

УДК 004-047.22:005.95:631.11

THE ROLE OF THE DIGITAL COMPETENCE OF EMPLOYEES IN THE MARKETING MANAGEMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

*T. BALANOVSKA, PhD in Economics, Professor, Professor of the Department of
Management named after Prof. J.S. Zavadskyi*

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

ORCID 0000-0001-6814-5888

E-mail: balanovskaya@nubip.edu.ua

*B. WYRZYKOWSKA, PhD in Economics, Assistant Professor
of Management Institute*

Warsaw University of Life Sciences (SGGW)

ORCID 0000-0002-7025-0799

E-mail: barbara_wyrzykowska@sggw.edu.pl

V. VOSKOLUPOV, PhD student

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

ORCID 0000-0003-1924-6310

E-mail: voskolupov@gmail.com

Abstract. *The article reveals the role of the digital competence of employees in the marketing management of agricultural enterprises. It has been noted that marketing management is one of the novel approaches to managing an agricultural enterprise. It has been found that the successful all-levels marketing management of agricultural enterprises essentially depends on the holistic development of employees, so it is crucial to devote attention to professional knowledge of specialists, their ability to respond swiftly to market demands, ability to communicate, assume responsibility for performance results, as well as be engaged in life-long learning. It has been noted that cutting-edge technologies and equipment demand from employees to be digitally competent.*

The essence of digital competence has been revealed. The key components of the application of digital competence by agricultural commodity producers, which are crucial when looking for buyers and suppliers, or studying the market, have been considered. Since the state-of-the-art digital technologies require an Internet connection, the possibility of the rural population of Ukraine to have access to the Internet has been analyzed. It has been noted that the formation and development of the digital competence of employees constitutes an integral part of marketing management in agricultural enterprises thus improving the knowledge and skills of personnel when making managerial decisions, and providing competitive strengths and justification of enterprise development strategy.

Keywords: *marketing, marketing management, digital competence, marketing research, agricultural enterprise.*

Introduction. A dynamic environment provides every enterprise with both huge opportunities and threats due to the rising levels of uncertainty and risks. To ensure the successful operation of agricultural enterprises under such conditions it is necessary to find brand new approaches to manage their activities, and marketing management is one of these approaches.

In today's world, information technologies are rapidly developing, various devices are constantly appearing, and the number of Internet users is growing. Most specializations and professions - and especially marketing management - require understanding and application of information and digital technologies. It is crucial for employees to be digitally competent because it involves mastering the knowledge and skills necessary for effective and safe existence in a volatile digital space, including the ability to receive, process, use the relevant information, and be perfect in modern digital technologies.

Analysis of recent research and publications. Ukrainian and foreign scientists such as L. Balabanova, O. Bilovodska, A. Voichak, I. Komarnytskyi, F. Kotler, V. Kutsenko, M. Porter, V. Rossokha and others devoted much attention to the issues of marketing management in their papers. Many scientists in various fields, including M. Vedernikov, L. Dovhan, V. Kuibida, S. Leiko, A. Oleshko, A. Synychenko, L. Fedulova and others, studied the issue of digital competence of employees. Scientific researches are crucial for theory and practice, but the issue of the formation and development of digital competence of employees as a key component of successful marketing management in agricultural enterprises requires further study.

The purpose of the research is to reveal the role of the digital competence of specialists in the marketing management of agricultural enterprises of Ukraine.

Materials and methods. In the course of the research, a dialectic method and generally scientific methods such as analysis, synthesis, comparison and generalization were used for collecting, analyzing, information assessing and conclusions making.

Results of research and discussion. Marketing management is one of the novel approaches to managing an agricultural enterprise. It involves achieving the target, constant growth of the enterprise, maintaining and mastering new competitive strengths, taking on the market and successful functioning in unstable conditions.

Having summarized the scientific opinions [2, 4, 7, 12, 14, 22] on the essence of marketing management, it is possible to say that it is the management of all functions and structural units with the help of marketing. Bilovodska O.A. [4] emphasizes that marketing management is a change of thinking - making all managerial decisions taking into account market requirements, the constant ability to change market requirements meaning that the organization should take into account both internal capabilities and external conditions. We agree with the statement of Raiko D.V. and Lebedeva L.E. [22] that marketing management is a brand new approach, firstly, to the strategic management of the organization, which is based on the market orientation in a highly competitive environment.

Marketing management is one of the novel approaches to managing an agricultural enterprise. It involves achieving the target, constant growth of the enterprise, maintaining and mastering new competitive strengths, taking on the market and successful functioning in unstable conditions. To introduce marketing management, it is necessary to not only change the tools, techniques and methods of management but also fundamentally reorganize the existing management system, review the internal relationships between functional units and ensure a kind of interaction between them.

The successful all-levels marketing management of agricultural enterprise essentially depends on the holistic development of employees, so it is crucial to devote attention to professional knowledge of specialists, their ability to respond swiftly to market demands, ability to communicate, assume responsibility for performance results, as well as be engaged in life-long learning. The cutting-edge technologies and equipment demand from employees to be digitally competent.

Domestic and foreign scientific sources [3, 6, 15, 16, 18, 24, 27, 31] define the term 'competence' in more than one way. Competence is often understood as a

quality, a trait of a person making it possible for that person (or even giving the right) to overcome certain issues, make decisions and judgments in a particular field. This quality is based on knowledge, awareness, and experience of social and professional activities [6]. Ana B. Mirete stated that competence is the ability to select and mobilize knowledge, skills and attitudes to respond successfully to a given professional situation [31]. The National Framework of Qualifications, approved by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine as of November 23, 2011 No 1341, defines ‘competence as a dynamic combination of knowledge, skills, abilities, ways of thinking, views, values, other personal traits determining a person’s ability to successfully socialize, work and/or study’ [20].

On 17 January 2018, an updated version of the key competences for life-long learning was approved - Recommendation 2018/0008 (NLE) of the European Parliament and the Council (EU): Literacy competence; Languages competence; Mathematical competence and competence in science, technology and engineering; Digital competence; Personal, social and learning competence; Civic competence; Entrepreneurship competence; Cultural awareness and expression competence [11; 29]. Following the Recommendations, ‘digital competence includes the confident, critical and responsible use and interaction with digital technologies for learning, work and social life. It includes information literacy and data literacy, communication and collaboration, digital content creation (including programming), security (including digital well-being and cybersecurity competencies), and problem-solving’ [11; 29].

The digital competence of employees is crucial for marketing management, in particular when looking for buyers and suppliers or studying the market. The above can be done using information resources of global networks, optimization tools, automated information systems of an enterprise, tooling and applications for statistical and econometric analysis, free software, Internet services, and mobile apps. The components of the application of digital competence by agricultural commodity producers are given in Fig. 1.

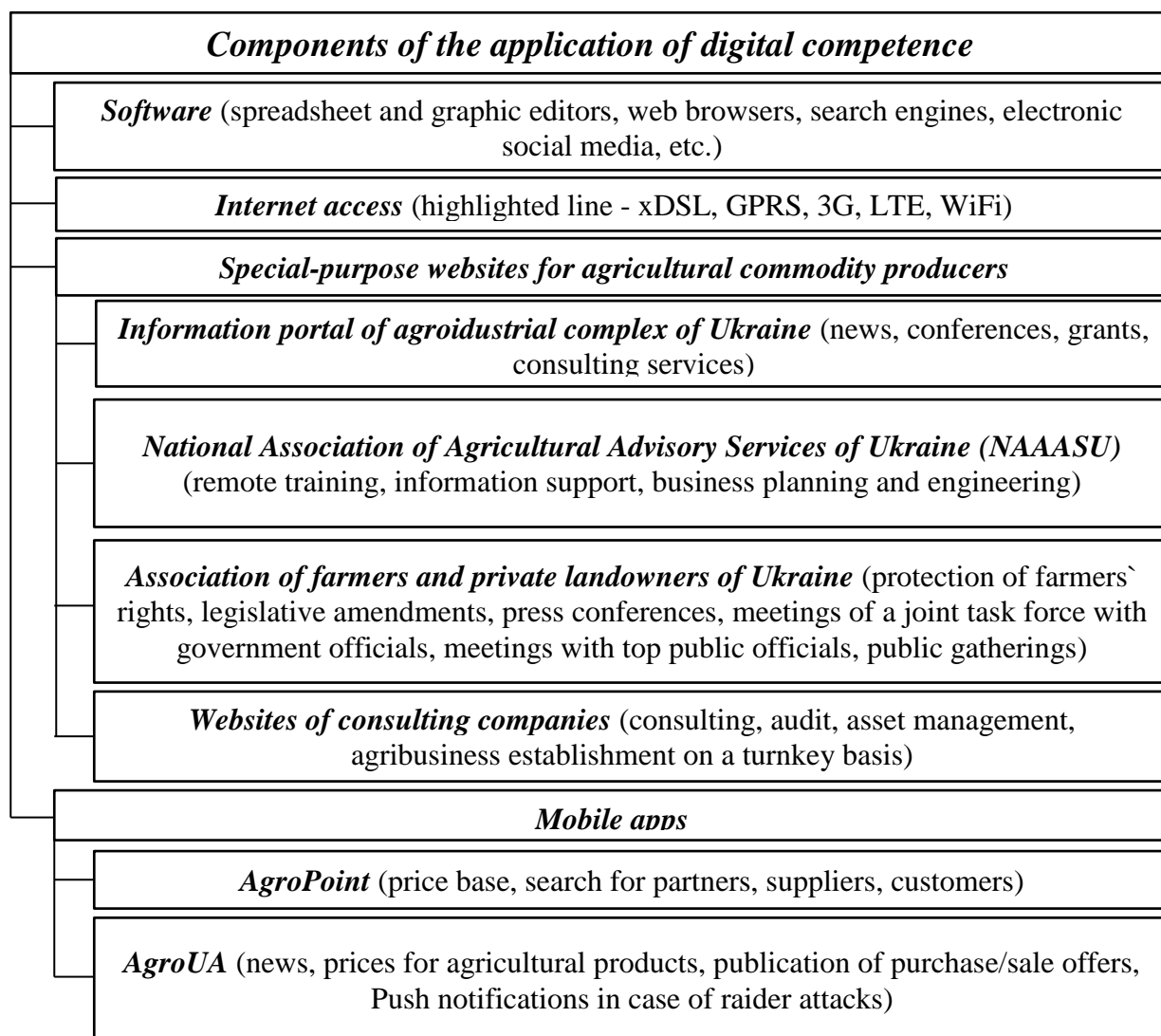


Fig. 1. Components of the application of digital competence by agricultural commodity producers

Today, the ability to work with general and special-purpose software for solving a wide range of marketing issues, which involves the use of text, spreadsheet, and graphic editors (WordPad, MS Word, OpenOffice, MS Excel, Adobe Photoshop, MS Picture Manager, MS PowerPoint), Web browsers (Google Chrome, Safari, Internet Explorer and Edge, Mozilla Firefox, Opera), search engines (Google, Yahoo, Bing, Baidu), electronic social media (Facebook, Instagram, Twitter), cloud storage (Dropbox, Google Drive, OneDrive, iCloud), database management systems, network applications, etc. shows that the employee is digitally competent. Large agricultural enterprises will benefit from the use of a professional program called Marketing Analytic. This is a full-featured system designed to solve issues arising in the course

of marketing activity recording (including sales record), marketing analysis, including the processing of marketing research results (external and internal factors), as well as in the course of developing strategic and operational marketing plans, which assists in construction and control of marketing budgets (sales and business expenses budget) [30]. Computer literacy is the basis of the digital competence of a specialist, a key component of his/her competitiveness in the modern labor market.

In order for an agricultural enterprise to use marketing management tools through modern services and websites, an employee should have an appropriate level of digital competence. For instance, Google Alerts detects the selected products online, including agricultural products, and sends emails with the found options. Google Trends is one of the most promising services for marketing research as it shows what people are searching for right now, determines the number of users searching for a particular product, illustrates the current demand.

Having analyzed the information sources of websites of state institutions of Ukraine (ministries, departments, state regional administrations), it can be noted that one of the important websites that contains a lot of useful information for the development of agricultural enterprises is 'Information portal of agro industrial complex of Ukraine' [10]. There you can find the recent news in the agricultural sector of Ukraine`s economy, the dates of conferences, the existing grants and how to get them, and other consulting services. For 2020 Ukraine prepared a number of options to support agricultural commodity producers, including financial injection for the development of farms; financial injection on condition of repayment (interest-free loans) through the Ukrainian State Fund for Support of Farmers; government support through surcharges in favor of insured persons - members/heads of family farms; government support for the development of animal husbandry and agricultural products processing; financial injection for the development of horticulture, viticulture and hop growing; partial reimbursement of the cost of agricultural machinery and domestically produced equipment; affordable loans 5, 7, 9% [10].

In addition to the websites of state institutions, agricultural enterprises of Ukraine may find information on the websites of agricultural associations and

independent public associations. For instance, on the website of the National Association of Agricultural Advisory Services of Ukraine (NAAASU) you may find information on remote training and receive information support on innovational economic technologies, agricultural production, business planning and innovation engineering, development of marketing strategies, and diversification of core activities [8]. On the website of the Association of Farmers and Private Landowners of Ukraine, you may find up-to-date information on the protection of farmers` rights, legislative amendments, press conferences, applications to the Verkhovna Rada of Ukraine, the Cabinet of Ministers of Ukraine, executive authorities, local governments, meetings of a joint task force with government officials, meetings with top public officials, public gatherings, farmers` campaigns [1].

It should be emphasized that agricultural enterprises may find information and receive consulting services from private consulting companies that sell machinery, equipment, agrochemicals and other agricultural products. For instance, Agro Consulting Group is a full-cycle agricultural producer (grain and oilseeds - corn, soybeans, wheat, sunflower), which audits and manages agricultural assets [13]. There are also consulting companies offering turnkey services for agribusiness in Ukraine. For instance, Agricultural Consulting Service carries out technical audits of agribusiness, agricultural projects, and farms on a turnkey basis, as well as provides consulting services [28]. However, these organizations are focused on the promotion of a specific (own) product or cooperation with large enterprises in certain product industries. Advisory Services provide a much wider range of services, focusing on the application of developments of various domestic and foreign producers. They help agricultural commodity producers access the achievements of science and best practices.

These days a person can hardly be imagined without a mobile phone with mobile apps installed on it. Mobile apps are one of the sources of information on the Internet that becomes increasingly popular among agricultural commodity producers. Every year mobile devices strengthen their presence in the agricultural sector. For instance, according to Statista as of 2019, the number of sold smartphones in the

world is 15 times higher than the number of sold PC [19]. But most farmers tend to use mobile phones for communication and social media, rather than for improving their skills by searching for mobile apps, better services, and websites.

Depending on the method of application in the agricultural enterprise, mobile apps can be divided into programs for internal needs and for external communications. Internal apps are used on both employees` devices and enterprise devices. Agricultural mobile apps for external use are usually designed for searching business partners, markets, suppliers of raw materials, seeds, plant protection products, fertilizers, customers, etc. For instance, the mobile app AgroPoint is designed for searching agribusiness partners; it helps the user understand what kind of services they need, find partners, suppliers and customers in the agricultural sphere anywhere in the country with a single click [23]. The mobile app PROD was designed for farmers from the USAID project ‘Agriculture and Rural Development Support’. This is a user-friendly app to work with the price base for vegetables and fruits throughout Ukraine. The user finds only current prices for fruits and vegetables and there is no need to visit many non-target sites. Everything is put together in one place. You can see the price of the product and find the most affordable one in a few clicks. In this app you can place your own offers for the sale of vegetables and fruits, directly communicate with the author of the offer (without intermediaries) to make a deal, receive detailed information about the cost and characteristics of the product, etc. [32]

The founders of the mobile app AgroUA promote their product as a platform for information support of agribusiness. The app can be used in more than one way; you may find news and current prices for agricultural products or place commercial and informational offers. Thanks to the AgroUA mobile app, you will stay informed about the agricultural life of the country and aware of recent events and innovative technologies. You can make your presence known to all market participants, be published in catalogs, advertise yourself and your products, and announce events or innovations. You can also announce tenders, place purchase/sale offers, communicate in the forum, follow offers and vacancies in the market, be employed, share

experiences, follow tenders of agricultural holdings, read news, visit all agricultural Facebook groups, visit all popular agricultural sites, use guides to some agricultural events, and lots of other opportunities [17].

External agricultural mobile apps have such a useful feature as Push notification enabling quick sending of information simultaneously to all users. This message is popped up on the screens of mobile devices making it possible to cover all subscribers. Push notification is a powerful channel for transmitting information to the target audience. This service is used in the AGROSHCHIT project to help farmers in case of raider attacks – the ‘raider attack’ button [17]. In order for agricultural enterprises to use modern mobile apps, employees should have an appropriate level of digital competence.

The cutting-edge digital technologies may be used through the Internet connection, as it is the main source of unlimited opportunities for knowledge, skills, and abilities. However, today most agricultural workers do not have a high-quality high-speed Internet connection. According to a study by the Ministry of Digital Transformation of Ukraine, 82% of the population of Ukraine has access to high-speed 4G Internet, but if you look at the number of settlements that have Internet access, they are only 57% of the total number of settlements in the country. The agency emphasized that more than 10 thousand settlements of Ukraine, most of which are villages, still do not have access to a high-quality mobile Internet [5].

However, if we compare 2019 to 2014, the number of rural people with access to the Internet almost doubled. The number of rural people using the Internet at work remained the same, however, the number of those who use the Internet at home and anywhere via mobile phone has increased (from 18.6% in 2013 to 55.5% in 2019), IT experts forecast that the number of connected smartphones will quadruple by 2025. At the same time, in 2019, almost half of rural households got Internet access at home. Most of them use Internet access for entertainment and communication 36-61.3%, 24.5% for study, and only 1.7% for interaction with public authorities and 13.3% for banking services (Table 1).

1. Distribution of rural population depending on the purpose of use of the Internet, %

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Error 2019 to 2014
Distribution of population depending on the place of use of the Internet (in % to population that claimed they used the Internet)							
At home	74,1	78,9	84,2	83,8	83,8	79,2	5,1
At work	11,0	11,0	9,6	9,6	9,7	10,6	-0,4
At the place of study	10,9	10,1	7,6	7,7	7,1	7,5	-3,4
Anywhere from the mobile phone	17,2	20,2	20,8	32,8	46,7	55,5	38,3
Other places (at friends or acquaintances place)	18,6	16,2	14,3	14,3	12,2	8,5	-10,1
Distribution of population depending on the purpose of use of the Internet (in % to population that claimed they used the Internet)							
sending (receiving) e-mail	11,8	18,5	16,9	15,1	12,9	17,7	5,9
interaction with public authorities	1	1,6	1,3	1,5	1,5	1,7	0,7
training and education	35,9	33,8	31,7	29,5	26,2	24,5	-11,4
reading/downloading newspapers and magazines online	24,3	24,7	24,1	23	26,6	17,2	-7,1
downloading movies, images, music; watching TV, etc.	59,8	56,4	60,7	63,7	63,8	61,3	1,5
playing or downloading video or computer games	41,9	38,9	39,3	41,5	38,6	36	-5,9
downloading software	3,2	3,8	2,9	3,3	2,7	3,3	0,1
telephone conversations via the Internet	31,1	36,8	38	41,6	43,8	39,5	8,4
communication (hobby)	51,9	50,4	52,1	49,6	47,3	55,5	3,6
banking services	2,9	3,9	6,5	6,6	8,9	13,3	10,4
search for information	26,6	28,4	28,6	28,6	28,9	30,6	4
order (purchase) of goods	7,9	11,9	13,4	16	16,4	15,8	7,9
obtaining information on goods and services not mentioned above	16,2	17,5	16,8	21,3	20	18,4	2,2
number of households (thousands)	4798,8	4948,7	4924	4900,1	4873,6	4844,2	45,4
Part of households that have Internet access at home,%	22,2	27,2	30,6	38,6	40,6	44,1	21,9

Source:[9]

Today more than 80% of the population in Europe has access to the Internet. The reason why EU countries managed to achieve continuous coverage is the use of

low-frequency bands (800-900 MHz) with technological neutrality. The Cabinet of Ministers of Ukraine has provided a background for the introduction of this technology in Ukraine. On October 29, 2019, the Cabinet of Ministers of Ukraine and mobile operators ensuring frequencies in the 900 MHz band, signed a memorandum, which will provide 90% of the territory of Ukraine with high-speed 4G Internet. According to Mykhailo Fedorov, the Vice Prime Minister and Minister of Digital Transformation of Ukraine: ‘One of the main tasks is providing 90% of Ukrainian settlements, including the most remote ones, with high-quality high-speed Internet by 2022.’ [26]

Conclusions and prospects. Based on the results of the study it is possible to conclude that the changes brought by the introduction and development of digital technologies in all areas of agricultural enterprises face a number of obstacles that can be overcome with the help of appropriate digital competencies.

Formation and development of digital competence of employees constitutes an integral part of marketing management in agricultural enterprises thus improving knowledge and skills of personnel when making managerial decisions, and providing competitive strengths and justification of enterprise development strategy.

References:

1. Association of Farmers and Private Landowners of Ukraine. Retrived from <https://farmer.co.ua/> (Accessed 18 October 2020) (in Ukrainian)
2. Balabanova, L. V. (2004). *Marketynhovyi menedzhment* [Marketing management]. Kyiv. (in Ukrainian)
3. Balanovska, T.I., Havrysh, O.M., Wyrzykowska B. (2020) *Formuvannja ta rozvytok cyfrovoji kompetentnosti pracivnykiv jak skladova antykrizovogho upravlinnja orghanizacijujuy* [Formation and development of digital competence of employees as a component of anti-crisis management of the organization]. *Economics. Management. Business*, Vol. 1, No. 31. pp.97-106. Retrived from <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2391> (in Ukrainian)
4. Bilovodska, O. A. (2010). *Marketynhovyi menedzhment* [Marketing management]. Kyiv. Retrived from <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/38037/1/Bilovodska.pdf;jsessionid=D9C144721587D91A17BA65FC912ED3FF> (in Ukrainian)
5. Unian (2020) *The Internet boom in Ukraine: are we ready to jump online.* Retrived from <https://www.unian.ua/science/bum-internetu-v-ukrajini-chi-gotovi-mi-do-stribka-v-onlayn-novini-11039603.html> (Accessed 5 October 2020) (in Ukrainian)

6. Vedernikov, M.D., Chernushkina, O.O., Mantur-Chubata, O.S. (2018). Suchasni tekhnolohii upravlinnia personalom: kompetentsiinyi pidkhid [Modern technologies of personnel management: competent approach]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seria: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*. Vol. 19 (1). pp. 39-43. Retrived from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2018_19%281%2__11. (in Ukrainian)
7. Vojchak, A. V. (1998). *Marketynhovi menedzhment* [Marketing management]. Kyiv. (in Ukrainian)
8. Dorada. Retrived from <https://www.dorada.org.ua/> (Accessed 13 October 2020) (in Ukrainian)
9. Dostup domohospodarstv Ukrainy do internetu u 2019 rotsi (za danymy vybirkovoho obstezhennia umov zhyttia domohospodarstv Ukrainy): statystychnyi zbirnyk (2020). [Access households in Ukraine to the Internet in 2019 (according to a sample survey living conditions of Ukrainian households): statistical collection]. Retrived from https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2020/zb/07/zb__dd_in19.pdf (in Ukrainian)
10. Information and analytical portal of agro-industrial complex. Retrived from <https://agro.me.gov.ua/ua> (Accessed 8 October 2020).
11. Kliuchovi kompetentnosti dlia navchannia vprodovzh zhyttia 2018 - Tsyfrova kompetentnist [Key competences for lifelong learning 2018 – digital competence]. Retrived from <http://dystosvita.blogspot.com/2018/01/2018.html>
12. Komarnytskyi, I.M., Tsar, H.V. (2011). Teoretychni zasady formuvannia marketynhovoho menedzhmentu na pidpriemstvi. [Theoretical principles of marketing management in enterprise]. *Marketynh i menedzhment innovatsii*. No. 3. pp. 110 – 116. Retrived from https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_3_2_110_116.pdf (in Ukrainian)
13. Agro Consulting Group. Retrived from <http://agro-group.com.ua> (Accessed 18 October 2020)
14. Kotler, Ph. (2007). *Osnovy Marketynhu* [Fundamentals of Marketing]. Moscow. Retrived from: http://htbiblio.yolasite.com/resources/12.11.15/Kotler_kratkiy_2007.pdf (in Russian)
15. Kuibida, V.S., Petroie, O.M., Fedulova, L.I., Androshchuk, H.O. (2019). Tsyfrovi kompetentsii yak umova formuvannia yakosti liudskoho kapitalu [Digital competences as a condition of quality formation human capital]. Kyiv. Retrived from <http://academy.gov.ua/pages/dop/198/files/90a7d5c8-d10a-4f8f-8987-4d1077fdc8f6.pdf> (in Ukrainian)
16. Leiko, S.V. (2013). Poniattia —kompetentsiia|| ta —kompetentnist||: teoretychnyi analiz [The notions —competence|| and —competencell: theoretical analysis]. *The Pedagogical Process: Theory and Practice*. No. 4. pp. 128-135. Retrived from http://nbuv.gov.ua/UJRN/pptp_2013_4_15. (in Ukrainian)
17. Agroexpert (2018). Mobile agricultural shop in the AgroUA mobile application. Retrived from: <https://agroexpert.ua/mobilnii%agrarnii%>

magazin%v% mobilnomu% dodatku% agroua (Accessed 5 October 2020) (in Ukrainian)

18. Oleshko, A.A., Usatenko, A.O. (2019). Formuvannia ta rozvytok tsyfrovoi kompetentnosti personalu [Formation and development of digital competence of staff]. *Investytsiyyi: praktyka ta dosvid*. No. 23. P. 16-19. Retrived from http://www.investplan.com.ua/pdf/23_2019/5.pdf (in Ukrainian)

