofabriki_syagnuli_330 mln_dolariv_n1554604 (Accessed 06.05.2023).

8. Latifundist (2023), "Report from the Chornobayiv poultry farm", available at: <https://latifundist.com/reportazhy/157-nas-vikinuli-z-mashini-strilyali-pid-nogi-ta-nad-golovoyu-a-potim-zaboronili-yizditi-za-kormami-reportazh-z-chornobayivskoyi-ptahofabriki> (Accessed 06.05.2023).

9. landlord (2023), "Demining is carried out at the Chornobayiv Poultry Factory and recovery possibilities are assessed", available at: <https://landlord.ua/news/na-chornobaivskii-pta->

[khofabrytsi-provodi-at-rozminuvannia-ta-otsiniuiut-mozhlyvosti-vidnovlennia/](https://landlord.ua/news/na-chornobaivskii-pta-khofabrytsi-provodi-at-rozminuvannia-ta-otsiniuiut-mozhlyvosti-vidnovlennia/) (Accessed 06.05.2023).

10. Kyrychenko, A.V (2022), "Product prices will continue to rise in Ukraine: what can Ukrainians expect", available at: <https://www.unian.ua/economics/agro/v-ukrajini-prodovzhat-zrostaty-cini-na-produkti-chogochekati-ukrajincyam-12011730.html> (Accessed 06.05.2023).

11. State Statistics Service of Ukraine (2023), "Consumer price indices for goods and services in 2022 (up to the previous month)", available at: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/ct/sctp/Arch_sctp_u.htm (Accessed 07.05.2023).

12. State Statistics Service of Ukraine (2022), "Agriculture of Ukraine 2021", available at: www.ukrstat.gov.ua (Accessed 15.05.2023).

13. Averteva, N.O. (2022), "Ensuring sustainable development of poultry farming on the basis of small businesses", *Tavrijs'kyj naukovy visnyk. Serii: Ekonomika*, vol. 14, pp 16—25.

14. Kherson Regional Council (2019), "Development strategy of the Kherson region for the period 2021—2027", available at: <https://khoda.gov.ua/strateg%D1%96ja-rozvitku-2021-2027> (Accessed 06.05.2023).

Стаття надійшла до редакції 19.05.2023 р.

<https://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

 viber: +38 050 3820663

УДК 004:657.6

І. В. Шепель,
к. е. н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6728-5579>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.11.26

УДОСКОНАЛЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ У БАНКАХ НА ЗАСАДАХ ВИКОРИСТАННЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ТА ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

I. Shepel,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department
of Accounting and Taxation, Kherson State Agrarian and Economic University

IMPROVEMENT OF ACCOUNTING IN BANKS BASED ON THE USE OF AUTOMATION AND DIGITAL TECHNOLOGIES

Банки та інші фінансові установи займають важливе місце у структурі фінансових систем державного рівня. Від зручності, швидкості та ефективності їх діяльності залежить своєчасне забезпечення коштами, проведення грошових засобів і потоків, акумулювання коштів, кредитування розвитку й функціонування бізнесу, державних установ і фізичних осіб; вирішення соціальних, екологічних, виробничо-економічних та оборонних завдань. Тому їх діяльність має ґрунтуватися на застосуванні найсучасніших цифрових технологій та автоматизації діяльності. При цьому більше уваги приділяється цифровізації власне банківських продуктів та послуг, а питання автоматизації бухгалтерського обліку потребують додаткової уваги. У статті визначено як напрями цифровізації основних видів послуг (нанобанки, кредити он-лайн, пластикові картки, онлайн платіжні системи, віддалена ідентифікація й безпека тощо), так і цифровізації обліку. Йдеться про специфічний план рахунків і рахунки, використання програм автоматизованого обліку у межах єдиної автоматизованої банківської системи, хмарних сховищ облікових даних (АБС) та у відповідності з розподілом функцій і організацією роботи фронт-офісу, мідл-офісу та бек-офісу. Саме на рівні бек-офісу здійснюється бухгалтерський облік. Тому його цифровізація тут охоплює й автоматизацію робочих місць бухгалтерів, й спеціальні бухгалтерські програми. Зазначено, що вона має постійно розвиватися, а фахівці постійно вдосконалювати свої знання, уміння й компетенції. Стаття має теоретичний та практичний інтерес для банківських працівників, магістрів спеціальностей облік і оподаткування та банківська діяльність і фінанси.

Banks and other financial institutions occupy an important place in the structure of state-level financial systems. Convenience, speed and efficiency of their activities depend on timely provision of funds, transfer of funds and flows, accumulation of funds, lending to the development and functioning of businesses, state institutions and individuals; solving social, environmental, production-economic and defense tasks. Therefore, their activities should be based on the application of the most modern digital technologies and automation of activities. At the same time, more attention is paid to the digitalization of banking products and services, and the issues of accounting automation require additional attention. The article defines both the directions of digitalization of the main types of services (nanobanks, online loans, plastic cards, online payment systems, remote identification and security, etc.), as well as the digitalization of accounting.

It is about a specific plan of accounts and accounts, the use of automated accounting programs within the framework of a single automated banking system, cloud storage of accounting data (ABS) and in accordance with the distribution of functions and the organization of the work of the front office, middle office and back office. It is at the back-office level that accounting is carried out. Therefore, its digitization here covers both the automation of accountants' workplaces and special accounting programs. It is noted that it should constantly develop, and specialists should constantly improve their knowledge, skills and competences. The article is of theoretical and practical interest for bank employees, masters in accounting and taxation and banking and finance. In order to improve accounting in banks, current and future specialists in the relevant field must understand the basics and principles of building modern automated banking systems, especially accounting, their functions, compliance requirements; methods of their creation using CASE technologies and high-level programming tools. It is also important to use the information of regulatory acts, the skills of working with universal packages of application programs, to enter documents of various types into the "operational day of the bank" system, to navigate the market of digital tools and to be able to choose the optimal product for automating banking work. For this, it is necessary to act as a task-setter and be able to create a working information model of one's subject area, which would take into account the sequence and stages of data processing, as well as the structure of relationships between them and their directionality and intensity.

Ключові слова: бухгалтерський облік, банки, цифрові технології, автоматизація, прикладні програми, автоматизована банківська система, багаторівневе програмування, хмарні технології, управління, ефективність, конкурентоспроможність, клієнти.

Key words: accounting, banks, digital technologies, automation, application programs, automated banking system, multi-level programming, cloud technologies, management, efficiency, competitiveness, customers.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасний період суспільної життєдіяльності характеризується динамічним проникненням інформаційних і цифрових технологій у всі її сфери. Так, це стосується маркетингу та продажів; сфер обслуговування, освіти та медицини, фінансів і телекомунікацій, виробництва, ритейлу; культури і мистецтва, спорту. У науковий і повсякденний обіг введені нові поняття й терміни завдяки цьому, а саме: цифрова агенція, інтернет-маркетинг, інтернет-банк, цифровий портрет, цифровий слід, цифровий простір, онлайн платформи, криптовалюти тощо. Та найбільш всеосяжними у їх сукупності є цифрова економіка. Її структуру у найбільш загальному вигляді формують три великі складники: цифрове (апаратне) забезпечення або інфраструктура; електронний бізнес, електронна комерція.

Та у будь-якій економічній системі вагоме місце займають банки як провідні фінансові установи. З однієї сторони, вони забезпечують розрахунки й інші операції, грошовий обіг загалом, з іншої сторони — мають володіти відповідними цифровими інструментами для здійснення своїх функцій. Серед них виділяються онлайн банкінг, безготівкові розрахунки та їх

форми, банківські цифрові продукти, цифровізація обліку. При цьому цифрові технології обліку у банках висвітлені значно менше порівняно з іншими інструментами та потребують поглиблених розробок. Адже саме облікові дані є основними для операційної системи будь-якого банку.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Необхідно зазначити, що проблеми організації обліку у банках вивчали вітчизняні та зарубіжні науковці. Серед них Андренко О.А., Варцаба В.І., Машіко К.С., Мордовцев О.С., Мороз А.М., Савлук М.І. Їх вирішення на засадах використання цифрових технологій є предметом досліджень Азаренкової Г., Васильєвої Т., Кльоби Л., Леонова С., Шелудько С. Переважно, вони направлені на розробку нових цифрових банківських продуктів, послуг; розширення клієнтської бази з допомогою цифрових технологій; розвиток онлайн комунікацій. Проте актуальним є уточнення та вирішення проблем цифрового забезпечення й автоматизації бухгалтерського обліку у банках та інших видів їх внутрішнього операційного обслуговування.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є визначення пріоритетних напрямів цифрового банкінгу в Україні та в світі, особливостей організації та здійснення бухгалтерського обліку у банках, можливостей та засобів його цифровізації й автоматизації в сучасних умовах і на перспективу як важливих засобів ефективної діяльності й конкурентоспроможності банківських установ, уточнення знань, умінь і компетенцій фахівців з обліку у банках.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Згідно з дослідженнями міжнародних експертів, до 2024 р. кількість користувачів цифрового банкінгу досягне 3,6 млрд. осіб, тобто майже половини населення Землі. Порівняно з 2020 р., це на 50,0% більше. Світовими лідерами у справі цифрових трансформацій вважаються Банк Америки, JPMorgan Chase. У вітчизняному банківському секторі цифрові технології та інші продукти залучаються також досить інтенсивно. Проте банки мають досить низький рівень співпраці з фінтех-компаніями. Так, тільки 14,7% банків співпрацюють з ними. Також обмежений досвід використання цифрових технологій мають банківські топ-менеджери — тільки в 1/3 банків присутній хоча б один член правління з розумінням ІТ-сфери; лише у 50,0% банків розроблена цифрова стратегія розвитку.

На цьому тлі всіляких позитивних оцінок заслуговує повністю віртуальний Monobank, а також найбільший банк країни з потужним цифровим банкінгом — Приватбанк. Перший був презентований у 2017 р. як роздрібний продукт АТ "Універсал Банк", який виник у результаті співпраці з Fintex Band. Monobank, який працює як необанк тільки в інтернеті і тільки на мобільних пристроях, є дуже популярним серед населення. Його клієнтами вже є понад 6,0 млн осіб, а кількість щоденних трансакцій складає, в середньому, 1,5. Тому пріоритетними напрямками цифрової трансформації вітчизняного банківського сектору мають бути: подальше впровадження цифрового банкінгу; віддалена ідентифікація і безпека; цифровізація й автоматизація офісних операцій та процесів; впровадження хмарних технологій [1—3].

Загалом, рівні використання цифрових технологій у банківських установах мають вигляд оцифрування даних з ефектом конвертації; цифровізації процесів з ефектом адаптації;

цифрової адаптації бізнесу з ефектом прифренції при його створенні. Цифрова трансформація забезпечує банкам значні конкурентні переваги на ринку фінансових послуг. Це прискорення внутрішніх операційних процесів; управління ризиками на основі покращеного аналізу даних; великі прогностні можливості. Для клієнтів цифровізація забезпечує доступність і мобільність послуг; оперативне виконання та підтвердження операцій; широкий спектр персоніфікованих послуг; мінімізація трансакцій і комісій; підвищення рівня обслуговування клієнтів у регіонах.

Одночасно цифрові технології створюють і певні проблеми для банківської діяльності. Серед них високі ризики для ефективності та безпеки у разі поганого впровадження; підвищені вимоги до обладнання, персоналу та менеджменту; високі витрати банків на цифрові технології; не досконалі інститути зі сторони зовнішнього середовища. Проте важливо розуміти, що цифрова трансформація — це не тільки технологічна, а, насамперед, бізнес-стратегія, яка дозволяє швидко реагувати на потреби ринку та бути конкурентними. Вона дозволяє будувати уніфіковані моделі банківських установ, серед яких є 1) "розумний" багатоканальний банк; 2) соціально залучений банк; 3) банк у вигляді цифрової екосистеми.

Залежно від рівня впровадження цифрових технологій та організації бізнес-процесів перелічені моделі вміщують підвиди або моделі А — цифровий банківський бренд, виділений з класичного "материнського" банку; В — банк із цифровими дистанційними каналами; С — цифровий підрозділ класичного банку; D — повністю цифровий банк. При цьому бухгалтерському обліку у банках притаманні ті ж фундаментальні основи, які використовуються іншими суб'єктами господарювання національного господарства України. Це подвійний запис і рахунки бухгалтерського обліку; документування й інвентаризація; оцінка й бухгалтерський баланс; обліково-фінансова звітність та її аналіз. У стандартах, положеннях та інструкціях з його регламентації викладено загальні принципи: безперервність і послідовність, достовірність і автономність, об'єктивність і обачність, відповідність суті і форми та справедливості, доцільність і економічність; співставність і релевантність.

Загалом, бухгалтерський облік можна віднести до основних складників внутрішньої операційної діяльності. Щодення бухгалтерська інформація про стан розрахунків, рух і обсяги готівки та цінних папе-

рів, про депозитні операції й валюту, кредитні ресурси й кредитний портфель дозволяє керівництву банківських установ постійно відстежувати всі аспекти діяльності, можливі ризики й наявні перспективи. Всі бухгалтерські системи банківських установ комп'ютеризовано [4—7]. Тому всі бухгалтерські проведення виконуються в автоматичному режимі. У процесі здійснення бухгалтерського обліку у банках використовується спеціальна термінологія, яка дозволяє його чітко регламентувати.

Її складниками є: подія, господарська операція, рахунок, відповідальний виконавець, операційний процес (дозвіл на операцію, здійснення операції, контроль за операцією); фронт-офіс, міدل-офіс та бек-офіс. При цьому фронт-офіс відповідає за здійснення функцій продажу і обслуговування клієнтів, комунікації та отримання доходів; міدل-офіс або ризик-менеджмент здійснює корпоративну стратегію, контроль за діяльністю попереднього офісу та надає рекомендації щодо запобігання можливим ризикам й управління ними; бек-офіс забезпечує супровід угод фронт-офісу, їх аналіз. З метою збільшення залучення клієнтів названі підрозділи банків та/або фахівці, які виконують названі функції, здійснюють тісну співпрацю з маркетинговим та продуктовим підрозділами банків, особливо на рівні фронт-офісу.

Враховуючи велику конкуренцію на ринку банківських послуг, впровадження автоматизації та цифрових інструментів у діяльні банків є нагальним завданням, постійно не лише здійснюється, але й вдосконалюється. Наприклад, цифровізація роботи фронт-офісу охоплює не лише автоматизацію робочого місця (АРМ) працівників (операціоністів), але й забезпечення програмними продуктами всіх підрозділів, які причетні до здійснення кредитування. Це зумовлено тим, що в межах кредитного процесу фахівець не тільки оформляє заявку й анкету постачальника, але й надає інформацію про види кредитних продуктів і послуг, здійснює узгодження та документальне оформлення всього процесу кредитування.

Паралельно з ним, видачею кредиту займаються інші підрозділи банку — юридичний, безпеки та ін.; здійснюється перевірка позичальника по всіх базах даних. Тому програмне забезпечення відіграє тут провідну роль. Його специфіка є суттєвою та визначається напрямом бізнесу і класом позичальника; вартістю продукту; локального ринку; стратегією розвитку банку [8]. Так, споживче кредитування

відрізняється великими обсягами недорогих кредитів. Необхідністю швидких рішень про їх надання та мінімальною участю інших підрозділів у процесі прийняття рішень. Натомість, велика увага надається автоматичним перевіркам і кредитному скорингу.

Автокредитування характеризується переважанням використанням так званого кредитного калькулятора для підбору найбільш прийнятних для позичальника умов і варіантів кредитів. Найскладніші програми супроводжують іпотечне кредитування через збільшену участь сторонніх організацій — страхових компаній, оцінкових експертних установ, поручителів і гарантів тощо. Це значно збільшує участь у процесі інших підрозділів банку, документообіг та ускладнює його оцифрування. Автоматизація видання кредитних карток споживачам передбачає застосування великої кількості подібних бізнес-процесів, що відрізняються, проте, типами карток, умовами та вартістю кредитування та ін.

Використання автоматизації та інших цифрових технологій у банківській діяльності на рівні фронт-офісу дозволяє швидко обробляти великі масиви інформації; прискорює прийняття рішень щодо видачі кредитів; удосконалити структуру банку, кількість працівників та оптимізувати витрати й прибутки; зменшити кількість неповернених кредитів; покращує репутацію банку серед клієнтів через об'єктивність, точність роботи та швидке й комфортне обслуговування, яке забезпечують цифрові технології [9—11]. У підсумку, саме вони є провідним операційним чинником забезпечення конкурентоспроможності банків, ефективності банківської системи загалом.

Цифрові технології міدل-офісів банків мають на меті програмне забезпечення та автоматизації їх основної функції — фінансового контролю. Він охоплює контроль за здійсненням обліку у банках; складання бюджетів за продуктами, клієнтами, підрозділами; допомогу у здійсненні звітів та їх перевірку; прогнозування результатів діяльності. З цією метою використовуються відповідні цифрові аналітичні системи. Працівники бек-офісу забезпечують реєстрацію, перевіряння і звіряння, облік банківських операцій та контроль за ними [12—15]. Для цього використовується єдина автоматизована інформаційна система з обліку. Вона є важливою частиною єдиної автоматизованої банківської системи (АБС).

В якості основних цифрових технологій удосконалення обліку в банках використовуються технології сховищ даних; засоби форму-

вання запитів і побудови обліково-фінансової звітності (Query and Reporting); засоби онлайн обробки облікових даних (OLAR); засоби інтелектуального аналізу облікових даних (Data Mining). Названі та подібні їм цифрові технології і продукти конкретизуються при уніфікації й стандартизації банківської документації як основи систем обліку та управління банків. Власне їх удосконалення означає розробку та використання новітніх інформаційно-аналітичних систем зберігання даних; підтримки, прийняття і супроводу управлінських рішень.

При цьому автоматизація та цифрові технології можуть і мають охоплювати всі складники бухгалтерського обліку у банках — плану рахунків і форм фінансової звітності до обліку розрахунково-касових операцій; обліку пасивних і активних операцій; обліку валютних операцій; обліку статутного капіталу; обліку податкових розрахунків, а також доходів, витрат, фінансових результатів діяльності [16-17]. Тому програми підвищення кваліфікації для працівників банківських установ, магістерські програми для майбутніх фахівців повинні бути направлені на отримання систематизованих знань про сучасні цифрові технології та інструменти, методи оцінювання та аналізу облікової банківської інформації, автоматизацію управління банківською діяльністю, а також оволодіння вміннями працювати з прикладними програмами щодо автоматизації обліку та всіх інших важливих функцій банку.

ВИСНОВКИ

З метою удосконалення бухгалтерського обліку у банках дійсні й майбутні фахівці відповідного напрямку повинні розуміти основи та принципи побудови сучасних автоматизованих банківських систем, в особливості з обліку, їх функції, вимоги відповідності; методи їх створення з використанням CASE-технологій і високорівневих засобів програмування. Також важливо використовувати інформацію нормативних актів, навички роботи з універсальними пакетами прикладних програм, проводити введення документів різних типів в систему "операційний день банку", орієнтуватися на ринку цифрових інструментів і вміти вибирати оптимальний продукт для автоматизації банківської роботи. Для цього варто виступати постановником завдань і вміти створювати роботу інформаційну модель своєї предметної сфери, яка б враховувала послідовність та етапи обробки даних, а також структуру взаємозв'язків між ними та їх направленість й інтенсивність.

Література:

1. Андренко О.А., Мордовцев О.С. Механізм формування облікової політики банків. Комунальне господарство міст, 2017, Вип. 138, С. 57—62.
2. Варцаба В.І., Машіко К.С. Облік у банках (у таблицях і схемах). Ужгород: Видавництво УжНУ "Говерла", 2016. 184 с.
3. Кіндрацька Л.М. Фінансовий та управлінський облік у банках. Київ: КНЕУ, 2008, 816 с.
4. Ігнатенко М.М., Леваєва Л.Ю., Романюк І.А. Інформаційне забезпечення організаційно-економічних пріоритетів розвитку фермерських господарств і сільськогосподарських підприємств. Ефективна економіка. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7854> (дата звернення: 15.05.2023).
5. Литвин Н.Б. Фінансовий облік у банках (у контексті МСФЗ). Київ: Центр учбової літератури, 2017. 676 с.
6. Мороз А.М., Савлук М.І. та ін. Банківські операції. Київ: КНЕУ, 2002. 476 с.
7. Закон України "Про банки і банківську діяльність". Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, № 5—6, ст. 30. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14#Text> (дата звернення: 15.05.2023).
8. Ігнатенко М. Здійснення автоматизації бухгалтерського обліку аграрних підприємств на засадах впровадження нових програмних продуктів і моделей. Аграрна економіка. 2019. № 42. URL: <https://economic-bulletin.com/index.php/journal/article/view/555/580> (дата звернення: 17.05.2023).
9. Положення про організацію бухгалтерського обліку та звітності в банках України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0075500-18#Text> (дата звернення: 16.05.2023).
10. План рахунків бухгалтерського обліку банків України та Інструкції про застосування рахунків бухгалтерського обліку банків України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0918-04#Text> (дата звернення: 16.05.2023).
11. Коваль С.В. Організаційно-економічні засади розвитку та вдосконалення структури ринку плодоовочевої продукції. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. Вип. 7. Ч. 2. С. 93—96.
12. Спільник І.В., Палюх М.С. Бухгалтерський облік в умовах цифрової економіки. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2019. Вип. 1—2. С. 83—96.
13. Мармоль А.О., Коваленко І.В. Державне регулювання інвестиційної діяльності перероб-

них підприємств агропромислового комплексу. Економіка АПК. 2008. № 12. С. 62—69.

14. Мельниченко О.В., Гартінгер Р.О. Роль технології блокчейн у розвитку бухгалтерського обліку та аудиту. European Cooperation. 2016. № 7 (14). С. 9—19.

15. Ihnatenko M., Antoshkin V., Krukovska O., Malyshko V., Marmul L., Social Investments As The Highest Manifestation of Implementation of Social Responsibility of The Companies of Agribusiness. International Journal of Recent Technology and Engineering, 8(3), 2019, pp. 7124—7132.