19. Android.mobile-review (2020). Farewell PC, smartphone in a good way? Retrived from <http://android.mobile-review.com/articles/66106/> (Accessed 5 October 2020) (in Ukrainian)

20. Pro zatverdzhennia Natsionalnoi ramky kvalifikatsii: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 23.11.2011. № 1341 [On Approval of the National Qualifications Framework: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of November 13, 2011 No. 1341]. Retrived from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF> (in Ukrainian)

21. Pro skhvalennia Kontseptsii rozvytku tsyfrovoy ekonomiky ta suspilstva Ukrainy na 2018- 2020 roky ta zatverdzhennia planu zakhodiv shchodo yii realizatsii: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 17.01.2018 r. № 67-r [On approval of the Concept of development of the digital economy and society of Ukraine for 2018-2020 and approval of the plan of measures for its implementation: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 17.01.2018 № 67-p]. Retrived from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>. (in Ukrainian)

22. Raiko, D.V., Lebedeva, L.E. (2015) Modelj upravlinnja marketynghom u systemi menedzhmentu promyslovogho pidpryjemstva [Marketing management model in the management system of an industrial enterprise]. *Marketing and innovation management*. Vol. 1. pp. 107–123. Retrived from https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2015_1_107_123.pdf (in Ukrainian)

23. Rudenko, M.V. (2019) Tekhnologhiji cyfrovoji transformaciji siljsjkoghospodarsjkykh pidpryjemstv [Technologies of digital transformation of agricultural enterprises]. *Agrosvit*. Vol 23. pp. 8–18. (in Ukrainian)

24. Synychenko, A.V. (2016). Kompetentnisnyi pidkhid yak suchasna paradyhma upravlinnia personalom [Competence approach as a modern paradigm of personnel management]. *Finance, accounting, banks*. No 1 (21). 2016. pp. 288–294. Retrived from http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Fub_2016_1_32.pdf. (in Ukrainian)

25. Tkach, O.V, Balanyuk, I.F., Kopchak, Y.S., Balanyuk, S.I. (2016) Marketynghovyj menedzhment u dijalnosti pidpryjemstv [Marketing management in the activities of enterprises]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod University*. Vol. 1. pp. 292–296. (in Ukrainian)

26. Cabinet of Ministers of Ukraine (2019). Government signs a memorandum that will ensure 4G coverage of 90% of Ukraine's territory. Retrieved from <https://www.kmu.gov.ua/news/uryad-pidpisav-memorandum-shcho-zabezpechit-pokrittia-4g-na-90-teritoriyi-ukrayini> (Accessed 5 October 2020)
27. Fedulova, L.I. (2020). Rol tsyfrovyykh kompetentsii u formuvanni informatsiinoi ekosystemy publichnoho upravlinnia [The role of digital competences in the formation of the public governance ecosystem]. Retrieved from <http://academy.gov.ua/pages/dop/198/files/eb2ca970-be91-400e-a34e8fdc0663763f.pptx> (in Ukrainian)
28. Agricultural Consulting for friendly farming. Retrieved from: <https://www.farming.org.ua> (Accessed 5 October 2020)
29. European Commission (2019). Council Recommendation on Key Competences for Lifelong Learning. Retrieved from https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/council-recommendation-on-keycompetences-for-lifelong-learning_en
30. K-press (2020). Marketing Analytic – program for marketing analysis. Retrieved from <http://www.k-press.ru/comp/2000/3/curs/curs.asp> (Accessed 5 October 2020) (in Ukrainian)
31. Mirete, A.B., Maquilón, J.J., Mirete, L., Rodríguez, R.A. (2020). Digital Competence and University Teachers' Conceptions about Teaching. *Sustainability*. Vol. 12. No 1. pp. 1-13. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/su12124842>
32. PROD - buy and sell vegetables and fruits. Retrieved from <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.prod&hl=uk> (Accessed 8 October 2020)

Список використаних джерел:

1. Асоціація фермерів та приватних землевласників України: вебсайт. URL: <https://farmer.co.ua/> (дата звернення: 18.10.2020)
2. Балабанова Л.В. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник. Київ: Знання, 2004. 354 с.
3. Балановська Т. І., Гавриш О. М., Виржиковська Б. Формування та розвиток цифрової компетентності працівників як складова антикризового управління організацією. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2020. №1 (31). С. 97-106. URL: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2391>
4. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник. Київ: Знання, 2010. 332 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/38037/1/Bilovodska.pdf;jsessionid=D9C144721587D91A17BA65FC912ED3FF>
5. Бум інтернету в Україні: чи готові ми до стрибка в онлайн. *Unian: вебсайт*. URL: <https://www.unian.ua/science/bum-internetu-v-ukrajini-chi-gotovi-mi-do-stribka-v-onlayn-novini-11039603.html> (дата звернення: 05.10.2020)
6. Ведерніков М.Д., Чернушкіна О.О., Мантур-Чубата О.С. Сучасні технології управління персоналом: компетенційний підхід. *Науковий вісник*

Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Вип. 19 (1). С. 39-43. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2018_19%281%29__11

7. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 1998. 268 с.

8. Дорада: вебсайт. URL: <https://www.dorada.org.ua/> (дата звернення: 13.10.2020)

9. Доступ домогосподарств України до інтернету у 2019 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України): статистичний збірник. Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2020/zb/07/zb__dd_in19.pdf (дата звернення: 08.10.2020)

10. Інформаційно-аналітичний портал АПК: вебсайт. URL: <https://agro.me.gov.ua/ua> дата звернення: 08.10.2020).

11. Ключові компетентності для навчання впродовж життя 2018 – Цифрова компетентність. Дистанційне та змішане навчання інформатики: вебсайт. URL: <http://dystosvita.blogspot.com/2018/01/2018.html>

12. Комарницький І.М., Цар Г.В. Теоретичні засади формування маркетингового менеджменту на підприємстві. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 3. С. 110 – 116. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_3_2_110_116.pdf

13. Компанія Агро Консалтинг Груп : вебсайт. URL: <http://agro-group.com.ua> (дата звернення: 18.10.2020)

14. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс / пер с англ. издательства «Прогресс». Москва: Издательский дом «Вильямс», 2007. 656 с. URL: http://htbiblio.yolasite.com/resources/12.11.15/Kotler_kratkiy_2007.pdf

15. Куйбіда В.С., Петроє О.М., Федулова Л.І., Андрощук Г.О. Цифрові компетенції як умова формування якості людського капіталу. Київ: НАДУ, 2019. 28 с. URL: <http://academy.gov.ua/pages/dop/198/files/90a7d5c8-d10a-4f8f-8987-4d1077fdc8f6.pdf>

16. Лейко С. В. Поняття «компетенція» та «компетентність»: теоретичний аналіз. Педагогічний процес: теорія і практика. 2013. № 4 С. 128-135. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pptp_2013_4_15

17. Мобільний аграрний магазин в мобільному додатку AgroUA : вебсайт. URL: <https://agroexpert.ua/mobilnii-agrarnii-magazin-v-mobilnomu-dodatku-agroua/> (дата звернення: 05.10.2020)

18. Олешко А. А., Усатенко А. О. Формування та розвиток цифрової компетентності персоналу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 23. С. 16-19. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/23_2019/5.pdf

19. ПК прощай, смартфон в добру путь? Android.mobile-review: вебсайт. URL: <http://android.mobile-review.com/articles/66106/> (дата звернення: 05.10.2020)

20. Про затвердження Національної рамки кваліфікацій: Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. № 1341 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF> (дата звернення: 03.10.2020)

21. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 р. № 67–р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80> (дата звернення: 23.12.2019).

22. Райко Д.В., Лебедева Л.Е. Модель управління маркетингом у системі менеджменту промислового підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 1. С. 107–123. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2015_1_107_123.pdf

23. Руденко М.В., Технології цифрової трансформації сільськогосподарських підприємств. *Агросвіт*. 2019. № 23. С. 8–18.

24. Синиченко А. В. Компетентнісний підхід як сучасна парадигма управління персоналом. *Фінанси, облік, банки*. № 1 (21). 2016. С. 288–294. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Fub_2016_1_32.pdf

25. Ткач О.В., Баланюк І.Ф., Копчак Ю.С., Баланюк С.І. Маркетинговий менеджмент у діяльності підприємств. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2016. Вип. 1. С. 292–296.

26. Уряд підписав меморандум, що забезпечить покриття 4G на 90% території України. *Кабінет Міністрів України: вебсайт*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/uryad-pidpisav-memorandum-shcho-zabezpechit-pokrittya-4g-na-90-teritoriyi-ukrayini> (дата звернення: 05.10.2020)

27. Федулова Л.І. Роль цифрових компетенцій у формуванні інформаційної екосистеми публічного управління. URL: <http://academy.gov.ua/pages/dop/198/files/eb2ca970-be91-400e-a34e-8fdc0663763f.pptx>

28. Agricultural Consulting for friendly farming: вебсайт. URL: <https://www.farming.org.ua> (дата звернення: 18.10.2020)

29. Council Recommendation on Key Competences for Lifelong Learning. *European Commission*: вебсайт. URL: https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/council-recommendation-on-key-competences-for-lifelong-learning_en

30. Marketing Analytic – програма для маркетингового аналізу : вебсайт. URL: <http://www.kpress.ru/comp/2000/3/curs/curs.asp> (дата звернення: 04.10.2020)

31. Mirete A.B., Maquilón J.J., Mirete L., Rodríguez R.A. Digital Competence and University Teachers' Conceptions about Teaching. *Sustainability*. 2020. Vol 12. No 1. pp. 1-13. URL: <https://doi.org/10.3390/su12124842>

32. PROD - купи і продавай овочі та фрукти: вебсайт. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.prod&hl=uk> (дата звернення: 08.10.2020)

РОЛЬ ЦИФРОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ У МАРКЕТИНГОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Т. Балановська, Б. Виржиковська, В. Восколупов

Анотація. У статті розкрито роль цифрової компетентності працівників у маркетинговому менеджменті сільськогосподарських підприємств. Відмічено, що маркетинговий менеджмент є одним з інноваційних підходів щодо управління сільськогосподарським підприємством. Встановлено, що ефективність маркетингового менеджменту на всіх рівнях управління сільськогосподарським підприємством у великій мірі залежить від всебічного розвитку працівників, тому важливе значення слід приділяти не тільки професійним знанням фахівців зі спеціальності, а і їхній здатності оперативно реагувати на вимоги ринку, вміти спілкуватися, брати відповідальність за результати діяльності, а також безперервно займатися самоосвітою. Зазначено, що постійна поява нових технологій, обладнання вимагає від працівників відповідної цифрової компетентності.

Розкрито сутність цифрової компетентності. Розглянуто основні складові використання цифрової компетентності сільськогосподарськими товаровиробниками, які необхідні під час пошуку покупців, постачальників, вивчення кон'юнктури ринку. Зважаючи на те, що використання сучасних цифрових технологій неможливе без підключення до інтернет-мережі, проаналізовано можливість доступу до інтернет-мережі сільського населення України. Відмічено, що формування й розвиток цифрової компетентності працівників є невід'ємною складовою маркетингового менеджменту в сільськогосподарських підприємствах, що сприяє підвищенню рівня знань і навичок персоналу при прийнятті управлінських рішень, забезпечує формування конкурентних переваг та обґрунтування стратегії розвитку підприємства.

Ключові слова: маркетинг, маркетинговий менеджмент, цифрова компетентність, маркетингові дослідження, сільськогосподарське підприємство.

УДК: 332.72:332.33(477)

ВІДКРИТТЯ РИНКУ ЗЕМЛІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В УКРАЇНІ

О.В. КІРЕЙЦЕВА, кандидат економічних наук, доцент кафедри глобальної економіки

Національний університет біоресурсів та природокористування України

ORCID: 0000-0002-9575-5742

E-mail: eva_1310@ukr.net

О.В. ЖИЛІН, аспірант кафедри глобальної економіки

Національний університет біоресурсів та природокористування України

ORCID: 0000-0001-7143-8948

E-mail: a.zhylin@ukr.net

Анотація. У статті досліджено теоретичні засади формування системи функціонування ринку землі сільськогосподарського призначення в Україні. Проаналізовано базові параметри існування законодавства про землю, захист прав власників земельних ділянок, можливостей купівлі та продажу в розрізі земельних відносин, діяльність агрохолдингів.

Визначено, що земля, праця та капітал – повинні функціонувати як товари в ринковій економіці, як фактори виробництва. Значну роль може відігравати держава, можливості якої визначаються наявністю відповідних важелів влади. Земля, як і інші природні ресурси, що є в межах території України, є об'єктами права власності Українського народу. Основним Законом покладається на державу функція захисту прав усіх суб'єктів права власності й господарювання.

Визначено, що реформування земельного сектору так чи інакше торкається інтересів майже всіх громадян країни. Базисом аграрних реформ є земельна реформа. Ринок землі в Україні вводиться з 1 липня 2021 року. Право власності на земельні ділянки сільськогосподарського призначення зможуть набувати громадяни України, юридичні особи України, територіальні громади та держава. Загальна площа земельних ділянок сільськогосподарського призначення у власності громадянина та юрособи не може перевищувати 10 000 гектарів.

Визначено, що до 1 січня 2024 року: ліміт 100 гектарів і право покупки земельної ділянки мають тільки фізичні особи. До 1 січня 2030 року ціна продажу земельних ділянок сільськогосподарського призначення, виділених у натурі (на місцевості) власникам земельних часток (паїв), не може бути меншою за їхню нормативну грошову оцінку. Розрахунки проводяться в безготівковій формі. За даними Мінекономіки, середня вартість оренди гектара землі в Україні складає 1700 гривень на рік. Після запровадження ринку вона може зрости до 4000 гривень у 2024 році. Згідно даних уряду надаються дані, що середня вартість гектара землі після відкриття ринку

складе приблизно 2200 доларів, проте, в разі заборони на продаж землі іноземцям ця сума може бути нижчою.

Ключові слова: земля, земельні відносини, мораторій, агрохолдинг

Актуальність. Наявність системи законодавства про землю і нерухомість, що визначає відповідні права і обов'язки індивідів та спільні інтереси груп населення, є необхідною передумовою економічного розвитку. Жодна країна не може зберігати стабільність у межах своїх границь або підтримувати економічний розвиток, якщо в неї немає виваженої земельної політики, що сприяє зміцненню впевненості громадян і господарюючих суб'єктів у гарантуванні державою їхніх прав та інтересів. Ефективне управління земельними ресурсами, приватна власність на землю й захищеність власності є основою стійкого соціально-економічного розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанню аналізу та дослідження земельного регулювання відносин в Україні присвячені роботи: праці С. Архієреєва, В. Геєця, А. Гриценка, Б. Кваснюка, О. Крисального, В. Савчука, А. Чухна, П. Юхименка, Ю. Білика, П. Гайдуцького, О. Онищенко, О. Песцової, П. Саблука, В. Трегобчука, А. Третяка, В. Юрчишина, А. Даниленко, М. Дем'яненко, В. Месель-Веселяк, Л. Новаковського, А. Тихонова, М. Федорова, Л. Балаша, Д. Добряка, М. Калінчиак, М. Маліак, С. Смоленської. Проте існує подальша необхідність вивчення аспектів функціонування ринку землі сільськогосподарського призначення в Україні.

Метою дослідження є аналіз формування правових рамок регулювання земель сільськогосподарського призначення.

Методи: Дослідження ґрунтуються на використанні загальнонаукових і спеціальних методів, зокрема: за допомогою діалектичного методу наукового пізнання розкрито стан вивчення досліджуваної проблеми, її актуальність, визначено теоретичне підґрунтя економічного регулювання земельних відносин; системного підходу – окреслено структуру наукового дослідження та визначено взаємозв'язок його елементів; абстрактно-

логічного – сформульовано гіпотези та сформовано висновки; історико-логічного – досліджено генезис становлення та розвитку земельних відносин в Україні; термінологічного аналізу та формальної логіки – уточнено понятійно- категоріальний апарат; статистико-аналітичного – здійснено оцінку сучасного стану земельних відносин і визначено тенденції й перспективи їхнього розвитку; структурно-функціонального аналізу – розроблено стратегічні напрями удосконалення управління землями сільськогосподарського призначення державної власності; графічно-ілюстративного – наочно відображено окремі результати дослідження.

Результати дослідження та їх обговорення. Ринок землі, яка виступає базисом будь-якої людської діяльності, стає концентрованим вираженням взаємодії, з одного боку, виробництва, а з іншого, – розподілу і споживання створюваних предметів і послуг. У свою чергу, відносини розподілу й саме споживання людьми предметів та послуг суттєво впливають на цінність землі як економічного ресурсу. Вони можуть або стимулювати, або стримувати розвиток ринкового обороту землі.

У сільському господарстві земля – головний засіб виробництва, без якого не можливий сам процес виробництва продукції рослинництва й тваринництва. Вона значно визначає темпи розвитку й рівень ефективності сільськогосподарського виробництва. Коли земля, як ресурс виключається з повноцінного товарного обігу, це призводить до звуження дії законів товарного виробництва і унеможливорює досягнення повного ефекту від створення нових форм господарювання на селі ринкового типу. Дотримання глибинних зв'язків економічних явищ сприяє сталому розвитку економіки. Відступ від них заважає нормальному розвитку економіки, руйнує її [5].

У раціональному впливі на ринок земель значну роль може відігравати держава, можливості якої визначаються наявністю відповідних важелів влади. Мова йде не про детальну регламентацію економічного життя суспільства з її боку, а насамперед про створення необхідних умов для успішного розвитку суспільного виробництва завдяки ефективному його

забезпеченні земельними ресурсами. Проте на даний час у державі продовжується монополія діяльності агрохолдингів (табл. 1).

1. Динаміка земельного банку. Топ 10 агрохолдингів в Україні

Агрохолдинг	2014 рік	2018 рік
UkrLandFarming	690	570
Кернел	400	560
Агропросперіс	400	430
Миронівський хлібопродукт	300	370
Астарта-Київ	250	250
Мрія Агрохолдинг	310	165
ІМК	130	130
AgroGeneration	100	120
УКРПРОМІНВЕСТ-АГРО	100	117
Агротон	150	110

Джерело: [за даними Державної служби статистики України]

Розвиток економічної сфери суспільства не виключає можливості структурної перебудови економіки, корінних змін у сфері відносин власності на землю. Водночас за розроблення механізмів регулювання ринкових земельних відносин важливо усвідомлювати, що саме в розвитку економіки працює на перспективу, розуміти поточні й довгострокові інтереси різних соціальних груп суспільства, а також найближчі і віддалені наслідки своїх дій. На сьогодні лише фінансові інтереси агрохолдингів продовжують збільшуватися, що зумовлює порушення інтересів учасників ринку землі (табл. 2).

2. Фінансові показники агрохолдингів в Україні, 2018 рік

Фінансові показники, млн \$		
	ЕВІТДА	Чистий прибуток
UkrLandFarming	91	11
Кернел	319	176
Агропросперіс	н/д	н/д
Миронівський хлібопродукт	459	230
Астарта-Київ	120	62
Мрія Агрохолдинг	8	115
ІМК	39	18
AgroGeneration	9	13
УКРПРОМІНВЕСТ-АГРО	н/д	н/д

Агротон	17	8
---------	----	---

Джерело: [за даними Державної служби статистики України]

Земля, як і інші природні ресурси, що перебувають в межах території України, є об'єктами права власності Українського народу. Це твердження зазначається в основному документі держави, а саме в статті 13 Конституції України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. Проте необхідно зауважити, що кожний громадянин має право користуватися природними об'єктами права власності народу відповідно до закону. Основним Законом покладається на державу функція захисту прав усіх суб'єктів права власності та господарювання, а також рівність усі суб'єктів права власності перед законом [6].

Реформування земельного сектору так чи інакше торкається інтересів майже всіх громадян країни. На всіх етапах розвитку вона ставала економічним стержнем для реалізації господарських механізмів та застосуванні продуктивних сил. Базисом аграрних реформ була земельна реформа, основним змістом якої було таке: зміна власника землі, за якою вона потрапляла до рук тих, хто може її ефективно обробляти і дбати про її збереження. Це є важливим положенням і в наш час.

Перед незалежною Україною постало важливе питання щодо створення нової юридичної основи земельних відносин, яка б суттєво відрізнялася від соціалістичної, сформованої за принципами монопольного права державної власності на землю, а також відповідала б тенденціям суспільного розвитку держави та прогресу.

У ніч із 30 на 31 березня 2020 року Верховна Рада проголосувала за земельну реформу в Україні. Закон "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення" (проект №2178-10) підтримали 259 народних депутатів.

Ринок землі в Україні вводиться з 1 липня 2021 року. Право власності на земельні ділянки сільськогосподарського призначення зможуть набувати громадяни України, юридичні особи України, територіальні громади та

держава. Банки зможуть набувати право власності на земельні ділянки сільськогосподарського призначення лише в порядку звернення стягнення на них як на предмет застави. Такі земельні ділянки мають бути відчужені банками на земельних торгах упродовж двох років із дня набуття права власності. Право власності на земельні ділянки сільськогосподарського призначення юридичними особами, створеними й зареєстрованими за законодавством України, учасниками (засновниками) або кінцевими бенефіціарними власниками (контролерами) яких є особи, які не є громадянами України, може здійснюватися з дня та за умови схвалення цього на референдумі [5].

За будь-яких умов забороняється набуття права власності на земельні ділянки сільськогосподарського призначення:

1) юридичними особами, учасниками (акціонерами, членами) або кінцевими бенефіціарами яких є особи, які не є громадянами України, - на земельні ділянки сільськогосподарського призначення державної й комунальної власності, земельні ділянки сільськогосподарського призначення, виділені в натурі (на місцевості) власникам земельних часток (паїв), і які розташовані ближче 50 кілометрів від державного кордону України (крім державного кордону України, який проходить по морю);

2) юридичними особами, учасниками (акціонерами, членами) або кінцевими бенефіціарами яких є громадяни держави, визнані Україною державою-агресором або державою-окупантом;

3) особами, які належать або належали до терористичних організацій;

4) юридичними особами, учасниками (акціонерами, членами) або кінцевими бенефіціарами яких є іноземні держави;

5) юридичними особами, у яких неможливо встановити бенефіціарного власника (контролера);

6) юридичними особами, бенефіціарні власники (контролери) яких зареєстровані в офшорних зонах;

7) фізичними та юридичними особами, стосовно яких застосовано спеціальні економічні та інші обмежувальні заходи (санкції);

8) юридичними особами, створеним за законодавством України, що перебувають під контролем фізичних та юридичних осіб, зареєстрованих у державах, включених FATF до списку держав, що не співпрацюють у сфері протидії відмиванню доходів, одержаних злочинним шляхом [2].

Загальна площа земельних ділянок сільськогосподарського призначення у власності громадянина та юридичної особи не може перевищувати 10 000 гектарів. Якщо громадянину належить право власності на частку у статутному (складеному) капіталі, у пайовому фонді юридичної особи або на окремі акції, паї, вважається, що йому крім земельних ділянок, що належать йому на праві власності, також належить право власності на земельні ділянки загальною площею, що дорівнює площі у власності юридичної особи, учасником якої він є, помноженої на розмір частки такого громадянина, вираженої у відсотках, у статутному (складеному) капіталі, пайовому фонді цієї юридичної особи.

До 1 січня 2024 року: ліміт 100 гектарів і право покупки земельної ділянки мають тільки фізичні особи.

До 1 січня 2030 року ціна продажу земельних ділянок сільськогосподарського призначення, виділених у натурі (на місцевості) власникам земельних часток (паїв), не може бути меншою за їхню нормативну грошову оцінку. Розрахунки проводяться в безготівковій формі.

Не допускається набуття права власності на земельні ділянки за відплатними договорами в разі відсутності в набувача права власності документів, які підтверджують джерела походження коштів або інших активів, за рахунок яких набувається таке право. Продаж земельних ділянок сільськогосподарського призначення державної та комунальної власності забороняється.

Забороняється також відчуження земельних ділянок сільськогосподарського призначення розташованих на тимчасово окупованих

територіях у Донецькій та Луганській областях, Автономної Республіки Крим та міста Севастополя, крім передачі їх у спадщину [4].

За даними Мінекономіки, середня вартість оренди гектара землі в Україні складає 1700 гривень на рік. Після запровадження ринку вона може зрости до 4000 гривень у 2024 році. Водночас завдяки зростанню конкуренції, зростатиме й продуктивність сільгоспземель — на 6% щороку. Згідно з даними уряду надаються дані, що середня вартість гектара землі після відкриття ринку складе приблизно 2200 доларів, проте, у разі заборони на продаж землі іноземцям ця сума може бути нижчою [6].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, Україна має великі площі сільськогосподарських земель, які при грамотному використанні можуть дати сильний поштовх вітчизняній економіці та лідерство на світовому ринку сільськогосподарської продукції. Але для цього необхідне чесне функціонування ринку землі та прозорий обіг земель.

Важливо розуміти не лише теоретичний вимір юридичного характеру врегулювання земельної сфери, а і практичний вимір реалізації прав та можливостей учасників процесу. Насамперед це буде стосуватися практичного застосування нормотворчого процесу. З іншої сторони, це також вплине на економічне регулювання земельних ресурсів.

Враховання процесу децентралізації на території України та перерозподілу податків на користь місцевих бюджетів, у тому числі з договорів купівлі-продажу земельних ресурсів, як і оренди, сприятиме активному та прозорому обігу земель унаслідок регламентації процесів.

References

1. ZIK (2020) The experience of the world in the sale of land. Article. https://zik.ua/article/dosvid_svitu_u_prodazhi_zemel_de_naidorozhchi_uhiddia_u_yevropi_i_yak_tam_pratsiuie_rynok_zemli_964027 (Accessed 1 April 2020) (in Ukrainian)

2. AgroPolit.com (2020) Law on the land market №2178-10. Substantive provisions. Article. <https://agropolit.com/spetsproekty/715-zakon-pro-rinok-zemli-2178-10-osnovni-polojennya> (Accessed 31 Mars 2020) (in Ukrainian)
3. Evgen Solonyna (2020) The new Law on Land. Will it save the Ukrainian economy? Article. <https://www.radiosvoboda.org/a/zakon-pro-zemliu/30520775.html> (Accessed 1 Avril 2020) (in Ukrainian)
4. Liga 360 (2020) The Law on Land Market was adopted. Article. https://biz.ligazakon.net/ua/news/194166_priynyato-zakon-pro-rinok-zeml (Accessed 31 Mars 2020) (in Ukrainian)
5. Kriglevich Viacheslav (2020) Land market. What the law says and what to expect. Article. https://jurliga.ligazakon.net/ua/news/194265_rinok-zeml-shchogovorit-zakon--chogo-ochkuvati (Accessed 2 Avril 2020) (in Ukrainian)
6. Yan Bilogolovyy (2020). Legal Newspaper online. What areas may be affected by the law on the land market. Article. <https://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/yakih-sfer-mozhe-torknutisya-zakon-pro-rinok-zemli.html> (Accessed 1 Avril 2020) (in Ukrainian)
7. Kireitseva O.V, Zhilin O.V (2018). Ecologically rational use of land resources. Scientific Bulletin of the National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine. Series: Economics, agricultural management, business, I. 284. S. 129-137. (in Ukrainian)

OPENING OF AGRICULTURAL LAND MARKET IN UKRAINE

O.V. Kireitseva, O.V. Zhylin

***Abstract.** The article examines the functioning of agricultural land market in Ukraine. The basic parameters of the existence of legislation on land, the protection of the rights of owners of land plots, the possibilities of buying and selling in the context of land relations, the activities of agricultural holdings are analyzed.*

It is determined that land, labor and capital should function as goods in market economy, as factors of production. The significant role can be played by state that has capabilities for determination the presence of appropriate levers of power. The land, like other natural resources located within the territory of Ukraine, are objects of property rights of Ukrainian people. The Basic Law entrusts state with the function of protecting rights of all subjects of property as well as business rights.

It has been determined that reforming of land sector is in one way or another affects interests of almost all citizens of country. The basis of agrarian

reforms is land reform. The land market in Ukraine will be introduced on July 1, 2021. Citizens of Ukraine, legal entities of Ukraine, territorial communities and the state will be able to acquire ownership of agricultural land plots. The total area of agricultural land plots owned by citizen and legal entity may not exceed 10,000 hectares.

It is determined that the limit of 100 hectares and the right to purchase the land plot have only individuals by January 1, 2024. Until January 1, 2030, the sale price of agricultural land plots allocated in kind (on the ground) to the owners of land shares (shares) cannot be less than their normative monetary value. Calculations are made in non-cash form. According to the Ministry of Economy, the average cost of renting a hectare of land in Ukraine is 1,700 hryvnas per year. After the introduction of the market, it can grow to 4000 hryvnas in 2024. According to government data, the average cost of hectare of land after the opening of the market will be about \$ 2,200, but if the sale of land to foreigners is prohibited, this amount may be lower.

Keywords: *land, land relations, moratorium, agricultural holding*

**ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ОЗИМОЇ ПШЕНИЦІ
В ТИПОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ ЦЕНТРАЛЬНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ**

Н. О. КОВАЛЕНКО, к.е.н., доцент кафедри адміністративного
менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID: 0000-0003-0621-8214
E-mail: nperederiy@nubip.edu.ua

О. М. ЛАБЕНКО, к.е.н., доцент кафедри фінансів
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID: 0000-0001-9192-9891
E-mail: labenko@nubip.edu.ua

В. П. КОВАЛЕНКО, д.с.-г.н., професор кафедри кормовиробництва, меліорації
і метеорології, Національний університет біоресурсів і природокористування
України
ORCID: 0000-0001-7158-825X
E-mail: vpkovalenko04@gmail.com

М. В. КЛИМЕНКО, аспірант кафедри фінансів*
Національний університет біоресурсів і природокористування України
E-mail: maxiklymenko@gmail.com

***Анотація.** Родючі землі та сприятливий клімат України наділяють її колосальними можливостями для розвитку аграрного сектору та формування високоефективного кластеру економіки. За дієвого менеджменту, аграрного потенціалу вистачить як на забезпечення внутрішніх потреб, так і формування вагомої частини експортного виторгу. Об'єми та якість агропродовольства спроможні сформувати не тільки власну продовольчу безпеку, але і Європи, Азії та Африки.*

Однак, з огляду на більшу тривалість виробничого циклу в порівнянні з промисловістю, аграрні підприємства на етапі вибору виробничої програми не в змозі передбачити та швидко реагувати на зміни кон'юнктури ринку, підвищуючи конкурентоспроможність товару та привабливість пропозиції для споживача, базуючись на сучасних схемах виробництва.

Тому основною метою нашого дослідження є створення дорожньої карти для обрання управлінських рішень під час планування виробничої програми через оцінку ефективності вирощування озимої пшениці в типовому господарстві Центральної України.

Для цього було обрано методика на основі розрахунків маржинального доходу, сукупних витрат, порогів виробництва та рентабельності, окупності факторів виробництва.

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доц. О. М. Лабенко

У зв'язку із кліматичними змінами, важливість вирощування озимих культур стає дедалі вищою й особливу увагу потрібно приділяти підвищенню їхньої економічної ефективності. Отже, проблема та актуальність статті зумовлена вимогами щодо сталого успішного функціонування сільськогосподарських підприємств у ринковому середовищі та, у зв'язку з цим, доцільністю використання доступних розрахункових методів оцінки економічної ефективності виробництва для полегшення процесу прийняття управлінських рішень.

Ключові слова: вирощування озимої пшениці, маржинальна калькуляція, економічна ефективність, окупність

Актуальність. Основним завданням агропромислового комплексу є досягнення стійкого росту виробництва сільськогосподарської продукції, надійне забезпечення країни продуктами харчування й сировиною, об'єднання зусиль усіх галузей для отримання високих кінцевих результатів. Формування конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств забезпечує підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору економіки, а, отже, сприяє вирішенню проблем щодо забезпечення продовольчої безпеки країни. Зміна клімату, яка спостерігається нині, є реальністю, хоча й не доведеним наукою фактом глобального потепління. До того ж потепління відбувається в зимовий час, а в літні періоди в більшості регіонів клімат залишається незмінним, нерідко, навіть, прохолоднішим. Тому потрібно дедалі обережніше з технологічної точки зору ставитися до посівів озимих культур. Загалом продовольчим зерном Україна забезпечує свої потреби, але не вистачає якісного зерна, сильної і твердої пшениці. У зв'язку з цим у вирішенні зернової проблеми пріоритетне значення надаватиметься збільшенню виробництва високоякісного зерна твердих і сильних пшениць, посівні площі, під якими мають збільшуватися в Україні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Визначення економічної ефективності потребує чіткого розуміння всіх факторів і засад, що відносяться до технології вирощування культури. Саме цей показник враховує всі кількісні та вартісні складові і дозволяє стверджувати про доцільність або недоречність застосування того чи іншого елемента технології. Теоретичні та методологічні засади економічної ефективності вирощування сільськогосподарських культур

були розглянуті в роботах як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, серед яких В. Галушко, Н. Коваленко, П. Саблук, та ін. Проте, незважаючи на значну наукову і практичну важливість досліджуваної проблеми, обмеженими є публікації в сучасній вітчизняній економічній літературі щодо ефективності вирощування культури, є лише поодинокі праці, присвячені певним її аспектам.

Метою дослідження є оцінити ефективність вирощування досліджуваної нами культур типового господарства Центральної частини України – озимої пшениці.

Матеріали та методи дослідження. Для досягнення мети дослідження було обрано методику на основі розрахунків маржинального доходу, сукупних витрат, порогів виробництва та рентабельності та окупності факторів виробництва: землі, капіталу та праці.

Маржинальний дохід розраховується як різниця між вартістю товарної продукції і змінними витратами в певному виробничому процесі. Це внесок, який робить певний вид продукції в покриття постійних витрат і в прибуток усього підприємства. Отже, він є внутрішньогосподарським показником конкурентоспроможності. Маржинальний дохід завжди розраховується на певну одиницю, наприклад, 1 га і, як правило, на один рік. З величини маржинального доходу будуть відніматися однакові постійні та накладні витрати, що розподіляються наприкінці року на всю площу пропорційно [1].

Поріг виробництва являє собою величину змінних витрат на виробництво одиниці продукції. У такий спосіб він показує якою має бути ціна тієї чи іншої продукції, щоби її виробництво мало економічну доцільність у короткостроковий період. Поріг виробництва відповідає на запитання, чи має подальше виробництво певної продукції (або його розширення) короткотерміновий економічний зміст чи ні. Він означає точку, починаючи з якої гранична вартість певного продукту перевищує граничні витрати, які виникають під час його виробництва й тим самим граничний прибуток знаходить позитивне значення. Відносно одиниці продукції це означає, що

граничні витрати нижче, ніж ціна на продукцію. Отже, поріг виробництва є нижньою межею ціни виробництва [2].

Поріг рентабельності являє собою загальні витрати на виробництво одиниці продукції (середні витрати). Поріг рентабельності відповідає на питання: якою повинна бути ціна тієї чи іншої продукції, щоби завдяки її виробництву підприємець отримував прибуток. Поріг рентабельності називається також порогом прибутку [1, 3].

Чим довший період планування тим більше постійних статей витрат стають змінними. Поріг виробництва зі збільшенням періоду планування все більше прирівнюється до порогу рентабельності.

Окупність факторів виробництва (земля, капітал, праця) – це окупність цих факторів через виробничі процеси. Її визначають як різницю між виторгом від реалізації і всіх витрат, крім витрат самого фактора [2].

Прикладом господарства нами було обране підприємство в Центральному регіоні України, яке є типовим за наступними показниками – розміру земельного ресурсу, наявності найманих робітників, переліку культур, що вирощуються. Підприємство налічує майже 10000 га ріллі, приблизно 90 робітників, займається виробництвом зернових та технічних культур, має молочне стадо та виробляє основні корми, розрахунки здійснювалися за 2018 – 2019 маркетинговий рік.

Результати дослідження та їх обговорення. У досліджуваному підприємстві нами було проаналізовано економічну ефективність виробництва озимої пшениці, як однієї з перспективних з економічної та господарської точок зору культури.

Згідно з практичними розрахунками маржинальний дохід включає в себе лише витрати на засоби виробництва (насіння, добрива, захист рослин, витрати на механізацію, ПММ, тощо) і послуги, оскільки вони, як правило, належать до змінних витрат. Не включаються витрати на оборотний капітал, землю, права виробництва і реалізації (проценти, оплата праці, оренда) як і витрати на

основні засоби (амортизація, процентні ставки і ін.), загальновиробничі витрати.

Сума маржинального доходу призначена в виробничому процесі для покриття постійних і накладних витрат, а також для утворення прибутку.

Отже, величина маржинального доходу показує на скільки збільшиться загальний прибуток у разі розширення виробничого процесу на 1 одиницю, за умові, що всі необхідні фактори виробництва є в розпорядженні [4,5].

Маржинальний дохід виробництва 1 га озимою пшениці в досліджуваному господарстві дорівнює 11901,70 грн/га. Тобто, у разі збільшення виробництва озимої пшениці на кожний додатковий гектар ми отримаємо по 11901,70 грн. (табл. 1).

Згідно з вищевказаною методикою різниця між маржинальними доходами культур є внутрішнім показником конкурентоспроможності продукції і для отримання прибутку за кожною з культур із маржинальних прибутків ми віднімемо пропорційну суму постійних витрат. Отже, різниця в маржинальному прибутку буде відображати майбутню різницю в прибутку. У нашому господарстві, орієнтуючись на метод маржинальної калькуляції, розрахувавши теоретично маржинальні доходи за всіма культурами, що вирощуються, ще до моменту отримання прибутку, ми можемо визначити найбільш прибуткову культуру.

Табл.1. Розрахунок маржинального доходу озимої пшениці, грн/га

Показники	Значення, грн/га
Вартість виробленої продукції	22800,10
Пропорційно-змінні витрати:	
Насіння	
Добрива	
Засоби захисту рослин	
Роботи і послуги	
Змінні витрати власної механізації	
Інші	
Змінні витрати, всього	10898,40
Маржинальний дохід	11901,70

Джерело: розраховано авторами

Перед визначенням прибутку спочатку визначаються всі витрати, а потім вони по черзі додаються і формують сукупні витрати.

Додатково до вже розрахованих у маржинальному доході змінних витрат додаються ще такі, як:

- ✓ витрати на вкладений в оборотні кошти капітал;
- ✓ оплата праці (продуктивної роботи);
- ✓ витрати, пов'язані з використанням землі;
- ✓ витрати на придбання прав (ліцензій) на виробництво й постачання продукції;
- ✓ амортизація, витрати з утримання основних засобів, страхування тощо;
- ✓ оплата адміністративної роботи;
- ✓ інші спеціальні постійні витрати й накладні витрати.

Повні витрати з виробництва озимої пшениці в типовому господарстві склали 18298,20 грн/га.

Розходження між прибутком і підприємницьким доходом полягає в тому, що під час розрахунку прибутку альтернативні витрати на власні виробничі ресурси не враховуються, тоді як у розрахунку підприємницького доходу вони враховуються.

Позитивний прибуток являє собою суму, що залишилася після покриття витрат на залучені ресурси: сировина й матеріали, будинки, устаткування, заробітна плата, виплата відсотків, також на окупність власних ресурсів виробництва (сімейна робоча сила, власний капітал, земля).

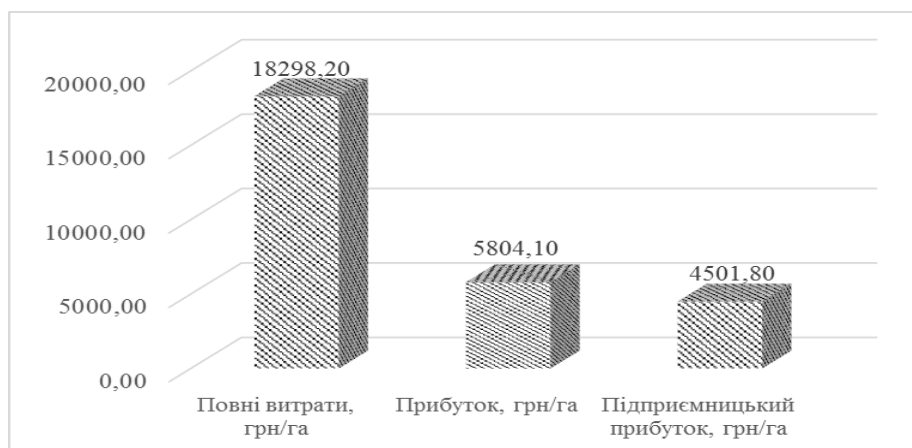


Рис.1. Розрахунки повних витрат, прибутку, підприємницького прибутку, грн/га

Джерело: розраховано авторами

У наших розрахунках (рис. 1) ми отримали такі показники: прибутку – 5804 грн/га, підприємницького прибутку – 4501,80 грн/га по озимій пшениці. Досліджуване господарство, на відміну від фермерських господарств, має невеликий розмір залучених власних ресурсів – це капітал, тоді як земля є орендованою (паї) і всі робітники є найманими.

Позитивний підприємницький прибуток означає, що всі фактори виробництва, включно з власними, окупаються, а для власних факторів виробництва це означає, що в даному випадку вони використані ефективніше, ніж в альтернативному варіанті.

Поріг виробництва й поріг рентабельності. Під час розрахунку порогу виробництва для основних виробничих процесів видно (рис. 2), що поріг виробництва для озимої пшениці дорівнює 280,50 грн/ц. Це означає, що для того, що виробництво озимої пшениці було економічно доцільним у короткостроковому періоді мінімальна ціна на озиму пшеницю має становити 280,50 грн/ц. У нас реалізаційна ціна дорівнює 456,00 грн/ц. Отже, можна зробити висновок, що виробництво озимої пшениці в короткостроковому періоді є доцільним, усі змінні витрати покриваються.

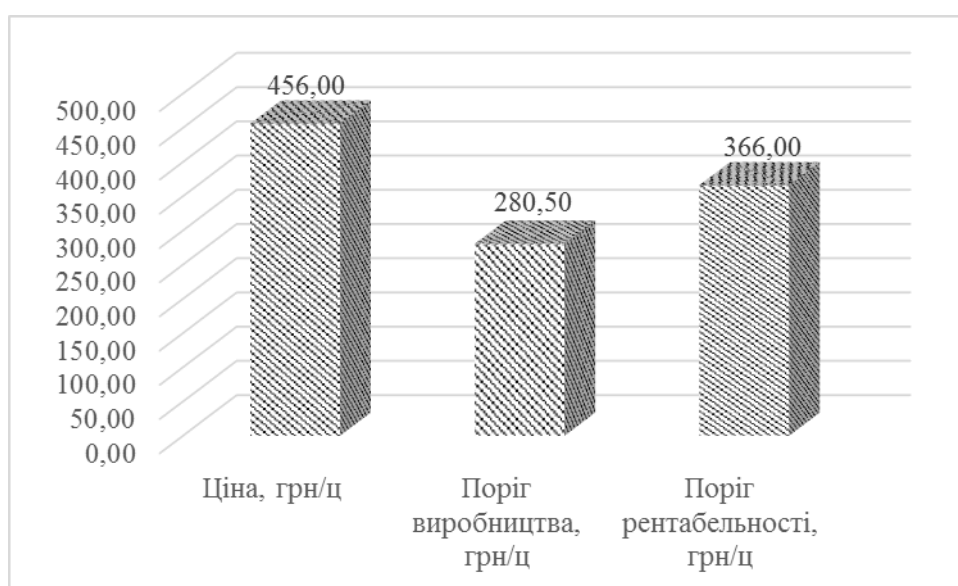


Рис. 2. Розрахунки порогу виробництва й порогу рентабельності, грн/ц

Джерело: розраховано авторами

Ціну, за якої всі витрати покриті, називають порогом рентабельності. Якщо ціна перевищує поріг рентабельності, то досягається підприємницький прибуток. Тому поріг рентабельності також називають і порогом прибутковості.

Поріг рентабельності для виробництва 1 ц озимої пшениці становить 366,00 грн/ц. Отже, виробництво озимої пшениці в довгостроковому періоді буде прибутковим. Тобто мінімальна ціна має бути не нижчою, ніж 366,00 грн/ц, щоби господарство в довгостроковому періоді отримувало прибуток, а ми маємо 456,00 грн/ц.

Окупність виробничих факторів та їхня продуктивність. Окупність виробничих факторів праця, земля, капітал являє собою окупність даних факторів через виробничі процеси.

Розрахунок окупності фактора проводиться в такий спосіб:

$$B - B\Phi = O\Phi$$

$$O\Phi / K\Phi = O_k, \text{ де}$$

B – виручка від реалізації;

BΦ – всі позиції витрат, крім витрат самого фактора;

OΦ – окупність фактора на 1 га;

KΦ – кількість використаного фактора;

O_k – окупність фактора на одиницю фактора.

Окупність факторів розраховується поетапно для землі (грн. на 1 га), загальної праці (грн на 1 люд-год) і для загального капіталу (грн. на 1000 грн. у середньому вкладеного капіталу).

Розглянемо окупність факторів капітал за досліджуваною культурою, розрахованих за методикою (табл. 2).

Табл. 2. Окупність факторів капітал, праця, земля при вирощуванні озимої пшениці

Окупність фактора капітал, %	56
Окупність фактора праця, грн/люд.-год.	2276,13
Окупність фактора земля, грн/га	6481,87

Джерело: розраховано авторами

Окупність вкладеного капіталу для 1 га озимої пшениці становить 56 %. Окупність витраченої під час вирощування озимої пшениці 2276,13 грн/люд.-год., тобто кожна витрачена людино-година створює продукції на 2276,13 грн. Окупність 1 га землі, зайнятої для вирощування озимої пшениці, дорівнює 6481,87 грн/га. Тобто доки оренда не сягне 6481,87, виробництво є прибутковим.

Висновки і перспективи. Провівши розрахунки по виробництву озимої пшениці на основі типового підприємства в Центральному регіоні України, можна зробити наступні висновки. Для того, щоби визначити, яка культура в господарстві в майбутньому буде найбільш прибутковою та матиме найбільшу окупність не обов'язково чекати кінця господарського року, щоби підрахувати прибуток. У будь-який момент часу економіст може порахувати внутрішню конкурентоспроможність якої культури на основі маржинального доходу – змінні витрати, на відміну від постійних, підприємство може розрахувати й на початку господарського періоду. Як показав наш приклад, кукурудза на зерно за розрахунком маржинального доходу займає першу позицію, також отримала найбільшу окупність під час заключних розрахунків.

Найбільш прибутковим серед зернових традиційно на 2019 рік залишається виробництво кукурудзи на зерно.

Звичайно, що всі зернові культури підпадають під коливання світових цін, зміну кліматичних умов господарювання тощо, тому ми рекомендуємо господарству робити вибір і на користь виробництва озимої пшениці та озимого ячменю, показники прибутковості за цими культурами є також досить високими. Щодо виробництва ярого ячменю, можна запропонувати замінити

його на більш конкурентоспроможну продукцію зі східною технологією вирощування.

Список використаних джерел:

1. Передерій Н. О. Досвід фінансового планування в країнах Європи. *Науковий вісник НУБіП України*. 2013. №181 (5). С. 78-82. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnau_econ_2013_181%285%29__13.
2. Галушко В. П., Штробель Г. Виробнича економіка. Вінниця: Нова книга, 2005. 418 с.
3. Передерій Н. О., Нідзельська Т. Л. Стратегії управління витратами в агроформуваннях. *Науковий вісник НУБіП України*. 2016. №247. С. 245-254. URL: <http://journals.nubip.edu.ua/index.php/Economica/article/view/8167>.
4. Kovalenko N. O., Kovalenko V. P. Economic Basis for the Creation of Fodder Base of the Enterprise. *International scientific days 2018 "The Agri-Food Value Chain: Challenges for Natural Resources Management and Society"*, Slovak University of Agriculture in Nitra. 2018. P. 840-850. URL: <http://www.slpk.sk/eldo/2018/dl/9788075981806/files/03/s3p10.html>.
5. Perederiy N., Kuzmenko S., Labenko O. Energy-saving technologies in agriculture of Ukraine. *Quantitative methods in economics*. 2016. Volume XVII, No. 4. P. 89-100. URL: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=473655>.

References:

1. Perederii, N. O. (2013). Dosvid finansovoho planuvannia v krainakh Yevropy. [The financial planning in Europe]. *Naukovyi visnyk NUBiP Ukrainy*. №181 (5). S. 78-82. Access mode: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnau_econ_2013_181%285%29__13.
2. Halushko, V. P., Shtrobel, H., etc. (2005). Vyrobnycha ekonomika. [Production economics]. Vinnytsia: Nova knyha. 418 s.
3. Perederii, N. O., Nidzelska, T. L. (2016). Stratehii upravlinnia vytratamy v ahroformuvanniakh [Cost management strategies in agricultural formations]. *Naukovyi visnyk NUBiP Ukrainy*. № 247. P. 245-254. Access mode: <http://journals.nubip.edu.ua/index.php/Economica/article/view/8167>.
4. Kovalenko N. O., Kovalenko V. P. (2018). Economic Basis for the Creation of Fodder Base of the Enterprise. *International scientific days 2018 "The Agri-Food Value Chain: Challenges for Natural Resources Management and Society"*. Slovak University of Agriculture in Nitra. P. 840-850. Access mode: <http://www.slpk.sk/eldo/2018/dl/9788075981806/files/03/s3p10.html>.
5. Perederiy N., Kuzmenko S., Labenko O. (2016). Energy-saving technologies in agriculture of Ukraine. *Quantitative methods in economics*. Volume XVII, No. 4. P. 89-100. Access mode: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=473655>.

ECONOMIC EFFICIENCY OF WINTER WHEAT PRODUCTION ON THE BASE OF A TYPICAL FARM OF THE CENTRAL REGION OF UKRAINE

N. Kovalenko, O. Labenko, V. Kovalenko, M. Klymenko

Abstract. *Ukrainian fertile lands and favorable climate conditions provide enormous opportunities for the agricultural sector development and formation of a highly efficient economic cluster. With a practical management approach, the agricultural potential could meet domestic needs and form a significant part of export earnings. The volume and quality of agri-food may satisfy not only internal food security but also contribute to the European, Asian and African.*

However, due to the longer production cycle compared to industry, agricultural enterprises at the stage of choosing a production program can not anticipate and respond quickly to changes in market conditions, increasing the competitiveness of goods and attractiveness to consumers based on existing production schemes.

Therefore, the primary purpose of our study is to create a roadmap of management decisions when planning a production program through efficiency evaluation of growing winter wheat in a typical farm in Central Ukraine.

For this purpose, we opt for a methodology based on marginal revenue, total costs, production and profitability thresholds along with payback of production factors. Due to climate change, the importance of growing winter crops is becoming increasingly essential and superior attention should be paid to improving their economic efficiency. Thus, the problem and relevance of the article is due to the requirements for sustainable successful operation of agricultural enterprises in a market environment and, therefore, the feasibility of using available calculation methods to assess the economic efficiency of production to facilitate management decision-making.