16. Marmul L., Marchenko O., Pylypenko K., Velychko T., Hranovska V. Financial And Taxation Aspects Of Tourism Activities Development. International Journal of Management (IJM), 11 (3), 2020, pp. 287—293.

17. Ihnatenko M. M., Romaniuk I. A., Yatsenko Ya. I. Support of projects and strategies for development of rural green tourism enterprises by local communities and the state. Економічний вісник університету. Вип. 51. 2021. С. 7—13.

References:

1. Andrenko, O.A. and Mordovtsev, O.S. (2017), "Mechanism of formation of accounting policy of banks", Komunal'ne hospodarstvo mist, vol. 138, pp. 57—62.

2. Vartsaba, V.I. and Mashiko, K.S. (2016), Oblik u bankakh (u tablytsyakh i skhemakh) [Accounting in banks (in tables and diagrams)], Vydavnytstvo UzhNU "Hoverla", Uzhhorod, Ukraine.

3. Kindrats'ka, L.M. (2008), Finansovyy ta upravlins'kyi oblik u bankakh [Financial and management accounting in banks], KNEU, Kyiv, Ukraine.

4. Ihnatenko, M.M. Levayeva, L.YU. and Romaniuk, I.A. (2020). "Information provision of organizational and economic priorities for the development of farms and agricultural enterprises", Efektyvna ekonomika, vol. 5, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7854> (Accessed 15 May 2023)

5. Lytvyn, N.B. (2017), Finansovyy oblik u bankakh (u konteksti MSFZ) [Financial accounting in banks (in the context of IFRS)], Tsentr uchbovoyi literatury, Kyiv, Ukraine.

6. Moroz, A.M. and Savluk, M.I. (2002), Bankivs'ki operatsiyi [Banking operations], KNEU, Kyiv, Ukraine.

7. The Verkhovna Rada of Ukraine (2001), The Law of Ukraine "On Banks and Banking Activities", Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny, vol. 5—6, st. 30, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14#Text> (Accessed 15 May 2023).

8. Ihnatenko, M. (2019), "Implementation of accounting automation of agricultural enterprises based on the introduction of new software products and models", Ahrarna ekonomika, vol. 42, available at: <https://economic-bulletin.com/index.php/journal/article/view/555/580> (Accessed 17 May 2023).

9. National Bank of Ukraine (2018), "Regulations on the organization of accounting and reporting in banks of Ukraine", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0075500-18#Text> (Accessed 16 May 2023).

10. National Bank of Ukraine (2004), "Plan of accounting accounts of banks of Ukraine and Instructions on the application of accounting accounts of banks of Ukraine", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0918-04#Text> (Accessed 16 May 2023).

11. Koval', S.V. (2016), "Organizational and economic principles of development and improvement of the market structure of fruit and vegetable products", Naukovyy visnyk Uzhhorod's'koho natsional'noho universytetu, vol. 7, no. 2, pp. 93—96.

12. Spil'nyk, I.V. and Palyukh, M.S. (2019), "Accounting in the digital economy", Instytut bukhhal'ters'koho obliku, kontrol' ta analiz v umovakh hlobalizatsiyi, vol. 1—2, pp. 83—96.

13. Marmul', L.O. and Kovalenko, I.V. (2008), "State regulation of investment activities of processing enterprises of the agro-industrial complex", Ekonomika APK, vol. 12, pp. 62—69.

14. Mel'nychenko, O.V. and Hartinher R.O. (2016), "The role of blockchain technology in the development of accounting and auditing", European Cooperation, vol. 7 (14), pp. 9—19.

15. Ihnatenko, M. Antoshkin, V. Krukovska, O. Malyshko, V. and Marmul, L. (2019), "Social Investments As The Highest Manifestation of Implementation of Social Responsibility of The Companies of Agribusiness", International Journal of Recent Technology and Engineering, vol. 8 (3), pp. 7124—7132.

16. Marmul, L. Marchenko, O. Pylypenko, K. Velychko, T. and Hranovska, V. (2020), "Financial And Taxation Aspects Of Tourism Activities Development", International Journal of Management (IJM), vol. 11 (3), pp. 287—293.

17. Ihnatenko, M.M. Romaniuk, I.A. and Yatsenko, Ya.I. (2021), "Support of projects and strategies for development of rural green tourism enterprises by local communities and the state", Ekonomichnyy visnyk universytetu, vol. 51, pp. 7—13.

Стаття надійшла до редакції 21.05.2023 р.

УДК:008

А. І. Капліна,

к. е. н., доцент кафедри менеджменту та інформаційних технологій,

Херсонський державний аграрно-економічний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6714-797X>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.11.32

РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ

A. Kaplina,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Management

and Information Technologies, Kherson State Agrarian and Economic University

THE ROLE OF MANAGEMENT FOR SMALL BUSINESS DEVELOPMENT

Глобалізація бізнесу, просування економічних інтересів на ринки інших країн, процеси об'єднання і створення спільного економічного простору вимагають знання національних звичаїв і національної культури.

Малий бізнес є базисом і рушійною силою розвитку економіки, він прямо впливає на добробут населення, а також сприяє вирішенню багатьох соціально-економічних проблем. Однак в Україні малий бізнес не розвивається так активно, як в інших розвинених країнах, і причиною тому є обмеженість їхніх фінансових ресурсів, що позначаються на якості менеджменту і заважають здійсненню ефективного управління. Незважаючи на спроби держави підтримати малий бізнес, цього виявляється недостатньо, тому сьогодні приділяється підвищена увага новим підходам до формування системи менеджменту, зокрема інноваційного, і пошуку ефективних інструментів в управлінні ресурсами малих підприємств.

У статті надано характеристику ролі менеджменту для розвитку малого бізнесу, виявлено бар'єри, що виникають на шляху його реалізації, розглянуто найефективніші рішення в галузі управління малим бізнесом. Одним з основних елементів ринкової економіки є малий бізнес. Саме організації малого бізнесу визначають темпи економічного зростання регіону. У тому числі Херсонського регіону, а також впливають на структуру і якість валового та національного продукту. Це далеко не побічна сфера економіки, саме підприємства малого бізнесу забезпечують робочі місця, впроваджують інновації та відіграють важливу роль у діяльності великих корпорацій, оскільки займаються роздрібною торгівлею їхньої продукції. У зв'язку з цим у багатьох регіонах України, зокрема й Адміністрацією Херсонського регіону особливу увагу приділяють сприянню розвитку малого бізнесу.

Business globalisation, the promotion of economic interests in the markets of other countries, and the processes of unification and creation of a common economic space require knowledge of national customs and national culture.

Small business is the basis and driving force of economic development, it directly affects the welfare of the population and contributes to solving many social and economic problems. However, small businesses in Ukraine are not developing as actively as in other developed countries, due to limited financial resources, which affect the quality of management and impede effective governance. Despite the state's attempts to support small businesses, this is not enough, so today there is an increased focus on new approaches to the formation of a management system, including innovative ones, and the search for effective tools in managing the resources of small enterprises.

The article describes the role of management in the development of small business, identifies barriers to its implementation, and considers the most effective solutions in the field of small business management. Small business is one of the main elements of a market economy. It is small business organisations that determine the pace of economic growth in a region. Including the Kherson region, as well as influence the structure and quality of the gross and national product. This is far from being a side sector of the economy; it is small businesses that provide jobs, introduce innovations and play an important role in the activities of large corporations, as they are engaged in retail trade of their products. In this regard, many regions of Ukraine, including the Kherson Regional Administration, pay special attention to promoting the development of small businesses. Cross-cultural aspects of recruitment, selection and adaptation of personnel distinguish the following varieties of international policy in multinational companies: ethnocentric policy: filling key positions in their representative offices of the world only by personnel from the country of the parent company; polycentric policy: the use of local residents to manage foreign representative offices and managers from the parent company's countries as top managers of the company's headquarters; geocentric policy: to recruit the best and develop personnel, independence from nationality, to key positions in any multinational system.

Ключові слова: крос-культура, інновації, менеджмент, аналіз системи менеджменту, малий бізнес, організація, керівник персонал, організаційна структура управління.

Key words: cross-culture, innovation, management, management system analysis, small business, organisation, head of staff, organisational management structure.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Одним з основних елементів ринкової економіки є малий бізнес. Саме організації малого бізнесу визначають темпи економічного зростання регіону. У тому числі Херсонського регіону, а також впливають на структуру і якість валового та національного продукту. Це далеко не побічна сфера економіки, саме підприємства малого бізнесу забезпечують робочі місця, впроваджують інновації та відіграють важливу роль у діяльності великих корпорацій, оскільки займаються роздрібною торгівлею їхньої продукції. У зв'язку з цим у багатьох регіонах України, зокрема й Адміністрацією Херсонського регіону особливу увагу приділяють сприянню розвитку малого бізнесу.

Для підтримки малого та середнього бізнесу успішно функціонує "Центр підтримки підприємництва". Створено офіційний портал, зі зрозумілим інтерфейсом, де представлено актуальну інформацію для підприємців про фінансову та експортну підтримку малого бізнесу. В Херсоні відкрився перший державний коворкінг для підприємців. Однак лише підтримки Адміністрації та Центру підтримки підприємництва не достатньо для успішного та ефективного функціонування підприємства малого бізнесу. Ефективність функціонування малих підприємств зумовлена багато в чому системою їхнього управління, яка дає змогу грамотно організувати всю діяльність компанії, щоб мінімізувати ризики і збільшити прибутковість підприємства, а також забезпечити необхідний рівень ліквідності [1, 2].

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Вивченню ефективних підходів до управління приділяється підвищена увага, і цим питанням переймається чимало наукових діячів. Засновником школи наукового управління вважається Ф. Тейлор, який розглядав питання раціоналізації праці та виробництва з метою підвищення їхньої ефективності та продуктивності. Пізніше менеджмент стали розглядати як управління поведінкою людей. Багато авторів наукових праць співвідносять менеджмент з управлінням. Є.Є. Вершигора під менеджментом має на увазі "професійне управління організацією в умовах ринкових відносин, спрямоване на одержання прибутку за допомогою раціонального використання ресурсів" [3].

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Незважаючи на високий ступінь вивченості менеджменту, досі не розкрито питання щодо менеджменту малого бізнесу, оскільки немає гнучкої системи управління, яка дозволяла б малим підприємствам ефективно здійснювати свою діяльність в умовах сучасної вітчизняної ринкової системи.

Малий бізнес, за визначенням В.М. Блінова та О.Н. Малєєвої є об'єктом менеджменту, що має властиві тільки йому особливі характеристики, а саме: мобільність, невеликий масштаб діяльності, низький рівень стійкості до змін зовнішнього середовища, досить високий ступінь ризику, невеликий персонал та їхня низька кваліфікація [4]. Через обмежену кількість

співробітників, найчастіше директор бере на себе багато обов'язків з інших сфер діяльності (маркетинг, бухгалтерія, кадрова робота), водночас не володіючи достатніми і необхідними знаннями для ефективної організації та виконання властивих їм завдань, що знижує ефективність діяльності компанії. панії. Також основною особливістю менеджменту в малому бізнесі є неформальне використання влади, а основним видом взаємовідносин між керівником і підлеглими є взаємовідносини відкритого характеру. Особливу важливість для розвитку малого підприємства становить правильне виконання керівником своїх функцій, тобто необхідне стилістично правильне управління малим бізнесом.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Серед основних аспектів впливу, що визначають життєздатність малого бізнесу, виділяють певним методом побудовану систему управління, яка ґрунтується на інноваційних підходах у менеджменті [5]. Кожне підприємство, у тому числі й мале, являє собою складну соціально-організаційну та незалежну економічну систему, якій притаманні своєрідна індивідуальна структура та відповідні функціональні завдання [6]. Як об'єкт дослідження було взято підприємство, що належить до категорії "малий бізнес", основним видом діяльності якого є виробництво і торгівля виробами з дерева, корка та плетеними виробами в спеціалізованих магазинах. У результаті проведеного аналізу його системи менеджменту було виявлено, що управління будується на лінійному типі, усім керує директор. Він здійснює всі функції менеджменту і бухгалтерський облік, і контроль, і організацію, і планування діяльності, і мотивацію співробітників компанії. Управлінські процеси на підприємстві відбуваються на основі функціонального розподілу. Досліджувана організація діє відповідно до чинного законодавства України і Статуту, якого дотримуються всі співробітники. Стратегічні й тактичні цілі становлять важливу частину плану з розвитку компанії. Підприємство ставить перед собою стратегічні цілі і планує свою діяльність як на рік, так і на кілька років уперед. Для більш детального вивчення менеджменту в компанії, було проведено тестування співробітників. За результатами проведеного анкетування, в якому взяли участь співробітники фірми в кількості 10 осіб, було виявлено, що в компанії 60% співробітників не мають вищої освіти та необхідного досвіду роботи, також не приділяють

ся пильна увага сервісу обслуговування, і так вважають 50% респондентів, не передбачено і навчання для персоналу правилам ефективних продажів — 60%. Керівник дотримується консультативно-демократичного стилю керівництва, тобто під час ухвалення рішень більшість керівників прислухаються до думки підлеглих — 70 %. Структурні підрозділи, визначені залежно від типу робіт, кожен відділ відповідає за закріплені за ними процеси — 70 %. Координаційні наради проводяться не часто, приблизно раз на квартал — 100 %. Система мотивації не опрацьована і так вважає більшість співробітників, а саме 80 %. Ефективною системою управління вважають 40 % опитаних, інші 60 % відзначають необхідність її доопрацювання та вдосконалення. Діяльність із впровадження інновацій не ведеться зовсім.

Виходячи з даних проведеного дослідження, для підвищення ефективності діяльності досліджуваного підприємства можуть бути запропоновані такі заходи щодо вдосконалення системи управління як:

- розвиток інноваційного менеджменту в діяльності підприємства і створення системи впровадження інновацій для просування ефективних інноваційних методів і підходів при веденні бізнесу;

- проведення постійного моніторингу програм, пропонує Адміністрацією Херсонського регіону і Центром підтримки підприємництва та відстеження різних інновацій, відповідно до сфери діяльності організації;

- побудова ефективної системи якісного обслуговування.

Початковим етапом стане проведення для всіх співробітників магазину, які здійснюють взаємодію з клієнтами тестування як теоретичного, так і практичного, що дасть змогу виявити можливі "прогалини", після чого другим етапом необхідно організувати тренінг із підвищення рівня сервісу на підприємстві. Можна запросити фахівця з теми обслуговування, який протягом одноразового тренінгу зможе навчити персонал найефективнішого спілкування з клієнтами, дасть теоретичну і практичну базу правильно організованого сервісу, а також навчить вирішувати спірні ситуації без конфліктів. Додатковим інструментом до побудови системи якісного обслуговування стане система моніторингу та контролю. Моніторинг задоволеності споживачів рівнем сервісу в розглянутому магазині дверей являє собою безперервний процес. Результати моніторингу мають знаходити відображення як у стандартах приймання та обслуговування споживачів, так і в усій роботі персо-

налу під час реалізації цих стандартів. Як інструмент моніторингу можна використовувати анкетування та опитування. На основі моніторингу клієнтів слід вносити зміни в правила і норми обслуговування. Якщо клієнти потребують надання будь-якої додаткової послуги, то вони обов'язково мають її отримати. Як наслідок, збільшиться їхня лояльність і відвідуваність магазину, а відтак і його конкурентоспроможність та економічна ефективність;

— розвиток системи мотивації, а саме запровадження системи преміювання для продавців-консультантів, що сприятиме активізації мотивації персоналу працювати на результат і прагнути покращити свої знання та вміння на благо собі та компанії. Рекомендується встановлювати план продажів на місяць, у разі виконання плану буде йти надбавкою до заробітної плати премія в розмірі 3 % від суми проданих товарів, а за перевиконання плану 5 % [6,7].

ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Таким чином, основною особливістю менеджменту в малому бізнесі є неформальне використання влади, взаємовідносини між керівником та виконавцями носять відчинений характер, своєю чергою, особливу важливість для розвитку малого підприємства представляє правильне виконання керівником своїх функцій та запровадження інноваційних методів управління, які б дали змогу компанії ефективно та доцільно використовувати свої ресурси. Малому бізнесу ніколи не варто забувати про впровадження інновацій у свою діяльність, оскільки в умовах невизначеності саме правильно побудована робота впровадження інновацій дасть змогу підприємству вийти на новий рівень розвитку і завоювати нові ринки та споживача послуг, що надаються. Реалізація запропонованих заходів дасть змогу в короткостроковій перспективі отримати додатковий прибуток і загалом підвищить результативність усієї діяльності підприємства за рахунок удосконалення чинної системи менеджменту.

Література:

1. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: [навч. посіб.]. Суми: ВТД "Університетська книга", 2003. С. 278.
2. Манцуров І. Г. Статистика ринків: [підруч. для вищ. навч. закл.]. К: КНЕУ, 2009. С. 544.
3. Макогон В.В. Економічна ефективність відтворення в сільському господарстві: дис...

канд. екон. наук: 08.07.02 / Харківський національний аграрний ун-т ім. В.В.Докучаєва. Харків, 2006. 250 с.

4. Приймак С. Управління вартістю підприємства в системі контролінгу. Ринок цінних паперів України. 2007. № 12. С. 53-60.

5. Капліна А. І. Фактори стабілізації виробництва агропродукції України. Економіка та держава. 2020. № 10. С. 46—49. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.10.46

References:

1. Ilyashenko, S.M. (2003), Upravlinnia innovatsijnym rozvytkom: problemy, kontseptsii, metody [Management of innovative development: problems, concepts, methods], VTD "University Book", Sumy, Ukraine.

2. Mantsurov I.G. (2009), Statystyka rynkiv [Market Statistics], KNEU, Kyiv, Ukraine.

3. Makohon, V.V. (2006), "Economic efficiency of reproduction in agriculture", Abstract of Ph.D. dissertation, Economy, Kharkivskiyi natsionalnyi ahrarnyi un-t im. V.V.Dokuchaieva, Kharkiv, Ukraine.

4. Pryymak, S. (2007), "Management of the cost of the enterprise in the control system", Securities market of Ukraine, Vol. 12, pp. 53—60.

5. Kaplina, A.I. (2020), "Factors stabilization of production of agricultural products of Ukraine", Economy and state, Vol. 10, pp. 46—49. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.10.46

Стаття надійшла до редакції 26.05.2023 р.

<https://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

 viber: +38 050 3820663

УДК 338.2

К. А. Нетудихата,

к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту,

Чорноморський національний університет імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5322-4986>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.11.36

ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ

K. Netudyhata,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Management,

Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine

INSTITUTIONAL PRINCIPLES OF THE NATIONAL INNOVATION SYSTEMS FORMATION

Сьогодні основою економічного розвитку соціально-економічних систем є інноваційна діяльність. Інституційне забезпечення інноваційної діяльності виступає сукупністю вжитих заходів та використовуваних засобів щодо створення умов, які сприяють інноваційному процесу.

В статті розкрито результати аналізу інституційних засад формування національних інноваційних систем (НІС). Розглянуто зміст концепції "НІС" та роль інститутів в стимулюванні інноваційної діяльності. Інноваційна система складається з безлічі взаємозалежних елементів. Вплив на кожен із елементів також впливає на ефективність інноваційного процесу. НІС розглядається як сукупність діючих інститутів та організацій.

Виявлено прямий зв'язок між рівнем розвитку інститутів та ефективністю функціонування НІС. Використано дані 132 країн. Встановлено, що чим вище рівень розвитку інститутів, тим більша ефективність функціонування НІС.

Виявлено вплив окремих складових інституційного середовища на результативність НІС: політичної та оперативної стабільності, ефективності уряду, якості законодавства, верховенства права, політик щодо ведення бізнесу. Найбільший вплив мають політична та оперативна стабільність, ефективність уряду, якість законодавства. Зазначено, що якість та рівень розвитку інститутів визначають результативність НІС.

Окреслено орієнтири для політики щодо розвитку інститутів НІС. Ринкові механізми мають бути доповнені активною державною політикою, нормативно-правовим забезпеченням. Низька якість інститутів породжує відносно високу частку сировини в експорті країн, а односторонній, експортно-сировинний ухил загрожує збереженням технологічного відставання. Удосконалення інститутів нормативно-правового забезпечення та насамперед інституту інтелектуальної власності сприятиме інноваційному співробітництву держави, науки та вітчизняного бізнесу.

At this stage, the basis of the economic development of socio-economic systems is innovative activity. Institutional support of innovative activity is a set of measures taken and used means, creation of conditions that contribute to the normal course of the innovation process, support for the stable functioning of the innovation system.

The article discloses the results of the analysis of the institutional foundations of the national innovation systems formation. The content of the "NIS" concept and the role of institutes in stimulating innovative activity were considered. An innovation system consists of many interdependent elements. The impact on each of the elements also affects the effectiveness of the innovation process. NIS is considered as a set of active institutes and organizations.

A direct connection between the level of development of institutions and the effectiveness of the NIS functioning was revealed. Data from 132 countries were used. It was established that the higher the level of development of the institutes, the greater the efficiency of the NIS functioning.

The influence of individual components of the institutional environment on the effectiveness of NIS (political and operational stability, government efficiency, quality of legislation, rule of law, business policies) was revealed. Political and operational stability, government efficiency, and quality of legislation have the greatest influence. It is noted that the quality and level of development of institutes determine the effectiveness of NIS.

Guidelines for policy on the development of NIS institutes are outlined. Market mechanisms should be complemented by active state policy, normative legal support, forms of direct and indirect state regulation. The low quality of institutions generates a relatively high share of raw materials in the country's exports, and a one-sided, export-raw material bias threatens to preserve technological backwardness. Improving the institutions of regulatory and legal support and, first of all, the institute of intellectual property will contribute to the innovative cooperation of the state, science and domestic business.

Ключові слова: інститути, інновації, національні інноваційні системи, інституційне середовище, розвиток інститутів, результативність НІС, ефективність функціонування НІС.