Keywords: *winter wheat cultivation, margin calculation, economic efficiency, payback*

ІННОВАЦІЙНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ЯК ЧИННИК РОЗБУДОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

І. П. КУДІНОВА, к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу і консалтингу
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID 0000-0002-1324-3840
E-mail: ikudinova@nubip.edu.ua

***Анотація.** Дослідження формування та розробки інноваційних туристичних продуктів на сьогодні є актуальною проблемою. У статті узагальнено та систематизовано інноваційні ознаки туристичного продукту для розбудови туристичної індустрії та підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі. Зазначено, що інновації – це необхідний процес у створенні нового привабливого туристичного продукту, а також у формуванні сприятливих умов для активізації діяльності інвесторів у туристичній сфері країни. Перераховано такі види інновацій у туристичній індустрії, а саме: продуктові, технологічні, маркетингові, сервісні, організаційно-управлінські інновації та інновації логістики. Виділено конкурентні переваги, які мають бути основою формування конкурентоспроможності нашої України в галузі туристичного бізнесу, а саме: унікальний цілющий клімат, наявність великої кількості територій із лікувальними можливостями, значний історико-культурний потенціал, привабливість туристичної індустрії нашої країни для іноземного інвестування. Вказано також і на проблемні напрями щодо туристичної привабливості України. Зроблено акцент на тому, що саме держава повинна підтримувати розвиток туристичного бізнесу в Україні відповідно до таких принципів: здійснювати фінансування відповідно до потреб галузі, створювати сприятливі умови для її подальшого розвитку, визначати й підтримувати пріоритетні напрями розвитку галузі, здійснювати підтримку і захист українських та іноземних туристів, туристичних операторів та агентів і їхніх об'єднань. Визначено популярні і нові інноваційні напрями туризму, тренди і технології, які на даному етапі є затребуваними в туристів. Надано характеристику кожному трендовому напрямі туризму. Перераховано основні вимоги і надано пропозиції щодо створення інноваційного туристичного продукту.*

***Ключові слова:** інновація, туристичний продукт, туризм, туристична індустрія, тренд*

***Актуальність.** Туризм на сьогодні є однією із найдинамічніших індустрій XXI століття. За даними всесвітньої туристичної організації (UNWTO) туризм стане найбільшим сектором економіки у світі вже через*

декілька років. Сьогодні, даний сектор складає понад 10 % світового ВВП, 30 % експорту послуг і створює майже 10 % робочих місць у всьому світі.

Дослідження обсягу інвестицій в основний капітал туристичних регіонів України показує, що станом на 1 січня 2019 року понад 78 % загального обсягу капіталовкладень було спрямовано в розвиток готелів та аналогічних засобів розміщення, 14 % спрямовано на розвиток ресторанів та припадає на Київ, Київську, Одеську, Львівську області. Станом на 1 січня 2019 року прибуток, який спрямований на розвиток матеріально-технічної бази туристичних підприємств, склав 16976,0 тис. грн, або 17,3 % від загального балансового прибутку туристичних підприємств.

Розвиток туристичної індустрії потребує системного підходу, формування та ефективного впровадження системи інноваційного менеджменту для розробки інноваційного туристичного продукту. Крім того, потрібно розвивати такі види туризму, які в іноземних країнах вже давно стали звичними і популярними, а в Україні залишаються на низькому рівні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Розвиток туристичної індустрії досліджується впродовж тривалого часу. Її вирішенню присвятили свої праці такі вчені, як Г. І. Михайліченко [5], Т. І. Ткаченко, Л. І. Федулова, О. О. Любіцева, М. П. Мальська та інші.

Незважаючи на значну кількість наукових публікацій із питань розвитку туристичної індустрії значна частина проблем, пов'язаних із формуванням саме інноваційного туристичного продукту вимагає подальшого дослідження.

Мета дослідження – узагальнити та систематизувати інноваційні ознаки туристичного продукту для розбудови туристичної індустрії та підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі.

Матеріали і методи. Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених щодо розвитку туристичної індустрії, статистичні дані Державної служби статистики України та всесвітньої туристичної організації. В основу реалізації визначеної мети покладено системний підхід до досліджуваних проблем та використані різноманітні загальнонаукові та спеціальні методи дослідження.

Результати дослідження та їх обговорення. Туризм, як відомо, є багатовекторною та мультигалузевою сферою, саме тому і складною для впровадження інновацій. Інновації – необхідний процес у створенні нового привабливого туристичного продукту, формуванні сприятливих умов для активізації діяльності інвесторів у туристичній сфері країни.

У туристичній сфері широко розповсюджуються інновації, що спрямовані на підвищення якості отриманого сервісу, створенні нової потреби в комфортному відпочинку, здатному дивувати передбачуваністю та комплексністю. Популяризуються інновації на транспорті (літак із прозорим корпусом), у готельному бізнесі (готель і комплекси на намівних островах), застосування енерго- та ресурсозберігаючих технологій, які здатні продовжити життєвий цикл туристичного продукту або знизити вартість послуг.

Зважаючи на рівень розвитку підприємств, серед яких тотальна більшість мікро- або малі туристичні підприємства, та окреслені в ЗУ “Про інноваційну діяльність” об’єкти інноваційної діяльності, – в українській практиці варто виділити такі види інновацій:

- інноваційні програми і проєкти;
- нові знання та інтелектуальні продукти;
- виробниче обладнання та процеси;
- інфраструктура виробництва та підприємництва;
- механізми формування споживчого ринку і збуту туристичного продукту;
- організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва, обслуговування і (або) соціальної сфери;
- сировинні ресурси, засоби їхнього видобування та переробки (для виробничих підприємств туристичної сфери: заклади розміщення, ресторанного й курортного бізнесу та ін.);
- туристичний продукт на національному, регіональному рівні, на рівні дестинації або туристичного підприємства.

Зазначимо, що зазначені напрями змін та трансформації бізнес-середовища перебувають під дією зовнішніх чинників, які суттєво впливають на інтенсивність розвитку.

Серед інновацій у туристичній індустрії виділяють продуктові, технологічні, маркетингові, сервісні, організаційно-управлінські інновації та інновації логістики (рис. 1).

Продуктові інновації

- створення нових туристичних товарів і послуг;
- удосконалення споживчих властивостей уже існуючих туристичних товарів і послуг;
- освоєння нових туристично-рекреаційних територій;
- залучення нових видів туристично-рекреаційних ресурсів;
- освоєння нових видів туризму;
- освоєння нових туристичних маршрутів та напрямів.

Технологічні інновації

- використання інформаційних і комунікаційних технологій у туристичному бізнесі;
- використання нових технологій при надаванні традиційних туристичних послуг;
- розробка нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування;
- підвищення якості послуг;
- впровадження нових форм обліку та звітності туристичних підприємств;
- нововведення в системі транспортного обслуговування;
- екологізація технологій обслуговування.

Маркетингові інновації

- освоєння нових сегментів туристичного ринку;
- розробка новітніх моделей позиціонування і рекламування туристичного продукту;
- розробку новітніх моделей позиціонування і рекламування туристично-рекреаційних територій.

Організаційно-управлінські інновації

- нові методи і форми управління суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності;
- впровадження нових інноваційних форм організації туристичної діяльності та територіальної організації діяльності туристичних підприємств;
- удосконалення державного та регіонального управління туристичною індустрією;
- удосконалення інформаційного забезпечення туристичної діяльності.

Сервісні інновації

- впровадження передових методів навчання, підготовки та перепідготовки працівників туристичного бізнесу;
- розробка інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів у туризмі;
- розробка інноваційних моделей сервісного обслуговування туристів, урахування культури та звичаїв туристично-рекреаційних зон.

Інновації логістики

- хаби аеропортів;
- "Pull-система": "Just on time" ("Точно в термін")

Рис. 1. Види інновацій у туристичній індустрії

Джерело: сформовано автором за даними [1; 2]

Проаналізувавши розвиток туристичної індустрії в Україні перерахуємо конкурентні переваги, які мають бути основою формування конкурентоспроможності України в галузі туристичного бізнесу і створення інноваційного туристичного продукту. Серед них пріоритетне значення мають: унікальний цілющий клімат; наявність великої кількості територій із лікувальними можливостями; значний історико-культурний потенціал та

привабливість туристичної індустрії нашої країни для іноземного інвестування [1; 2; 5].

Водночас необхідно виділити та недоліки, які мають місце в Україні й погіршують економічні показники країни: Україна неефективно використовує свій могутній потенціал у сфері туризму, що призводить до втрати значних коштів у бюджет; недостатність фінансування з державного бюджету туристичної галузі призвели до втрати багатьох об'єктів інфраструктури; обмежене транспортне сполучення в деяких регіонах призвело до відмови від туристських маршрутів у такі місцевості; проблема в недостатній чистоті деяких місць та курортних районів, що значно скоротила потік туристів.

Саме тому, вважаємо, що держава має підтримувати розвиток туристичного бізнесу в Україні відповідно до таких принципів: здійснювати фінансування відповідно до потреб галузі; створювати сприятливі умови для її подальшого розвитку; визначати й підтримувати пріоритетні напрями розвитку галузі; здійснювати підтримку та захист українських та іноземних туристів, туроператорів, туристичних агентів і їхніх об'єднань.

Відомо, що туристичні фірми приймають участь у інноваційних процесах по-різному. Тому виділяють види туризму і класифікують туристичні фірми за такими типами інноваційної поведінки: фірми-віоленти, фірми-патієнти, фірми-експлеренти, фірми-комутанти (табл. 1).

Розглянемо інноваційні напрями туризму, нові тренди та технології в туристичній індустрії України, які на сьогодні є актуальними і формують інноваційний туристичний продукт:

- активний відпочинок на зміну пасивному. Раніше відпочинок асоціювався переважно тільки з морем та лежанням на пляжі. Лише поодинокі ентузіасти використовували свою відпустку для походу або катання на лижах. Це можна зрозуміти, адже частка тих, хто працював фізично була значно більшою. У наш час потенційні туристи здебільшого завантажені розумово, тому на відпочинку потребують більше рухової активності. Саме тому в світі постійно зростає популярність походів, веломандрівок, рафтингу тощо, взимку також скітурингу (походи на спеціальних лижах). Для цього місцевою владою

та бізнесом створюється відповідна інфраструктура, яка дає швидкий поштовх для розвитку активного туризму. Виграють ті регіони, які швидко зорієнтувались у цьому тренді, з наших найближчих сусідів – Польща, Австрія, Німеччина;

1. Класифікація видів туризму по типам інноваційної поведінки туристичних фірм

№ п/п	Параметри	Тип інноваційної поведінки			
		Виоленти	Патієнти	Експлеренти	Комутианти
1.	Вид туризму	Медичний, паломницький	Етнографічний, ностальгічний	Військовий, подієвий, археологічний, езотеричний, сакральний	Хобі-туризм, палеонтологічний екстремальний
2.	Рівень конкуренції	Високий	Низький	Середній	Середній
3.	Новизна галузі	Нові	Зрілі	Нові	Нові, зрілі
4.	Види потреб	Масові, стандартні	Масові, але не стандартні	Інноваційні	Локальні
5.	Профіль виробництва	Масовий	Спеціалізований	Експериментальний	Універсальний, дрібний
6.	Розмір фірми	Великі	Великі, середні, дрібні	Середні, дрібні	Дрібні
7.	Стійкість фірми	Висока	Висока	Низька	Низька
8.	Фактор сили і конкуренції	Висока продуктивність	Пристосованість до особливого ринку	Випередження у нововведеннях	Гнучкість

Джерело: сформовано автором за даними [4]

- сталий туризм. Цей вид відпочинку передбачає відповідальне ставлення до культурної та природної спадщини задля її збереження для прийдешніх поколінь. Для цього уникається надмірна експлуатація історичних та природних об'єктів, яким дуже шкодить масовий туризм. Послідовники цього виду відпочинку стараються мінімально втручатись у природу та обережно ставитися до біорізноманіття – не лякати тварин та не нищити рослини, а також купують тільки продукти та сувеніри локального виробництва, поважають традиції місцевого населення;

- креативний відпочинок для креативного класу. У 21-ому столітті актуальності набуває креативний клас – науковців, митців, дизайнерів,

інженерів, тобто тих, чия робота полягає в створенні незвичайних новинок у різних сферах економіки та культури. Оскільки їхня робота вимагає творчого мислення та здатності до нешаблонного вирішення завдань, такі фахівці на відпочинку часто потребують нових якісних вражень для “перемикання” розумової діяльності. Для таких клієнтів туроператори часто пропонують насичені програми, де можуть поєднуватися декілька видів дозвілля – цікаві інтерактивні екскурсії, гастрономія, фізичні активності, спа-релаксація тощо;

- інтерактивність. Турист бажає бути активно залученим у події. Не просто побачити, як створюються вироби мистецтва, але й змайструвати щось власними руками, тобто взяти участь у майстер-класах. Не тільки скуштувати місцеву кухню, але й навчитися готувати такі страви власноруч. Не лише бути глядачем концерту автентичної музики, але й мати можливість співати й танцювати;

- автентика. Турист став вимогливішим і до якості місцевого культурного продукту. Він шукає унікальності та автентичності. Для цього йому важливо представити вже не просто національну культуру, а саме регіональну. Найчастіше туристи орієнтуються на перелік світової спадщини ЮНЕСКО, до якої в Україні належать декілька об’єктів у Києві, історичний центр Львова, митрополича резиденція в Чернівцях, Херсонес, геодезична дуга Струве, 8 дерев’яних церков Карпатського регіону та букові праліси. Також дуже цінуються так звані “крафтові” продукти – їжа та сувеніри, виготовлені із застосуванням місцевих давніх технологій у сучасній інтерпретації;

- розвиток внутрішнього туризму. В Україні, як і в багатьох інших країнах, можна спостерігати різке збільшення потоків внутрішнього туризму. На сьогодні, коли світ накрила пандемія COVID-19 тільки внутрішній туризм має шанси на розвиток цього річного сезону. Тому першочерговим завданням для успішного розвитку внутрішнього туризму є покращення інфраструктури, здешевлення перевізників, відновлення річкового транспорту, створення нових турів, розкриття туристичного потенціалу кожного регіону України. Водночас важливим аспектом успішного розвитку цих регіонів є промоційна компанія, оскільки дослідження показали, що лише 15 % українців знають про місцеві

родзинки. Отже, формування внутрішніх туристичних пакетів – завдання для фахівців туристичного сектору;

- агротуризм або сільський туризм. У розвинутих країнах уже понад 70 % населення проживає в містах. Урбанізація, з одного боку, несе нам блага цивілізації та можливості для кар'єрного зростання, а з іншого – шкодить здоров'ю стресовим середовищем, звуковим та візуальним шумом, забрудненим повітрям тощо. Крім того, у багатьох родинах зростають діти, які ніколи не мали “родичів на селі” й не мають жодного уявлення, звідки береться їжа на їхньому столі. Тому під час відпустки багато міських жителів прагнуть зануритись у життя на селі та ближче до природи. До цього тренду належить також виникнення такого нового різновиду відпочинку як спостереження за дикою природою. В Україні на сьогодні попит на сільський туризм також буде зростати, тому що люди з міст під час карантину виїжджають у сільську місцевість;

- медичний туризм. У нинішній ситуації необхідно розвивати саме медичний туризм, для якого в Україні є всі умови. Включення в штат готелів медичних працівників (імунологів, реабілітологів, психотерапевтів та ін.) дасть змогу розширити спектр туристичних послуг, працевлаштувати значну частину лікарів, завоювати середній клас як важливий сегмент туристичного ринку.

Зазначимо, що туризм також має важливий стратегічний вплив на сталий розвиток кожного міста та країни загалом. Концепція стійкості та якості в туризмі стала взаємозалежною, оскільки туризм вимагає довгострокових стратегій і використовує природні, історичні, культурні та інші ресурси, без яких інтерес до туристичної мети зникне.

Необхідно звертати увагу й на якість туристичного продукту. Якість пов'язана з етичною складовою, що означає просування вперед із якісними, стійкими, соціально-відповідальними, прозорими та відкритими туристичними послугами. На нашу думку, основними вимогами до інноваційного туристичного продукту є соціальна, культурна, економічна та екологічна стабільність, які є також частиною якості туризму і водночас гарантією довгострокового виживання сектору.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Туристична сфера є важливою ланкою ринкової системи України. На основі проведеного дослідження були визначені головні проблеми та інноваційні напрями, нові тренди та технології розвитку туристичної індустрії, реалізація яких має стимулювати туристичну діяльність в Україні.

Державна політика суттєво впливає на формування інноваційного туристичного продукту та конкурентоспроможності туристичного бізнесу та має спрямовуватися на фінансову та інформаційну підтримку туристичних підприємств та суб'єктів господарювання в досліджуваній сфері.

Перспективи подальших досліджень щодо формування та розробки інноваційних туристичних продуктів потребують комплексного підходу маркетингових, промоційних, комунікаційних та управлінських заходів.

References:

1. Batkovets N.O. Bursa O.V. (2016), Analiz suchasnykh tendentsii zastosuvannya innovatsii u turystychnii haluzi // *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*. (11). 263-266 [in Ukraine].
2. Hutsol, A. (2015), *Innovatsijni tekhnolohii v turyzmi* [Innovative technologies in tourism], Severodonetsk [in Ukraine].
3. Kudinova I.P. (2019), Turyzm yak faktor sotsialno-ekonomichnoho rozvytku ta yoho innovatsiini napriamky // *Bioekonomika i ahrarnyi biznes*. 10 (1). 50-57 [in Ukraine].
4. Lotysh O. Ia. (2017), Stratehichniy analiz i otsinka mozhlyvostei innovatsiinoho rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy // *Efektivna ekonomika*. 8. 20-26 [in Ukraine].
5. Mykhailichenko H.I. (2015), Analiz isnuichykh metodyk otsinky innovatsiinoho potentsialu pidpriemstv sfery turyzmu // *Naukovyi visnyk Mykolaivskoho derzhavnogo universytetu imeni V.O. Sukhomlynskoho*. 1. 98-102 [in Ukraine].

INNOVATIVE TOURISM PRODUCT AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY

I. Kudinova

***Abstract.** The research of the conformation and development of innovative tourist products is a current problem today. The article summarized and systematized the innovative features of the tourist product in order to build the tourist industry and increase the competitiveness of the tourist industry. It stated that innovation is a necessary process in creating a new attractive tourist product, also in creating conducive conditions for intensifying the activity of investors in the tourist sphere of the country.*

The following types of innovations in the tourist industry are listed, namely: product, technological, marketing, service, organizational and management innovations and innovations of logistics. The competitive strengths which should be the basis of formation of competitiveness of Ukraine in the field of tourist business, are highlighted, namely: unique healing climate, numerous territories with therapeutic opportunities, considerable historical and cultural potential, attractiveness of our country's tourist industry for foreign investment. Also defined are the problematic directions regarding the tourist attractiveness of Ukraine.

Emphasis is placed on the fact that the state should support the development of tourist business in Ukraine in accordance with the following principles: to provide financing in accordance with the needs of the industry, to create favorable conditions for its further development, to determine and maintain priority directions of the development of the industry, to support and protect the Ukrainian and foreign tourists, tour operators and agents and their associations. The popular and new innovative directions of tourist, trends and technologies that are currently in demand with tourists are identified. Each tourist trend direction is described. The main requirements are listed and proposals are made to create an innovative tourist product.

Keywords: innovation, tourist product, tourist, tourist industry, trend

THE TASKS OF THE ANALYTICAL SUPPORT OF MANAGEMENT AND THEIR IMPLEMENTATION

*Lazaryshyna I. D., Doctor of Economic Sciences, Professor,
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
ORCID 0000-0002-1183-7530
E-mail: in2003@ukr.net*

*Symonenko O. I., PhD of Economic Sciences, Docent,
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
ORCID 0000-0002-2459-4187
E-mail: osymon69@gmail.com*

Abstract. *The article is devoted to the actual and less studied problem of realization of the management decision-making analytical support tasks. It is grounded that full or partial uncertainty of the environment in which the enterprise operates determines the clearly structured regulations formation that maximize the information support volume and quality. It is noted that the analytical support task at tactical and strategic management levels is different. On the basis of application of scientific research common scholarly and special methods, the coordination of analytical support tasks of their realization decision-making and consequences in activity-based management was carried out. The comparison of the effective and efficient enterprise management essence has been carried out. It is determined that effective management is the integration of functional and infrastructural components to achieve the long-term enterprise goals. The comparative analysis of traditional tasks of effective management economic analysis and analytical support was carried out. It has been substantiated that the analytical support tasks must necessarily be coordinated with the format of the management solution support system and the management type. A strong correlation between effective management and accounting and analytical support has been established. The influence of tactical and strategic decisions information support by the level of materiality on the reasons of low-quality management has been identified. The model of managerial decisions acceptance and realization in the activity-based management system is reviewed and supplemented. It is offered to allocate two groups of management performance assessment indices-indicators. The first indices-indicators group includes indices of dynamics of assets, capital, liabilities, incomes, expenses, financial results, cash flows. The second group includes indices characterizing the decision-making system as a whole.*

Keywords: implementation, analytical support, management, decision-making, business, tasks

Relevancy. The strategic and tactical management system requires essential information resources at "input" and "output", because in conditions of the

environment full or partial uncertainty it is necessary to have the maximum possible information about the decision-making object and on this basis to make a choice among their possible options. After the corresponding transaction, as a rule, the management entity should receive accounting and analytical information about the consequences of making this decision. And if necessary, the management policy type should be corrected. Therefore, the efficiency of the enterprise management system as a whole largely depends on how clearly and comprehensively the analysis tasks are formulated and the assessment of the business operation (process, activity) consequences performed.

Recent researches and publications analysis. The research of many scientists is devoted to the problems related to analytical management support. At the tactical (operational management) level, the contributions of scientists Volkova N.A. (2017) Derii V.A. (2013), Jacques Richard (1997). At the decision-making strategic level, the analytical support studies of scientists R.F. Brukhansky (1997) (2018), Saukh I.V. (2017) are significant. However, scientists do not pay enough attention to tracing the logical relationships and dependencies of the analytical tasks and their implementation level.

Research goal. The goal of this article is tasks agreement of decision-making analytical support and consequences of their implementation at tactical and strategic levels.

The objectives of the article are:

- to review and complement the management decisions acceptance and implementation scheme in the system of actively oriented management (AVM);
- to compare the essence of effective and efficient enterprise management;
- to determine the correlation between the components of effective management and accounting and analytical support;
- to consider possible reasons of low-quality management decisions differentiated with regard to tactical and strategic management;
- to characterize the reasons for asymmetry of analytical nature information in making effective managerial decisions;
- to identify indices-indicators of effective management.

Materials and methods of research. To achieve certain goals and tasks, in the article the following methodological tools are used: grouping, monographic, method of formal logic, system approach, modelling, comparative analysis, decomposition analysis and others.

- **Research results and their discussion.** The discussion about the essence of effective and efficient management has been going on for a long time in the scientific environment. Most scientists agree that effective management is the result of a balanced and considered use of the enterprise resource potential to achieve a certain goal and the established objectives, aimed at maximizing financial results. Efficient management as a system should be considered as a combination of interacting and interrelated infrastructure, organizational and functional components focused on achieving the enterprise mission. At this time, the identification and comparative assessment issues of effective and efficient management analytical support tasks remain insufficiently researched. As a rule, scientists-analysts formulate tasks without regard to the specifics and format of management - efficient or effective.

In our opinion, the formulation of analytical support tasks and components should be focused on the format of the management decision-making system, taking into account the management type. Table 1 defines the relationship between the components of effective management and accounting and analytical support.

1. Interrelation of the components of effective management and accounting and analytical support *.

№	Effective management components	Accounting support *	Analytical support *
1.	The enterprise main mission as a socio-economic system		+
2.	The enterprise goals system		+
3.	Functional support subsystems	+	+
4.	Organization models		+
5.	Enterprises behavior types		+
6.	Organizational structures and management apparatus structures in the organization models		+
7.	Management functions	+	+
8.	Enterprise resource potential	+	+
9.	Communication relations with the	+	+

	external environment and internal system direction subjects		
10.	Potential of the formed preconditions	+	+
11.	Control and responsibility subsystem	+	+
12.	The formed strategies portfolio		+
13.	Control mechanisms	+	+
14.	Management decision systems	+	+
15.	Information support systems	+	+
16.	Motivation and activation support systems	+	+
17.	Management profile		+
18.	Organizational potential with a developed system of values, organizational culture, organizational interaction, organizational behavior	+	+

Source. *Supplemented by the authors [6]*

Thus, there is a significant correlation between the components of effective management and accounting and analytical support. This is explained by the fact that both analysis and accounting are management service functions and are prior to decision-making and are a tool for tracking its effectiveness. It is no coincidence that A.D. Gujinsky and S.M. Sudomir (2018) singled out information support systems as the effective management obligatory element and considered the accounting and analytical support efficiency level as one of the criteria for performance assessment.

The use of activity-based management is typical for domestic enterprises (ABM). By definition of Alexandra Twin(2020), Activity-based management (ABM) is a system for determining the profitability of every aspect of a business so that its strengths can be enhanced and its weaknesses can either be improved or eliminated altogether:

- Activity-based management (ABM) is a means of analyzing a company's profitability by looking at each aspect of its business to determine strengths and weaknesses.
- ABM is used to help management find out which areas of the business are losing money so that they can be improved or cut altogether.
- ABM often makes use of information gathered with activity-based costing (ABC), a means of identifying and reducing cost drivers by better use of resources.

A similar opinion is also held by scientists: Rohit Agarwal (2020), Athanasios Vazakidis, Ioannis Karagiannis (2009), Paul A. Dierks and Gary Cokins (2001), James A. Brimson, John Antos (1998), Davood Askarany, Malcolm Smith, Hassan Yazdifar(2007).

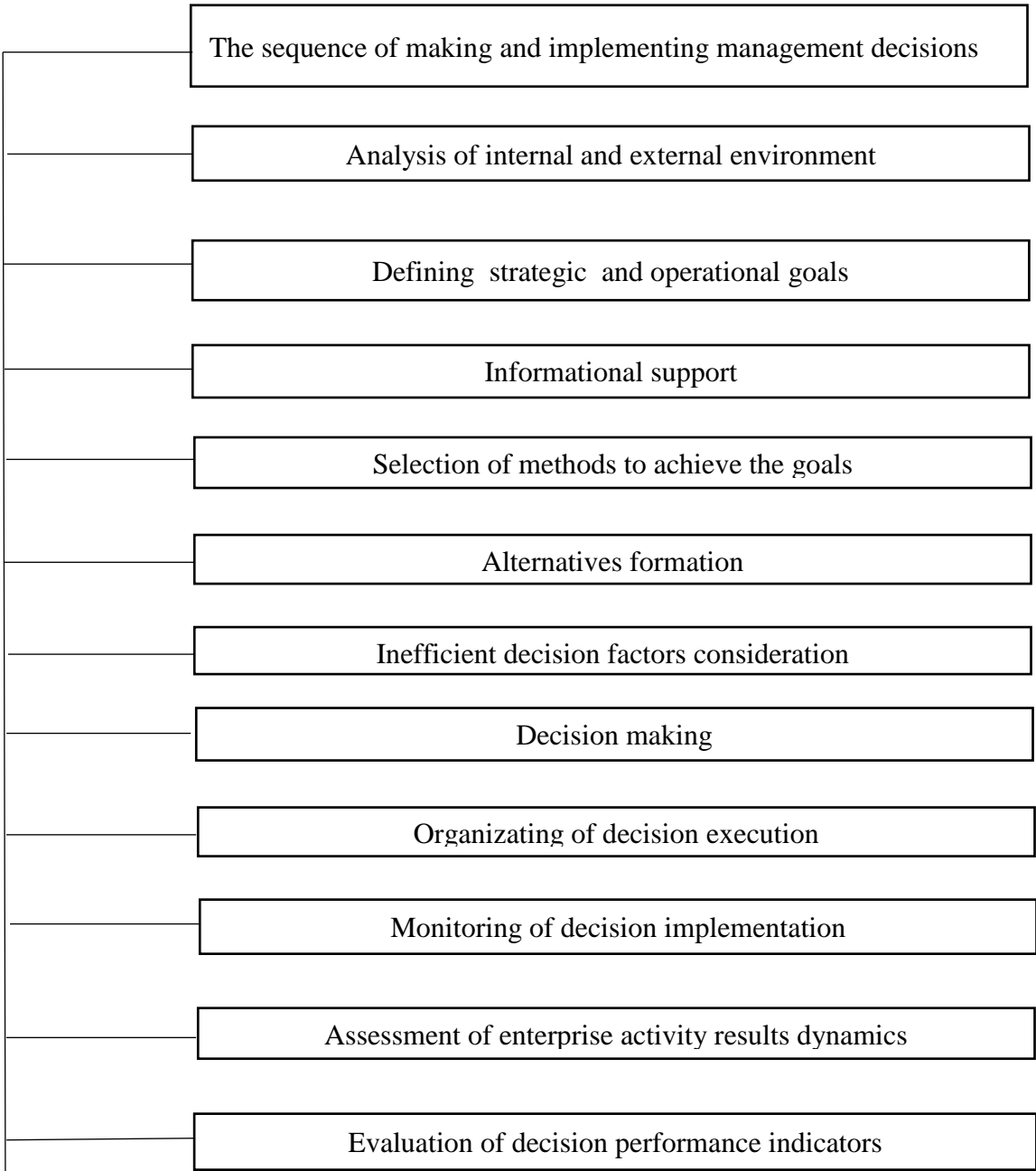


Fig. Sequence of making and implementation of management decisions in the system of activity-based management (ABM).

According to requirements of functioning of this system we will consider sequence of acceptance and realization of effective administrative decisions and a place of analytical support in this system. The Figure shows the sequence of acceptance and realization of managerial decisions in the system of activity-based management (ABM).

We consider that the internal and external environment analysis precedes the management goals and objectives definition in each specific case - especially when long-term strategic decisions are made. Depending on the established goals and corresponding limitations, the optimal information support is selected to minimize information flows asymmetry and their coordination with human resources and financial support.

The analytical information volume and its structure determine the data processing possible methods, taking into account the ineffective solutions factors, which also require the use of assessment - diagnostic and search function analysis to select the optimal alternative solution.

In the Table 2 the possible reasons of low-quality managerial decisions are considered in a differentiated way concerning tactical and strategic level and the degree of corresponding information support influence on them.

2. Differentiation of information support possible impact on low-quality decisions at tactical and strategic management levels

Reasons for low-quality management decisions	Availability of information support influence of the decision tactical (operational) level	Availability of information support influence of the decision strategic level
Processing a large volume of managerial decisions (lack of time for most of their decisions)	Significant level of influence	Significant level of influence
Duplication of tasks for different departments and absence of balance between assigned objectives.	Significant level of influence	Significant level of influence
Tasks change and decision goal transformation in the process of its movement from the highest to the lowest management levels (and vice versa).	Significant level of influence	Significant level of influence
Absence of interaction between departments and services	Insignificant level of influence	Insignificant level of influence
Setting deadlines for the work, excluding the timely solution of the assigned objectives.	Insignificant level of influence	Insignificant level of influence
Not enough information availability of the management personnel for innovative and strategic decision making	Significant level of influence	Significant level of influence
Decision-making without taking into account possible risks that make it difficult to overcome negative situations	Significant level of influence	Significant level of influence

Source. *Supplemented by the authors for [13]*

Thus, there is a close correlation between the low-quality management decisions causes and the appropriate information support availability of accounting and analytical nature at both tactical and strategic levels. Therefore, it is important to develop preventive measures that will reduce the ineffective decisions risks. The information support insignificant impact on ineffective management is explained by the organizational and structural reasons prevalence.

It should be noted that most small businesses, where the organizational structure provides only for the position of chief accountant, are unable to carry out preliminary planning of their business operations and operational control. Effectiveness assessment in this case is carried out according to the financial reporting indicators, or according to accounting data in the synthetic and analytical accounts context of financial results, income, expenses, calculations, cash, etc. Such assessment periodicity is usually combined with the financial statements preparation periodicity. The level of performance assessment subjectivity increases significantly for medium and large business structures, because for them the financial risks from low-quality management are much higher than for small businesses and can be critical or catastrophic. Therefore, as a rule, such structures neutralize (minimize) operational and financial risks by means of planning (budgeting) and subsequent analysis of planned (budget) indices figures performance.

There are a number of direct and indirect factors and causes that lead to ineffective solutions. Agreeing with the scientists' opinion, we believe that in the aggregate the mentioned reasons are the manifestation of analytical information asymmetry, because the characteristic for domestic enterprises economizing on highly qualified personnel of analysts accountants entails the absence of an analytical management support qualitative system. The result of this is the absence of a analytical management support high-quality system:

- absence of sufficiently structured analytical information at the "entrance" to the decision-making process, distorts the information field of target setting, narrows down the range of possible alternatives among possible decisions, increases the scale of economic risks;

- unsuccessfully selected analytical tools, which by formal and substantive features do not correspond to information requests and simplifies the assessment of the enterprise external and internal environment;
- insufficiency or excessive attraction of economic resources, which means their immobilization from the economic turnover;
- the operational, production and financial cycle slowdown, then - the enterprise profit mass accumulation rate slowdown;
- increase in the decision implementation duration, its implementation in financial and economic activity at the tactical or strategic management level.

At the same time, it should be noted that quite often information that leads to ineffective management decisions at the tactical management level does not create problems in information support at the strategic level.

One of the insufficiently researched issues that determines the management decision actual effectiveness is the effective management indices-indicators identification. Here we consider it reasonable to distinguish two directions of performance evaluation:

The first group of indices - indicators are indicators characterizing changes in assets, capital, liabilities, cash flows and financial results (income, expenses). The growth rate of these indicators as compared to the baseline figures demonstrates the management decision effectiveness taken from alternatives.

The second group of indicators is those that characterize the decision-making system effectiveness as a whole.

Conclusions and perspectives. Thus, the conducted research allowed coordinating decision-making analytical support tasks and consequences of their implementation at enterprise management tactical and strategic levels. It was determined that enterprise effective management is a more systematic concept in comparison with effective management. It was determined that there is a strong direct connection between the components of effective management and accounting and analytical support. We have identified indices – indicators of effective management, the use of which will contribute to more accurate monitoring of management quality at the tactical and strategic management levels.

REFERENCES:

1. Volkova, N.A., Volchek, R.M., Gajdaenko, A.N. (Ed.). (2017). Analiticheskie metody issledovaniya konkurentosposobnosti sub"ektov hozyajstvovaniya [Analytical methods of economic entities competitiveness research]: monohr. Odessa: ONEU, Krimpoligrafpapier.
2. Derii, V. A. (2013). Vytraty na zbut u systemi obliku y analizu nevyrobnychkh vytrat [Sales costs in the system of non-production costs accounting and analysis]. *Oblik i finansy*. 4. 20-23. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2013_4_5.
3. Rishar, J. (1997). Audit i analiz hozyajstvennoj deyatel'nosti predpriyatiya [Audit and analysis of the enterprise economic activity] (per. s franc.). Moscow M.: Audit, YUNITI.
4. Brukhanskyi, R. F. (2018). Oblik i analiz u systemi stratehichnoho menedzhmentu ahrarnoho pidpriemnytstva [Accounting and analysis in the agricultural entrepreneurship strategic management system]: monohr. Ternopil: TNEU.
5. Saukh, I. V. (2017). Stratehichniy analiz finansovoho potentsialu turystychnykh pidpriemstv: teoriia, metodolohiia, orhanizatsiia [Tourist enterprise financial potential strategic analysis: theory, methods, organization]: monohr. Zhytomyr: Vyd-vo ZHDU im. I. Franka.
6. Hudzynskyi, O.D., Sudomyr, S.M. Rezultatyvna systema upravlinnia stratehichnym rozvytkom pidpriemstv [Effective management system of enterprises strategic development]. *Naukovyi visnyk Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy. Seriiia «Ekonomika, ahrarnyi menedzhment, biznes»*. 290. 64-71.
7. Twin, Alexandra (2020) Activity-Based Management (ABM). Retrieved from <https://www.investopedia.com/terms/a/abm.asp>
8. Agarwal, Rohit. Activity-Based Management (ABM): Definition, Importance and Areas. Retrieved from <https://www.yourarticlelibrary.com/accounting/management-accounting/activity-based-management-abm-definition-importance-and-areas/53113>

9. Vazakidis, A., Karagiannis, I. (2009). Activity-based management and traditional costing in tourist enterprises (a hotel implementation model). Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/s12351-009-0049-3>

10. Dierks, A. Paul and Cokins, Gary (2001). The CAM-I glossary of activity-based management, version 3.0. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/295956306_The_CAM-I_glossary_of_activity-based_management_version_30

11. Brimson, A. James, Antos, John (1998). Activity-Based Management: For Service Industries, Government Entities, and Nonprofit Organizations. Retrieved from <https://www.wiley.com/en-us/Activity+Based+Management%3A+For+Service+Industries%2C+Government+Entities%2C+and+Nonprofit+Organizations-p-9780471331582>

12. Askarany, Davood , Smith, Malcolm , Yazdifar, Hassan (2007). Attributes of Innovation and the Implementation of Managerial Tools: An Activity-Based Management Technique. *International Journal of Business and Systems Research*, Vol. 1, No. 1, 2007. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1370772

13. Hurenko, T.O. (Ed.). (2018). Oblikovo-informatsiine zabezpechennia stratehichnoho rozvytku ahrarnoi sfery [Accounting and information support of agricultural sector strategic development]. *Naukovyi visnyk Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy. Seriiia «Ekonomika, ahrarnyi menedzhment, biznes»*, 290, 79-89.

ЗАВДАННЯ АНАЛІТИЧНОЇ ПІДТРИМКИ В УПРАВЛІННІ ТА ЇЇ ВПРОВАДЖЕННЯ

І. Д. Лазаришина, О.І.Симоненко

Анотація. Стаття присвячена актуальній і малодослідженій проблемі реалізації завдань аналітичної підтримки прийняття управлінських рішень. Обґрунтовано, що повна або часткова невизначеність середовища, у якому функціонує підприємство, зумовлює формування чітко структурованих регламентів, які максимізують обсяги та якість інформаційного забезпечення. Зазначено, що завдання аналітичного забезпечення на тактичному і стратегічному рівнях управління відрізняються. На основі застосування

загальнонаукових та спеціальних методів наукового дослідження здійснено узгодження завдань аналітичного забезпечення прийняття рішень та наслідків їх реалізації в діяльнісно-орієнтованому менеджменті. Здійснено порівняння сутності ефективного та результативного управління підприємством. Встановлено, що результативне управління є інтеграцією функціональної та інфраструктурної складових для досягнення довгострокових цілей підприємства. Проведено компаративний аналіз традиційних завдань економічного аналізу та аналітичного забезпечення результативного управління. Обґрунтовано, що завдання аналітичного забезпечення повинні обов'язково узгоджуватися з форматом системи підтримки управлінських рішень та типом менеджменту. Встановлено сильний взаємозв'язок результативного управління та облікового й аналітичного забезпечення. Ідентифіковано вплив інформаційного забезпечення рішень тактичного і стратегічного характеру за рівнем суттєвості на причини неякісного управління. Розглянуто та доповнено модель прийняття та реалізації управлінських рішень у системі діяльнісно-орієнтованого менеджменту. Запропоновано виокремлювати дві групи показників-індикаторів оцінювання результативності управління. До першої групи показників-індикаторів віднесено показники динаміки активів, капіталу, зобов'язань, доходів, витрат, фінансових результатів, грошових потоків. До другої групи віднесено показники, що характеризують систему прийняття рішень загалом.

Ключові слова: впровадження, аналітична підтримка, управління, прийняття рішень, бізнес, завдання

**ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ:
СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ**

І. В. ЛЕВИЦЬКА д.е.н., професор, професор кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу і консалтингу

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ORCID 0000-0003-3739-6662

E-mail: ilevytska@nubip.edu.ua

Анотація. Стаття присвячена актуальним питанням дослідження інноваційної діяльності на вітчизняних промислових підприємствах, обґрунтовано її значення для вітчизняної економіки. Мета дослідження – аналіз сучасного стану інноваційної діяльності промислових підприємств та формування напрямів її підвищення. Методологічною основою проведеного дослідження є наукове абстрагування, аналогії та теоретичне узагальнення – узагальнення сучасних підходів до забезпечення інноваційної діяльності промислових підприємств, обґрунтування необхідності і виокремлення основних проблем запровадження інноваційних процесів на вітчизняних підприємствах; методи системного, порівняльного та економіко-статистичного аналізу – для дослідження стану інноваційної діяльності промислових підприємств України; графічний – для наочного зображення та схематичної і графічної побудови теоретичних та практичних положень дослідження; абстрактно-логічний – для логічного узагальнення теоретичних засад і формулювання висновків дослідження. Об'єктом дослідження є інноваційна діяльність. Предметом дослідження є сучасний стан та напрями підвищення інноваційної діяльності промислових підприємств.

Проаналізована динаміка інноваційної діяльності та процесу впровадження інновацій у вітчизняній промисловості. Представлено дані щодо впровадження інновацій на вітчизняних підприємствах. Сформована структура джерел фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств України. Розглянуто фактори, які стримують активізацію інноваційної діяльності на сучасних промислових підприємствах. Запропоновано шляхи та напрями розв'язання проблем активізації інноваційного розвитку підприємств. Запропоновано напрями для підвищення інноваційної активності промислових підприємств України.

Подальші дослідження за проблематикою можуть стосуватися питань формування сучасних методів оцінки інноваційного потенціалу промислових підприємств та формування механізму підвищення їхньої інноваційної діяльності, що забезпечить суттєве підвищення рівня інноваційної активності промислових підприємств, стабілізацію процесів оновлення виробництва,

доцільне використання внутрішніх та залучених зовнішніх інвестицій в інноваційній діяльності.

Ключові слова: інноваційний розвиток, інноваційна діяльність, активізація інноваційної діяльності, технології, промислове підприємство

Актуальність. За сучасних умов розвитку вітчизняної економіки перед промисловими підприємствами стоїть вкрай складне завдання – підвищення ефективності їх функціонування під впливом загострення фінансово-економічної кризи, жорсткої конкурентної боротьби, а також ризиків та загроз внутрішнього й зовнішнього середовища. Вирішення цих завдань є можливим завдяки впровадженню у виробничий процес прогресивних досягнень науки й техніки та використанню новітніх технологій. Саме завдяки вдосконаленню виробничих потужностей та випуску на ринок нових видів продукції для підприємства виявляється можливим досягнення високого рівня технологічної незалежності та високих результатів їхнього функціонування та розвитку. У зв'язку із цим, питання щодо підвищення інноваційної діяльності промислових підприємств, здатної забезпечити високу конкурентоспроможність товарів і послуг, а також завоювання нових ринків збуту набувають особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам дослідження інноваційної діяльності присвятили свої праці багато відомих вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких доцільно виділити О. А. Катаєва, В. В. Козик, О. Є. Кузьмін, Й. М. Петрович, С. С. Позур, С. С. Саталкін, Л. І. Федулова, І. Г. Яненкова та інші. Водночас значущість проблем дослідження сучасного стану інноваційної діяльності промислових підприємств свідчить про актуальність подальших розробок у напрямі забезпечення інноваційних процесів як в Україні, так і на підприємствах, зокрема.

Мета дослідження. Мета статті полягає в дослідженні сучасного стану інноваційної діяльності промислових підприємств та формування напрямів її підвищення.

Матеріали і методи дослідження. У процесі дослідження було

використано такі методи: наукового абстрагування, аналогій та теоретичного узагальнення –узагальнення сучасних підходів до забезпечення інноваційної діяльності промислових підприємств, обґрунтування необхідності і виокремлення основних проблем запровадження інноваційних процесів на вітчизняних підприємствах; системного, порівняльного та економіко-статистичного аналізу – для дослідження стану інноваційної діяльності промислових підприємств України; графічний – для наочного зображення та схематичної і графічної побудови теоретичних та практичних положень дослідження; абстрактно-логічний – для логічного узагальнення теоретичних засад і формулювання висновків дослідження.

Результати дослідження та їх обговорення. На сьогодні ефективний розвиток промислових підприємств залежить від впровадження інноваційних розробок, нових видів продукції та освоєння нових ринків збуту. Водночас загальний кризовий стан, у якому опинилося багато вітчизняних товаровиробників, може свідчити про погіршення інноваційної діяльності та низьку конкурентоспроможність товарів, які виготовляються. Водночас використання багатьма підприємствами давальницької сировини; висока частка товарів, які імпортуються та ввозяться за заниженою митною вартістю або ще гірше контрабандою, тим самим призводять до недобросовісної конкуренції на ринку; низький рівень купівельної спроможності населення; висока собівартість вітчизняної продукції; відсутність ефективної державної політики щодо підтримання вітчизняних товаровиробників; брак у промислових підприємств власних коштів, а також високі кредитні ставки – усе це формує передумови до зниження інноваційної активності промислових підприємств України. Серед вищенаведених причин варто вказати й на слабку нормативно-правову базу, а також незахищеність суб'єктів малого та середнього підприємництва з боку державних органів влади [1; 2].

Для вітчизняних підприємств відчутними є удари фінансової-економічної кризи, яка призвела до падіння попиту, послабила темпи впровадження прогресивних технологій у виробництво, тим самим знизивши активізацію

інноваційної діяльності. Як результат, у вітчизняній промисловості «наука» і «виробництво» є швидше відокремленими ланками, аніж поняттями, які перебувають у взаємодії.

Свідченням погіршення становища в інноваційній сфері та низькій конкурентоспроможності вітчизняної економіки є Індекс глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index, GCI) Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ), за яким Україна у 2019 році втратила дві позиції опустилася на 85-те місце з 141 країни. Згідно зі щорічним звітом ВЕФ, основний регрес зафіксовано у сфері фінансових систем, у якій рейтинг України опустився на 19 позицій – до 136-го місця [3].

У глобальному рейтингу інновацій за 2019 рік (Global Innovation Index 2019) Україна в загальному рейтингу зайняла 47 місце зі 129 країн світу. Для порівняння у 2018 році Україна займала 43-тю позицію. Для оцінки використовують 80 параметрів, які дають повну картину інноваційного розвитку, включно з оглядом політичної ситуації, стану освіти, рівня розвитку інфраструктури та бізнесу. У підсумку Україна отримала за всіма показниками індекс 37,4 з 100 можливих [4; 5]. Така тенденція є свідченням існування низки труднощів у реалізації інноваційної діяльності українськими промисловими підприємствами. На багатьох промислових підприємствах України частка застарілого обладнання становить приблизно 70%. Використання відсталих технологій призводить до споживання значної кількості матеріалів та енергоресурсів, а це в 5 разів більше, ніж у високорозвинених країнах світу. Через те, устаткування в багатьох галузях промисловості, яке традиційно повинно призводити до активізації інноваційної діяльності, оновлюється досить повільно [1].

Водночас, як свідчать статичні дані, частка інноваційно активних підприємств у 2018 році зменшилася до 16,4 % порівняно із 2016 та 2015 роками, де показник становив відповідно 18,9 % та 17,3 %. За період, що аналізується, витрати на інновації були найбільшими у 2016 році – 23229,5 млн грн. Найменша кількість витрат на інноваційну діяльність була у 2014 році і

становила 7695,9 млн грн. Переважними напрямками реалізації інновацій за період 2014 – 2018 роки залишається придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, де частка витрат у 2018 році становила 68,1 % із загального обсягу витрат на інноваційну діяльність, а найменші витрати промислових підприємств були на зовнішні НДР – 4,2 % у 2018 році (табл. 1).

1. Розподіл загального обсягу витрат за напрямками інноваційної діяльності промислових підприємств, млн грн.

Роки	Частка кількості інноваційно активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств, %	Витрати на інновації	У тому числі на:				
			внутрішні НДР	зовнішні НДР	придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	інші зовнішні знання	інші
2014	16,1	7695,9	1221,5	533,1	5115,3	47,2	778,8
2015	17,3	13813,7	1834,1	205,4	11141,3	84,9	548,0
2016	18,9	23229,5	2063,8	394,0	19829,0	64,2	878,4
2017	16,2	9117,5	1941,3	228,5	5898,8	21,8	1027,1
2018	16,4	12180,1	2706,2	502,6	8291,3	46,1	633,9

Джерело: складено автором за [6]

Інноваційна діяльність на промислових підприємствах на сьогодні характеризується своєю хаотичністю, оскільки лише деякі підприємства намагаються відповідати вимогам європейського ринку задля досягнення власних конкурентних переваг та отримання високих прибутків. Серед причин, які стримують підприємства активно розвиватися в інноваційному напрямі, є низький рівень державної фінансової підтримки наукових досліджень і розробок вітчизняних підприємств.

У той час, як на сьогодні багатьма науковцями і практиками доводиться важливість удосконалення діючої нормативно-правової бази в напрямі посилення інноваційного розвитку промисловості, усе ж підтримка інноваційної діяльності на сьогодні здійснюється за рахунок недержавного фінансування. І, як результат, понад 80 % інноваційно активних промислових підприємств здійснювали нововведення за рахунок власних коштів. Так, зокрема, у 2018 році промисловими підприємствами було витрачено 88,2 %

власних коштів у загальному обсязі фінансування на інноваційну діяльність, де показник ще більше зріс порівняно із 2014 роком – відповідно 85 %. Державна підтримка промислових підприємств склала лише 5,2 % у 2018 році із загального обсягу витрат, що на 0,7 % більше порівняно із 2014 роком. Частка коштів іноземних інвесторів промислових підприємств у 2018 році склала лише 0,9 % витрат на інноваційну діяльність (табл. 2.).

2. Розподіл загального обсягу фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств за джерелами економічної діяльності, млн грн.

Роки	Всього	У тому числі за рахунок коштів:			
		власних джерел	держбюджету	інвесторів-нерезидентів	інших джерел
2014	7695,9	6540,3	344,1	138,7	672,8
2015	13813,7	13427,0	55,1	58,6	273,0
2016	23229,5	22036,0	179,0	23,4	991,1
2017	9117,5	7704,1	227,3	107,8	1078,3
2018	12180,1	10742,0	639,1	107,0	692,0

Джерело: складено автором за [6]

Враховуючи те, що джерелом власних коштів підприємств, витрачених на інноваційну діяльність, є прибуток, стає очевидною причина послаблення активізації інноваційного процесу на промислових підприємствах. Крім того, сучасний стан вітчизняної економіки свідчить про збитковість багатьох підприємств, у той час як ті підприємства, яким вдається зберігати свої конкурентні позиції на ринку, не поспішають ризикувати своїми прибутками, оскільки коштом, витраченим на інноваційну діяльність, притаманний високий ступінь ризику.

Ті країни світу, які характеризуються високим рівнем технологічного розвитку, впровадження інноваційних процесів забезпечує до 90% приросту ВВП, що призводить до економії на матеріалах та енергії, формуючи основні конкурентні переваги, здатні забезпечити виживання підприємств в умовах кризових явищ.

Відповідно до приведених результатів статистичних даних, на промислових підприємствах України за 2014 – 2018 рр. відбулося зниження кількості нових технологічних процесів на 259 одиниць, у той час як кількість маловідходних, ресурсозберігаючих технологій зросла на 479 одиниць за

період, що аналізується. Позитивною динамікою характеризується впровадження у виробництво інноваційних видів продукції (товарів, послуг), де за аналізований період їх кількість зростає на 182 одиниці. Водночас відбулося скорочення кількості нових видів техніки на 394 одиниці. Що стосується обсягу реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої продукції, то її частка скоротилась із 2,5 % у 2014 році до 0,8 % у 2018 році, що є вкрай негативною тенденцією (табл. 3). Якщо порівняти цей коефіцієнт із високорозвиненими країнами світу, то його значення не опускалося нижче 20 % за останнє десятиріччя.