Key words: institutes, innovations, national innovation systems, institutional environment, development of institutes, effectiveness of NIS, effectiveness of functioning of NIS.

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

У світовій економіці відбувається розвиток нової парадигми, орієнтованої на зростання інноваційних перетворень. Економіка розвинених країн все більше набуває рис інноваційної. У цих країнах існує певна система взаємовідносин між наукою, бізнесом та суспільством, за якої інновації виступають основою розвитку національної економіки, а та, у свою чергу, стимулює інновації, визначає їх напрями і, тим самим, багато в чому й найважливіші напрями наукової діяльності.

Із зростанням усвідомлення ролі інновацій як найважливішого інструменту економічного розвитку, посилюється системний підхід до інновацій, робиться більший акцент на освіту та поширення знань. Основою структурних змін і в промислово розвинених, і в країнах, що розвиваються, є державна інноваційна політика та активна науково-технічна стратегія підприємств, яка орієнтована на сприяння розвитку передових технологій. Швидкий розвиток інноваційної економіки зумовив виникнення національних інноваційних систем (далі НІС) як інституційної основи інноваційного розвитку країн. Для держави та приватних учасників ринку важливим стає аналіз наявних інституційних аспектів стимулювання інноваційних процесів. Тема розвитку інновацій актуальна та глибоко аналізується.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Теоретичні, теоретико-методологічні аспекти дослідження інститутів, їх впливу на інноваційні процеси, НІС розглядалися в роботах: Едквіста К., Норта Д., Полтеровича В., Попова В., Сміта А., Тоніса А., Ципліцької О. та інших. Незважаючи на значний внесок вчених, значення інновацій збільшується з кожним днем, тому розробленість поставленої проблеми не можна назвати вичерпною, накопичений досвід країн, особливо в останнє десятиліття, потребує переосмислення та дозволяє інтерпретувати дослідження у новому ключі.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою дослідження виступає аналіз інституційних засад формування національних інноваційних систем. Досягнення поставленої мети передбачає: розкриття змісту концепції "НІС" та ролі інститутів в стимулюванні інноваційної діяльності; виявлення зв'язку між рівнем розвитку інститутів та ефективністю функціонування НІС; встановлення впливу окремих складових інституційного середовища на результативність НІС; окреслення орієнтирів для політики щодо розвитку інститутів НІС.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У суспільствах, заснованих на ринковій економіці, НІС є невід'ємною частиною національ-

ної економіки і існує історично давно. Це пов'язано з тим, щоб йти в ногу з технологічними змінами та адаптуватися до них. Адам Сміт у своїй монографії "An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations", виданої в 1776 році, стверджував, що вмілість ремісника та його конкурентоспроможність залежали від того, наскільки інтенсивно він оновлював свої "бізнес-процеси" [4]. Цей постулат згодом набув ширшого значення і, мабуть, важливішого.

Кожна країна, яка тією чи іншою мірою втілила в життя НІС, мала якісь передумови. Так, Німеччину вирізняє дисциплінованість, США — насиченість людьми з інноваційним менталітетом. Фінляндія пішла інноваційним шляхом через обмеженість ресурсів. Норвегія досягла значних успіхів в інноваційному розвитку: за наявності унікальної ресурсної бази норвезькі компанії навчилися сприймати та використовувати зовнішні знання та дослідження, компенсуючи низький рівень власних НДДКР.

Підприємницький сектор залишався основним генератором інноваційної активності протягом усього ХХ століття, незважаючи на становлення потужних державних та громадських інститутів, які цілеспрямовано займаються виробництвом нового знання та нових технологій. Ця обставина пов'язана з тим, що стимули інноваційної діяльності досить сильно проявляються як можливості через інновації максимізувати прибуток. Вилучення підприємницької прибутку досягається внаслідок розширення розмірів ринку, у якому реалізується запропоноване нововведення.

Глобалізація торгівлі зміщує інструменти підкорення ринків у площину технологічної та організаційної конкуренції з урахуванням інновацій [3, р. 19]. Інституційна динаміка розвиненої частини світу загалом формує стимули, які заохочують інвестування у нові знання та технології, що приносять економічну вигоду. Ключовим елементом інституційного розвитку з позицій заохочення інновацій виявилось створення умов розширення конкуренції як у національному, і у глобальному масштабі. Хоча ця тенденція загалом абсолютно переважає, проте залежно від рівня розвитку технологій, тієї чи іншої стадії їх життєвого циклу, а також національних умов пропозиції ресурсів можливі відхилення від неї.

Стало очевидним, що розглядати інноваційний процес слід із системних позицій. Системний характер означає, що технологічний розвиток розглядається не у вигляді послідовності односторонньо спрямованих зв'язків, що

ведуть від досліджень до інновацій, а як єдиний процес взаємодії та зворотних зв'язків між усіма факторами, що визначають створення інновацій, включаючи економічні, соціальні, політичні та інші фактори [1, р. 14]. Системний підхід, що має в своєму розпорядженні арсенал методичних засобів для вирішення такої складної проблеми з'єднання діючих фрагментів інноваційного комплексу в цілісну єдину систему, є основою побудови НІС.

Розвиток цих напрямів досліджень призвів до формування концепції інноваційних систем, яка розглядає окремі елементи інноваційного процесу як взаємопов'язані ланки складної системи, її функціонування забезпечується певним набором інституційних чинників [7, с. 23].

Слід вказати, що понятійний апарат НІС спирається з одного боку на розвиток ідей І. Шумпетера, з іншого — на інституціоналізм.

Поняття "інституціоналізм" ввів в економічну теорію у 1918 р. американський економіст У. Гамільтон, визначивши "інститути" як спосіб мислення або дії, з достатнім ступенем поширеності та міцності, який відображено у поведінці, звичках та звичаях народу. Т. Веблен називав інститутами звички та стереотипи мислення, які поділяються великою кількістю членів суспільства, а також звичний спосіб думки, керуючись яким живуть люди [6, с. 202].

Інститути утворюють базисну структуру суспільства, спираючись на яку, люди прагнуть знизити невизначеність у процесі виробництва, розподілу та обміну, цим, зменшуючи ризики у діяльності [14, с. 289]. На думку Д. Норта існує важлива різниця між інститутами та організаціями. Інститути — це правила (регламенти) "гри", організації — гравці, які діють у рамках встановлених правил. Наприклад, інститути можна розглядати як правила гри, що діють у спорті, відповідно, за аналогією організації — як спортивні команди. Регламенти задають систему позитивних та негативних стимулів, і тим самим спрямовують поведінку людей у певне русло, що робить соціальне середовище більш визначеним [9, с. 70]. Тобто інститути знижують невизначеність, роблять дії агентів більш передбачуваними.

Інститути — "це знайдені в ході суспільної практики і найбільш відтворювані, найбільш суттєві та стійкі соціальні відносини, норми та правила людської поведінки в економічній, соціальній та будь-якій сфері" [14, с. 17].

"Основними рисами інститутів є: забезпечення передбачуваності результатів певної сукупності дій, тим самим формують певну стійкість в економічній діяльності; скорочення

витрат на пошук інформації, її обробку, оцінку та специфічний захист того чи іншого контракту; успадкування завдяки властивому їм процесу передачі знань; наявність системи позитивних чи негативних стимулів; забезпечення свободи та безпеки дій індивіда у певних рамках" [14, с. 18].

Інститути дозволяють суспільству виживати та розвиватися як цілісному організму, забезпечують збереження самодостатності суспільств у ході історичної еволюції, незалежно від волі, бажання та дій соціальних суб'єктів, вони встановлюють норми, правила та закони. Таким чином, інститути є певними "регламентами гри", які встановлюються в процесі відносин обміну, захисту прав власності, державного втручання.

Поняття інституту дозволило дослідникам визначати ефективність національної економіки через функціонування різних інституцій. Інституційний комплекс НІС відповідає за розвиток та впровадження нововведень та включає систему певних у суспільстві регламентів та традицій. НІС є більш-менш сприятливим для інновацій інституційним середовищем, оскільки тільки в рамках НІС органічно об'єднуються всі складові інноваційної діяльності. Держава при цьому виступає як системоутворюючий інститут, що забезпечує необхідний рівень цілісності системи.

Від розвитку інститутів залежить інноваційний розвиток країни. Д. Норт, досліджуючи причину того, чому не повністю реалізується науковий та технологічний потенціал та з'являється великий розрив, "прірва" між багатими та бідними країнами, наголошує, що у бідних країнах слабо формалізовані інститути захисту прав власності, які стимулюють функціонування неформальних, тіньових секторів економіки, а це веде до гальмування розвитку. Якщо у країні слабо захищені права власності, недостатньо працюють правові механізми, існують бар'єри, монополістичні обмеження, то фірми схильні обирати короткострокову стратегію та експлуатувати невеликий основний капітал. Найвигіднішими заняттями стають торгівля, перерозподіл чи операції на чорному ринку [10].

Якщо в країні інституційне середовище слабе, то достаток природних ресурсів призводить до неоптимального, завищеного обсягу їх видобутку та неефективного розподілу доходів від їхнього експорту. Це й відноситься до України з експортною орієнтацією на агропродукцію та чорні метали, частка сировинного експорту становить майже 72% від загального експорту [12].

Здавалося б, що якщо країна має удосталь природні ресурси, то за логікою вона повинна мати безперечні переваги, перед країнами, які позбавлені цих ресурсів і, відповідно, повинна, за інших рівних умов, розвиватися швидше за інші країни. Насправді, доходи від наявних природних ресурсів країна має використовувати на вдосконалення технологій, розвиток науки, освіти, щоб багаторазово примножити наявні багатства, розвиватися й надалі з метою подальшого прискорення економічного зростання. Але цього часто не відбувається. Не відбувається розвитку виробництв із складнішою технологією, оскільки має місце відтік капіталу та трудових ресурсів у видобувні галузі. Технологічно відстале виробництво не формує достатній попит на інновації, тому вони не реалізуються. У свою чергу, відсутність пропозиції гальмує формування попиту. Зокрема, не вистачає достатнього попиту на високоякісний людський капітал. Потенційні новатори не реалізують свій потенціал за прямим призначенням, займаються рутинною роботою, їдуть за кордон. Через відсутність новаторів фірми не виявляють інноваційної активності, тож технологія виробництва залишається відсталою [11, с. 8—19].

У свою чергу висока прибутковість експорту природних ресурсів знижують стимули уряду до вдосконалення інститутів. Навпаки, країни позбавлені цього "божого дару" (природних ресурсів) шукають шляхи, реалізація яких дозволяє прискорити економічне зростання. За останні півстоліття ряд країн, які не відрізнялися багатими природними ресурсами, зуміли стати розвиненими. Серед них "східно-азіатські тигри": Японія (займає 13 місце серед 132 країн за Глобальним індексом інновацій [2]), Південна Корея (6), Гонконг (14), Сінгапур (7). Для цих країн характерними були високі темпи розвитку науки та інновацій, широкий доступ населення до різних форм освіти, у тому числі до вищої технічної, що забезпечувало потреби виробництва технічно складних товарів (електроніки та автомобілів). Ці країни мають спільні риси — за розміром вони не великі, орієнтовані на розвиток ринкової економіки, бідні на сировину, і мають загальне культурне коріння. Практика свідчить, що держава часто здійснює пряме втручання в економіку з метою підвищення конкурентоспроможності національного підприємництва та дискримінації конкурентів. У нових індустріальних країнах чинник впливу держави було значно змінено. Стимулювання розвитку нової структури у промисловості цих країн здійснюється державою за допомогою

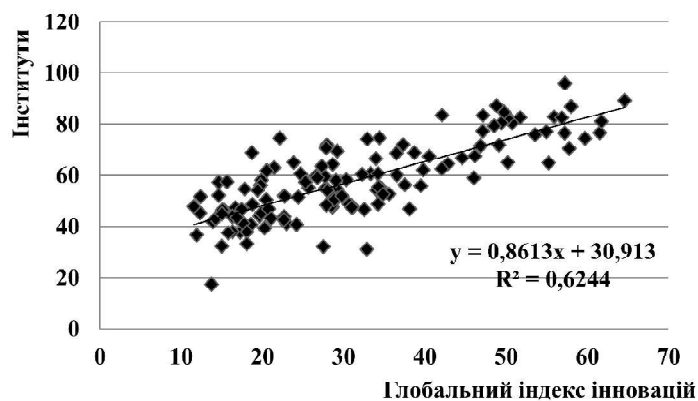


Рис. 1. Зв'язок між глобальним індексом інновацій та рівнем розвитку інститутів

Джерело: побудовано за матеріалами: [2].

розвиненого інституційного середовища — податкових пільг, кредитів з низьким відсотком, розвитку інфраструктури, проведення зовнішньоторговельних заходів тощо.

Протилежна картина спостерігається в Африці (лідирує в регіоні за Глобальним індексом інновацій ПАР, займає 61 місце, Ботсвана 86; Кенія 88) та в ряді країн Латинської Америки (Чилі 50 місце, Бразилія 54, Мексика 58), де переважає схильність до традиційного господарювання за рахунок розширення виробництва, головним чином видобувних галузей та сільського господарства. Але, як відомо, економічне зростання ціною посиленої експлуатації природних та трудових ресурсів, які можуть бути вичерпані, не може призвести країну до процвітання.

Розглядаючи різні інституційні індикатори, вчений В. Полтерович приходять до висновку, що в середньому відносно висока частка сировини в експорті при тому ж рівні душевого ВВП пов'язана з нижчою якістю інститутів [3]. Великий сектор видобутку природних ресурсів впливає не тільки на якість державного управління, рівень корупції, інвестиційний клімат, а й суттєво позначається на структурі економічних інститутів. У країнах, багатих на ресурси, як правило, велику роль відіграє державний сектор, серйозно модифікується бюджетний процес, більшого значення набуває державна політика стимулювання зростання, для реалізації якої потрібні свої інститути.

Якщо ж у країні існує розвинене інституційне середовище, воно дозволяє ефективно розпоряджатися наявними природними ресурсами. Так, стійке інноваційне зростання в Норвегії, яка активно експортує нафту, може пояснюватись високою якістю інститутів. Країна побудувала свою НІС, спираючись на сировинні переваги. В результаті вирости власні суд-

нобудівні компанії, які роблять нафтовидобувні платформи, сильний ІТ сектор. Аналогічне пояснення можна запропонувати і для інших розвинених країн, багатих на природні ресурси, таких, як Канада, Австралія. Причому, чим радикальніші та глибші прориви в науці та техніці, в технологіях та інформаційному забезпеченні, тим більше бізнес та суспільство покладають надію саме на державу, її ресурси та інститути.

Існує прямий зв'язок між рівнем розвитку ринкових інститутів (виражено інтегральним індексом інститутів) та ефективністю функціонування НІС (виражено глобальним індексом інновацій), про що свідчить Рис. 1.

В Таблиці 1 наведено ряд регресій, які відображають вплив окремих складових інституційного середовища на результативність НІС. До таких складових увійшли: політична та оперативна стабільність (political and operational stability, Україна посідає 121 місце серед 132 країн), ефективність уряду (government effectiveness, 90), якість законодавства (regulatory quality, 91), верховенство права (rule of law, 103), політики щодо ведення бізнесу (policies for doing business, 108) [5]. Рівень розвитку інститутів в Україні є досить низьким. Результативність НІС виражено через субіндекс результатів інновацій (innovation output sub-index), останній включає два індекси, що відображають результати знаннєві та технологічні (knowledge & technology outputs), результати творчої діяльності (creative outputs).

Як можна побачити за t-статистикою, всі змінні є значимими, тобто впливають. Інше питання на скільки. Якщо подивитися на коефіцієнти, то найбільше впливають: політична та оперативна стабільність; ефективність уряду; якість законодавства. Таким чином, якість та рівень розвитку інститутів визначають результативність НІС.

Таблиця 1. Регресії впливу складових інституційного середовища на результативність НІС

Показники	Коефіцієнти	Стандартна похибка	t-статистика	R-квадрат	F-критерій
Political and operational stability (POS)					
Y-перетин	-22,344	4,812	-4,642	0,516	132,40
Змінна POS	0,783	0,068	11,506		
Government effectiveness (GE)					
Y-перетин	-2,187	1,761	-1,241	0,774	426,11
Змінна GE	0,6238	0,030	20,642		
Regulatory quality (RQ)					
Y-перетин	4,558	1,637	2,783	0,729	334,32
Змінна RQ	0,532	0,029	18,284		
Rule of law (RL)					
Y-перетин	7,614	1,406	5,414	0,751	374,73
Змінна RL	0,488	0,025	19,358		
Policies for doing business (PDB)					
Y-перетин	9,314	3,409	2,732	0,285	49,45
Змінна PDB	0,447	0,063	7,032		

Джерело: проведено розрахунки за: [2].

Слід вказати, що в країнах, що успішно йдуть шляхом інноваційного розвитку, інститути державного управління вирішують такі важливі для бізнесу завдання, як зниження ризиків впровадження нової техніки, забезпечення доступу до інформації, допомога суб'єктам ринку у визначенні пріоритетів науково-дослідних розробок.

Держава як суб'єкт розвитку витрачає величезні кошти, різними способами знижуючи ризики та невизначеності, що пов'язані з розробкою та впровадженням нововведень, постійно відстежують ситуацію у високотехнологічних галузях та секторах промисловості та безпосередньо впливають на їх розвиток, розробляючи та реалізуючи відповідні державні стратегії та програми.

НІС є закономірним результатом попереднього індустріального розвитку країни [8]. Дієва система інститутів дозволила високорозвиненим країнам на основі наукомістких технологій забезпечити технологічні прориви. Це дозволяє підтримувати конкурентоспроможність своїх економік на високому рівні. Сучасні технології сприяють випуску продукції вищої якості та з вищими споживчими властивостями. Але, як відомо, інновація вимагає грошей, часу та зусиль на її розробку та впровадження. Крім того, інноваційний продукт пов'язаний зі значними ризиками, оскільки він може бути не прийнятий ринком, а отже, всі зусилля стануть марними. Тому вітчизняні підприємства не люблять займатися інноваціями. Їм простіше та дешевше купувати готові технології на Заході. Справді, купівля закордонного устаткування вигідніша підприємствам через його порівняльну ціну, способи оплати, високу якість, після продажного обслуговування.

Очевидно, недосконалість вітчизняних інноваційних інститутів проявляється у слабкій сприйнятливості економіки до нововведень. Однак, односторонній, експортно-сировинний ухил економіки загрожує збереженням технологічного відставання та створює реальну небезпеку для її економічної стійкості. Перед нашою країною стоїть завдання забезпечення сталого розвитку не лише за рахунок сировинних галузей та експорту їхньої продукції, а й, насамперед, за рахунок наукомістких виробництв, що дозволить, зрештою, сформувати інноваційну економіку.

Для формування повноцінної НІС необхідна реструктуризація академічної та галузевої науки, пошук найперспективніших форм їхньої інституційної організації. Слід вказати, що при формуванні НІС у нашій країні, характерна одноразова радикальна зміна системи інститутів. Про це свідчить швидке та безсистемне створення різноманітних технопарків, інкубаторів, венчурних фондів, особливих економічних зон. Однак для більшості з них не визначено належним чином цілі та завдання, основні напрямки діяльності та інструменти, критерії оцінки ефективності та моніторингу, критерії та процедури відбору проектів для підтримки.

Найважливішу роль для формування НІС грають як самі суб'єкти, так і відносини з-поміж них. Однак нині у нас недостатньо розвинені інститути, що стимулюють зв'язки між науковими, навчальними організаціями та інноваційними компаніями, між великими компаніями та малими і середніми інноваційними підприємствами.

Для того, щоб ринкові механізми відіграли свою позитивну роль у розвитку НІС, вони мають бути доповнені активною державною пол-

ітикою. Створення раціональної системи податкових пільг для інноваційної діяльності, урядові рішення та інші стимули визначають політику підприємців, фірм, інших організацій та, отже, визначають конкретні прояви інноваційної поведінки. Питання щодо права підприємств на результати інтелектуальної діяльності є досить серйозним. Наше правове середовище фактично блокує те нове, що вносить саме життя, а загалом є несприятливим для формування та розвитку ефективної інноваційної системи. У той же час необхідно стимулювати інноваційну діяльність, зняти бар'єри, що стримують. Для того, щоб підвищувати інноваційну сприйнятливість економіки та суспільства, знижувати адміністративні бар'єри, забезпечувати інноваційну безпеку, потрібно розвивати інститут інтелектуальної власності. Як зазначає вітчизняний вчений О. Ципліцька "чим пізніше країна стає на шлях інноваційного розвитку та модернізації в умовах кризових явищ, зокрема воєн, тим більшою має бути роль держави та створюваних нею інститутів у сприянні цим процесам" [13].

Таким чином, НІС є складною інституційною системою, її формування можливе шляхом розвитку інститутів інноваційної діяльності. У рамках інституційного середовища поки що не створено ефективних механізмів взаємодії державного та приватного бізнесу в ході реалізації інноваційних проектів, не вирішено завдань наскрізного безперервного фінансування всіх стадій інноваційного циклу, не створено передумов для розвитку венчурного бізнесу.

ВИСНОВКИ

НІС має не просто підтримуватись державою, а включати державу як ланку, компонент системи, активний її суб'єкт, який встановлює регламенти та здійснює координацію інноваційних процесів. Низька якість інститутів породжує відносно високу частку сировини в експорті країн, а односторонній, експортно-сировинний ухил загрожує збереженням технологічного відставання. Необхідний розвиток інститутів інноваційної інфраструктури, що служать зростанню інноваційної сприйнятливості економіки та суспільства, які стимулюють зв'язки між науковими, навчальними організаціями та інноваційними компаніями, між великими компаніями та малими і середніми інноваційними підприємствами. Удосконалення інститутів нормативно-правового забезпечення сприятиме інноваційному співробітництву держави, науки та вітчизняного бізнесу.

Створення системи інститутів, які сприяють інноваційному розвитку, передбачає забезпечення низьких інституційних бар'єрів виходу ринку, сприяє динамічній конкуренції, що дозволить ефективно використовувати ресурси, підвищити рівень наукомісткої продукції, стимулювати підприємців активно займатися інноваційною діяльністю та завершити формування НІС.

Література:

1. Edquist C. Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations. London: Pinter, 1997. 432 p.
2. Global Innovation Index 2022. URL: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2022-en-main-report-global-innovation-index-2022-15th-edition.pdf>
3. Polterovich V., Popov V. and Tonis A. Economic Policy, Quality of Institutions, and Mechanisms of Resource Curse. Publishing House of the Higher School of Economics, 2007. 102 p. URL: https://mpira.ub.uni-muenchen.de/22454/1/MPRA_paper_22454.pdf
4. Smith Adam. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. An electronic classics series publication. URL: <https://www.rrojasdatabank.info/Wealth-Nations.pdf>
5. Ukraine. Global Innovation Index 2022. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_2000_2022/ua.pdf
6. Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. 334 с.
7. Нетудихата К.Л. Національні інноваційні системи: інституційний аспект. Наукові праці. Економіка, 2015. Випуск 253. Том 265. С. 22—27.
8. Нетудихата К. А., Погромський В. О. Застосування концепції "Path dependence" в дослідженні структурної трансформації національної інноваційної системи України. Економічний простір. 2021. (176). С. 37—42. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/176-5>
9. Норт Д. Институты и экономический рост: историческое введение. М.: Начала-Пресс, 1993. С. 69—90.
10. Норт Д. Институции, институциональная змена, функционирование экономики. К.: Основы, 2000. 198 с.
11. Полтерович В. Принципы формирования национальной инновационной системы. Проблемы теории и практики управления. 2008. № 11. С. 8—19. URL: https://members.tripod.com/VM_Polterovich/ZaimstTechnSt-PolterovichProblUprFin.pdf
12. Чижиков Г. Сировинного експорту — більше, нових технологій і малого бізнесу —

менше. Що Україні треба міняти? Українська правда. 2020. 21 липня. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/07/21/663163/>

13. Ципліцька О. Стратегічні напрями державної політики відновлення та реструктуризації промисловості на інноваційній основі. Науковий вісник Міжнародної асоціації науковців. Серія: економіка, управління, безпека, технології. 2022. № 1 (2). <https://doi.org/10.56197/2786-5827/2022-1-2-2>

14. Экономика, основанная на знаниях: Уч. пособ. / Под общ. ред. А.А. Гапоненко. М.: Изво РАГС, 2006. 352 с.

References:

1. Edquist, C. (1997), Systems of Innovation: Technologies. Institutions and Organizations, Pinter, London, UK.

2. WIPO (2022), "Global Innovation Index 2022", available at: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2022-en-main-report-global-innovation-index-2022-15th-edition.pdf> (Accessed 28 may 2023).

3. Polterovich, V., Popov, V. and Tonis, A. (2007), Economic Policy, Quality of Institutions, and Mechanisms of Resource Curse, Publishing House of the Higher School of Economics, Russia, available at: https://mp.ra.ub.uni-muenchen.de/22454/1/MPRA_paper_22454.pdf (Accessed 28 may 2023).

4. Smith, A. (2005), "An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations", An electronic classics series publication, available at: <https://www.rrojasatabank.info/Wealth-Nations.pdf> (Accessed 28 may 2023).

5. WIPO (2022), "Ukraine. Global Innovation Index 2022", available at: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_2000_2022/ua.pdf (Accessed 28 may 2023).

6. Veblen, T. (1984), Teoriya prazdnogo klassa [Theory of the idle class], Progress, Moscow, Russia.

7. Netudykhata, K.L. (2015), "National innovation systems: institutional aspect", Naukovi pratsi. Ekonomika, vol. 253, no. 265, pp. 22—27.

8. Netudykhata, K. L., & Pohroms'kyj, V. O. (2021), "Application of the "Path dependence" concept in the study of structural transformation of the national innovation system of Ukraine", Ekonomichnyj prostir, vol. 176, pp. 37—42. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/176-5>.

9. Nort, D. (1993), Instituty i jekonomicheskij rost: istoricheskoe vvedenie [Institutes and economic growth: historical introduction], Nachala-Press, Moscow, Russia, pp. 69—90.

10. Nort, D. (2000), Instytutysii, instytutysijna zmina, funktsionuvannia ekonomiky [Institutions, institutional change, functioning of the economy], Osnovy, Kyiv, Ukraine.

11. Polterovich, V. (2008), "Principles of formation of the national innovation system", Problemy teorii i praktiki upravlenija, vol. № 11, pp. 8—19, available at: https://members.tri-pod.com/VM_Polterovich/ZaimstTechnSt-PolterovichProblUprFin.pdf (Accessed 28 may 2023).

12. Chyzhykov, H. (2020), "Export of raw materials — more, new technologies and small business — less. What should Ukraine change?", Ukrain's'ka Pravda, available at: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/07/21/663163/> (Accessed 18 may 2023).

13. Tsyplits'ka, O. (2022), "Strategic directions of the state policy of restoration and restructuring of industry on an innovative basis", Naukovyj visnyk Mizhnarodnoi asotsiatsii naukovtsiv. Seriia: ekonomika, upravlinnia, bezpeka, tekhnolohii, vol. 1(2). <https://doi.org/10.56197/2786-5827/2022-1-2-2>.

14. Гапоненко, А.А. (2006), Jekonomika, osnovannaja na znanijah: Uch. posob. [Economics based on knowledge: Study guide], RAGS, Moscow, Russia.

Стаття надійшла до редакції 29.05.2023 р.

<https://nayka.com.ua>

Електронне фахове видання

Ефективна
ЕКОНОМІКА

Виходить 12 разів на рік

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

e-mail: economy_2008@ukr.net

viber: +38 050 3820663

УДК 658.8

Л. М. Пронько,

к. е. н., доцент, декан факультету менеджменту та права,

Вінницький національний аграрний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5633-901X>

К. С. Токар,

аспірант кафедри адміністративного менеджменту та альтернативних джерел енергії,

Вінницький національний аграрний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1062-957X>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.11.44

МАРКЕТИНГ ВІДНОСИН ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ

L. Pronko,

PhD in Economics, Associate Professor, Vinnytsia National Agrarian University

K. Tokar,

Postgraduate student, Vinnytsia National Agrarian University

RELATIONSHIP MARKETING AS A TOOL OF COMPETITIVE MARKETING STRATEGY

Стаття присвячена розкриттю суті та ролі маркетингу відносин як інструменту конкурентоспроможної маркетингової стратегії підприємства. Метою дослідження є вивчення та обґрунтування важливості впровадження маркетингу відносин у діяльність підприємства для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності. У статті розглянуто термінологічні аспекти поняття маркетингу відносин, визначено основні передумови формування ефективного маркетингу відносин. У ході дослідження визначено основні чинники, за допомогою яких реалізуються конкурентні переваги і передумови їх створення, а також низку заходів, які можуть бути використані для управління маркетинговими відносинами. Схематично зображено та проаналізовано зв'язки між виробником, посередником і споживачем, описано елементи, які сприяють та перешкоджають їх успішному створенню. Визначено основні чинники, які безпосередньо впливають на формування лояльності споживача. Обґрунтовано визначну роль інструментів маркетингу відносин в формуванні партнерських відносин зі споживачами.

У статті розглянуто основні принципи маркетингу відносин та їх трактування у науковій думці зарубіжними вченими. Доведено, що конкурентоспроможність підприємства досягається за допомогою використання таких принципів маркетингу відносин яких: зосередження на довгостроковій взаємодії з споживачами та партнерами; зосередження на утриманні споживачів та певних споживчих сегментах; надання переваги якості; надання переваги розширеному комплексу маркетингу; важливість внутрішнього маркетингу як складової маркетингу відносин. У статті запропоновано додати до основних принципів маркетингу відносин наступні: орієнтація на споживача; відкритість та довіра; партнерство. Виділено низку заходів, що забезпечують підприємствам досягнення конкурентних переваг, серед яких: зниження собівартості продукції; підвищення її пріоритетності; зміна якості та технічних параметрів продукції; якісне сервісне обслуговування; виявлення недоліків товарів конкурента; впровадження інновацій; вплив на споживача шляхом проведення реклами; пошук нових сфер використання продукції тощо.

The article is devoted to revealing the essence and role of relationship marketing as a tool of a competitive marketing strategy of the enterprise. The purpose of the research is to study and substantiate the importance of implementing relationship marketing in the company's activities to ensure a high level of competitiveness. The article examines the terminological aspects of the concept of relationship marketing, defines the main prerequisites for the formation of effective relationship marketing. The research identifies the main factors by which competitive advantages are realized and the prerequisites for their creation, as well as a number of measures that can be used to manage marketing relations. The relationship between the producer, the intermediary and the consumer is schematically depicted and analyzed, and the elements that facilitate and hinder their successful creation are described. The main factors that directly affect the formation of consumer loyalty have been identified. The significant role of relationship marketing tools in the formation of partnership relations with consumers is substantiated. The article examines the main principles of relationship marketing and their interpretation in scientific thought by foreign scientists. It is proven that the competitiveness of the enterprise is achieved by using the following principles of relationship marketing, which include: focusing on long-term interaction with consumers and partners; focusing on consumer retention and certain consumer segments; providing quality preference; giving preference to an expanded marketing complex; the importance of internal marketing as a component of relationship marketing. The article proposes to add the following basic principles of relationship marketing: consumer orientation; openness and trust; partnership. A number of measures that ensure enterprises achieve competitive advantages have been identified, including: reduction of production costs; priority increase; change in the quality and technical parameters of products; quality service; identifying the shortcomings of the competitor's goods; implementation of innovations; impact on the consumer through advertising; searching for new areas to use a product, etc.

Ключові слова: маркетинг відносин; конкурентоспроможність; маркетингові інструменти; конкурентні переваги; маркетингова стратегія.

Key words: relationship marketing; competitiveness; marketing tools; competitive advantages; marketing strategy.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Побудова конкурентоспроможної маркетингової стратегії має вагоме значення для підприємства, а її впровадження — безліч переваг. Одним з провідних шляхів формування конкурентних переваг є удосконалення взаємовідносин з потенційними покупцями та постійними клієнтами. Беззаперечним є те, що в складних умовах сьогодення побудова та розвиток маркетингових відносин потребують часу та значних зусиль, що в перспективі призводить до більшої лояльності клієнтів, збільшення частки ринку та збільшення прибутку. З цієї причини створення якісної системи партнерських відносин, співробітництво та ефективне вирішення спірних питань завжди залишатимуться актуальними під час створення перспективних маркетингових взаємовідносин.

Таким чином, все частіше значна увага приділяється створенню взаємовигідних, довготермінових партнерських відносин між суб'єктами ринкової діяльності. Це вказує на те, що відбувається поступовий перехід від традиційної маркетингової стратегії до клієнтоорієнто-

ваної. Саме тому відбувається активне впровадження концепції маркетингу відносин у підприємницьку діяльність.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Обґрунтуванням необхідності виникнення та питанням впровадження маркетингу відносин у конкурентоспроможній маркетинговій стратегії, а також визначенням основних типів та закономірностей розвитку відносин між суб'єктами ринкової діяльності займалися такі видатні науковці: Ф. Котлер [6], Ж.-Ж. Ламбен [7], Болотна О.В. [1], Гаркавенко С.С. [3], Колотова Н.Б. [5], Шаповалова Е.П. [11] та ін. Аналіз праць науковців із теми дослідження показав, що здебільшого вже було отримано достатньо повне наукове осмислення значущості маркетингових відносин і будь-яке трактування цього поняття має право на існування та залишається актуальним і досі. Однак все ще існує термінологічна розбіжність щодо визначення та розуміння маркетингу відносин. Цей ланцюжок термінологічних і змістовних розбіжностей не дозволяє надалі повноцінно ви-

користувати інструменти реалізації концепції маркетингу відносин і тому вимагає поглибленого аналізу та уточнення змісту його складових.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою наукового дослідження є вивчення та обґрунтування важливості впровадження маркетингу відносин як інструменту конкурентоспроможної маркетингової стратегії підприємства.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕНЬ

В умовах мінливості та непередбачуваності впливу зовнішніх факторів ефективність виробництва та збуту продукції все більше залежить від характеру відносин між суб'єктами бізнес-середовища та узгоджуваності їх інтересів. Наявність численних проблем раціональної побудови організаційно-економічного механізму управління, інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності, використання сучасних методик планування та організації виробництва досить тісно пов'язана із недосконалістю маркетингової діяльності. На зайняття підприємством конкурентної ринкової позиції в сучасних умовах суттєво впливають процеси формування довгострокових, взаємовигідних відносин з учасниками маркетингового середовища. Побудова міцних стосунків із клієнтами вимагає відмінного обслуговування, глибокого розуміння бажань та потреб клієнтів, а також почуття довіри та лояльності.

Таким чином, підприємства можуть отримати постійних клієнтів, які з більшою ймовірністю рекомендуватимуть компанію іншим. Маркетинг відносин є потужним інструментом для забезпечення довгострокового успіху на сучасному конкурентному ринку. Це обумовлює актуальність науково-прикладних досліджень у сфері розробки та впровадження ефективного маркетингового інструментарію підприємств, зокрема, застосування концепції маркетингу відносин, з урахуванням принципів і особливостей розвитку відносин між суб'єктами ринку.

Дослідженням сутності маркетингу відносин займалися багато вчених, проте й дотепер єдине узагальнене визначення даного поняття відсутнє.

Фундаментальні дослідження маркетингу відносин були проведені у роботах Ф. Котле-

ра [6], в яких головне значення має створення довгострокових відносин зі споживачами та перехід від маніпулятивних дій до формування справжньої споживацької зацікавленості.

В свою чергу Дж. Гордон маркетинг відносин описує як безперервний процес визначення і створення нових цінностей при безпосередній участі індивідуального споживача, а потім сумісного отримання і розподілу вигоди від цієї діяльності.

Ж.-Ж. Ламбен [7] у своїх працях наголошував на тому, що маркетинг відносин є системою маркетингу, яка прагне встановити тривалі і конструктивні зв'язки з покупцями на відміну від маркетингу угод, що має більш короткострокову орієнтацію і направлений на негайні продажі.

В маркетингу відносин джерелом прибутку є клієнт, саме тому залучення нових клієнтів розглядається як проміжна мета. Підтримувати і розширювати коло споживачів — це головна мета в рамках встановлення взаємовигідних відносин.

Розглянемо погляди вітчизняних науковців щодо трактування змісту маркетингу відносин.

Гаркавенко С.С. розуміє маркетинг відносин як спрямованість маркетингової діяльності фірми на встановлення довгострокових, конструктивних, привілейованих стосунків з потенційними клієнтами [3].

Стрій Л.О. описує маркетинг відносин як філософію маркетингу, спрямовану на встановлення, підтримку і зміцнення взаємовигідних відносин співробітництва з усіма учасниками процесу планування, виробництва і розподілу товарів, послуг і інформації з метою забезпечення тривалого процвітання підприємства, підтримки і поліпшення благополуччя його партнерів, споживачів і суспільства в цілому [9].

Проаналізувавши перелік визначень, можна дійти до висновку, що маркетинг відносин розглядається, в першу чергу, як встановлення взаємодії між підприємством та споживачами на взаємовигідних умовах.

Для кращого розуміння основних рис та особливостей маркетингу відносин пропонуємо розглянути порівняльну характеристику концепцій маркетингу, що наведена у таблиці 1.

Отже, за допомогою таблиці 1 виділимо основні завдання маркетингу відносин:

— повне розуміння потреб та задоволення запитів споживачів;

Таблиця 1. Порівняльна характеристика концепцій маркетингу

Концепція	Засіб досягнення мети	Результат (кінцева мета)	Піклування про потреби
Концепція удосконалення виробництва	Нарощування масштабів виробництва, зниження собівартості товару	Досягнення високої ефективності виробництва продукції	Виробника
Концепція удосконалення товару	Модернізація товарів, удосконалення якості	Одержання прибутку за рахунок виробництва та збуту високоякісних товарів	Виробника
Концепція збуту	Комерційні зусилля	Одержання прибутку за рахунок зростання обсягу продажу	Продавця
Концепція маркетингу	Комплексні зусилля маркетингу	Одержання прибутку за рахунок задоволення потреб споживачів	Покупця, споживача
Соціально-відповідальний маркетинг	Досягнення балансу трьох факторів: прибуток фірми, потреби покупців, інтереси суспільства	Забезпечення бажаного задоволення цільової групи споживачів, добробуту суспільства, одержання прибутку підприємства	Покупця, виробника, суспільства
Маркетинг відносин	Матеріальні і моральні стимули, орієнтація на конкретних споживачів, структурні зв'язки для взаємодії з покупцем	Одержання прибутку за рахунок встановлення довгострокових тісних стосунків із споживачами і партнерами	Конкретного споживача, партнера

Джерело: узагальнено автором на основі: [2, 3, 10].

— налагодження довготривалих партнерських взаємовигідних відносин між підприємством та його споживачами;

— збереження довіри та позитивного відношення споживача до виробника;

— орієнтація підприємства на системну й комплексну співпрацю зі споживачем, постійне підтримання відносин зі споживачами;

— встановлення зворотного зв'язку зі споживачами (за допомогою безпосереднього спілкування, телефону, факсу, e-mail, чату, традиційної пошти);

— фокусування підприємства на високій якості обслуговування, що підвищує рівень довіри споживачів до якості продукції;

— застосування підприємством персоналізованого підходу до формування власної асортиментної політики як важливіших інструментів розвитку взаємовідносин зі споживачами;

— створення корпоративної філософії "орієнтація на клієнта", згідно якої співробітники підприємства мотивовані та відповідальні за побудову і поглиблення партнерських відносин зі споживачами [2, с.110].

Визначимо та охарактеризуємо основні складові маркетингу відносин:

1. Етична поведінка на ринку. Налагодження довготривалих партнерських відносин підприємств-виробників зі споживачами, залучення споживачів у процес створення продукту, просування і споживання в рамках нової кон-

цепції, постійне спілкування з лояльним клієнтом і сприйняття його "на рівних", з одного боку, відкриває багато можливостей для виробників товарів і послуг, а з іншого — вимагає дотримання певних зобов'язань етичного і соціального характеру. Маркетинг відносин передбачає "дзеркальні", рівноправні відносини.

2. Встановлення довіри. На основі особливостей маркетингу відносин між споживачами та виробниками товарів (надавачами послуг) формуються довготривалі, відкриті, тісні взаємовідносини. Підприємства постійно інформують споживача про стан товару (надання послуги), а споживач стає залученим у процес розробки товару (надання послуги) і через це є співвиконавцем і несе відповідальність за кінцевий результат [11, с.337].

3. Директ-маркетинг. Один з найефективніших підходів у маркетингових комунікаціях, який передбачає пряме спілкування з клієнтами. Його головна мета — сформулювати та розвинути у потенційного клієнта інтерес до послуг бренду, а серед основних переваг — можливість вимірювати результати кампаній.

4. Маркетинг в місцях продажу. Містить засоби маркетингових комунікацій, що включають елементи і прийоми рекламування, стимулювання продажу, особистий продаж, упаковку, фірмовий стиль та інші складові комплексу маркетингу, які використовуються на місці продажу для спонукання споживачів до купівлі.

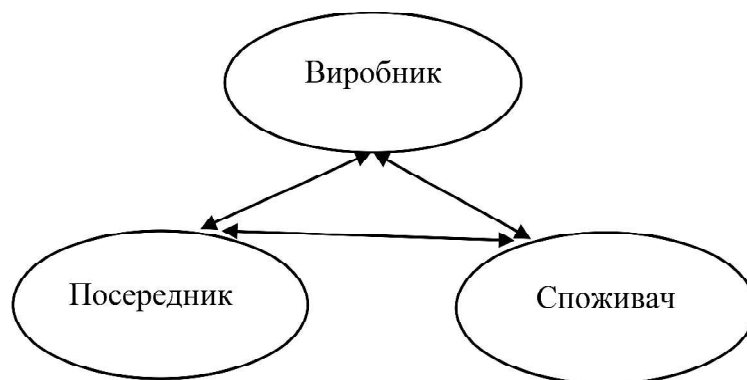


Рис. 1. Тристоронній зв'язок між виробником, посередником та споживачем

Джерело: розроблено автором на основі [8].

5. Виставки. Виставки, з позицій маркетингу, мають на меті вивчення попиту споживачів, рекламу, стимулювання збуту і випробування ціни товару. Виставка — це можливість у найкоротший термін і з найменшими витратами продемонструвати широкому колу потенційних споживачів свій продукт і, водночас, побачити та оцінити продукцію конкурентів та партнерів. Участь у виставці надає її учаснику унікальну можливість для встановлення безпосередніх і плідних контактів з потенційними покупцями, створює здорову обстановку для зустрічі з конкурентами.

6. Особистий підхід до кожного споживача. По суті, це спосіб комунікації бренду і споживача, заснований на побудові спілкування і продажів з урахуванням інтересів, потреб і цілей клієнта. Завдяки цьому споживач отримує тільки ті пропозиції, які йому дійсно цікаві і якими він готовий скористатися.

7. Event маркетинг. Вид маркетингу, спрямований на просування компанії та її продуктів за допомогою подій. Організація заходів чи участь у них підвищують впізнаваність бренду, допомагають продемонструвати свої можливості, знайти партнерів та побудувати міцні взаємини із покупцями.

8. Вірусний маркетинг. Вірусний маркетинг є технікою створення контенту, який швидко поширюється в Інтернеті. Такий контент непомітно транслює маркетингове повідомлення. Завдяки цьому в аудиторії не виникає враження "перегляду реклами", бо присутність бренду у таких повідомленнях зазвичай ледь помітна та не нав'язлива. Вірусним повідомленням може бути слоган, відеоролик, пісня, логотип. Таке повідомлення повинно емоційно "зацепити" потенційних споживачів настільки, щоб вони захотіли долучитися до його розповсюдження.