3. Стан промислових підприємств за напрямками запровадження інноваційної діяльності

Роки	Впроваджено нових технологічних процесів, одиниць	у тому числі маловідходні, ресурсозберігаючі	Впроваджено виробництво інноваційних видів продукції (товарів, послуг), одиниць	з них нові види техніки	Частка обсягу реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої продукції, %
2014	1743	447	3661	1314	2,5
2015	1217	458	3136	966	1,4
2016	3489	748	4139	1305	0,4
2017	1831	611	2387	751	0,7
2018	2002	926	3843	920	0,8

Джерело: складено автором за [6]

Отже, відповідно до отриманих результатів, основними факторами, які стримують розвиток інноваційної діяльності на промислових підприємствах, доцільно виокремити такі: відсутність узгодженості нормативно-правового забезпечення інноваційної сфери, насамперед, із корпоративною, інвестиційною, податковою, кредитною та соціальною політикою; непослідовність заходів держави щодо активізації інноваційної діяльності; значні витрати на нововведення; зниження інноваційної активності підприємств та загальне погіршення інноваційного клімату суспільства; недосконалість механізмів правового захисту інтелектуальної власності; відсутність належної системи прогнозування науково-технологічного та інноваційного розвитку; відсутність налагоджених каналів співпраці з іншими підприємствами та

науковими організаціями; тривалий термін окупності нововведень; високий економічний ризик інноваційних проектів. Отже, сформовано перелік напрямів, які сприятимуть підвищенню інноваційної діяльності промислових підприємств (табл. 4).

4. Перелік напрямів, спрямованих на підвищення інноваційної діяльності промислових підприємств

Напрями підвищення інноваційної діяльності	Сутність напрямів підвищення інноваційної діяльності підприємств
Модернізація, технічне переозброєння та реконструкція структурних підрозділів підприємства	Системний та цілеспрямований процес оновлення та технічне вдосконалення; заміна морально застарілого і фізично зношеного устаткування, механізація допоміжних та обслуговуючих виробництв; зниження енергоспоживання; збільшення тривалості роботи машин та обладнання; скорочення термінів ремонту обладнання; зниження простоїв; підвищення техніко-економічного рівня окремих виробництв, цехів і ділянок; комплекс техніко-організаційних заходів щодо покращення управління виробництвом в напрямі удосконалення проектної продуктивності введених в експлуатацію основних фондів.
Реструктуризація та реорганізація підприємства	Зміни в структурі виробництва та організації управлінського процесу; впровадження інноваційних систем аналітичної обробки даних; автоматизація експертних систем для оперативного прийняття управлінських рішень; система найбільш радикальних заходів, що характеризуються усуненням дублювання повноважень і функцій, скороченням операційних витрат при збільшенні обсягу виробництва, використанні ефекту масштабу й т.д.
Активізація наукового розвитку	Управління об'єктами інтелектуальної власності; зростання витрат на дослідження і розробки у загальній кількості інноваційних витрат; налагодження зв'язків з науковими організаціями та консалтинговими фірмами; розвиток винахідництва та раціоналізаторства.
Забезпечення підприємства новітніми технологіями	Впровадження новітніх технологій, використання у виробництві маловідходних та ресурсозберігаючих технологічних процесів; скорочення термінів та витрат на розробку нової технології; придбання ліцензій, які застосовуються для інноваційної продукції та устаткування; забезпечення трансферу технологій з метою досягнення прогресу виробництва.
Адаптація персоналу до інноваційних змін	Підтримка персоналом інноваційних проектів, збільшення кількості раціоналізаторських ідей; усунення опору серед працівників до інноваційних змін; залучення персоналу до проектування та розширення інноваційних процесів; організація професійного навчання, підвищення кваліфікації та перекваліфікації персоналу; додаткове преміювання за раціоналізаторські ідеї, закордонні стажування; формування сприятливої атмосфери серед персоналу.
Удосконалення фінансово-інвестиційної діяльності	Комплекс заходів, спрямованих на зниження вразливості фінансового становища підприємства до ризиків та загроз внутрішнього і зовнішнього середовища; формування фінансових прогнозів в напрямі досліджень і розробок ймовірних шляхів розвитку інноваційної діяльності в перспективі; стабілізація кредитної та інвестиційної політики підприємства.

Маркетингова політика підприємства	Залучення нових груп споживачів за допомогою удосконалення процесу просування та поширення нових видів продукції; реалізація ефективної цінової політики, яка узгоджує власні інтереси підприємства з інтересами споживачів та є конкурентоспроможною по відношенню до цінової політики конкурентів; безперервний моніторинг ринкового середовища та діагностика його складових; використання методів та прийомів маркетингу планування, прогнозування при вивченні ринкових потреб; пошук «слабких місць» у функціонуванні та розвитку підприємства, а також формування системи заходів своєчасного реагування на негативні фактори.
------------------------------------	---

Джерело: складено автором

Отже, зважаючи на проведені дослідження, найбільш перспективними напрямками підвищення інноваційної діяльності промислових підприємств мають стати: ефективне управління витратами та зниження собівартості продукції; застосування міжнародної сертифікації продукції та стандартизації процесів виробництва як складових управління якістю; підтримання раціоналізаторських ідей та пропозицій; удосконалення рівня організації виробництва за допомогою використання модернізованого обладнання та прогресивного програмного забезпечення; впровадження новітніх технологій виробництва та скорочення тривалості виробничого процесу; використання сучасних методичних прийомів фінансового забезпечення інноваційної діяльності; впровадження у виробничий процес інноваційної продукції і збільшення їхньої частки в загальному обсязі продукції; налагодження тісної взаємодії з бізнес-партнерами.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, результати проведених досліджень свідчать про наявність низки проблем в активізації інноваційної діяльності промислових підприємств. За допомогою аналізу інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств виявлені основні проблеми, які стримують інноваційний розвиток підприємств. Переважним чином фінансування здійснювалося за рахунок власних коштів підприємств, а обсяг витрат на інноваційну діяльність за рахунок іноземних інвесторів, держбюджету та кредитування спостерігається на досить низькому рівні. Спадна динаміка за напрямками запровадження інновацій на вітчизняних

підприємствах та низька їхня частка в обсязі промислової продукції є проявом примусової вимушеності зростання імпорту новітніх техніки та технологій, виробленої продукції та скорочення експортних операцій щодо вітчизняної інноваційної продукції. Відповідно до отриманих результатів сформовані напрями, спрямовані на активізацію інноваційної діяльності промислових підприємств. Реалізація запропонованих заходів дасть змогу значно підвищити рівень інноваційної активності промислових підприємств в Україні, стабілізувати прискорений процес оновлення виробництва, ефективно використовувати внутрішні та залучені зовнішні інвестиції на інноваційну діяльність.

References:

1. Levkivskyi, O. V. (2017). Mizhnarodni indykatory otsinky innovatsiinoho potentsialu Ukrainy ta yoho realizatsii [International indicators of assessment of innovation potential of Ukraine and its implementation]. *Intelekt XXL*, no. 4, pp. 78–82.
2. Yanenkova, I. H., Pozur, S. S., Kataieva, O. A. (2016). Innovatsii nadiialnist promyslovykh pidpriemstv Ukrainy: stan ta perspektyvy rozvytku [Innovative activity of industrial enterprises of Ukraine: the state and prospects of development]. *Naukovi pratsi. Ekonomika* (electronic journal), vol. 285, no. 273, pp. 89–94. Available at: <http://economy.chdu.edu.ua/article/view/107998> (accessed 14 March 2020).
3. Ukraina opustylasia na 85-te mistse v shchorichnomu reitynhu konkurentospromozhnosti WEF : ofitsiinyi sait Informatsiinoho ahenstva «Interfaks-Ukraina» [Ukraineranks 85th in the WEF Annual Competitiveness Rating : official site of the Interfax-Ukraine Information Agency]. Available at: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/617843.html> (accessed: 12. March 2020).
4. Dutta, S., Lanvin, B., Wunsch-Vincent, S. (2018). The Global Innovation Index 2018: The Human Factor in Innovation. Available at: <http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=3254&plang=EN> (accessed 16

March 2020).

5. Ukraina opustilas` v rejtinge innovacionny`kh stran : ofi`czi`jniy sajt Analitichnogo portalu «Slovo i` di`lo» [Ukraine fell in the ranking of innovative countries: official site of the Analog portal «Slovoi`di`lo»]. Available at: <https://ru.slovoidilo.ua/2019/07/25/novost/jekonomika/ukraina-opustilas-rejtinge-innovacionnyx-stran> (accessed: 12. March 2020).

6. Nauka, tekhnolohii ta innovatsii: ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Science, Technology and Innovation: official site of the State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed: 14. March 2020).

INNOVATION ACTIVITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES: THE CURRENT SITUATION AND AREAS OF IMPROVEMENT

I.V. Levytska

***Abstract.** The article is devoted to topical issues of research of innovative activity at domestic industrial enterprises, its importance for the domestic economy is substantiated. The purpose of the study is to analyze the current state of innovation activity of industrial enterprises and to formulated irections for its improvement. The methodological basis of the study is the current abstraction, analogies and theoretical generalizations - generalization of existing approaches to ensuring the innovative activities of industrial enterprises, justification of the need and highlighting the main problems of introducing innovation processes in domestic enterprises; methods of system, comparative and economic-statistical analysis - to study the state of innovative activity of industrial enterprises of Ukraine; graphic - for visual representation and schematic and graphic construction of theoretical and practical provisions of the study; abstract-logical - for the logical generalization of theoretical principles and formulation of research conclusions. The object of research is innovation. The subject of the research is the current state and directions of increasing the innovative activity of industrial enterprises.*

Dynamics of innovation activity and process of introduction of innovations in the domestic industry are analyzed. Data on implementation of innovations at domestic enterprises are presented. The structure of sources of financing of innovative activity of industrial enterprises of Ukraine is formed. The factors that impede the activation of innovative activity in modern industrial enterprises are considered. The ways and directions of the problem of activation of innovative development of the enterprises are offered. The directions for innovative activity increase of the industrial enterprises of Ukraine are offered.

Further research on the issue may concern the formation of modern methods of assessing the innovation potential of industrial enterprises and the formation of a

mechanism foren hancing the irinnovation activity, which will provide a significant increase in the level of innovation activity of industrial enterprises, stabilization of production renewal processes, expedientuse of internal and attracted external investment ininnovation.

Keywords: *innovative development, innovative activity, activation of innovative activity, technoogy, industrial enterprise*

УДК 336.717:368.041

BANCASSURANCE – ЯК ФОРМА ЕФЕКТИВНОЇ СПІВПРАЦІ БАНКІВ І СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

Р. М. МАМЧУР, кандидат економічних наук,
доцент кафедри банківської справи та страхування,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID: 0000-0002-3733-8182
E-mail: tagrin@ukr.net

О. О. НАЗАРЕНКО, магістр економічного факультету,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
E-mail: dum.nazarenko@gmail.com

Анотація. На сучасному етапі розвитку фінансового ринку потреби індивідуальних клієнтів постійно зростають. Посилюється конкуренція на ринку традиційних послуг між банками, а також між банками та небанківськими установами. З огляду на це банки мають постійно працювати над диверсифікацією джерел своїх доходів, розробляти й розвивати нові для банківської системи послуги, як наслідок, виникають такі продукти співпраці як bancassurance. Однак рівень їх розвитку є досить низьким, що вимагає відповідних наукових досліджень та узагальнень їхніх результатів для напрацювання відповідних рекомендацій для підвищення ефективності функціонування та подальшого розвитку такого виду співпраці.

У статті проведено дослідження виникнення поняття bancassurance, як відносно нового виду взаємодії банків і страхових компаній. Виокремлено три основних етапи, за які відбулося становлення виду такої співпраці в Україні. Виокремлено основні переваги bancassurance окремо для страхових компаній, для банків та для самих клієнтів – споживачів фінансових послуг. Проведено аналіз у розрізі 5 банків на українському фінансовому ринку, водночас було обрано найбільш актуальні страхові продукти, які вони пропонують та з якими компаніями тісно співпрацюють.

У процесі дослідження з'ясовано, що на страховому ринку України динаміка чистих страхових премій та виплат має тенденцію до збільшення. Близько третини доходів страхові компанії отримують саме через реалізацію послуг у банківських установах. Для узагальнення подано SWOT аналіз bancassurance з чітким виокремленням переваг, недоліків та можливостей подальшого розвитку на українському фінансовому ринку.

Ключові слова: bancassurance, банківська установа, страхова компанія

Актуальність. Глобалізаційні та інтеграційні процеси в сучасній ринковій економіці радикально змінюють спектр господарських та

фінансових відносин. Однією з особливостей цих процесів є конвергенція – процес зближення та взаємодії різних секторів та сегментів ринку для створення більш досконалих та конкурентоспроможних послуг. Прикладом таких змін можна вважати співпрацю банків і страхових компаній, що дістало назву «bancassurance».

Світова практика подібної співпраці показує, що банкострахування є перспективним як для банків, так і страхових компаній. Так у європейських країнах, через банківські установи продається кожен третій поліс страхування життя та кожен другий медичний поліс.

Так само в Україні дана співпраця лише набуває розвитку. Найбільш розвиненим сектором економіки є банківський, тоді як небанківський сектор значно відстає, як за загальним обсягом активів, так і за темпами їхнього приросту. Лідером із надання парабанківських послуг стає страховий ринок, однак його рівень розвитку в рази менший, ніж у зарубіжних країнах. Поєднання банківських та страхових послуг є одним зі способів збереження та навіть збільшення кількості клієнтів та активів. Взаємодія банків та страхових компаній може приймати різні форми, серед яких банківське страхування та надання страховим компаніям банківських послуг – розміщення коштів, розрахункове обслуговування та інші.

В Україні відповідно до статті 48 Закону України «Про банки і банківську діяльність» банківським установам заборонено здійснювати діяльність у сфері страхування [1]. Водночас їм дозволяється виконувати функції страхового агента, що стає основою партнерських відносин між банком та страховою компанією у фінансовому конгломераті.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання взаємодії банків і страхових компаній, а також особливості bancassurance досліджували як вітчизняні так і зарубіжні вчені. Серед українських науковців слід відмітити: Н.М. Внукову, А.М. Єрмошенко, В.М. Кременя, О.Д. Вовчак, Н.Л. Іващук, Р.В. Сабодаша, Н.В. Ткаченко, В.М. Фурмана та інших. Вагомий внесок у розвиток теоретико-методологічних засад банківсько-страхової інтеграції

було здійснено такими зарубіжними дослідниками, як Б. Баласса, Дж. Бойд, П. Вулдрідж, А. Гарсія-Херреро, С. Девіс, Дж. Каммінс, Х. Скіппер, Т. Хесс та інші. Водночас потребує уточнення проблема можливої співпраці банків зі страховими компаніями, яка стає вельми перспективною і важливою для банків, для оцінки доцільності їх взаємодії та задоволення потреб клієнтів. Тому це питання потребує подальшого більш детального теоретичного дослідження та обговорення.

Мета дослідження. Обґрунтування теоретичних і практичних засад взаємодії банків і страхових компаній, виокремлення основних переваг їх співпраці та перспектив подальшого розвитку.

Матеріали і методи дослідження. У статті застосовувалися такі методи дослідження: абстрактно-логічний та діалектичний (для теоретичних узагальнень та формування висновків); аналізу й синтезу (для деталізації об'єкту дослідження, оцінки динаміки, структури та ефективності змін у страхуванні ризиків); історичний та логічний (для визначення напрямів подальшого розвитку). Інформаційною базою дослідження слугували наукові публікації вітчизняних і зарубіжних учених, присвячені питанням теорії, методології та практики банківського страхування; законодавчі та нормативні акти з питань страхування та банківської діяльності в Україні; офіційні дані Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, Ліги страхових організацій України; публічна звітність страхових компаній та банківських установ, наукові публікації вітчизняних і зарубіжних учених, інформаційні ресурси мережі Internet.

Результати дослідження та їх обговорення. Поняття bancassurance запроваджене до наукового обігу у Франції наприкінці 1970-х років і до сьогодні зберігає свій первинний зміст. Цей термін виник з ініціативи банків, а тому дістав назву «bancassurance», що змістовно перекладається як «банківське страхування» – (banguе + assurance) й означає послугу з продажу страхових продуктів через банківську мережу [2]. Німецький аналог цього

терміну – «allfinanz», іспанський – «bancoassurance», італійський – «bancari» [5].

Закордонні вчені, зокрема, Mark Śliperski трактує bancassurance як процес «використання банку до продажу страхування (в основному життя та пенсійного), водночас ініціатива походить саме від комерційних банків» [3]. Він дотримувався думки, що ця співпраця є досить вигідною для обох сторін і її розвиток є перспективним. Отже, можна сказати, що банкострахування – це один із видів співпраці банків та страхових компаній, що має на меті збільшення їхніх доходів внаслідок реалізації спільних взаємовигідних програм у напрямі забезпечення фінансової безпеки.

Якщо ж звернути увагу на історичний розвиток bancassurance, то можна виділити 3 етапи (табл. 1). Кожен з етапів вносив певні зміни та корективи в розуміння та сприйняття банкострахування. На останньому відрізку часу співпраця все ж стала взаємовигідною, цікавою як для клієнтів, так і для фінансових установ.

1. Основні етапи розвитку bancassurance

Етап	Роки	Особливості
I - започаткування	початок 70-х – середина 80-х рр. XX ст.	Відносини банків та страхових компаній зароджуються у вигляді агентських угод, у межах співпраці банки займаються розповсюдженням страхових продуктів, які безпосередньо пов'язані з послугами самого банку, однак це не приносить очікуваної вигоди.
II - розвиток	друга половина 80-х – середина 90-х рр. XX ст.	Спектр наданих банками страхових послуг збільшується. Результатом співпраці банків та страхових компаній у сфері надання фінансових послуг стають продукти зі страхування життя з пільговим режимом оподаткування, що стає чимось новим на ринку.
III - становлення	з середини 90-х рр. XX ст. до сьогодення	Активізація процесів злиття та поглинань, а також створення власних компаній банками, що так само призводять до диверсифікації спільних продуктів як зі страхування життя чи пенсійного страхування, так і зі страхування ризиків.

Джерело: сформовано на основі даних [4].

Як уже згадувалося, банкострахування має значну кількість переваг, на які хотілося б звернути більше уваги (табл. 2).

2. Основні переваги співпраці банків та страхових компаній

Для клієнтів	Для банку	Для страхової організації
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Зручність ▪ Гарантована якість продуктів і сервісу страхової компанії ▪ Розширення спектра банківських послуг ▪ Можливі знижки та пільги 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мінімізація кредитних ризиків ▪ Розширення продуктового ряду ▪ Значне джерело доходу ▪ Контроль статусу страхування при видачі кредиту 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Широке охоплення ринку ▪ Збільшення продажів і обсягів страхових премій ▪ Професійна пропозиція страхових послуг ▪ Банківська гарантія

Джерело: сформовано на основі даних [6].

Так, з економічної точки зору страховику вигідно співпрацювати з банком, оскільки так він зможе досягти значної економії фінансових ресурсів та має можливість запропонувати на ринок страховий продукт за нижчою ціною, що дасть змогу збільшити кількість клієнтів.

«Bancassurance» є досить вигідним і для споживачів фінансових послуг, поза як є дешевшим та адаптованим безпосередньо до їхніх потреб. Значно спрощуються режими сплати страхових внесків, оскільки вони перераховуються безпосередньо з банківського рахунку. Також для споживачів завжди було актуальним питання легкості та доступності одержання фінансових послуг, оскільки банківська система загалом є більш широкою, ніж система страхових компаній. Не менш важливу роль відіграє довіра споживачів усе ж більша до банківських установ, аніж небанківських.

Для страхових компаній така співпраця дає змогу збільшити обсяги продажу страхових продуктів, розширити клієнтську базу та канали збуту, зменшити частку витрат на організацію продажу; для банків це забезпечує страхування ризиків, пов'язаних із банківським бізнесом, покращення конкурентної позиції на ринку, підвищення лояльності з боку клієнтів, зміцнення іміджу. Проте, крім зазначених переваг, інтеграція банків і

страхових компаній має й недоліки, головним із яких є монополізація фінансової галузі [7].

Отже, переваги співпраці є очевидними як для банків і страхових компаній у плані партнерства, так і для клієнта, який отримує легко й недорого спектр послуг, у тому числі банківських і страхових, з гарантованою якістю та в зручніших умовах.

Вперше в Україні (листопад 2005) bancassurance запровадив Райффайзенбанк України спільно зі страховою компанією «ІнгоУкраїна». Пізніше до програми приєдналися страхові компанії «ПЗУ-Україна» та «Американська компанія страхування життя» («АІГ життя»). У березні 2007 року на українському ринку фінансових послуг спільну програму банківського страхування запровадили ОТП Банк та страхова компанія «Росно Україна» для економії часу клієнта на оформлення страхових документів. На цей момент майже всі українські банки співпрацюють зі страховими компаніями та надають відповідні послуги.

Пропонуємо більш детально ознайомитися з послугами, які надають банки в співпраці зі страховими компаніями за допомогою Bancassurance (табл. 3).

3. Банки, страхові компанії-партнери та страхові продукти, які розповсюджуються за допомогою програми Bancassurance

№	Банк	Страхова компанія-партнер	Страхові послуги, що реалізуються
1.	Укрсіббанк	АХА Страхування	1) КАСКО 2) ОСЦПВ 3) страхування виїжджаючих за кордон 4) страхування нерухомості за програмою страхування «АХА Комфорт-Надійна» 5) добровільне медичне страхування 6) медицина без меж, яка гарантує лікування низки серйозних захворювань у кращих світових клініках
2.	Райффайзен Банк Аваль	Уніка Страхування, Уніка Лайф, УСГ, АХА страхування	1) програма «Впевненість 24/7», отримання фінансової допомоги при переломах, опіках, втраті працездатності при нещасних випадках 2) довгострокові накопичувальні програми (для отримання якісної вищої освіти, власного бізнесу або пенсії) 3) програми страхування заставного майна та особистого страхування заставодавців
3.	ОТП Банк	АХА Страхування,	1) страхування майна

		ІНГО Україна, PZU Україна, Метлайф, Уніка, Арсенал Страховання, Універсальна, ТАС	2) КАСКО 3) страхування нещасних випадків 4) страхування смерті внаслідок нещасного випадку або хвороби страхування постійної повної втрати працездатності 5) титульне страхування 6) страхування життя для виїзду за кордон 7) страхування заставного майна 8) страхування платіжної картки від шахрайства та крадіжки готівки
4.	ПриватБанк	Уніка Страховання, Уніка Лайф, Провідна, ТАС, PZU Україна, Метлайф, «ВУСО»	1) ОСЦПВ 2) страхування кредитного ліміту 3) «Захист на кожен день» 4) пакет «Сімейний» - комплексний захист від непередбачених обставин для всієї родини 5) туристичне страхування для візи 6) КАСКО (лізинг) 7) страхування здоров'я
5.	Ощадбанк	СК АРКС, «Країна», ТАС, АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ, «ВУСО»	1) туристичне страхування для подорожуючих за кордон 2) ОСЦПВ 3) страхування від нещасного випадку 4) добровільне страхування життя та здоров'я 5) страхування в рамках кредитів для фізичних осіб на придбання транспортних засобів 6) страхування в рамках кредитів для фізичних осіб на інвестування об'єктів будівництва

Джерело: розроблено автором на основі [8-12].

Кількість страхових компаній, які згодні працювати за спільною програмою з банками зростає з кожним роком.

Вважаємо за доцільне звернути увагу на ТОП 10 таких організацій у 2019 році (табл. 4).

4. Рейтинг страхових компаній, що працюють за програмою Bancassurance

№	Назва компанії	Страхові премії за 2019 р., млн. грн.	Страхові виплати за 2019 р., млн. грн.
1	ARX	2299,4	989,8
2	УНІКА	2152,2	1688,9
3	ТАС	1815,1	727,0
4	АРСЕНАЛ	1717,9	527,1
5	PZU УКРАЇНА	1709,2	685,6
6	ІНГО УКРАЇНА	1527,5	657,6
7	ВУСО	1021,5	294,7
8	АЛЬФА СТРАХУВАННЯ	984,2	300,9

9	АСКА	953,9	206,9
10	УНІВЕРСАЛЬНА	949,6	517,2
Σ	Всього	12831,1	6595,7

Джерело: розроблено автором на основі [13].

Об'єм валових страхових премій, зібраних страховиками за 2019 рік, склав 53 млрд грн (+ 7,4 %), у т.ч. за ризиковим страхуванням 48,4 млрд грн і за страхуванням життя 4,6 млрд грн. Валові страхові виплати зросли на 12,5 %, а – до 14,3 млрд грн (за ризиковим страхуванням 13,7 млрд грн і за страхуванням життя 576 млн грн). Рівень валових виплат скоротився до 27 %.

Приблизно 30-40 % доходів страхові компанії отримують саме через реалізацію послуг у банківських установах.

Також більш комплексний аналіз цього виду співпраці банків та страхових компаній пропоную провести за допомогою SWOT аналізу (рис. 1).