9. Простір із зануренням. Організація події з метою створення рекламного повідомлення,

занурення учасників акції в цінності і сутність бренду.

10. Інтернет-маркетинг. Великий комплекс дій та заходів для збільшення прибутку компанії, розширення ринку, популяризації бренду, залучення покупців та клієнтів у бізнес за допомогою Мережі та інтернет-технологій. Перевагами Інтернет-маркетингу вважаються інформативність, висока результативність у порівнянні з традиційною рекламою, велике охоплення цільової аудиторії.

Отже, створення та систематичне використання ефективної системи управління взаємовідносинами підприємств з клієнтами може бути джерелом додаткових конкурентних переваг, що дозволить підприємству займати лідируючі позиції на ринку, отримувати прибуток та сформувати максимальну цінність для кінцевого споживача.

Успішні компанії сьогодні роблять усе можливе для завоювання прихильності наявних та потенційних клієнтів. Для того щоб закріпитися на сучасному ринку, підприємствам необхідно не лише зосередитися на потребах споживачів, а й надати їм найвищу цінність. Хоча й більшість ринків досить стабільні, конкуренція з часом посилюється, тому вартість залучення нових споживачів зростає. Крім того, споживачі стають більш незалежними та вимогливими. Щоб залишатися конкурентоспроможним, сучасний бізнес повинен достатньо володіти інформацією про своїх клієнтів, розробляти нові бізнес-моделі, пропонувати нетрадиційні рішення. Ділові відносини або маркетингові відносини повинні бути укладені тільки тоді, коли вони сприяють стійкій конкурентній перевазі [10, с. 124].

Конкурентоспроможність підприємств, в умовах сучасного світу, який характеризується мінливістю, невизначеністю, складністю та неоднозначністю, пов'язана з новими можли-

востями їх розвитку. Перед підприємствами постає завдання швидкої адаптації та гнучкої поведінки, в тому числі в умовах глобалізації, необхідності розвитку менеджменту та гнучких комунікаційних процесів. Вирішення всіх цих завдань потребує від підприємств адаптивних якостей, які дозволяють швидко та якісно реагувати на ситуацію, бути мобільними, стресостійкими, володіти комунікативними навичками.

Маркетинг відносин заснований на побудові відносин не тільки із споживачами, але й усіма партнерами компанії. В основі побудови відносин із споживачами й партнерами є розуміння їх очікувань і потреб. У рамках маркетингу відносин можлива як двостороння, так і багатобічна комунікація.

За умови впровадження в роботу підприємства маркетингу відносин, підприємство вже не залишається сам на сам із конкурентом. Тому, що важливою частиною існування маркетингових відносин у процесі реалізації конкурентної стратегії є розвиток зв'язків між виробником, посередником і споживачем (рис. 1).

У цьому тристоронньому зв'язку ефективність відносин для будь-якого окремого учасника залежить від якості та сили співпраці між двома іншими. Тому, маркетинг відносин — це перспективна концепція організаційної взаємодії, зорієнтована на максимально ефективне використання особливостей довготривалої співпраці підприємства з його основними бізнес-партнерами, за рахунок чого досягається їх взаємопов'язаний спільний розвиток, який забезпечує ефект синергії для всіх учасників партнерства [8].

Маркетинг відносин сприяє розвитку зовнішніх партнерств, які задовольняють потреби бізнесу. Глибокі особисті, соціальні контакти допомагають вирішувати зовнішні питання у відносинах між виробниками та споживачами. Коли партнери працюють разом, то конкуренція між ними може бути корисною. Враховуючи ці чинники, робота з партнерами має зосереджуватися на здатності планувати і працювати разом так, щоб результат був продуктивним та орієнтувався на вирішення поставлених завдань [4, с. 91].

Доцільність побудови довготривалих партнерських відносин між підприємством та покупцем за допомогою реалізації клієнтоорієнтованих стратегій у рамках маркетингу відносин виражена такими перевагами для підприємства, як:

- підвищення ступеня довіри та лояльності клієнтів;
- збільшення кількості повторних покупок;
- зниження втрат покупців через невдоволеність;

- залучення нових покупців;
- поширення позитивної інформації про компанію серед споживачів;
- поліпшення іміджу компанії;
- підвищення конкурентоспроможності;
- підвищення прибутку за рахунок збільшення продажів і припливу клієнтів.

Для того, щоб підприємство мало можливість отримати вищенаведені переваги від застосування маркетингу відносин, йому необхідно дотримуватись таких умов:

1. Орієнтація на втримання існуючих клієнтів. Внаслідок того, що збільшення частки ринку й залучення нових споживачів стає усе дорожче, компаніям більш раціональніше використовувати потенціал уже наявної бази клієнтів і забезпечувати ріст продажів за рахунок збільшення частки споживання вже існуючими клієнтами.

2. Індивідуальні комунікації із клієнтами. Особистісне інтерактивне спілкування між споживачем та підприємством дозволяє останнім пропонувати продукти з урахуванням індивідуальних особливостей кожного споживача. З розвитком інформаційних технологій й Інтернету рішення цього завдання стало цілком реальним.

3. Співробітництво, засноване на відносинах, а не на продукті. У зв'язку з тим, що товари й послуги стають усе більш одноманітними, основою для формування й розвитку співробітництва між підприємством та споживачами його товарів (послуг) стають відносини. Споживачі сприймають підприємство як носія якоїсь ідеї, що має для них особливу цінність.

Метою маркетингу відносин є високий рівень задоволення потреб клієнтів протягом тривалого періоду, за допомогою надання їм довготривалих цінностей. При цьому вважається, чим більше споживач задоволений взаємовідносинами з підприємством та його товаром (послугою), тим більше ймовірно, що він стане прихильником підприємства [1, с. 249].

Розглянемо різні визначення принципів маркетингу відносин та їх інтерпретації у науковій думці.

К. Ебрат та М. Рассел визначають такі принципи маркетингу відносин:

- маркетинг відносин зосереджений на довгостроковій взаємодії, а не на окремих транзакціях і, як наслідок, на утриманні споживачів, а не на їх залученні;
- маркетинг відносин економічно обґрунтовує утримання споживачів, зосереджується на прибуткових споживачах та певних споживчих сегментах;

— у маркетингу відносин надається більша перевага якості, ніж у традиційній концепції маркетингу;

— оскільки традиційний комплекс маркетингу (4Р) недостатній для побудови тривалих взаємовідносин зі споживачами, тому у маркетингу відносин переважає розширений комплекс маркетингу;

— важливою складовою маркетингу відносин є внутрішній маркетинг [5, с.117].

На нашу думку, до перерахованих принципів маркетингу відносин можна додати наступні:

1. Орієнтація на споживача. Маркетинг відносин використовує індивідуальний підхід до кожного клієнта, швидко реагує на зміни їх потреб та вподобань.

2. Відкритість та довіра. Даний принцип відображає рівень впевненості однієї сторони маркетингових відносин в чесності та порядності іншої. Передбачає побудову тісних взаємовигідних відносин, з врахування інтересів кожної сторони.

3. Партнерство. Принцип партнерства має на меті встановлення більш тривалих та взаємовигідних відносин для усіх учасників маркетингових відносин.

Для забезпечення високої ефективності діяльності та розвитку підприємств-виробників в динамічних умовах ринкової економіки складно обійтися без маркетингу. У цілому маркетингова діяльність в підвищенні конкурентоспроможності підприємства та його продукції проявляється як двоєдиний і взаємопов'язаний процес: з одного боку, здійснюється постійне вивчення ринку з метою збуту продукції, з іншого — забезпечується вплив на нього, на формування попиту і пропозиції.

Конкретними показниками конкурентоспроможності при цьому виступають величини, розраховані на основі таких показників, як питома вага на ринку, імідж фірми, динаміка продажів тощо. Вказаний підхід відображає результат діяльності підприємства, який проявляється на ринку. Однак для отримання високого рівня конкурентоспроможності необхідно здійснювати ефективну маркетингову діяльність щодо його забезпечення.

Зважаючи на те, що в сучасних економічних умовах підприємствам — виробникам продукції — потрібно постійно відслідковувати зміни на ринку, актуальності набуває проблема впровадження в діяльність підприємства дієвої маркетингової стратегії, що здатна перетворити підприємство на лідера ринку.

Забезпечення стійких конкурентних позицій підприємств за допомогою маркетингу

відносин відбувається шляхом залучення нових клієнтів, покращення іміджу підприємства, підвищення ступеня довіри споживачів до продукції та до підприємства-виробника, та як наслідок підвищення прибутку за рахунок збільшення продажів та залучення нових клієнтів у конкурентному середовищі.

Розглядаючи підвищення конкурентоспроможності як довгостроковий процес, який здійснюється відповідно до обраної стратегії розвитку підприємства, можна виділити низку заходів, що забезпечують підприємствам досягнення конкурентних переваг, а саме: зниження собівартості продукції, підвищення її пріоритетності, зміна якості та технічних параметрів продукції, якісне сервісне обслуговування, виявлення недоліків товарів конкурента, впровадження інновацій, виявлення переваг власних товарів порівняно із замінниками, використання цінових факторів підвищення конкуренції, вплив на споживача шляхом проведення реклами, пошук нових сфер використання продукції тощо. Оскільки конкурентоспроможність виражає результат взаємодії всіх внутрішніх елементів системи (виробничих, економічних, науково-технічних) і зовнішніх відносин між підприємствами та їх партнерами, то для значного покращення результатів діяльності слід виходити за рамки бізнесу, використовуючи принципово нові управлінські рішення та стратегічні альтернативи.

ВИСНОВКИ

Результатом впровадження маркетингу відносин має бути сформований склад ринкових партнерів, співпраця із якими будується на принципах взаємовигідності та перспективності розвитку. Їх кількість повинна бути економічно обґрунтованою та достатньою для того, щоб сформувати максимальну цінність для кінцевого споживача. В умовах маркетингу відносин взаємозв'язки між суб'єктами ринку не повинні обмежуватися здійсненням операцій купівлі-продажу. Розуміння та вчасне реагування компанії на потреби споживачів може дати змогу побудувати більш тісніші зв'язки зі споживачами, а також сприяти зниженню витрат, збільшенню доходів і створенню стійких конкурентних переваг.

Таким чином, маркетинг відносин виступає інструментом конкурентоспроможної маркетингової стратегії, а підвищення конкурентоспроможності описує послідовність і взаємозв'язок необхідних заходів, підкреслює клієнтоорієнтовану спрямованість. Підприємства повинні цілеспрямовано та систематично

поглиблювати рівень маркетингової культури серед власних працівників, розвивати теоретичні та практичні навички у галузі маркетингу відносин та створювати всі необхідні умови для поглиблення кооперації підприємств.

Важливою складовою маркетингу відносин є формування лояльності та збільшення цінності як для споживачів, так і для партнерів на ринку на таких принципах, як: орієнтація на споживача, відкритість та довіра, взаємність, партнерство. У подальших працях варто детальніше розглянути вплив маркетингу відносин на діяльність підприємств різних функціонально-галузевих видів та нові інструменти маркетингу відносин. Впровадження результатів дослідження дозволить підприємствам успішно розвиватися на ринку.

Література:

1. Болотна О.В. Маркетинг взаємовідносин як сучасна концепція маркетингу. Траектория науки. 2015. № 2—3. С. 241—256.

2. Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Маркетинг відносин як сучасна концепція маркетингу. Економіка та управління підприємствами. 2017. Вип. 7. С. 107—113.

3. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2007. 720 с.

4. Головчук Ю.О., Дибчук Л.В. Маркетинг взаємовідносин як важливий елемент конкурентної маркетингової стратегії. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 43. С. 89—92.

5. Колотова Н.Б. Принципи маркетингу відносин інноваційних проєктів машинобудівних підприємств. Економічний аналіз. 2015. №2. С. 115—121.

6. Котлер Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филип Котлер / пер. с англ. Москва: Олимп-Бизнес, 2008. 198 с.

7. Ламбен Ж.-Ж., Чумпигас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок: учеб. для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования" / пер. с англ. под. ред. В. Б. Колчанова. Москва: Питер, 2014. 718 с.

8. Стадник В.В., Іжевський П.Г., Головчук Ю.О. Маркетинг взаємодії в розвитку інноваційного та ринкового потенціалу підприємства. Ефективна економіка. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6101> (дата звернення: 12.05.2023).

9. Стрій Л.О. Маркетингове управління на рубежі ХХІ століття: системне дослідження: монографія. Одеса: Астропринт, 2000. 304 с.

10. Струк Н.С. Концептуальні засади розвитку маркетингу партнерських відносин

підприємств. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 30 (1). С. 121—126.

11. Шаповалова Е.П. Концептуальні засади та інструменти етичного маркетингу в сфері банківських послуг. Економічний вісник НТУУ "КПІ". 2017. № 14. С. 375—380.

References:

1. Bolotna, O.V. (2015), "Relationship marketing as a modern marketing concept", *Trajectory of science*, vol. 2—3, pp. 241—256.

2. Borysenko, O.S. and Fisun, Yu.V. (2017), "Relationship marketing as a modern concept of marketing", *Ekonomika ta upravlinnia pidpryemstvamy*, vol. 7, pp. 107—113.

3. Harkavenko, S.S. (2007), *Marketing*, Libra, Kyiv, Ukraine.

4. Holovchuk, Yu.O. and Dybchuk, L.V. (2019), "Relationship marketing as an important element of a competitive marketing strategy", *Prychornomors'ki ekonomichni studii*, vol. 43, pp. 89—92.

5. Kolotova, N.B. (2015), "Principles of relationship marketing of innovative projects of machine-building enterprises", *Ekonomichnyj analiz*, vol. 2, pp. 115—121.

6. Kotler, F. (2008), *300 kluchevykh voprosov marketynha: otvechaet Fylypp Kotler [300 Key Marketing Questions Philip Kotler Answers]*, Olymp-Byznes, Moscow, Russia.

7. Lamben, Zh.-Zh. Chumpytas R. and Shulynh Y. (2014), *Menedzhment, oryentirovannyj na rynek [Market Oriented Management]*, Pyter, Moscow, Russia.

8. Stadnyk, V. Izhevskiy, P. and Holovchuk, J.O. (2018), "Marketing of interaction in management of the development of innovative potential of the firm", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 2, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6101> (Accessed 12.05.2023).

9. Strij, L.O. (2000), *Marketynhove upravlinnia na rubezhi KhKhI stolittia: systemne doslidzhennia [Marketing management at the turn of the 21st century: a systematic study]*, Astroprynt, Odesa, Ukraine.

10. Struk, N.S. (2018), "Conceptual foundations of development the marketing of business partnership of enterprises", *Prychornomors'ki ekonomichni studii*, vol. 30 (1), pp. 121—126.

11. Shapovalova, E.P. (2017), "Conceptual foundations and ethical marketing tools in banking services", *Ekonomichnyj visnyk NTUU "KPI"*, vol. 14, pp. 375—380.

Стаття надійшла до редакції 16.05.2023 р.

УДК 657:630*

Л. М. Дриманова,
аспірант другого року навчання, Вінницький національний аграрний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3854-1104>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.11.52

ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НЕДЕРЕВНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

L. Drymanova,
Postgraduate Student of the Second Year of Study, Vinnytsia National Agrarian University

PECULIARITIES OF ACCOUNTING OF NON— WOOD FORESTRY PRODUCTS IN UKRAINE

Стаття присвячена дослідженню особливостей бухгалтерського обліку недеревної продукції лісового господарства в Україні. Визначено переваги недеревної продукції лісівництва для підвищення прибутковості лісогосподарських підприємств. На основі даних Державної служби статистики України проаналізовано обсяги заготівлі недеревної лісової продукції в Україні у 2010—2021 рр. Встановлено, що проблемою обліку недеревної продукції лісового господарства на сучасному етапі розвитку є те, що офіційні дані про їх запаси за окремими регіонами та підприємствами відсутні. Виокремлено підходи до відображення недеревної продукції лісового господарства у бухгалтерському обліку та доведено, що таку продукцію слід відображати у складі поточних біологічних активів, оскільки вона відповідає критеріям визнання біологічних активів у системі бухгалтерського обліку. Проте рахунок 21 "Поточні біологічні активи" для цілей відображення недеревної продукції лісівництва потрібно у подальшому удосконалювати.

The article is devoted to the study of the peculiarities of the accounting of non-wood forestry products in Ukraine. The need for rational use of non— wood resources of forestry lands is substantiated, which will contribute to expanding the range of products of forestry enterprises, increasing their profitability and profitability, and providing the population with food and medicinal products. On the basis of the data of the State Statistics Service of Ukraine, the volumes of harvesting of non-wood forest products in Ukraine in 2010—2021 were analyzed. An assessment of the methodology of accounting for non-wood products of forestry, which should take into account the specifics of the forestry industry, was carried out. A feature of the accounting display of forest resources of wood origin is a long period of their cultivation, while forest products of non-wood origin are quickly renewable, their natural recovery period does not exceed one year. It has been established that the problem of accounting for non-wood forestry products at the current stage of development is that there are no official data on their stocks for individual regions and enterprises. Three approaches to the display of non— wood products of forestry in accounting are distinguished: non— wood products of forestry are non-current assets and should be identified as part of fixed assets; non-wood forestry products are a specific type of biological assets; non— wood products of forestry should be reflected in the composition of intangible assets as the right to use property. It has been proven that non-wood products of forestry can be accounted for as part of the company's assets, namely as part of current biological assets, since it meets the criteria for recognizing biological assets in the accounting system. In connection with the fact that forestry products of non-wood origin can bring economic benefits to the enterprise in the form of

additional profit, there is an objective need to include in the system of indicators of the production and economic activity of forestry enterprises the main economic indicators regarding the area of non-wood forest resources (by species), harvesting of forest products of non-wood origin on a par with other types of products.

Ключові слова: лісове господарство, лісові ресурси, недеревна продукція, біологічні активи, бухгалтерський облік, лісовий фонд.

Key words: forestry, forest resources, non-wood products, biological assets, accounting, forest fund.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Основною метою діяльності лісогосподарських підприємств, як і будь-яких інших суб'єктів господарювання, є максимізація прибутків та підвищення рентабельності діяльності. Сьогодні основними ресурсами лісового господарства в Україні вважаються деревні ресурси, тобто, це деревина різних порід, яку заготовляють у процесі головного та проміжного користування лісом, а також під час проведення інших рубок (прорубування трас, просік та інше). Саме на бухгалтерський облік деревних ресурсів, його проблеми та пошук методів їх вирішення спрямовані більшість сучасних наукових досліджень у зазначеній галузі. Проте, лісовий фонд України складається не тільки з деревних ресурсів, але також включає значну кількість ягідних, харчових, кормових, лікарських і медоносних рослин та грибів — недеревних ресурсів. Досліджуючи основні аспекти обліку продукції лісового господарства, вважаємо, що недеревні ресурси сьогодні залишаються поза увагою.

Відображення у обліку та подальша реалізація ягідної продукції, грибів, лікарських, медоносних та інших недеревних ресурсів забезпечить підприємствам лісової галузі не тільки додатковий прибуток без значних витрат на їх виробництво та реалізацію, але і підвищення рентабельності діяльності загалом. З огляду на вищевикладене, актуальність дослідження полягає у визначенні особливостей та економічної оцінки недеревної продукції лісового господарства на мікрорівні (їх раціональне вирощування, заготівля і реалізація, забезпечення додаткового джерела отримання прибутку лісогосподарським підприємствам) та макрорівні (задоволення людських потреб, комплексний розвиток лісового господарства України в цілому).

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Вагомий внесок у розвиток досліджень особливостей облікового відображення недеревної продукції серед всієї різноманітності

готової продукції лісового господарства внесли такі вітчизняні вчені, як В.В. Бокоч, Р.М. Гречаник, Н.С. Дружинська, В.М. Жук, О.І. Задорожна, І.В. Замула, Н.Г. Здирко, А.В. Мигаль, А.С. Осадчук, В.П. Рябчук, Т.М. Сторожук, М.М. Танасієва, О.В. Шавурська та інші.

Автором у попередніх дослідженнях визначено особливості продукції лісового господарства як категорії бухгалтерського обліку та запропоновано класифікацію продукції лісівництва для потреб бухгалтерського обліку у загальному [1; 2], а також визначено, що спеціалізовані форми первинного обліку продукції лісівництва концентруються навколо відображення інформації щодо господарських операцій, здійснених із лісовою продукцією деревного походження, для недеревної продукції такий спеціалізований первинний документ відсутній. Тому авторами розроблено форму первинного документу — Акту на збір та сортування недеревної продукції лісівництва, який дозволить удосконалити бухгалтерський облік недеревної продукції лісівництва та полегшити процес визнання такої продукції на підприємствах лісового господарства [3].

ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

Однак поза увагою дослідників сьогодні залишається недеревна продукція лісівництва, особливості її відображення у облікових документах суб'єктів господарювання та подальша реалізація для максимізації прибутку та підвищення рентабельності вітчизняних підприємств лісової галузі.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є дослідження особливостей ведення бухгалтерського обліку недеревних ресурсів лісового господарства в Україні.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Комплексне користування лісовими ресурсами забезпечує раціональність використання різноманітної продукції лісового господар-



Рис. 1. Заготівля недеревної лісової продукції у лісах Держлісагентства України у 2021 р.

Джерело: побудовано автором за даними [6].

ства, одночасно примножується екологічний потенціал та соціальне значення лісів в Україні. Сьогодні, згідно даних Державної служби статистики України, основною статтею доходу в лісовому господарстві є продукція від заготівлі деревини, яка становить майже 90—95% від загального обсягу, і лише 5—10% припадає на недеревну лісову продукцію (різні види ягід, лікарських і медоносних рослин, грибів тощо [4].

Зокрема до недеревної продукції лісового господарства є:

- дикорослі природні ресурси;
- більшість з них мають сезонний характер;
- їх поява або відсутність, а також інтенсивність плодоношення сильно залежать від природно-кліматичних та метеорологічних умов;
- потребують мінімум затрат на виробництво, але максимум затрат на охорону;
- є багаторічними або самовідновлюваними (самовисівними), однак їх поява і зникнення з року в рік є не завжди передбачуваними чи прогнозованими [5].

Інформація про наявні лісові ресурси недеревного походження може бути корисною для організації їх раціонального освоєння, що є вагомим додатковим джерелом підвищення доходності та прибутковості підприємств лісового господарства.

Вартість недеревної лісопродукції в окремих категоріях лісів перевищує вартість деревини. Недеревна продукція лісового господарства є вигідною для підприємств ще й тим, що їх природне відновлення зазвичай не перевищує одного року, при тому, що відновлення деревної лісопродукції може сягати більше 100 років.

Впродовж останніх років у лісах України спостерігається зростання обсягів спеціального використання недеревних лісових ресурсів, зокрема, заготівлі другорядних лісових матеріалів і побічних лісових користувань (заготівля дикорослих плодів, грибів, ягід, лікарських рослин). Але цей перспективний напрямок в Україні не реалізується у повній мірі й мало-розвинений у порівнянні з країнами ЄС. За 2021 р. надходження від недеревних ресурсів у Європі становили близько 4 млрд євро [6].

Протягом останніх років у лісовому господарстві України спостерігається зростання обсягів спеціального використання недеревної лісової продукції, зокрема, заготівля другорядних лісових матеріалів і побічних лісових користувань (заготівля дикорослих плодів, грибів, ягід, лікарських рослин тощо). Так, станом на 2021 рік у лісах Державного агентства лісових ресурсів України заготовлено 5065 т недеревної продукції: 3867 т ягід, 594 т деревних соків, 552 т грибів, 43 т лікарських рослин, 9 т горіхів (рис. 1).

Згідно даних статистичного збірника "Довкілля України", навпаки, простежується спадна тенденція обсягів заготівлі недеревної продукції лісового господарства протягом останніх років (табл. 1).

Таким чином, дані табл. 1 свідчать про постійне зниження обсягів заготівлі недеревної продукції лісового господарства. У 2020 р. спостерігається зростання заготівлі тільки лікарських рослин на 337 т, порівняно із показником 2010 р. Обсяги заготівлі всіх інших категорій недеревної лісопродукції показує тенденцію до зменшення, хоча в Україні існує значний потенціал заготівлі та реалізації такої про-

дукції. Потенційні обсяги заготівлі недеревної лісопродукції дозволять подальший розвиток цього напрямку господарської діяльності за умови сталого користування, постійного природного відновлення і забезпечать зростання прибутковості підприємств лісової галузі.

Основними причинами, що унеможливають вирішення завдань успішного використання недеревної продукції є знеособлення користування ресурсами лісу, відсутність конкретних користувачів лісовими угіддями і затверджених правил збору лісової продукції на усіх рівнях, невелика кількість переробних пунктів на місцях та надзвичайно застаріле обладнання, що використовуються для перероблення сировини. Суб'єкти підприємницької діяльності не проявляють інтересу до більш прибуткової переробки, що пояснюється, зокрема, високою капіталомісткістю переробної ланки і відсутністю маркетингових досліджень, які стосуються просування і реалізації готової продукції недеревного характеру [7, с. 175].

Дуже важливим для України є досвід країн ЄС, у яких сформований лісогосподарський сектор з повним циклом заготівлі й переробки недеревної продукції є конкурентоспроможним видом економічної діяльності, що слугує основою формування особистих доходів громадян та забезпечує розширення трудової зайнятості населення.

Проблемою обліку недеревної продукції лісового господарства на сучасному етапі розвитку є те, що офіційні дані про їх запаси за окремими регіонами та підприємствами відсутні. Недеревна продукція лісового господарства є особливими продуктами лісу і це впливає на можливість здійснювати організацію їх обліку та контролю. Незважаючи на це, нині недеревна лісопродукція є важливим джерелом постачання екологічно чистої сировини для харчової, фармацевтичної, парфумерної та інших галузей промисловості України, а також конкурентоспроможною експортною позицією [9].

Т.М. Сторожук та Н.С. Дружинська відзначають, що для визначення грибних, ягідних та інших площ недеревних лісових ресурсів необхідно здійснювати їх натурний облік в кварталах всіх лісових обходів, приймаючи до уваги площі поширення лише промислово значущих продуктів. Виявлення таких площ доцільно

Таблиця 1. Заготівля недеревної (другорядної) лісової продукції в Україні у 2010–2020 рр., т

Вид недеревної продукції	Роки							Відхилення, 2020/2010
	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Кора	3	6	23	9	66	40	.*	37**
Дикорослі плоди	121	71	64	9	8	15	14	-107
Гриби	474	68	215	665	262	438	54	-420
Ягоди	5731	3325	5379	2491	3799	2057	1672	-4059
Лікарські рослини	211	125	104	32	159	214	548	337
Деревні соки	2909	2390	2122	1276	1228	980	357	-2552
Сіно	2388	1142	1133	1247	733	1050	813	-1575
Горіхи	23	35	4	6	9	45	.*	22**
Деревна зелень	14	30	5	95	87	134	46	-32
Очерет	4212	4372	3425	2801	2073	1663	.*	-2549**

* дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України "Про державну статистику" щодо конфіденційності статистичної інформації.
** відхилення розраховані 2019 р. до 2010 р.

Джерело: узагальнено та розраховано автором за даними [8].

проводити за допомогою інвентаризації. Крім фактичного огляду території, можна використовувати спосіб анкетної інвентаризації шляхом опитування державної лісової охорони і місцевого населення з нанесенням отриманої інформації на карту за переважаючими видами [10, с. 261].

І.В. Замула, М.М. Танасієва та О.В. Шавурська погоджуються із попередніми авторами та стверджують, що ефективно управління лісовими ресурсами та продукцією лісового господарства можливе тільки у випадку наявності достовірної та повної інформації про ці природні ресурси. Бухгалтерський облік є інформаційною системою, що надає внутрішнім користувачам інформацію для прийняття ефективних управлінських рішень, що спрямовані на збереження, відтворення та раціональне використання лісових ресурсів [11, с. 27].

Методика бухгалтерського обліку лісових ресурсів повинна враховувати специфіку лісової галузі. Особливістю облікового відображення лісових ресурсів деревного походження є тривалий період їх вирощування. Тоді як лісова продукція недеревного походження є швидко відновлюваною, термін їх природного відновлення не перевищує одного року.

Головною умовою для відображення продукції лісового господарства у складі активів підприємства є можливість контролю за цією продукцією. Ще однією умовою визнання недеревної продукції лісового господарства у складі активів підприємства є можливість отримання економічних вигід від їх використання. Таким чином, недеревну продукцію лісівництва можна обліковувати у складі активів підприємства, проте, виникає проблема у складі яких саме активів необхідно її відображати.

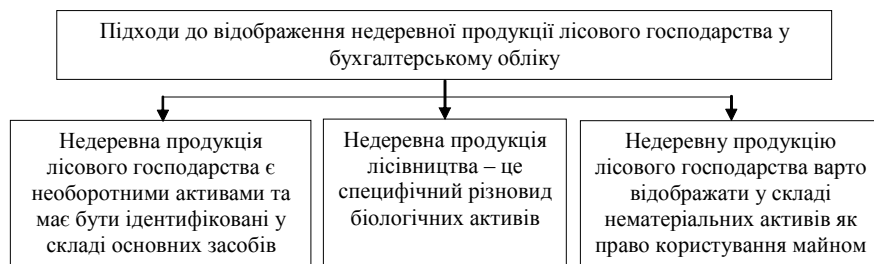


Рис. 2. Підходи до визнання недеревної продукції лісового господарства у бухгалтерському обліку

Джерело: удосконалено автором на основі [11, с. 37].

Сьогодні існує три підходи до можливості визнання недеревної продукції лісового господарства у складі активів (рис. 2).

О.І. Задорожна зазначає, що облік і контроль за наявністю і рухом недеревної продукції лісового господарства має свої особливості, оскільки ведеться не на рахунку 26 "Готова продукція", а на рахунку 20 "Виробничі запаси" на субрахунку 209 "Інші матеріали", що свідчить про втрату її позицій серед іншої продукції лісогосподарських підприємств. Вона, в основному, використовується для власних потреб (для ведення мисливського господарства) та для реалізації працівникам підприємства в рахунок зарплати. Проте деякі види продукції (ягоди, аронія, шипшина, ліксовина та ін.) користуються значним попитом серед різних покупців та замовників [12]. Відображення в системі рахунків бухгалтерського обліку реалізації недеревної продукції лісового господарства покупцям, замовникам та працівникам лісогосподарського підприємства наведено в табл. 2.

Погоджуємося з підходом, згідно якого недеревна продукція лісівництва відображається

Таблиця 2. Кореспонденція рахунків облікового відображення реалізації недеревної продукції лісового господарства

№ з/п	Зміст господарської операції	Кореспондуючі рахунки	
		Дебет	Кредит
1	Відвантажено недеревну продукцію лісового господарства	36	70
2	Отримано грошові кошти від реалізації недеревної продукції лісового господарства	30, 31	36
3	Відображено вартість виданої недеревної продукції лісового господарства працівникам у рахунок їх оплати праці	66	70
4	Списано собівартість реалізованої недеревної продукції лісового господарства	90	20
5	Віднесено собівартість реалізованої недеревної продукції лісового господарства на фінансові результати	79	90

Джерело: сформовано автором.

у бухгалтерському обліку як специфічний різновид біологічних активів. Виокремимо ознаки, які, на нашу думку, визначають відповідність недеревної продукції лісового господарства критеріям облікового визнання біологічних активів:

— підприємство здійснює управління недеревною продукцією лісового господарства та контроль за їх використанням;

— підприємство отримує в майбутньому економічні вигоди, пов'язані з використанням недеревної продукції лісівництва у господарській діяльності;

— можливість до біологічної трансформації, тобто недеревній продукції лісового господарства, віднесеній до біологічних активів, властиві процеси росту, дегенерації та відтворення, які призводять до якісних та кількісних змін у цих активах;

— площа лісової ділянки збирання недеревної продукції лісівництва відповідає законодавчо визначеним нормам (згідно Лісового кодексу України [13], до лісового фонду належать лісові ділянки, в тому числі захисні насадження лінійного типу, площею не менше 0,1 га. До лісового фонду не відносяться зелені насадження в межах населених пунктів (парки, сади, сквери, бульвари тощо), які не включені у встановленому порядку до лісів; окремі дерева і групи дерев, чагарники на сільськогосподарських угіддях, присадибних, дачних і садових ділянках);

— грошова вартість активу може бути достовірно визначена.

Таким чином, всі вищенаведені ознаки недеревних ресурсів лісового господарства визначають можливість їх облікового відображення у складі біологічних активів лісогосподарських підприємств. З огляду на це, методичним забезпеченням бухгалтерського обліку недеревної продукції лісівництва мають виступати норми, означені в П(С)БО 30 "Біологічні активи" [14],

МСФЗ 41 "Сільське господарство" [15] та Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку біологічних активів [16].

Отже, збереження, раціональне використання та відтворення недеревної продукції лісового господарства має базуватися на якісній та достовірній інформації, що формується у системі бухгалтерського обліку. Проаналізувавши існуючі підходи до визнання та

облікового відображення лісової продукції недеревного походження, вважаємо, що такої продукції на підприємствах лісового господарства України відводить мало уваги або вона не враховується взагалі. Хоча, у більшості випадків економічні вигоди від реалізації недеревної продукції лісівництва перевищують економічні вигоди від реалізації продукції деревного походження, що підтверджується також досвідом ЄС, де недеревній продукції лісу відводиться вагоме значення.

Здійснивши аналіз існуючих підходів до облікового відображення недеревної продукції лісового господарства, погоджуємося, що дану продукцію слід відносити до біологічних активів, а не до необоротних активів (основних засобів) чи нематеріальних активів. Підтверджують необхідність відображення у системі бухгалтерського обліку недеревної продукції лісівництва саме у складі біологічних активів виокремлені нами ознаки такої продукції, що відповідають критеріям біологічних активів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження особливостей бухгалтерського обліку недеревної продукції лісового господарства дозволяє зробити висновок, що система планування та обліку зазначеної продукції потребує подальшого вдосконалення. Інформація про недеревну продукцію важлива з огляду планування їх раціонального освоєння і контролю за її рухом. У зв'язку з тим, що продукція лісівництва недеревного походження може принести підприємству економічні вигоди у формі додаткового прибутку, виникає об'єктивна необхідність включити до системи показників виробничо-господарської діяльності підприємств лісового господарства основні економічні показники щодо площ розміщення недеревних лісових ресурсів (за видами), заготівлі лісової продукції недеревного походження нарівні з іншими видами продукції. Облікове відображення недеревної продукції лісового господарства пропонуємо здійснювати на рахунку 21 "Поточні біологічні активи", оскільки дана продукція відповідає всім критеріям визнання у складі таких активів.

Література:

1. Зdirko Н.Г., Дриманова Л.М. Класифікація та оцінка продукції лісівництва для потреб бухгалтерського обліку. Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 11—12. С. 26—31. DOI: 10.32702/2306-6814.2022.11-12.26.
2. Зdirko Н.Г., Дриманова Л.М. Особливості лісових ресурсів як категорії бухгалтерсь-

кого обліку. Ефективна економіка. 2022. № 6. DOI: 10.32702/2307-2105.2022.6.9. URL: <https://payka.com.ua/index.php/ee/article/view/95/97> (дата звернення: 23.04.2023).

3. Дриманова Л.М. Документування надходження і руху готової продукції в лісгосподарських підприємствах: проблеми та шляхи вирішення. Економіка та суспільство. 2023. № 49. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-69>. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2343/2264> (дата звернення: 21.04.2023).

4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 23.04.2023).

5. Недеревні ресурси. Еко Інформ. URL: <https://ekoinform.com.ua/?p=6191> (дата звернення: 11.04.2023).

6. Ліси Європи. Лісівник. URL: <https://www.forester.org.ua/lisy-yevropy-2/> (дата звернення: 18.04.2023).

7. Бандерич В. Недеревна продукція (НП) лісгосподарських земель як складова ресурсного потенціалу. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2016. № 2 (6). С. 173—179.

8. Довкілля України-2021: статистичний збірник. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2022/zb/11/zb_dovkillia_-2021.pdf (дата звернення: 18.04.2023).

9. Недеревні ресурси. Відкритий ліс. URL: <https://www.openforest.org.ua/130402/#:~:text=%D0%94%D0%BB%D1%8F%20%D1%97%D1%85%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%B2%D0%B8%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D1%80%D1%96%D0%B1%D0%BD%D1%96%20%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BD%D1%96,%E2%80%9310%25%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BF%D0%B0%D0%B4%D0%B0%D1%94%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%9D%D0%9B%D0%9F> (дата звернення: 21.04.2023).

10. Сторожук Т.М., Дружинська Н.С. Недеревні лісові ресурси. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2015. Вип. 10. С. 260—263.

11. Замула І.В., Танасієва М.М., Шавурська О.В. Бухгалтерський облік, аналіз і аудит лісових ресурсів і витрат на їх відтворення та використання: монографія. Житомир, 2021. 257 с.

12. Задорожна О.І. Облік та економічна оцінка побічної продукції лісового господарства.

URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/1357/1/2.pdf> (дата звернення: 18.04.2023).

13. Лісовий кодекс України: Закон України від 21.01.1994 р. № 3852-XII (Редакція від 23.03.2023, підстава — 2952-IX). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3852-12#Text> (дата звернення: 18.04.2023).

14. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 30 "Біологічні активи": Наказ Міністерства фінансів України від 18.11.2005 р. № 790. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05#Text> (дата звернення: 15.04.2023).

15. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 41 (МСБО 41) "Сільське господарство". URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_027#Text (дата звернення: 15.04.2023).

16. Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку біологічних активів: Наказ Міністерства фінансів України від 29.12.2006 р. № 1315. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1315201-06#Text> (дата звернення: 15.04.2023).

References:

1. Zdyrko, N.H. and Drymanova, L.M. (2022), "Classification and assessment of forestry products for accounting purposes", *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol. 11—12, pp. 26—31. DOI: 10.32702/2306-6814.2022.11-12.26.

2. Zdyrko, N.H. and Drymanova, L.M. (2022), "Peculiarities of forest resources as a category of accounting", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 6, available at: <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/95/97> (Accessed 23 April 2023).

3. Drymanova, L.M. (2023), "Documenting the receipt and movement of finished products in forestry enterprises: problems and solutions", *Ekonomika ta suspil'stvo*, [Online], vol. 49, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2343/2264> (Accessed 21 April 2023).

4. Official website of the State Statistics Service of Ukraine (2023), available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 23 April 2023).

5. Eco Inform (2022), "Non-wood resources", available at: <https://ekoinform.com.ua/?p=6191> (Accessed 11 April 2023).

6. Forester (2022), "Forests of Europe", available at: <https://www.forester.org.ua/lisy-yevropy-2/> (Accessed 18 April 2023).

7. Banderych, V. (2016), "Non-timber products (NP) of forestry lands as a component of resource potential", *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*, vol. 2 (6), pp. 173—179.

8. State Statistics Service of Ukraine (2021), "Environment of Ukraine-2021: statistical collection", available at: https://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2022/zb/11/zb_dovkillia_2021.pdf (Accessed 18 April 2023).

9. Open forest (2023), "Non-wood resources", available at: <https://www.openforest.org.ua/130402/#:~:text=%D0%94%D0%BB%D1%8F%20%D1%97%D1%85%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%B2%D0%B8%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D1%80%D1%96%D0%B1%D0%BD%D1%96%20%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BD%D1%96,%E2%80%93%25%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BF%D0%B0%D0%B4%D0%B0%D1%94%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%9D%D0%9B%D0%9F> (Accessed 21 April 2023).

10. Storozhuk, T.M., and Druzhynska, N.S. (2015), "Non-timber forest resources", *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment*, vol. 10, pp. 260—263.

11. Zamula, I.V., Tanasiieva, M.M. and Shavurska, O.V. (2021), *Bukhhalterskyi oblik, analiz i audyt lisovykh resursiv i vytrat na yikh vidtvorennya ta vykorystannia* [Accounting, analysis and audit of forest resources and costs of their reproduction and use], Zhytomyr, Ukraine.

12. Zadorozhna, O.I. (2008), "Accounting and economic assessment of forestry by-products", available at: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/1357/1/2.pdf> (Accessed 18 April 2023).

13. The Verkhovna Rada of Ukraine (1994), "Forest Code of Ukraine", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3852-12#Text> (Accessed 18 April 2023).

14. Ministry of Finance of Ukraine (2005), "National regulation (standard) of accounting 30 "Biological assets", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05#Text> (Accessed 15 April 2023).

15. Ministry of Finance of Ukraine (2012), "International Accounting Standard 41 (IAS 41) "Agriculture", available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_027#Text (Accessed 15 April 2023).

16. Ministry of Finance of Ukraine (2006), "Methodological recommendations on the accounting of biological assets", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1315201-06#Text> (Accessed 15 April 2023).

Стаття надійшла до редакції 15.05.2023 р.

УДК 631.11:334.722:005.334

В. В. Лукашик,
аспірант кафедри обліку та оподаткування в галузях економіки,
Вінницький національний аграрний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7789-9566>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.11.59

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВАДЖЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ВИСОКОГО РІВНЯ РИЗИКІВ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

V. Lukashik,
Postgraduate student of the Department of Accounting and Taxation
in the Fields of Economy, Vinnitsia National Agrarian University

PECULIARITIES OF THE IMPLEMENTATION OF BUSINESS PROCESSES BY AGRICULTURAL ENTERPRISES IN CONDITIONS OF A HIGH LEVEL OF RISKS AND UNCERTAINTY

Дана стаття розглядає особливості провадження бізнес-процесів сільськогосподарськими підприємствами в умовах високого рівня ризиків та невизначеності. Сільське господарство є складним сектором, де підприємства стикаються з багатьма факторами, що можуть впливати на їхню діяльність, такими як кліматичні зміни, ринкові коливання, погодні умови та інші. Стаття аналізує різні аспекти, які впливають на бізнес-процеси сільськогосподарських підприємств у контексті високого рівня ризиків та невизначеності. Розглядаються питання управління ризиками, стратегічного планування, фінансового управління, маркетингу та інших аспектів сільськогосподарського бізнесу. Стаття також наголошує на необхідності розвитку компетенцій у сфері аналізу та прийняття рішень з урахуванням ризиків та невизначеності. Автори висвітлюють практичні рекомендації та підходи, які можуть допомогти сільськогосподарським підприємствам ефективно управляти ризиками та невизначеністю.

This article examines the peculiarities of the implementation of business processes by agricultural enterprises in conditions of a high level of risks and uncertainty. Agriculture is a complex sector where businesses face many factors that can affect their operations, such as climate change, market fluctuations, weather conditions and others. The article analyzes various aspects that affect the business processes of agricultural enterprises in the context of a high level of risks and uncertainty. Issues of risk management, strategic planning, financial management, marketing and other aspects of agricultural business are considered. The article also emphasizes the need to develop competencies in the area of analysis and decision-making taking into account risks and uncertainties. The authors highlight practical recommendations and approaches that can help agricultural businesses effectively manage risks and uncertainties. Agribusiness is one of the key sectors of the Ukrainian economy, but its development is accompanied by a high level of risks and uncertainty. These factors can significantly affect the success of a business and its profitability. In this regard, it is important for enterprises in the agricultural sector to manage risks and uncertainties in business processes in order to ensure the sustainability and efficiency of their activities. This article will consider the main problems faced by agribusiness enterprises in conditions of high risk and uncertainty, and will also offer recommendations for their management.

Risks in agribusiness during the war in Ukraine are an extremely relevant topic, since the conflict has a significant impact on all areas of the country's economy, in particular on the agricultural sector, which is one of the main pillars of the national economy. In particular, the war leads to a decrease in production volumes and a decrease in the efficiency of agribusiness, an increase in the cost of resources and a decrease in their availability, a loss of sales markets and an increase in security risks. Of course, this creates significant challenges and requires a responsible strategy for conducting business in wartime.