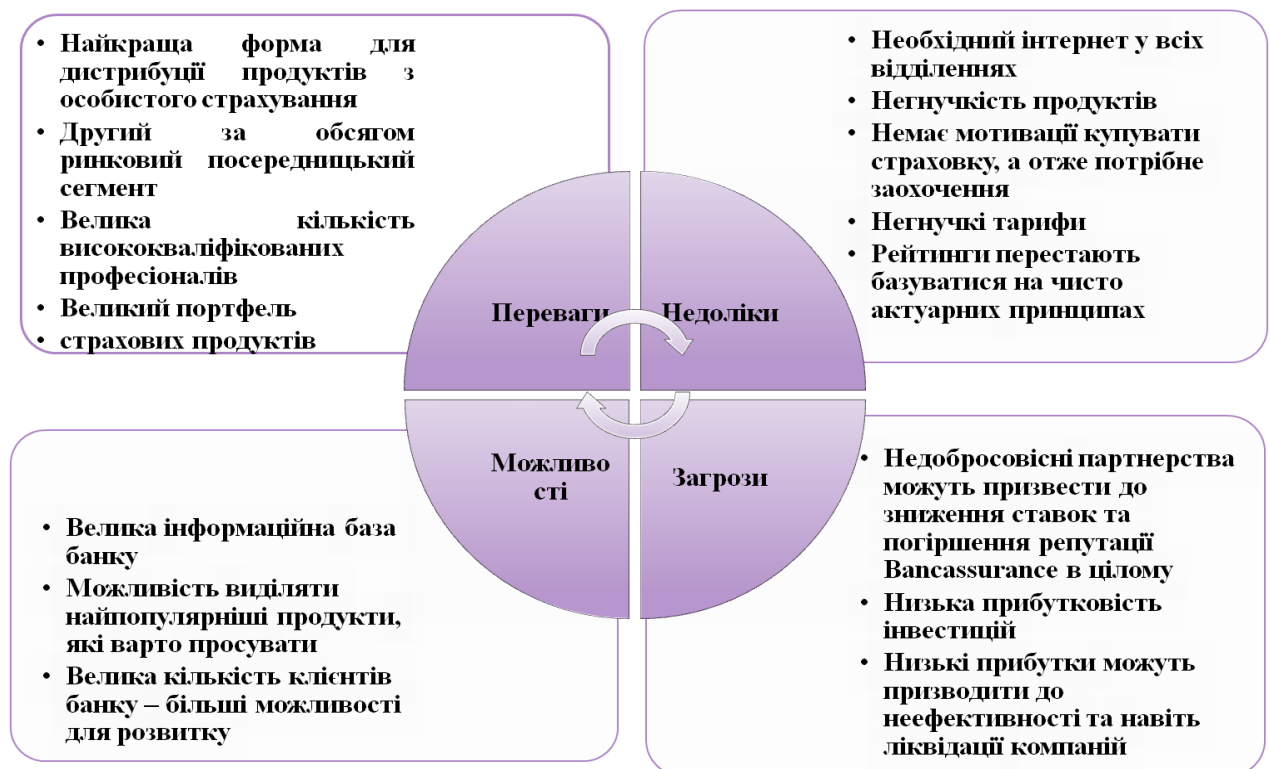


Рис 1. SWOT аналіз bancassurance

Джерело: складено автором на основі [4-7].

Як можна побачити зі SWOT аналізу, bancassurance має багато переваг та потенційних можливостей для подальшого вдосконалення та розширення в межах України, тоді як недоліки та загрози стосуються більше практичності впровадження цієї форми партнерства, які ґрунтуються на наявних недоліках фінансового ринку. Водночас, у разі правильного підходу до впровадження та відповідного регламентування законом такої форми взаємодії, можна уникнути майже всіх потенційних загроз, якими є, наприклад, недобросовісні партнерства і вийти на рівень розвитку близький до європейського.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Уперше термін bancassurance запроваджено до наукового обігу у Франції наприкінці 1970-х років і до сьогодні він зберіг свій первинний зміст, як один із видів співпраці банків та страхових компаній, що має на меті збільшення доходів через реалізацію спільних взаємовигідних програм у напрямі забезпечення фінансової безпеки.

З економічної точки зору страховику вигідно співпрацювати з банком, оскільки так він зможе досягти значної економії фінансових ресурсів. Також доведено, що bancassurance є досить вигідним і для споживачів фінансових послуг, оскільки є дешевшим та адаптованим безпосередньо до їхніх потреб. Для страхових компаній така співпраця дає змогу збільшити обсяги продажу страхових продуктів та розширити клієнтську базу. Водночас, основним недоліком подальшої інтеграції банків і страхових компаній є монополізація фінансової галузі.

Як можна побачити зі SWOT аналізу, bancassurance має багато переваг та потенційних можливостей для подальшого вдосконалення та розширення в межах України, тоді як недоліки та загрози базуються на вже наявних недоліках фінансового ринку. У разі правильного підходу до впровадження та відповідного регламентування законом такої форми взаємодії, можна уникнути потенційних загроз та вийти на рівень розвитку близький до європейського.

References:

1. Law of Ukraine «About Banks and Banking Activity» № 2121-III. (2020, December 7). Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua> [in Ukrainian].
2. Klapkiv, M.S. (2002). *Insurance of financial risks*. Ternopil: Economic Thought [in Ukrainian].
3. Śliperski, M. (2002). Bancassurance. *Związki bankow ubezpieczeniowe*, 10, 37-45 [in Polish].
4. Kremen, V.M. (2011). Development of bancassurance: experience of European countries and Ukraine. *Bulletin of Zaporizhia National University*, 3 (11), 184-194 [in Ukrainian].
5. Avanesova, N.E. (2013). Determination of the main stages and trends of development of bancassurance. *Bulletin of ONU named I.I. Mechnikov*, 18, 8-10 [in Ukrainian].
6. Pidgrushna, Y.A., Nalukova, N.I. (2017). Interaction of insurance companies and banks in the field of financial services. Retrieved from: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/20361/1/92-95.pdf> [in Ukrainian].
7. Zubarev, V. (2004). Bank and insurance: «for» and «against». *Bulletin of the NBU*, 11, 32-38.
8. *Official site of «Ukrsibbank»*. (2020). Retrieved from: <https://pbs.ukrsibbank.com/ua/insurance/> [in Ukrainian].
9. *Official site of «Raiffeisen Bank Aval»*. (2020). Retrieved from: <https://www.aval.ua/privatnim-osobam/strahuvannya> [in Ukrainian].
10. *Official site of «OTP Bank»*. (2020). Retrieved from: <https://ru.otpbank.com.ua/privateclients/bancassurance> [in Ukrainian].
11. *Official site of «OschadBank»*. (2020). Retrieved from: <https://www.oschadbank.ua/ua/ukladannya-dogovoriv> [in Ukrainian].
12. *Official site of «PrivatBank»*. (2020). Retrieved from: <https://privatbank.ua/ru/strahovaniye> [in Ukrainian].
13. *Rating of insurance companies of Ukraine*. (2020). Retrieved from: <https://forinsurer.com/ratings> [in Ukrainian].

BANCASSURANCE – AS A FORM OF EFFECTIVE COOPERATION BETWEEN BANKS AND INSURANCE COMPANIES

R. Mamchur, O. Nazarenko

***Abstract.** At the present stage of financial market development, the needs of individual clients are constantly growing. Competition in the market of traditional services between banks, as well as between banks and non-banking institutions is intensifying. With this in mind, banks must constantly work to diversify their sources of income, develop and develop new services for the banking system; as a result, there are products of cooperation such as bancassurance. However, the level of their development is quite low, which requires appropriate research and generalization of their results in order to develop appropriate recommendations to improve the efficiency and further development of this type of cooperation.*

The article examines the emergence of the concept of bancassurance, as a relatively new type of interaction between banks and insurance companies. The formation of the type of cooperation in Ukraine took place during three main stages. The main advantages of bancassurance singled out separately for insurance companies, for banks and for the clients themselves - consumers of financial services. An analysis made in terms of five banks in the Ukrainian financial market, and the most relevant insurance products they offer and with which companies work closely selected.

The study found that in the insurance market of Ukraine, the dynamics of net insurance premiums and payments tends to increase. Insurance companies through the sale of services in banking institutions receive about a third of income. For the purpose of generalization, a SWOT analysis of bancassurance presented, with a clear identification of advantages, disadvantages and opportunities for further development in the Ukrainian financial market.

Keywords: *bancassurance, banking institution, insurance company*

ТУРИЗМ – СКЛАДОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

С. І. МОСІЮК, кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу і консалтингу НУБіП України

ORCID 0000-0001-6970-1073

E-mail: 4stefani2@gmail.com

І. П. МОСІЮК, кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії Національного університету харчових технологій

ORCID 0000-0001-5432-2311

E-mail: 27igor10@gmail.com

В. І. МОСІЮК, магістрант економічного факультету НУБіП України

E-mail: shokozrada@gmail.com

Анотація. Проблематика підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств, оцінка потенціалу туристичних ресурсів в Україні й розвиток міжнародної туристичної діяльності є актуальним сьогоденням. У даній статті проаналізовано й обґрунтовано розвиток туристичного бізнесу в Україні як пріоритетної складової національної економіки, висвітлено реальний та потенційний ресурсний потенціал для розвитку рекреаційно – туристичної сфери в Україні, наведено деталізацією заходів задля виходу країни на світовий туристичний ринок.

Туристичний бізнес сприятиме збільшенню надходжень до бюджетів, сприятиме зростанню зайнятості населення, в тому числі і у сільській місцевості, і через привабливий туристичний потенціал в Україні можливе залучення інвестицій. Все це потребує удосконалення маркетингового, інформаційного та рекламного забезпечення туристично – рекреаційного потенціалу країни.

У разі глобалізації туризму Україна має зробити цю галузь однією з перспективних та інноваційно привабливих галузей економіки. Держава зі своєї сторони має сприяти розвиткові туристичної індустрії та дотриманням якості послуг, що надаватимуться. Інтеграційний процес між тим полягатиме у впровадженні європейських норм і стандартів в освіті й туризмі та поширенні культурних, наукових здобутків. 2020 рік визнано роком розвитку туризму в Україні. Це надає «зелене світло» туристичній підприємницькій діяльності.

Отже, проаналізувавши стан та перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні, варто зазначити, що ця галузь стає однією із пріоритетних сфер підвищення економіки держави. Історичний, культурно – етнографічний, гастрономічний, санаторно – курортний потенціали країни у разі створення сприятливих умов для інвестицій та належного маркетингу виведуть країну у світові лідери туристичної індустрії.

Ключові слова: туризм, інвестиції, рекреація, маркетинг, туристичний продукт, санаторно – курортний туризм

Актуальність. Розвиток туристичної галузі для багатьох країн світу є прибутковим напрямком щодо наповнення бюджету держави. Туристична індустрія є однією з найбільш прибуткових галузей у зарубіжних країнах. Розвиток туризму сприяє зменшенню проблеми безробіття, впливає на споживчий попит тощо. Євроінтеграційне спрямування розвитку держави спонукає до осучаснення пропозиційних туристичних послуг та удосконалення державного регулювання даного напрямку розвитку. Тому розвиток туристичної галузі в Україні потребує всебічної уваги.

Аналіз досліджень і публікацій. Варто відмітити, що питання щодо ефективності туристичного розвитку України не втрачають своєї актуальності. Висвітленням даної проблематики зайнялися такі вчені як: Л. Антошкіна, І. Дубович, М. Чапська, І. Гортенко, В. Гуляєв, В. Кифяк, В. Куценко, Н. Кабушкин, Ю. Лебединський, В. Євдокименко, О. Ігнатенко, О. Сарапіна, Г. Скляр, В. Пазенок, В. Федорченко, М. Чапська, В. Шкарупа та інші.

Мета дослідження полягає в дослідженні перспектив розвитку туристичного бізнесу в Україні як пріоритетної складової національної економіки.

Матеріали і методи Для здійснення цього дослідження були використані методи синтезу і порівняння, групування та аналізу тощо.

Результати дослідження та їх обговорення. Туристична індустрія в Україні набуває широкомасштабних обертів. Туристичний бізнес стає одним із провідних та рентабельних напрямків соціального та економічного розвитку. Економіка туристичного бізнесу – це сукупність суспільних відносин, що виникають під час здійснення туристичної діяльності, а саме під час виробництва, розподілу, обміну та споживання туристичних послуг (туристичного продукту). Економіка туристичного бізнесу є складовою частиною народногосподарського комплексу країни як каталізатора економічного зростання [7, с.163]. Туристичні фірми, власники садиб тощо, як суб'єкти господарювання, здійснюючи діяльність, отримують прибуток, що охарактеризовує цей напрямок як бізнесовий. Тому, комерційна спрямованість діяльності туристичних фірм, розробка маркетингових заходів щодо залучення

та обслуговування туристів, розпланування та підготовки турів, маршрутів, будівництво готельних комплексів сприяє ефективній співпраці, розвитку туристичної індустрії держави. Туристичний розвиток регіонів України дає змогу вдосконалити напрямки ефективного санаторно-курортного та активного відпочинку, гастрономічного та розважального турбізнесу. Україна є потенційно привабливою для розвитку туристичної сфери. Туристичним потенціалом держави є історична спадщина, культурно – етнографічні фактори, гастрономічні різнобарв'я, географічні чинники тощо. Туристична індустрія буде ефективною для національної економіки держави. Євроінтеграційні реформи України потребують подальшого удосконалення туристичної галузі задля привабливості для іноземного туриста в тому числі. Наукові дослідження спрямовуються на визначення переваг та недоліків розвитку цієї сфери. Роль держави полягає в удосконаленні механізмів регулювання туристичної діяльності, оскільки в цей процес залучені не тільки турфірми, а й інші сфери. Основними чинниками, що негативно впливають на розвиток туристичного бізнесу є політична ситуація в державі, недостатньо врегульований регіональний розвиток, недопрацювання туристичних маркетологів щодо інформаційних заходів про Україну за її межами, недосконалість податкової системи, недосконалість готельно-ресторанної сфери та невідповідність світовим стандартам тощо.

Як складова економічного механізму туристичний бізнес створює туристичні послуги, формує туристичний продукт і здійснює його реалізацію, активно використовуючи маркетингові комунікації; має свою індустрію виробництва та надання послуг туристам; формує ринок туристичних послуг за різними рівнями комплексності; працює як мультиплікатор росту національного доходу, валового внутрішнього продукту, зайнятості населення; сприяє розвитку місцевої інфраструктури та підвищенню рівня життя населення; являє собою сферу, у якій дешево створюються робочі місця та забезпечується високий рівень ефективності і швидка окупність інвестицій; є досить ефективним засобом охорони довкілля та історико-культурної спадщини країни, що є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, який

утворює специфічну сферу діяльності; функціонує у взаємозв'язку практично з усіма галузями і видами діяльності людей; має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі [1,с.40].

Україна, маючи неперевершений спадок для здійснення туристичної діяльності, має зайняти належне місце серед світових туристичних країн.

Тому, у разі глобалізації туризму Україна має зробити цю галузь однією з перспективних та інноваційно привабливих галузей економіки. Держава зі свого боку має сприяти розвитку туристичної індустрії та дотриманню якості послуг, що надаватимуться. Інтеграційний процес між тим полягатиме у впровадженні європейських норм і стандартів в освіті й туризмі та поширенні культурних, наукових здобутків.

Задля залучення інвестицій у туристичну індустрію необхідно насамперед запровадити низку соціально-економічних реформ, які покращать інвестиційний клімат держави. Не залишається в стороні й маркетингова політика щодо виведення туристичних послуг на світовий ринок та визначення цільових ринків для автентичних українських туристичних пропозицій. Не менш важливим фактором іноземної інвестиційної привабливості є удосконалена податкова система України. У деяких розвинених країнах запроваджені, наприклад, знижені ставки ПДВ для туристичного бізнесу. Така зміна податкового законодавства призведе не до збитку для бюджету, а до його наповнення завдяки залученню коштів інвесторів [3,с.76].

Задля створення прибуткової туристичної галузі, що задовольнятиме потреби внутрішнього та міжнародного туризму України, у разі використання історичного, природного, культурного, етнографічного та рекреаційного потенціалу необхідні демократичний розвиток, політична стабільність та визначення перспективних напрямків економічного розвитку.

Але за наявності величезного туристичного потенціалу, присутні й деякі не доопрацювання. Так, наприклад, українські автомагістралі потребують покращення. Маркетингова діяльність, яка була б націлена на світові ринки, недорозвинена. Тобто, задля залучення іноземного туриста недостатньо інформації про різноманіття в Україні місць для відпочинку. Задля ефективного

розвитку туристичної галузі в Україні потрібно насамперед створити дієву маркетингову популяризацію держави з урахуванням географічних, культурних, історичних спадщин, гастрономічних уподобань та національних традицій. Такий туристичний продукт, правильно поданий цільовому споживачеві, стане тим фактором, що виведе туристичну індустрію України у світові лідери. Наприклад, на Закарпатті цієї незабутої й автентичної складової туризму навіть більше, ніж в Угорщині та інших країнах Європи, але ці особливості не подані належним чином міжнародній туристичній спільноті.

Ефективність розвитку туристичного ринку, як і будь-якого іншого, базується на попиті та пропозиції продукту, який поширюється. Туристична галузь являє собою мережу круїзних, екскурсійних, гірськолижних та інших туристичних послуг, які в процесі просування набувають статусу туристичного продукту і через залучення системи дистрибуції, доводяться до споживача.

Здійснюючи дослідження туристичного ринку України, варто зазначити, що наша держава володіє безмежним потенціалом для ефективного розвитку бізнесової діяльності в даному напрямі. Насамперед це українське національне розмаїття клімату, історії, звичаїв та традицій і не менш важливим є географічне розташування. Не менш важливим є наявність санаторно-курортних зон, що у разі надання якісних послуг забезпечить широкий потік цільових туристів. Політична ситуація в країні характеризує українців як сильну та вольову націю, що також проявляє інтерес до України.

Розвиток туристичного бізнесу в державі надасть можливість зменшити рівень безробіття та частково зупинить закордонне заробітчанство. Однак, будь-який бізнесовий процес потребує правового захисту з боку держави. Тому роль держави в привабливому і прибутковому розвитку туристичної індустрії, що є позитивним для національної економіки, має бути виваженою та врегульованою. Конкурентоспроможний туристичний продукт може завоювати український та світові ринки у разі залучення в його створення інвестицій та ефективної маркетингової політики щодо України як туристичної держави тощо.

Задля привабливості українського ринку для іноземного туриста країні необхідно не тільки зосередити концентрацію фінансових ресурсів у туристичній галузі, але й застосувати свої важелі на світовому ринку щодо популяризації України як туристичної. З огляду на те, що туристична індустрія є однією із провідних у багатьох світових державах, Україна, в умовах жорсткої конкуренція, може запропонувати дійсно конкурентоспроможні туристичні послуги. 16 березня 2017 року Уряд України схвалив Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [11,с. 83]. Метою такої ухвали було створення сприятливих умов для забезпечення швидкого розвитку туристичної галузі та різнобарв'я курортів, які б вивели державу на привабливий світовий ринок. Впровадження державної Стратегії має здійснюватися з урахуванням відповідних напрямів:

- забезпечення безпеки туристів та захист їхніх законних прав та інтересів; імплементація законодавства ЄС у сфері туризму;
- забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема, створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури;
- удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму;
- формування та просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму [8].

Зазначені напрями розвиватимуться завдяки фінансуванню з місцевих бюджетів та держави, а обсяг фінансування залежатиме від реальних можливостей, бажань та дій .

Висновки і перспективи подальших досліджень. Проаналізувавши стан та перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні, варто зазначити, що ця галузь стає однією з пріоритетних сфер підвищення економіки держави. Історичний, культурно-етнографічний, гастрономічний, санаторно-курортний потенціали країни в разі створення сприятливих умов для інвестицій та належного маркетингу виведуть країну у світові лідери туристичної індустрії.

References:

1. Bobryts'ka, N. (2014) Marketynh v upravlinni turystychnymy destynatsiyamy .Marketynh v Ukrayini, 4, 39-47.
2. Bartoshchuk, O. V. Otsinka rozvytku turyzmu v Ukrayini. Investytsiyi: praktyka ta dosvid, 7, 82-86.
3. Zikeyeva, S. H. (2013) Turystychna haluz' Ukrayiny v period yevrointehratsiyi: sotsial'no-ekonomichnyy aspekt. Ekonomika i menedzhment kul'tury, 1, 74-82.
4. Kozlovs'kyy, R. (2014) Ukrayina: turystychnyy rukh – 2013. Ukrayins'kyy turyzm, 1, 26-28.
5. Mosiyuk, S.I., Mosiyuk, I.P., & Mosiyuk, V.I. (2016). Rozvytok ukrayins'koho sela cherez zelenyy turyzm, 247, 75-82.
6. Mosiyuk, S.I., Mosiyuk, I.P., & Mosiyuk, V.I. (2016). Vazheli derzhavnogo rehulyuvannya hospodars'koyi diyal'nosti krayiny v rynkovykh umovakh, 247, 134-141.
7. Okhrimenko, A. (2014) Dosvid yevropeys'kykh krayin finansuvannya turyzmu. Visnyk L'vivs'koho universytetu, 34, 160-167.
8. Ofitsiyyny internet-sayt Derzhavnoyi sluzhby turyzmu i kurortiv. Retrieved from www.tourism.gov.ua
9. Pro skhvalennya Stratehiyi rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku. Retrieved from <http://www.kmu.gov.ua/control/ru/cardnpd?docid=249826501>
10. Savel'ev, L. A. (2001). Ynvestytsyonnyy pryvlekatel'nost' korporatsyyi predprynymatel'skoho typu. Ekonomika: problemy teorii ta praktyky, 82, 88-96.
11. Sarychev, V. I. (2014). Stan ta perspektyvy svitovoyi ta natsional'noyi sferi turyzmu v konteksti lyuds'koho rozvytku, 2, 80-84.
12. Tkachenko, T. I. (2006). Stalyy rozvytok turyzmu: teoriya, metodolohiya, realiyi biznesu. Monohrafiya . Kyiv: Natsional'nyy torhovel'no - ekonomichnyy universytet.
13. Turystychni potoky. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny. Retrieved from http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm
14. Shevchenko, S. (2013). Perspektyvy yevropeys'koyi intehratsiyi rynku turystychnykh posluh ukrayiny, 23.2, 124-130.
15. Shpak, L. O. (2014). Instytutsiyne rehulyuvannya rozvytku turystychno-rekreatsiynoho kompleksu, 5, 32-35.

TOURISM AS A PART OF THE NATIONAL ECONOMY OF UKRAINE

S.Mosiuk, I. Mosiuk, V. Mosiuk

Abstract. Problems of increasing of the efficiency of tourist activity enterprises, assessment of tourism resources potential in Ukraine and development international tourist activity is relevant today. The article analyzes and substantiates the development of the tourism business in Ukraine as a priority component of the national economy, is illuminated by the real and potential resource potential for

recreational and tourism development spheres in Ukraine, detailed measures for the country's entry into the world tourist market.

The tourism industry in Ukraine is gaining momentum. The tourism business is becoming one of the leading and profitable areas of social and economic development. The economy of the tourism business is a set of social relations that arise in the implementation of tourist activity, namely in the production, distribution, exchange and consumption of tourist services (tourist product). The tourism business economy is an integral part of the national economic complex as a catalyst for economic growth.

The tourist business will help to increase budget revenues, promote employment growth, including in rural areas terrain, and because of its attractive tourist potential in Ukraine becomes possible for investments. For all this needs marketing, information and advertising support for tourism and recreation potential of the country to be improved. In terms of globalization, Ukraine should take this industry in the consideration as one of the most promising and innovative sectors of the economy. The state should contribute to the development of the tourism industry and comply with the quality of the services provided. The integration process will be to implement European norms and standards in education and tourism and the dissemination of cultural, scientific achievements.

2020 is recognized to be the year of tourism development in Ukraine. It gives the “green ligh” tourist business.

Therefore, analyzing the status and prospects of tourism business development in Ukraine it should be noted, that this industry is becoming a priority branch of the state economy. Historical, cultural-ethnographic, gastronomic, sanatorium-resort potentials of the country at creation favorable conditions for investment and proper marketing will bring country into world leaders in the tourism industry

Keywords: *tourism, investments, recreation, marketing, tourist product, sanatorium - resort tourism*

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ АКВАКУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ

Л. Г. МИХАЛЬЧИШИНА, кандидат економічних наук, доцент кафедри
глобальної економіки

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ORCID 0000-0003-1459-0358

E-mail: larysam@nubip.edu.ua

І. О. СІНЕНОК, аспірант кафедри глобальної економіки

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ORCID 0000-0003-1855-4899

E-mail: igor.sinenok@ukr.net

Анотація. У статті досліджено базові засади функціонування сталої аквакультури як перспективної галузі національної економіки в забезпеченні продовольчої безпеки й підвищення рівня життя населення. Встановлено, що в нових умовах господарювання несприятливі зовнішні та внутрішні фактори розвитку аквакультури призвели до домінування на ринку України імпортової риби й морепродуктів, тому, для розвитку аквакультури необхідно виробити стратегічний план сталого розвитку галузі. Обґрунтовано стратегічні напрями сталого розвитку аквакультури, висвітлено економічні важелі й методи регулювання галузевого розвитку для насичення ринку рибною продукцією належної якості та збереження екосистем. Запропоновано напрями сталого розвитку сектору аквакультури з урахуванням європейського досвіду. З огляду на розвиток ситуації на європейському ринку для практичного використання систем та практик аквакультури визначено стратегічні напрями їхнього розвитку в напрямі інтеграції технологій, соціально-економічних та природних ресурсів і ефективного управління ними для досягнення сталості. Розглянуто чинники розвитку рибогосподарської галузі для економічного обґрунтування впровадження заходів та пропозицій, які сприятимуть інтенсивному зростанню вітчизняної аквакультури. Запропоновано переорієнтувати фінансову державну підтримку галузі аквакультури в бік модернізації та поліпшення сучасного виробництва, забезпечивши у такий спосіб його диверсифікацію. Доведено, що в перспективі аквакультура в Україні має набути статусу сталої індустрії, яка гарантує тривале збереження робочих місць, розвиток сільських і прибережних територій, створення альтернатив традиційному рибальству. Обґрунтована доцільність запровадження в галузі ефективних ринкових стратегій, які забезпечать баланс виробництва й попиту на продукцію аквакультури.