Ключові слова: бізнес-процеси, ризики, невизначеність, управління ризиками.

Keywords: business processes, risks, uncertainty, risk management.

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

Під час війни в Україні, агробізнес стикається зі значними ризиками та невизначеністю, що

може негативно вплинути на його фінансову стійкість та прибутковість. Потенційні ризики включають в себе втрати майна, зниження обсягів виробництва та втрату ринків збуту, високі витрати на захист від ворожих дій, непередбачувані зміни законодавства та регулюван-

ня, конфіскацію майна та інші негативні наслідки війни. Отже, потрібні детальні дослідження спрямовані на аналіз ризиків, для забезпечення ефективного управління аграрним бізнесом в умовах воєнного конфлікту.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Тему бізнес-процесів сільськогосподарських підприємств описували багато авторів. Наприклад, Іванова О. М. досліджує вплив ризиків на ефективність сільськогосподарських підприємств і розробляє стратегії ризик-менеджменту для їх зменшення. Петренко В. С. — автор, який зосереджується на аналізі фінансових ризиків, пов'язаних зі змінами валютних курсів, і пропонує рішення для їх управління. Коваленко Н. І. вивчає вплив зовнішніх факторів, таких як зміни кліматичних умов і екологічні ризики, на аграрні підприємства та розробляє стратегії адаптації до них.

ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою цієї статті є розгляд актуальної проблеми ризиків в агробізнесі та ідентифікація головних негативних факторів, які впливають на аграрний сектор. Також будуть розглянуті можливі шляхи запобігання та зменшення ризиків в агробізнесі, які допоможуть забезпечити стійкість та успішну роботу аграрних підприємств навіть у період воєнного стану.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Агробізнес є галуззю, яка піддається впливу різноманітних ризиків та невизначеності. Незалежно від розміру та типу підприємства, аграрний сектор зустрічається з чисельними чинниками, які можуть негативно впливати на його діяльність.

Сільськогосподарське виробництво є галуззю, яка значно залежить від природно-кліматичних умов. Відтак, однією з основних проблем є ризики клімату, які можуть привести до втрат урожаю. Нестабільні погодні умови, посуха, зливи та інші природні катаклізми можуть впливати на врожай та спричиняти значні втрати.

Крім того, сільськогосподарська діяльність нерозривно пов'язана з живими організмами (рослинами і тваринами), які піддаються нега-

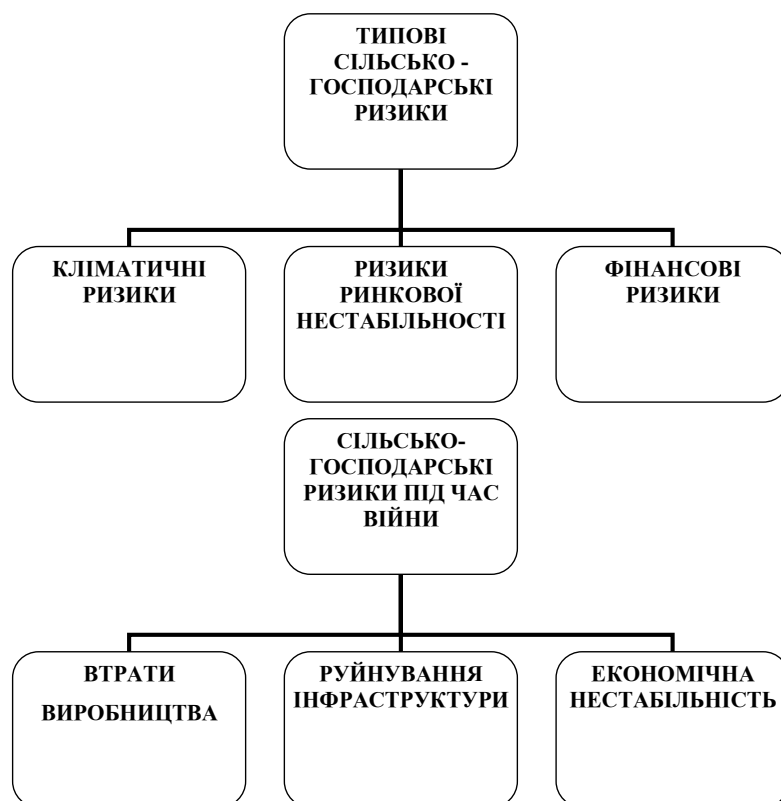


Рис. 1. Типи сільськогосподарських ризиків

Джерело: сформовано автором.

тивному впливу патологічних факторів, що спричиняє значні втрати бізнесу.

Агратне виробництво є однією із провідних галузей у сфері експорту продукції. Україна, до повномасштабного вторгнення, чотири роки поспіль оновлювала історичні рекорди агратного експорту. За підсумками 2021 року Україна експортувала агропродовольства на суму \$27,9 млрд., майже на 25 % перевищивши рекордний показник 2020 року у \$22,4 млрд. У 2022 ця тенденція могла б продовжитися, але через воєнний стан Україна експортувала на суму 23,6 млрд., що на 15% менше, ніж у 2021 році. Не зважаючи на це, минулорічний показник експорту став другим за часів незалежності України [5].

Тому, ще однією проблемою є ризик валютних коливань, оскільки агробізнес значною мірою залежить від експорту своєї продукції. Зміна курсів валют може впливати на ціни на продукцію та знижувати прибутковість підприємства.

Також, аграрний сектор стикається з ризиком зміни законодавства та регулювання у галузі землекористування, що може впливати на планування та розвиток діяльності підприємства.

Невизначеність щодо ринкових умов та попиту на продукцію є також серйозною пробле-

мою для аграрних підприємств. Несподівані зміни в економічному та політичному середовищі можуть впливати на попит на продукцію та ціни на неї.

Умови війни та воєнного стану значно ускладнили діяльність сільськогосподарських підприємств. Це призвело до виникнення низки проблем, з якими суб'єкти господарювання не стикалися раніше. Якщо підприємство знаходиться на тимчасово окупованій території, то ведення сільськогосподарського бізнесу стає майже неможливим. Якщо ж підприємство діє на території, де не ведуться активні бойові дії, то основними проблемами є матеріально-технічне забезпечення посівної кампанії та виробничої діяльності у тваринництві, ускладнений збут продукції, відтік кадрів, вилучення техніки для військових потреб, пошкодження виробничих потужностей та інфраструктури через воєнні дії. Крім того, держава змушена збільшити свої видатки на військові та гуманітарні потреби, що призводить до змін в системі оподаткування бізнесу [2].

Актуальною проблемою агробізнесу є ризики оподаткування під час війни в Україні, які можуть бути значно підвищені через низку чинників. По-перше, війна призводить до економічної нестабільності, зниження виробництва та втрати ринків збуту. Це може призвести до скорочення прибутків і підвищення податкових ризиків для агробізнесу. По-друге, війна може призвести до змін в правових та регуляторних рамках оподаткування, що може створити додаткові вимоги та обмеження для підприємств. Наприклад, збільшення податкових ставок, зміни у вимогах до звітності та контролю, а також розширення обсягів аудиту. По-третє, війна може призвести до погіршення умов бізнесу, зокрема зниження рівня життя та доходів населення, що може призвести до зменшення попиту на агропродукцію та, відповідно, до скорочення доходів підприємств. Війна може призвести до збільшення ризику корупції, що може вплинути на податковий ризик підприємств. Наприклад, нечесні податкові інспекції можуть вимагати хабарі для того, щоб не застосовувати надмірні штрафи або не затримувати повернення ПДВ.

Додатковими ризиками оподаткування агробізнесу під час війни в Україні є:

1) Збільшення податкового навантаження: умови війни можуть привести до збільшення податкового тягарю на агробізнес. Наприклад, держава може ввести нові податки або збільшити ставки на існуючі податки, щоб зібрати більше грошей на забезпечення оборони.

2) Затримки у поверненні ПДВ: війна може призвести до затримок у поверненні ПДВ, що може створити проблеми зі збереженням ліквідності для агробізнесу. Це може стати причиною збитків та фінансових втрат.

3) Невизначеність законодавства: воєнний стан може створити невизначеність у законодавстві, що стосується оподаткування агробізнесу. Це може призвести до ситуацій, коли підприємства не можуть точно визначити, які податки і яку суму їм потрібно сплатити, що може спричинити правові ризики та штрафи.

4) Необхідність сплачувати внески на соціальне страхування: агробізнес зобов'язаний сплачувати внески на соціальне страхування для своїх працівників. Умови війни можуть збільшити ці внески, що може стати додатковим фінансовим обтяженням для агропідприємств.

5) Ризик аудиту: Умови війни можуть призвести до більш високого рівня аудиту оподаткування для агробізнесу. Це може бути пов'язано зі збільшенням контролю з боку держави через необхідність збірки більшої кількості коштів на оборону [3].

Іншими проблемами в агробізнесі України є недостатня інфраструктура, відсутність доступу до фінансування, недосконалість законодавства, складнощі з продажем продукції на зовнішніх ринках, високі ризики вирощування культур та тварин в зв'язку з кліматичними змінами та природними катастрофами.

Недостатнє використання сучасних технологій та інформаційних систем може призвести до помилок в прийнятті рішень та неповної оптимізації процесів виробництва [6].

З урахуванням всіх цих проблем, компанії в агробізнесі повинні розробляти стратегії управління ризиками та невизначеністю, що допоможе зменшити вплив негативних факторів на бізнес. Такими стратегіями можуть бути використання страхування, диверсифікація виробництва та продажу продукції, застосування сучасних технологій та високоякісного наукового обґрунтування рішень [1].

Ризик — це можливість того, що подія з негативним наслідком відбудеться в майбутньому. У бізнесі ризик може бути пов'язаний з втратою прибутку, затратами, юридичними проблемами, погіршенням репутації компанії та іншими факторами.

Невизначеність — це неможливість передбачити або оцінити ризики або наслідки події в майбутньому. У бізнесі невизначеність може бути пов'язана зі змінами в законодавстві, нестабільністю на ринку, зміною попиту на товар або послугу та іншими факторами.

У своїй роботі Шемет О.М. та Дубовик М.Л. описують термін невизначеність як: "стан, коли немає точної, чіткої або передбачуваної інформації, що викликає незнання, невизначеність результатів або непередбачуваність наслідків прийняття рішень або виконання дій" [4].

Фактори, які впливають на агробізнес, можуть бути поділені на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх факторів можна віднести:

- наявність кваліфікованого персоналу;
- якість виробництва та збірки продукції;
- наявність техніки та обладнання;
- стан земельних ділянок;
- фінансова стабільність компанії.

До зовнішніх факторів можна віднести:

- кліматичні умови;
- економічну ситуацію в країні;
- політичну стабільність;
- законодавство, яке регулює діяльність сільськогосподарських підприємств;
- конкуренцію на ринку;
- військовий конфлікт на території держави [6].

Кожен з цих факторів може впливати на ризики та невизначеність у агробізнесі. Наприклад, нестача кваліфікованого персоналу може призвести до помилок при виробництві продукції, що збільшить ризик її втрати. Кліматичні умови також можуть бути фактором невизначеності, оскільки несприятливі погодні умови можуть знизити врожайність та призвести до збитків для компанії.

Однією з особливостей агробізнесу є те, що він потребує значних капітальних вкладень на початковому етапі, так як необхідно придбати землю, техніку, насіння, добрива тощо. Тому, якщо щось піде не за планом, це може привести до значних фінансових втрат.

Одним із способів залучення фінансових ресурсів для провадження бізнесу є кредитування. У період воєнного стану в Україні кредитні взаємовідносини можуть ускладнюватись. Основні проблеми полягають у погіршенні фінансового стану держави, збільшенні ризиків для банків та зменшенні здатності аграрних підприємств виконувати зобов'язання з погашення кредитів. Умови кредитування можуть змінюватись протягом періоду воєнного стану, зокрема, можуть зростати відсоткові ставки, змінюватись терміни та умови погашення кредитів. Банки можуть бути більш обережними у видачі кредитів, оцінюючи ризики та можливі наслідки для своєї діяльності.

З іншого боку, умови кредитування можуть бути покращені в рамках державної підтримки аграрного сектору. Уряд може надавати допо-

могу у формі грантів, субсидій та інших фінансових інструментів, що зменшить ризики для банків та забезпечить більш ефективне використання кредитів. Також варто звернути увагу на ризики валютних курсів та їх вплив на кредитування агробізнесу у період воєнного стану. Коливання валютних курсів можуть суттєво вплинути на вартість кредитів та спричинити фінансові втрати як для банків, так і для аграрних підприємств. Надзвичайна ситуація, така як воєнний стан, може призвести до збільшення ризиків та нестабільності в агробізнесі, але правильна організація фінансового менеджменту та підтримка від держави та міжнародних організацій можуть допомогти зменшити ці ризики та забезпечити стабільність галузі.

Ще однією особливістю агробізнесу є його залежність від зовнішніх чинників, таких як експортні тарифи, імпорتنі квоти, державні субсидії тощо. Це може призвести до невизначеності і збільшення ризиків для агробізнесу. З точки зору міжнародних інвесторів може існувати багато ризиків пов'язаних з інвестиціями в агробізнес у період воєнного стану в Україні. Основні ризики, які можуть виникнути, включають:

1) політичний ризик: війна може привести до нестабільності політичної ситуації в країні, що може погіршити інвестиційний клімат.

2) ризик безпеки: через нестабільність та воєнні дії в регіоні, закономірно, зменшуються інвестиційні потоки.

3) ризик економічної нестабільності: воєнний стан може спричинити економічний спад, що може негативно вплинути на фінансову стабільність агробізнесу.

4) ризик втрати активів: воєнні дії можуть призвести до руйнувань, загибелі майна, його конфіскації.

5) ризик зміни законодавства: воєнний стан може призвести до змін у законодавстві, що може негативно вплинути на бізнес-процеси агробізнесу.

6) ризик кредитування: банки можуть бути обмежені у наданні кредитів агробізнесу під час воєнного стану через високий рівень ризику.

7) ризик втрати ринків збуту: воєнний стан може призвести до обмеження доступу до ринків збуту, що може негативно вплинути на прибутковість агробізнесу.

Існує кілька шляхів покращення агробізнесу в умовах ризику та невизначеності:

— впровадження систем управління ризиками. Агробізнес-підприємства повинні розробити та впровадити систему управління ризиками, яка дозволить ідентифікувати ризики та приймати заходи щодо їх зменшення.

— використання новітніх технологій. Використання новітніх технологій дозволяє підвищити ефективність виробництва та знизити ризики.

— диверсифікація виробництва. Диверсифікація виробництва дозволяє зменшити ризики, пов'язані з погодними умовами та іншими факторами, які можуть вплинути на врожай.

— розвиток ринків збуту. Розвиток ринків збуту дозволяє підприємствам зменшити ризики, пов'язані з коливанням цін на ринку.

— покращення кадрового потенціалу. Розвиток кадрового потенціалу дозволяє підвищити конкурентоспроможність підприємства та зменшити ризики, пов'язані з помилками працівників.

— розвиток інфраструктури. Розвиток інфраструктури, зокрема доріг, залізниць та портів, дозволяє підприємствам забезпечувати швидку та якісну транспортну логістику, що знижує ризики зі зберігання та транспортування продукції.

— створення спів-товариств та кооперацій дозволяє зменшити ризики, пов'язані з низькими обсягами виробництва та складними ринковими умовами.

ВИСНОВКИ

Агробізнес є важливою галуззю для економіки країни та її життєздатності. Однак, провадження бізнесу в агросекторі пов'язане зі значними ризиками та невизначеністю. Це може мати негативні наслідки на фінансовий стан суб'єктів господарювання та навіть призвести до банкрутства.

Для забезпечення фінансової стійкості та ефективного функціонування агробізнесу в умовах підвищених ризиків та невизначеності пропонуються шляхи мінімізації впливу негативних чинників. Під час війни покращити ситуацію в агробізнесі можливо за допомогою підтримки держави, диверсифікації продукції, розвитку експорту, розвитку кооперації, використання страхування.

Література:

1) Власенко А. Особливості управління ризиками в аграрному секторі економіки. Інтернаука. 2018. № 7. URL: <https://www.internauka.com/uploads/publications/1532653125.pdf>

2) Іщенко Я.П. Забезпечення інформаційної функції управління аграрним бізнесом в умовах воєнного стану: особливості бухгалтерського обліку та оподаткування. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2022. № 1 (59). С. 37—55.

3) Корж Н. Управління ризиками в агробізнесі. Молодий вчений. 2017. № 4. URL: <https://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/4/34.pdf>

4) Овчинников В. П., Музика О. В. Аналіз та оцінювання ризиків в аграрному секторі. Таврійський науковий вісник. 2014. № 88. С. 68—72.

5) Потаєва О. Україна суттєво посилила європейський вектор аграрного експорту. AgroTimes. 2023. URL: <https://agrotimes.ua/agromarket/ukrayina-suttyevo-posylyla-yevropejskyj-vektor-agrarnogo-eksportu/#:~:text=Згідно%20з%20даними%20Державної%20митної,у%2027%2C9%20млрд%20дол.>

6) Шевченко Г. Оцінка ризиків в аграрному секторі економіки. Наукові праці ДонНТУ. Серія "Економічна". 2015. Вип. 1(26). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npdntu_econom_2015_1_7

References:

1. Vlasenko, A. (2018), "Features of risk management in the agricultural sector of the economy", *Mizhnarodnyj naukovyj zhurnal "Internauka"*, vol. 7, available at: <https://www.internauka.com/uploads/publications/1532653125.pdf> (Accessed 05 May 2023).

2. Ischenko, Ya.P. (2022), "Provision of the information function of agricultural business management in conditions of martial law: features of accounting and auditing", *Ekonomika, finansy, menedzhment: aktual'ni pytannia nauky i praktyky*, vol. 1 (59), pp. 37—55.

3. Korzh, N. (2017), "Risk management in agribusiness", available at: *Molodyj vchenyj*, vol. 4, <https://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/4/34.pdf> (Accessed 05 May 2023).

4. Ovchynnikov, V.P. and Muzyka, O.V. (2014), "Analysis and assessment of risks in the agricultural sector", *Tavrijs'kyj naukovyj visnyk*, vol. 88, pp. 68—72.

5. Potaieva, O. (2023), "Ukraine significantly strengthened the European agricultural export vector", *AgroTimes*, available at: <https://agrotimes.ua/agromarket/ukrayina-suttyevo-posylyla-yevropejskyj-vektor-agrarnogo-eksportu/#:~:text=Згідно%20з%20даними%20Державної%20митної,у%2027%2C9%20млрд%20дол.> (Accessed 05 May 2023).

6. Shevchenko, H. (2015), "Assessment of risks in the agricultural sector of the economy", *Naukovi pratsi DonNTU. Serii "Ekonomichna"*, vol. 1 (26), available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npdntu_econom_2015_1_7 (Accessed 05 May 2023).

Стаття надійшла до редакції 18.05.2023 р.

УДК 339.564:005.336.4-027.63:338.432(477)

С. О. Остапенко,
аспірант кафедри міжнародної економіки,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7653-4787>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.11.64

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ПІДТРИМКИ ЕКСПОРТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ — ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

S. Ostapenko,
Postgraduate student of the Department of Global Economy
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

FOREIGN EXAMPLES OF AGRICULTURE PRODUCT EXPORT INCENTIVIZING — CHALLENGES FOR UKRAINE

Стаття присвячена оцінці зарубіжного досвіду підтримки експорту сільськогосподарської продукції та на основі нього розробити практичні рекомендації по їх впровадженню у вітчизняну практику державних та регіональних органів влади.

У країнах із розвинутою ринковою економікою особливе місце у системі регулювання зовнішньоекономічної діяльності належить методам стимулювання національних експортерів, вкладених у забезпечення ефективної реалізації наявного експортного потенціалу.

Застосування сучасних методів та інструментів стимулювання експорту сільськогосподарської продукції та продовольства ґрунтується на регулюванні світової торгівлі, насамперед, дотримання норм і правил Світової організації торгівлі (СОТ).

Доведено, що фінансовий механізм підтримки дозволяє підприємствам-експортерам товарів та послуг ефективніше конкурувати на світовому ринку, скорочувати витрати та фіскальні платежі (однаково це стосується всіх категорій підприємств).

Досвід країн, що успішно нарощують експорт продукції, показує, що ключову роль у національних системах підтримки експорту відіграє підтримка, що здійснюється спеціалізованими фінансовими організаціями — експортними кредитними агентствами.

Поряд із фінансовим механізмом державної підтримки експорту не менше значення має організаційний механізм, що включає низку інструментів та механізмів сприяння підприємствам-експортерам.

Сучасна підтримка національного експорту базується на взаємодії урядових та недержавних інститутів, включаючи профільні міністерства та відомства, спеціалізовані агенції та експертні центри, фінансові структури, регіональний та зарубіжний апарат. Дедалі виразніше проявляється тенденція консолідації інститутів та механізмів державної підтримки експорту там, зростання масштабів і значимості своєї діяльності.

Слід зазначити, що комплексний характер заходів та механізмів підтримки експорту є визначальним чинником успішної реалізації експортного потенціалу країни. В умовах висококонкурентного світового ринку та розвитку нетарифних обмежень імпорту можливості середнього та малого бізнесу щодо самостійного розвитку експорту суттєво обмежені. У зв'язку з цим провідні країни-експортери працюють над підвищенням ефективності фінансової та організаційної підтримки експорту, у тому числі через формування нових заходів та механізмів (наприклад, системна робота зі створення сприятливого іміджу країни, політико-дипломатична підтримка, лобювання інтересів національного бізнесу та інші).

The article is devoted to the assessment of foreign experience and approaches used for agriculture products export subsidizing on par with creation practical recommendations for state and regional authorities on how to implement foreign best practices.

In countries with a developed market economy, methods and instruments of incentivizing national exporter are among one of the most common and used practices in ensuring the effective implementation of the existing export potential and predefined strategy.

The use of modern methods and tools for stimulating the export of agricultural products and food is based on the regulation of world trade, first of all, compliance with the norms and rules of the World Trade Organization (WTO).

Financial aid mechanisms have proven to be effective in enabling exporting companies to compete more efficiently on the global market by reducing costs and fiscal payments. This applies to all categories of entrepreneurs and corporations.

Successful countries that have realized their export potential highlight the crucial role played by specialized financial organizations, such as export credit agencies, in national export support systems.

In addition to direct financial mechanisms, an organizational mechanism that facilitates streamlined and obstacle-free exporting experiences is equally important. Modern support for national exports is based on the interaction of governmental and non-governmental institutions, including relevant ministries and departments, specialized agencies and expert centers, financial structures, regional and foreign apparatus. The trend of consolidation of institutions with mechanisms of state support is becoming more and more evident.

It should be noted that the comprehensive nature of export support measures and mechanisms plays active role in the successful implementation of the country's export potential. In the conditions of a highly competitive global market and the development of non-tariff restrictions on imports, the opportunities for medium and small businesses to independently establish exporting business practices are significantly limited. In this regard, the leading exporting countries are working to increase the effectiveness of financial and organizational support for exports, including through the formation of new measures and mechanisms (for example, systematic work on creating a favorable image of the country, political and diplomatic support, lobbying the interests of national business and others).

Ключові слова: експорт, державна підтримка, сільськогосподарська продукція, експортери, сільськогосподарський товаровиробник.

Key words: export, state support, agricultural products, exporters, agricultural producer.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

В сучасних умовах, зумовлених посиленням глобалізації та регіоналізації світової економіки та торгівлі, державна підтримка сільськогосподарських товаровиробників та стимулювання національних експортерів є одним із найважливіших факторів ефективної реалізації їх потенціалу. Розвинені країни застосовують широкий асортимент заходів державного регулювання, спрямованих на створення умов для ефективного виробництва та збуту сільськогосподарської продукції та продовольства, підвищення конкурентоспроможності експортованої продукції. У зв'язку з цим для України дуже важливим є досвід країн щодо використання сучасного набору інструментів і механізмів, які забезпечують принаймні негірші умови для національних товаровиробників та експортерів по відношенню до основних конкурентів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Значний внесок в дослідження зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією та продовольством внесли С. Кваша, І. Демчак, О. Митченко, Г. Трофімова, О. Майданюк та інші науковці. Проте, швидкоплинні зміни функціонування зовнішнього ринку агропродовольства вимагає перегляду основних положень щодо запровадження системи державної підтримки експортерів сільськогосподарських товарів.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

На основі узагальнення досліджень науковців та досвіду країн світу розробити практичні рекомендації, щодо посилення заходів підтримки експорту сільськогосподарської продукції в повоєнний період відродження економіки країни.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У країнах із розвиненою ринковою економікою особливе місце у системі регулювання зовнішньоекономічної діяльності належить методам стимулювання національних експортерів, вкладених у забезпечення ефективної реалізації наявного експортного потенціалу.

Заходи державної підтримки, які застосовуються в зарубіжних країнах, різноманітні та включають різні організаційні та фінансові механізми підтримки сільськогосподарського експорту.

Застосування сучасних методів та інструментів стимулювання експорту сільськогосподарської продукції та продовольства ґрунтується на регулюванні світової торгівлі, насамперед, дотримання норм і правил Світової організації торгівлі (СОТ) [1]. У нормативній документації Світової організації торгівлі виділяються три базові форми підтримки експорту продукції:

1) експортні субсидії (регламентуються Статтею XVI ГАТТ-1994, Угодою про субсидії та компенсаційні заходи, Угодою про сільське господарство, Модальностями з сільського господарства, підготовленими в рамках Четвертої Міністерської конференції СОТ);

2) діяльність державних торгових підприємств (регламентується Статтею XVII ГАТТ-1994, Модальностями сільського господарства, підготовленими в рамках Четвертої Міністерської конференції СОТ);

3) експортне кредитування, гарантування за експортними кредитами, програми страхування (розглядається у Модальностях із сільського господарства, підготовлених у рамках Четвертої Міністерської конференції СОТ).

Міжнародна продовольча допомога є ще одним заходом, опосередковано спрямованим на розвиток експорту продукції сільського господарства, яка хоч і виявляється з гуманітарними цілями, проте сприяє просуванню продукції сільського господарства на зовнішні ринки [2].

Слід зазначити, що всі країни, які є членами СОТ, взяли на себе зобов'язання не надавати експортні субсидії національним сільськогосподарським виробникам.

Принципи та правила торгівлі сільськогосподарськими товарами, включаючи підтримку експорту, були вперше узгоджені в рамках "Уругвайського раунду" багатосторонніх торговельних переговорів, а Угода з сільського господарства СОТ стала резуль-

татом багаторічних дискусій, які значною мірою визначали розвиток світових ринків сільськогосподарської продукції та продовольства.

Угода щодо сільського господарства СОТ містить механізми визначення обсягу експортних субсидій, зокрема методики визначення розміру експортних субсидій, індивідуальні кількісні зобов'язання учасників Угоди щодо обмеження та скорочення субсидування окремих товарів [3]. Суть Угоди щодо експортних субсидій полягає в наступному:

— експортні субсидії, що вимірюються як на основі обсягу субсидованого експорту, так і на основі бюджетних витрат на субсидування, були обмежені на рівнях базового періоду;

— країни, які взяли на себе зобов'язання щодо зниження експортних субсидій для великої кількості номенклатури сільськогосподарської продукції, спочатку визначеної списком із 22 продуктів.

Відповідно до статті 9 Угоди щодо сільського господарства СОТ затверджено приблизний перелік видів експортних субсидій, що підпадають під зобов'язання щодо скорочення:

— реалізація запасів сільськогосподарської продукції за цінами нижчими, ніж на внутрішньому ринку для експорту;

— субсидування сільськогосподарської продукції залежно від їх включення в експортну продукцію;

— виплати при експорті сільськогосподарської продукції на сільськогосподарський продукт, з якого експортний продукт отримано;

— надання субсидій зниження витрат звернення;

— пільгові тарифи на внутрішні перевезення та фрахт під час постачання на експорт;

— прямі виплати експортерам.

Зобов'язання щодо експортних субсидій є узгодженими списками конкретних зобов'язань щодо окремих товарів для кожної країни. При цьому всі учасниці беруть на себе зобов'язання не застосовувати жодних інших експортних субсидій, крім тих, що відповідають вимогам Угоди та спискам індивідуальних зобов'язань країни-учасниці.

Друга форма підтримки експорту, застосовувана в рамках СОТ — державні торгові підприємства, встановлювана Статтею XVII ГАТТ-1994. Відповідно до положень цієї статті до державних торговельних підприємств належать урядові та неурядові підприємства, включаючи органи з маркетингу, які наділені винят-

ковими або спеціальними правами або привілеями, включаючи законодавчі або конституційні повноваження, здійснюючи які вони впливають за допомогою своїх закупівель або продажів на рівень або спрямування імпорту, чи експорту [4].

У частині експорту державні торговельні підприємства поширюються такі правила:

кожна договірна сторона бере на себе зобов'язання про те, що якщо вона засновує або підтримує функціонування державного підприємства, де б воно не знаходилося, або надає, формально або фактично суб'єкту господарювання виняткові або спеціальні привілеї, то таке підприємство у своїх операціях з купівлі або продажу, що включає або імпорт, або експорт, діє таким чином, що відповідає загальним принципам недискримінаційного режиму, передбаченим ГАТТ для заходів урядів, що стосуються імпорту або експорту, що здійснюється приватними комерсантами.

З метою забезпечення транспарентності діяльності державних торговельних підприємств країни-члени СОТ повідомляють про такі підприємства Раду з торгівлі товарами.

Кожна країна-член СОТ розглядає свою політику щодо подання повідомлень про державні торгові підприємства Раді з торгівлі товарами, беручи до уваги положення Домовленості про тлумачення Статті XVII ГАТТ-1994 [5]. Проводячи такий розгляд, кожна країна-член СОТ повинна враховувати необхідність забезпечення максимально можливої транспарентності своїх повідомлень для того, щоб забезпечити чітку оцінку характеру діяльності зазначених підприємств та впливу їх діяльності на міжнародну торгівлю.

У рамках поточних багатосторонніх переговорів Дохійського раунду обговорюється питання про те, чи державні підприємства мають конкурентні переваги перед комерційними компаніями. Деякі країни стверджують, що комерційні компанії можуть створювати монополію на ринку, вдаватися до спотворення цін і отримувати державні субсидії у разі виникнення труднощів [6]. Крім того, країни, що розвиваються, вказують на необхідність існування державних торгових підприємств для забезпечення продовольчої безпеки, а також у тому випадку якщо приватний сектор виявляється досить слабким, щоб скласти конкуренцію з великими іноземними компаніями. Інші країни, навпаки, виділяють суттєві переваги, які отримує державне підприємство, встановлюючи монополію на купівлю базових товарів, спрямованих на ек-

спорт, використовуючи державні гарантії та не переслідуючи комерційних цілей у своїй діяльності.

Питаннями аналізу умов та статистичним наглядом виданих кредитів та інших засобів фінансової підтримки експорту (СФПЕ) займається Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) [7].

У результаті реалізації контракту експортер відчуває гостру потребу у використанні СФПЕ під час двох періодів, які поділяються датою відвантаження товару. Перше — це СФПЕ, які потрібні у період, необхідний організації виробництва та підготовки товару до відвантаження, який відомий як період, що передує відвантаженню.

Відповідно до підходу ОЕСР до складу коштів фінансової підтримки експорту включаються:

- пряме експортне кредитування (різні форми);
- видачу гарантій щодо виплати експортних кредитів (банківські гарантії) та страхових полісів, що покривають ризики несплати з боку закордонного боржника;
- пряме фінансування експортера.

Аналіз структури коштів довгострокової фінансової підтримки експорту на підставі даних ОЕСР показує, що найбільша питома вага та найвищі темпи зростання належать до статті "кредитні гарантії", тобто гарантії державних організацій або приватних компаній щодо надання гарантій платежу за наданим кредитом [8].

Порівняння організації та інструментів підтримки експорту в США та п'яти провідних європейських державах (Німеччині, Франції, Великобританії, Італії та Нідерландах) показує, що в цих країнах можна виявити наявність аналогічних інструментів, що надаються. Насамперед це стосується асортименту пропонованих засобів фінансової підтримки експорту. Діючі Угоди СОТ досить детально регламентують правила надання експортних субсидій та діяльність державних торгових підприємств. Водночас такі форми підтримки та розвитку експорту, як експортне кредитування, гарантування експортних кредитів, програми страхування, а також міжнародна продовольча допомога набагато менш регламентовані та розглядаються в матеріалах, підготовлених за результатами Четвертої Міністерської конференції СОТ.

Водночас у рамках міжнародних вимог країни розвивають систему підтримки експорту, включаючи нові фінансові інструмен-

ти сприяння експортерам, спрощення митних та адміністративних процедур, посилення політико-дипломатичної підтримки, зміцнення маркетингового сприяння, створення комплексних загальнодоступних інформаційних та інформаційно-пошукових систем, розвиток механізмів державно — приватного партнерства у сфері сприяння експорту.

За даними Всесвітньої організації зі сприяння торгівлі, наразі у країнах світу налічується понад 150 організацій, основною функцією яких є сприяння зовнішньоекономічній діяльності, насамперед підтримці національного експорту. Головна особливість цих організацій полягає у широкій участі у їх діяльності (управлінні, фінансуванні) державних структур, причому нерідко держава здійснює цю діяльність у співпраці з підприємницьким сектором.

Ключову роль під час проведення експортної політики грають спеціалізовані державні, напівдержавні чи приватні організації, які надають широкий спектр послуг учасників ЗЕД. Найчастіше функції сприяння експорту виконують спеціально засновані цих цілей державні агентства, мають розгалужений власний апарат і самостійний бюджет. Діяльність агентств (аналогічних структур) спрямована на вирішення завдань інформаційно-консультаційного, організаційного, маркетингового, експертного сприяння експортерам, у тому числі через взаємодію з інститутами фінансового стимулювання експорту (експортно-імпортними банками, компаніями зі страхування та гарантування експортних кредитів). Основними функціями агентств є: надання сприяння національним експортерам у пошуках ринків збуту для виробленої продукції, а також надання інформації про те, які товари та послуги потрібні на світових ринках.

Основні напрямки діяльності агентств з просування експорту:

- створення сприятливого іміджу країни (рекламні та промоутерські заходи, а також захист інтересів експортерів);

- надання послуг експортерам (підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації кадрів, технічне сприяння, ознайомлення із законодавством країн-імпортерів та міжнародними нормами);

- маркетинг (виставки та ярмарки, бізнес-місії експортерів та імпортерів, що супроводжують послуги з обслуговування в країні-імпортері);

- дослідження експортних ринків, підготовка публікацій, створення інтернет-ресурсів, що дозволяють встановлювати ділові контакти між національними та закордонними експортерами та імпортерами.

Фінансовий механізм підтримки дозволяє підприємствам-експортерам товарів та послуг ефективніше конкурувати на світовому ринку, скорочувати витрати та фіскальні платежі (однаково це стосується всіх категорій підприємців).

Державна підтримка експорту у фінансовій сфері здійснюється за допомогою таких основних інструментів:

- страхування експортних угод на пільгових умовах (порівняно з умовами за нормального страхування),

- кредитування на пільгових умовах,

- надання країнам — економічним партнерам, так званої офіційної допомоги розвитку.

Державне страхування експортних контрактів здійснюється за відносно помірну плату (0,5—1% застрахованої суми), оскільки воно функціонує на безприбутковій основі, покриваючи страховими преміями лише втрати від порівняно рідкісних збиткових комерційних операцій, а також адміністративні витрати. Державні гарантії захищають експортера від фінансових втрат і, крім того, дозволяють комерційним банкам надавати йому кредит на сприятливих умовах (що здешевлює комерційну операцію), а також видавати кошти відразу після відвантаження товару. Державне страхування експорту істотно полегшує та здешевлює постачання товарів та послуг за кордон. Гарантія платежів під час експорту до країн із високим рівнем ризику спонукає підприємців, особливо малих та середніх, до пошуків нових ринків у цій групі країн.

Національне державне страхування експорту має різні організаційні форми залежно від загальної економічної політики уряду, ставлення в країні до безпосередньої участі держави у господарському житті, особливостей національної системи страхування та деяких інших факторів. Страхування експорту здійснюють державні установи або підрозділи в міністерствах, зокрема у США, Великобританії, Японії, приватні страхові компанії або банки від імені та за дорученням уряду (Німеччина, Австрія), громадські організації або фонди (Швеція, Фінляндія), фінансові установи спільної із державою власності (Франція, Іспанія).

Кредит експортеру на пільгових умовах за участю держави здешевлює та стабілізує фінансування експортних поставок, що дозволяє підвищувати їхню конкурентоспроможність. Особлива увага приділяється покращенню умов довгострокового кредитування експортерів.

Досвід країн, що успішно нарощують експорт продукції, показує, що ключову роль у національних системах підтримки експорту відіграє підтримка, що здійснюється спеціалізованими фінансовими організаціями — експортними кредитними агентствами.

До їх функцій входить: кредитування, гарантування та страхування експортних кредитів, а також страхування приватних інвестицій за кордоном. У ряді випадків агентства здійснюють пряме кредитування експорту та субсидування процентної ставки за експортними кредитами. Завдяки діяльності експортних кредитних агентств підприємці мають можливість отримувати банківські кредити більш тривалі терміни і більш пільгових умовах.

Державна гарантійно-страхова і кредитна підтримка експорту грає нині провідну роль просуванні зовнішні ринки як технічно складних, капіталомістких виробів, і сільськогосподарської продукції. На практиці учасники різних торгів та конкурсів, які отримують таку підтримку, можуть виставити пропозицію з більш пільговими умовами фінансування, забезпечуючи собі таким чином великі шанси на успіх.

Поряд із фінансовим механізмом державної підтримки експорту не менше значення має організаційний механізм, що включає низку інструментів та механізмів сприяння підприємствам-експортерам. Інструменти організаційного механізму підтримки експорту:

- інформаційно-консультаційна підтримка (включаючи проведення ринкових та маркетингових досліджень, надання юридичних консультацій та ін.);

- навчання та спеціальні інформаційно-освітні заходи (семінари, вебінари та ін.);

- промоутерська підтримка, включаючи виставково-ярмаркову діяльність, сприяння у налагодженні ділових контактів та коопераційних зв'язків із закордонними партнерами;

- торговельно-політична підтримка (покращення умов доступу на зовнішні ринки, усунення дискримінаційних обмежень, у тому числі шляхом забезпечення ефективного вико-

ристання інструментарію СОТ, механізму регіональних та двосторонніх угод про вільну торгівлю та ін.);

- політико-дипломатична підтримка (державні візити, лобіювання, супровід інвестиційних проектів та експортних угод, просування позитивного ділового іміджу);

- усунення надлишкових адміністративних бар'єрів.

Сучасна підтримка національного експорту базується на взаємодії урядових та недержавних інститутів, включаючи профільні міністерства та відомства, спеціалізовані агенції та експертні центри, фінансові структури, регіональний та зарубіжний апарат. Дедалі виразніше проявляється тенденція консолідації інститутів та механізмів державної підтримки експорту там, зростання масштабів і значимості своєї діяльності.

ВИСНОВКИ

Узагальнюючи сказане, слід зазначити, що комплексний характер заходів та механізмів підтримки експорту є визначальним чинником успішної реалізації експортного потенціалу країни. В умовах висококонкурентного світового ринку та розвитку нетарифних обмежень імпорту можливості середнього та малого бізнесу щодо самостійного розвитку експорту суттєво обмежені. У зв'язку з цим провідні країни-експортери працюють над підвищенням ефективності фінансової та організаційної підтримки експорту, у тому числі через формування нових заходів та механізмів (наприклад, системна робота зі створення сприятливого іміджу країни, політико-дипломатична підтримка, лобіювання інтересів національного бізнесу та інші).

На сучасному етапі продовжується формування та вдосконалення багаторівневої системи регулювання у галузі сільськогосподарського виробництва та міжнародної торгівлі. Прагнення світової спільноти лібералізувати торгівлю сільськогосподарською продукцією та продовольством призводить до появи нових, ефективніших способів адаптації зовнішньоторговельної та аграрної політики до нових умов.

В результаті багато країн, особливо економічно розвинених, продовжують застосовувати протекціоністські методи захисту ринків та експортні субсидії.

У зв'язку з цим для України важливо використовувати певний досвід країн, у тому числі й країн Європейського Союзу, для розробки

заходів, спрямованих на підвищення ефективності використання державних фінансових засобів підтримки сільськогосподарських товаровиробників та експортерів вітчизняної продукції.

Література:

1. Кондратюк О., Стояненко І. Експортний потенціал агросектора України. *Scientia Fructuosa*. 2022. №4. С. 26—51.
2. Шаповал Б. С. Розвиток експорту агропродовольчої продукції України до країн Азії. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Т. 5, №4. С. 292—299.
3. Пилипенко В. В., Грищенко І. Ю. Перспективи розвитку експортного потенціалу рослинницької галузі України. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: Економічні науки*. 2021. № 10 (1). С. 54—59.
4. Сокол Л. М. Експорт сільськогосподарської продукції в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес*. 2016. Вип. 247. С. 296—300.
5. Рахман М. С., Трепалюк Є. О. Маркетинговий аналіз експортної діяльності агрокомплексу України. *Бізнес Інформ*. 2021. №11. С. 475—482.
6. Бондаренко О. В. Щодо формування стратегії управління експортними ризиками в агро бізнесі. *Вчені записки Харківського гуманітарного університету "Народна українська академія"*. 2021. Т. 27. С. 200—210.
7. Бокій О. В. Розвиток експорту агропродовольчої продукції в Україні. *Продовольчі ресурси*. 2021. Т. 9, № 16. С. 237—252.
8. Янишин Я. Проблеми та перспективи експорту продукції сільського господарства України на ринки Європейського Союзу. *Вісник*

Львівського національного аграрного університету. Серія: Економіка АПК. 2018. №25. С. 51—55.

References:

1. Kondratiuk, O. and Stoianenko, I. (2022), "Export potential of the agricultural sector of Ukraine", *Scientia Fructuosa*, vol. 4, pp. 26—51.
 2. Shapoval, B.S. (2020), "Export development of Ukraine's agricultural food products to Asian countries", *Ukrains'kyj zhurnal prykladnoi ekonomiky*, vol. 5, no. 4, pp. 292—299.
 3. Pylypenko, V.V. and Hryshchenko, I.Yu. (2021), "Prospects for development of the export potential of the crop in Ukraine", *Mizhnarodnyj naukovyj zhurnal "Internauka". Serii: Ekonomichni nauky*, vol. 10 (1), pp. 54—59.
 4. Sokol, L.M. (2016), "Agricultural export of Ukraine: current state and development prospects", *Naukovyj visnyk Natsional'noho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy. Serii: Ekonomika, ahrarnyj menedzhment, biznes*, vol. 247, pp. 296—300.
 5. Rakhman, M.S. and Trepaluk, Ye.O. (2021), "Marketing analysis of the export activity of the agricultural complex of Ukraine", *Biznes Inform*, vol. 11, pp. 475—482.
 6. Bondarenko, O.V. (2021), "Regarding the formation of an export risk management strategy in agro business", *Vcheni zapysky Kharkivs'koho humanitarnoho universytetu "Narodna ukrains'ka akademiia"*, vol. 27, pp. 200—210.
 7. Bokij, O.V. (2021), "Development of export of agri-food products in Ukraine", *Prodovol'chi resursy*, vol. 9, no. 16, pp. 237—252.
 8. Yanyshyn, Ya. (2018), "Problems and prospects of Ukraine's export of agricultural products in the European Union market", *Visnyk L'vivs'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu. Serii: Ekonomika APK*, vol. 25, pp. 51—55.
- Стаття надійшла до редакції 19.05.2023 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