Ключові слова: сталий розвиток, регулювання, механізми, аквакультура, стратегія, інструменти, ринок, аграрний сектор

Актуальність. Здійснення ефективної рибогосподарської діяльності, підвищення рівня життя населення за умови найбільш доцільного використання світових рибних ресурсів на сьогодні повністю узгоджуються із Марракеською

угодою. Для розвитку аквакультури кожна країна має виробити стратегічний план сталого розвитку аквакультури з урахуванням просторового планування зон аквакультури та забезпечити його виконання. Важливе значення між тим має врахування досвіду європейських країн, у яких рушійною силою розвитку аквакультури є її соціальне сприйняття, яке вимагає врахування інтересів суспільства під час планування розвитку галузі. Екологічні загрози, пов'язані з глобальною зміною клімат та погіршенням стану довкілля, у цей час займають ключові позиції серед ризиків світового розвитку. Про це однозначно свідчать документи ООН та її спеціалізованих органів та організацій, рішення G20 та G7. Ці зростаючі загрози поставили в пріоритет політичних програм країн світу питання необхідності поетапного відновлення природних екосистем до безпечного рівня, дотримання принципів економічної ефективності, соціальної справедливості та сталості розвитку.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Незаперечна роль сільського господарства і, зокрема, аквакультури, у забезпеченні продовольчої безпеки, підвищення рівня життя населення є пріоритетним блоком дослідження для багатьох вчених. Комплексна природа аграрного сектору, що містить економічну, соціальну та екологічну складові, визначає актуальність дослідження його сталого розвитку. Питанням сталого розвитку аграрного сектору, обґрунтуванням економічних важелів і методів його забезпечення присвячено дослідження науковців О. Буринської, С. Кваші, Н. Коробової, Ю. Лопатинського, К. Наконечної та інших вчених.

Стан світової аквакультури та рибальства вивчали зарубіжні автори, зокрема Д. Паулі, Д. Зеллер та інші дослідники. Розробці моделей управління розвитком аквакультури, заходів для вирішення як нагальних, так і прогнозованих проблем довкілля і водних ресурсів із врахуванням соціально-економічних особливостей, національного та регіонального законодавства різних країн присвячені праці Л. Хуфа та Г. Крауса.

Регулюванню розвитку аквакультури в сучасних умовах глобальних викликів присвячені праці Н. Вдовенко, О. Деренко, В. Чемериса, Н. Яркіної. Зокрема, на думку С. Кваші та Н. Вдовенко, галузі необхідна державна

підтримка, яка, з одного боку, має виходити з можливостей бюджету, з іншого – бути достатньою для того, щоби разом з іншими важелями державного економічного регулювання (податкова, цінова, інвестиційна, зовнішньоекономічна політика, формування відповідного кредитного механізму) дати можливість забезпечити сталий розвиток [1, с. 15]. Обґрунтовуючи удосконалення інструментів регулювання ринку продукції аквакультури в умовах фінансово-економічних викликів Деренько О. О. зазначає, що на сьогоднішній день, не дивлячись на всі зусилля, так і не створено єдиних концептуальних підходів до здійснення галузевої рибної політики України, яка б у межах загальної економічної політики визначила стратегічно пріоритетні складові блоки ринку, що необхідно підтримувати на сучасному етапі [2, с. 39]. Водночас запропоновано прикладне використання методичних підходів щодо обґрунтування вибору показників виробництва товарної риби, методів розрахунку, визначення закономірностей розвитку, що, на його думку, призведе в перспективі до удосконалення самої системи регулювання ринку продукції аквакультури, а також регулювання пропозиції на рибу та рибну продукцію з урахуванням принципів Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом для досягнення цілей сталого розвитку ООН [2, с. 40].

Проведений аналіз наукових здобутків підтверджує наявність зростаючого споживчого попиту на прісноводні види риби, на вирощуванні яких в основному ґрунтується не розкритий потенціал аквакультури у внутрішніх водоймах [3, с. 169]. Тому для розвитку аквакультури в Україні необхідна наявність двох основних передумов. Перша – це зростаючий споживчий попит на прісноводні види риби, на вирощуванні яких в основному ґрунтується не розкритий потенціал рибного промислу у внутрішніх водоймах. Друга – реалізація комплексу заходів щодо відновлення ресурсного та виробничого потенціалу рибної галузі. Зокрема, вони зазначають доцільність створення сприятливого економічного середовища для залучення інвестицій у впровадження новітніх ресурсозберігаючих технологій інтенсивної ставової, садкової аквакультури; необхідність прийняття державної цільової програми,

для забезпечення пільгового кредитування суб'єктів господарювання в рамках оновлення матеріально-технічної бази, відновлення водних об'єктів і гідротехнічних споруд; розвиток збутової інфраструктури, спрямованої на реалізацію риби від виробника до споживача для більш вагомшого впливу підприємств на ціну реалізації, що в результаті сприятиме зниженню споживчих цін на рибу [3, с. 174].

Отже, Угодою про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом, відповідно до змісту Глави 18 «Політика в галузі рибальства та морська політика», зокрема, статтею 408 Угоди передбачено впровадження в Україні найкращих практик управління рибальством для забезпечення збереження рибних запасів, шляхом, що забезпечує сталий стан таких запасів та ґрунтується на екосистемному підході. З огляду вищезазначеного, важливими є подальші дослідження основних чинників розвитку рибогосподарської галузі для економічного обґрунтування впровадження заходів та пропозицій, які сприятимуть інтенсивному зростанню вітчизняної аквакультури.

Метою дослідження є обґрунтування стратегічних напрямів сталого розвитку аквакультури в Україні.

Матеріали та методи дослідження. Питання теоретичного обґрунтування та прикладних аспектів дослідження базуються на загальнонаукових і спеціальних методах пізнання. Для визначення засад запровадження сталого розвитку аквакультури використано методи аналізу й синтезу, індукції й дедукції, порівняння, аналогії, абстрагування, системного підходу. Метод узагальнення застосовано для формулювання висновків щодо практичних аспектів реалізації стратегії сталого розвитку аквакультури.

Результати дослідження та їх обговорення. Запровадження підходів сталого розвитку має виняткове значення для ефективного функціонування галузей аграрного сектору національної економіки, чому сприяють різні фактори, зокрема, виробники є одними з основних споживачів природних ресурсів, галузь відіграє важливу роль у взаємодії між розвитком суспільства та довкіллям; виробляються харчові продукти для задоволення пріоритетних потреб суспільства, здійснюється значний внесок у розвиток сільських

територій. У результаті проведених досліджень із застосуванням системного підходу, повністю погоджуємось із думкою Ю. Лопатинського та О. Буринської, що сталий розвиток аграрного сектору національної економіки визначається як процес його динамічного переходу на новий рівень функціонування. Економічна обґрунтованість, екологічна безпека та соціальна орієнтованість стають головними складовими забезпечення потреб у продовольстві та підвищення рівня життя сільського населення з урахуванням дії сукупності факторів [4, с. 95].

Згідно із загальноприйнятими принципами сталого розвитку, тактична пріоритетність в аграрному секторі має ґрунтуватися на засадах гнучкості й адаптивності до мінливих умов зовнішнього середовища із запровадженням екологічної відповідальності суб'єктів господарювання та суспільства загалом; раціонального використання природних ресурсів, що забезпечить конкурентоспроможність; застосування сучасних практик ведення сільського господарства; становлення світоглядної позиції для гарантування поступового руху в напрямі дотримання концепції сталого розвитку як стратегічної мети.

Розглядаючи стан та перспективи розвитку аквакультури в Україні Чемерис В., Душка В. та Максим В., дійшли висновку, що Україна володіє достатнім ресурсним потенціалом для розвитку аквакультури, на базі якого необхідно збільшувати обсяги виробництва і вилову товарної риби, рибопосадкового матеріалу для забезпечення потреб споживачів власно виробленою продукцією [3, с. 169]. Водночас зменшення обсягів виробництва товарної риби може мати тимчасовий характер, що пов'язаний з економічною ситуацією, несприятливими умовами, а поступове зменшення виробництва рибопосадкового матеріалу свідчить про можливу тенденцію згортання сталого виробництва аквакультури в майбутньому (табл. 1).

1. Виробництво рибопосадкового матеріалу

№ п/п	Вирощено та виловлено рибопосадкового матеріалу	Роки			
		2016	2017	2018	2019
1	Всього вирощено рибопосадкового матеріалу:				
	млн шт.	162,7	325,9	154,5	126,7
	тонн	8 791	8 986	8 602	7 740
2	Вирощено цьоголіток:				

	млн шт.	117,7	258,8	108	92,3
	тонн	2 988	3 001	2 718	2 601
3	Вирощено дволіток:				
	млн шт.	14,4	28,7	15,4	12,8
	тонн	3 468	3 257	3 358	2913
4	Всього посаджено на зимівлю рибопосадкового матеріалу:				
	млн шт.	210,9	130,2	109,2	71,0
	тонн	4 939	4924	6 521	4 388
5	Середня наважка, г:				
	цьоголітка	25,4	11,6	25,2	28,2
	дволітка	241	113	218	228
6	Рибопродуктивність вирощувальних ставів, ц/га	4,4	4,4	3,9	4,8
7	Отримано личинки в інкубаційних цехах, млн шт.	797,2	544,6	907,6	659,1
8	Вселення у внутрішні водні об'єкти, млн шт.	1,3	0,034	0,3	0,63

Джерело: офіційний сайт Державного агентства рибного господарства [5]

Результати вирощування рибопосадкового матеріалу у 2019 році вказують на можливі проблеми аквакультури в найближчому майбутньому: зменшується виробництво рибопосадкового матеріалу всіх категорій та видів. Ця тенденція спостерігається вже впродовж останніх кількох років, за винятком 2017 року, і є, на нашу думку, наслідком скорочення виробничих площ водного рибогосподарського фонду. У 2019 році було вирощено різного віку рибопосадкового матеріалу 126,7 млн шт. або 7 740 тонн, що на 27,8 млн шт. або 862,6 тонн, або на 18 % менше, ніж було вирощено у 2018 році. Розрахунки підтвердили, що у 2019 р. дволіток було вирощено 12,8 млн шт. або 2 913 тонн, що на 2,6 млн шт. або 445 тонн менше, ніж у 2018 році. Середня маса 1 шт. дволітки становила 228 г проти 218 г у 2018 році. Одночасно спостерігається зменшення питомої ваги дволіток у загальній кількості рибопосадкового матеріалу. Причини зменшення є традиційними: більші витрати на вирощування дволіток, необхідність використання більших площ під вирощування дволіток, подвійний відхід риби за два періоди зимівлі, збільшення собівартості рибопосадкового матеріалу загалом та інші фактори. Витрати кормів на рибопосадковий матеріал упродовж останніх трьох років були майже однакові. Рибопродуктивність вирощувальних ставків у 2019 році склала 4,8 ц/га, проти минулорічної 3,9 ц/га. Навряд чи це можна назвати прийнятним результатом з огляду на те, що зональна рибопродуктивність

вищувальних ставків за екстенсивної технології вирощування за нормативами мала би складати від 5 до 7 ц/га, а за інтенсивної технології – від 10 до 15 ц/га й більше.

Зменшення обсягів виробництва рибопосадкового матеріалу у 2019 році відбулося у всіх категоріях. Цьоголіток вирощено на 15 % менше, ніж за минулий рік, дволіток на 17 %, отримано личинок у інкубаційних цехах на 27 %. Зменшення площі ставкового фонду є прямою причиною зменшення виробництва зарибку. Але не єдиною. Причини зменшення виробничих площ криються не тільки у сфері аквакультури. Ринкові відносини потребують від бізнесу створення конкурентної продукції, що передбачає дотримання двох параметрів: зменшення вартості за умови належної якості. Отримання такого результату потребує запровадження високоефективних біотехнологій. Перехід від екстенсивних до інтенсивних форм виробництва неможливий без наукової підтримки. Водночас ефективне співробітництво бізнесу та науки в нас відбувається лише в нечисленних випадках.

За результатами досліджень можна зазначити, що світове виробництво продукції рибальства стагне на рівні приблизно 90 млн тонн на рік, і збільшення виробництва продукції аквакультури може сприяти задоволенню попиту на рибу в майбутньому. Однак якщо виробництво в країнах Азії і далі стрімко зростає, аквакультура в Європейському Союзі статична. Тому подальші важливі заходи з підтримки зростання виробництва продукції аквакультури мають включати поліпшення інформування споживачів про несуттєвий вплив на довкілля більшості технологій аквакультури; застосування інновацій, особливо в аспектах маркетингу через кооперацію та весь ланцюг постачання, використання нових технологій; поширення знань, передових технологій та найліпшого досвіду; сприяння створенню морських районів, що охороняються та їхнє використання для аквакультури як такого виду діяльності, що поєднує захист довкілля зі сталим розвитком [6, с. 122].

Досвід показує, що аквакультура у Європейському Союзі динамічно розвивалась упродовж останніх двох десятиліть, і значною мірою це відбувалося завдяки багатьом ініціативам, які було здійснено на підтримку

сектора. Європейський союз має досить потужне правове забезпечення щодо аквакультури, і діяльність у частині поліпшення законодавства для аквакультури прогресує. Однак ще є простір для подальшого поліпшення ситуації в цій сфері, й увагу має бути привернуто водночас до причин уповільнення зростання, що спостерігається останнім часом.

Вивчення спеціальної економічної та технологічної літератури підтверджує, що в перспективі аквакультура в Україні має набути статусу сталої індустрії, яка гарантує тривале збереження робочих місць та розвиток сільських і прибережних територій, створення альтернатив традиційному рибальству як за видами продукції, що виробляється, так і за можливостями працевлаштування сільського населення.

Для гарантування зайнятості та добробуту аквакультура має стати економічно життєздатною та самодостатньою індустрією. Ринок має стати рушієм розвитку аквакультури; виробництво й попит на рибу мають бути збалансованими та будь-яке збільшення виробництва понад очікувані ринком обсяги не повинна спричиняти зменшення доходів товаровиробників. Асортимент продукції має бути збільшений, і мають бути запроваджені ефективні ринкові стратегії. Приватні інвестори є й мають залишатися лідируючою силою запровадження прогресивних методів у практику, у той час як ключова роль сили громади, держави має полягати в забезпеченні гарантування економічної життєздатності паралельно з належною увагою до питань довкілля та належної якості продуктів. Отже, фундаментальними питаннями є конкурентоздатність, продуктивність і сектору аквакультури. Дальший розвиток індустрії має обрати такий підхід, де інтегровано технології, соціально-економічні та природні ресурси та управління ними, у результаті чого може бути досягнуто сталості.

Сталий розвиток аквакультури має на меті створення умов для того, аби виробники аквакультури могли постачати в достатній кількості на ринок корисну для здоров'я й безпечну рибу, водночас не призводячи до деградації довкілля. Успіх стратегії залежить від співробітництва всіх учасників сектора: головно національних та регіональних державних установ, але також

представників інших зацікавлених сторін, таких як споживачі. Нами було звернута увага та запропоновано створити захищені на тривалий термін робочі місця, зокрема в регіонах, залежних від рибальства. За проведеними розрахунками встановлено можливе створення додаткових 8-10 тисяч робочих місць із повною зайнятістю впродовж 2000 – 2020 рр., насамперед у залежних від рибальства регіонах у сферах вирощування моллюсків та садкового вирощування риби. Успіх у досягненні мети має забезпечуватись досягненням таких підцілей: зростання виробництва продукції аквакультури на рівні 4 % на рік, зокрема у вирощуванні нових видів, органічної та екологічно сертифікованої продукції; вирішення питання простору в тих місцях, де є ця проблема та продовжує загострюватися; промоція розвитку ринків: збільшення кількості відкритих ринків, створення нових ринків, інтегрування продукування та продажів, стимулювання попиту якістю, збирання та аналіз у режимі реального часу інформації щодо продукції та ринку; поліпшення урядування у сфері аквакультури та поєднання різних компонентів сталого галузевого розвитку (рис. 1).

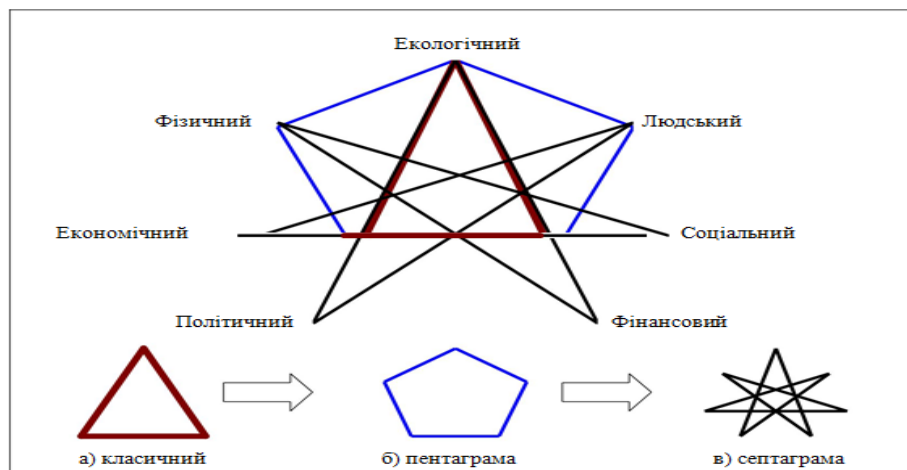


Рис. 1. Схема координації компонентів сталого розвитку аквакультури в умовах продовольчих викликів

Джерело: [7]

Встановлено, що важливим є гарантування доступності споживачам здорової та безпечної продукції гарної якості та промоція високих стандартів здоров'я тварин та умов їхнього утримання. Споживачі мають і далі

користуватися позитивним впливом на здоров'я, яке викликає споживання продуктів із риби та молюсків. Надзвичайно важливо пропонувати максимальний рівень захищеності споживача в сенсі безпечності та якості продукції, і зменшувати кількість випадків захворювання тварин та поширенню захворювань від аквакультурних тварин до дикої природи та навпаки. Іншим важливим питанням є забезпечення добробуту фермерських риб та зменшення ризиків, пов'язаних зі шкідливим цвітінням водоростей.

Безперечно, гарантування дружньої до довкілля аквакультури є особливим аспектом господарської діяльності. Важливим є зменшення негативних наслідків діяльності у сфері аквакультури через розвиток встановлених норм або добровільних угод щодо попередження деградації довкілля. Зважаємо в такому випадку, що варто звернути увагу на позитивні наслідки розвитку певних напрямів аквакультури, і такі заходи бажано підтримувати, включно з державною фінансовою ініціативою з боку влади. Важливою умовою ефективного розвитку галузі є розширення знань щодо всієї індустрії фермерства і важливість цього для аквакультури, як і будь-якої сучасної економічної діяльності. Дуже важливим є подальше розширення досліджень та технологічного розвитку, розширення можливостей державної допомоги та промоції приватної ініціативи в цій сфері діяльності.

У сфері збалансованого розвитку під час формування пропозиції продукції аквакультури доцільно переорієнтувати фінансову державну підтримку з тих напрямів, які мають за мету збільшення виробництва продукції, якою вже насичено ринок, у бік модернізації та поліпшення сучасного виробництва, забезпечивши у такий спосіб його диверсифікацію. Кошти доцільно спрямувати на навчання, моніторинг, дослідження та розвиток прогресивних технологій. Одночасно важливо забезпечити підтримку традиційних фермерських технологій, молюскових ферм, які є важливими в плані традиційності на певних залежних від рибальства територіях.

Важливим заходом варто вважати диверсифікацію видів аквакультури. Між тим відбір нових видів має відповідати трендам ринку продукції аквакультури. Пріоритет має надаватися морським водоростям, молюскам та

рослиноїдним риbam, які здатні утилізувати первинну продукцію більш ефективно. Інший пріоритет – селекція, що може дати в результаті значне збільшення продуктивності. Уведення нових видів аквакультури повинно проводитись обов'язково із запобіганням поширенню нових хвороб. Органічна та «дружня до довкілля» продукція аквакультури встановлює рамкові правила з виробництва, етикетування та інспектування органічного вирощування. В інтересах виробників та споживачів вважаємо за доцільне включити норми щодо органічної аквакультури та розробити нормативний документ. Деякі форми аквакультури, зокрема, корисні в частині захисту довкілля та його відновлення, мають стати предметом спеціальної допомоги.

Необхідно проводити дослідження з пошуку альтернативи кормовому борошну з риби як складовій комбікормів для аквакультури із наголосом на забезпечення аквакультури хижих риб та сталості індустріального рибальства. Корми для аквакультури не мають становити ризик для здоров'я людини, здоров'я тварин або довкілля. Тому вітчизняне законодавство має базуватися на переліку субстанцій, які можуть або не можуть використовуватись як корми для тварин або складові кормів для тварин. Умови виробництва кормових продуктів мають гарантувати безпечність кінцевого продукту. Водночас усі домішки чи добавки до кормів мають бути дозволені та відстежуватись законодавством. Цей перелік регулярно має переглядатись та оновлюється у світлі новітніх наукових розвідок.

Конкуренція за простір у рамках сталого розвитку аквакультури включає розвиток замкнених рециркуляційних систем, технологій віддалених від берега садків, плотів та линв для вирощування молюсків та інкорпорацію майбутнього розвитку аквакультури в інтегровану стратегію зонування та плани з управління. Стратегічне управління є необхідним і обов'язковим чинником відродження та розвитку рибного господарства України, ефективність якого визначається правильним із позицій конкретних політико-організаційно-економічних умов і можливостей вибором стратегічного напрямку розвитку та формуванням механізмів регулювання [8, с. 69].

Необхідний подальший розвиток аквакультури у прісноводних водоймах.

Замкнені рециркуляційні водні системи мають отримати подальший розвиток для зменшення попиту на воду та перенесення аквакультурних господарств у райони з ландшафтами меншої вартості. Рециркуляційні системи вже довели свою придатність до вирощування певного невеликого числа видів аквакультури, але для більшості видів досі ще немає рентабельних виробництв промислового масштабу. Подальші дослідження та поліпшення технологій можуть зробити рециркуляційні системи більш економічно життєздатними. Для запровадження сталого розвитку морської аквакультури пропонуються такі заходи. Садки для риби мають бути переміщені далі від берега, і для забезпечення цього необхідні дослідження та конструкторські розробки технологій використання віддалених від берега садків. Цілком можливо запровадження в аквакультуру досвіду з-поза меж аквакультурного сектору, зокрема досвід із використання нафтових платформ, що дасть змогу заощадити значні кошти на розвиток технологій. У традиційній малакокультурі (вирощуванні молюсків) питання конкуренції за простір не є надто актуальним, але складнощі виникають із пошуком нових акваторій, оскільки цей вид діяльності дуже чутливий до зовнішнього забруднення та вимагає значного простору для зростання виробництва. Досить успішним є розвиток технологій із використанням плотів та ярусів, линв. Тому, на нашу думку, держава має надати більший пріоритет фінансуванню цих технологій, що допоможе розвитку цього сектору, якщо навіть це більш фінансово витратно з точки зору початкових інвестицій та поточних витрат.

Стратегія зростання орієнтується насамперед на розвиток первинного сектору виробництва. Водночас розвиток вторинного сектору виробництва рибної продукції, пов'язаного з рибопереробкою, забезпечує великі економічні вигоди, підвищує конкурентоспроможність рибної продукції та формує позитивний імідж України, як промислової, а не тільки сільськогосподарської країни. Комплексний, збалансований розвиток підгалузей, які виробляють сировинні ресурси, та підгалузей, що їх переробляють, лежить в основі стратегії інтегрованого зростання всієї галузі, що є дуже актуальним для рибного господарства України [8, с. 67].

Для розвитку підгалузей аквакультури має здійснюватись інтегроване управління прибережною зоною. Перспективи руху аквакультури далі від берегів не повинні запобігати розгляду такої аквакультури, як користувача берегової території з аналогічними правами, як інших видів людської діяльності. Подальший розвиток аквакультури має базуватись на Стратегії інтегрованих зон та Планів з управління, які розглядають аквакультуру у зв'язку з усіма сучасними та потенційними видами діяльності та беруть до уваги їхній комбінований вплив на довкілля. Задля розвитку ринку аквакультури, маркетингу та інформаційного супроводження, необхідно: посилення використання офіційних позначок (маркування) якості; просування іміджу галузі, просування продукції на ринок; опрацювання нових механізмів для збирання статистичної інформації щодо продукції та ринку; подальший розвиток партнерських стосунків товаровиробників продукції аквакультури. Впевненість споживача в продуктах значною мірою залежить як від сприйняття якості продукції, так і від інформації про продукт. У цьому плані відповідна та гарного дизайну етикетка є гарним інструментом. Вітчизняні виробники аквакультури мають скористатися можливостями, що пропонуються схемою ЄС для маркування продукції та використовувати офіційні доступні марки якості. Європейська спільнота створила логотипи, що уможлиблюють корисним продуктам бути ідентифікованими відповідно до схем захисту якості. Широке використання такого маркування має зростати.

Зовнішня державна політика в рибному господарстві має бути спрямована на ефективну міжнародну співпрацю в цій сфері. Її основними організаційними підоймами є членство в міжнародних рибогосподарських організаціях і участь у дво- і багатосторонніх угодах із рибальства [8, с. 68]. У 1994 році для підвищення конкурентоспроможності рибальства в країнах-членах ЄС був створений Фінансовий інструмент підтримки рибальства (Financial Instrument for Fisheries Guidance – FIFG) [9].

На нашу думку, мають бути зроблені додаткові кроки для поліпшення обізнаності громадськості з галуззю та продукцією, що виробляє аквакультура. Також має бути запроваджено механізм із моніторингу ринку та інформування

зацікавлених осіб про розвиток ринку в режимі реального часу (маються на увазі результати аукціонів та дані про продаж продукції безпосередньо з ферм). Це дасть змогу швидше імплементувати заходи з організації ринкових стратегій, запровадження зручних структурних змін. Однак ця система не має зменшувати конкуренцію або заохочувати угоди між виробниками щодо фіксації цін. Найбільш важливим заходом, який мають отримати дрібні товаровиробники, є подальший розвиток кооперативів, торговельних організацій та організацій/асоціацій виробників. Це є дуже важливим інструментом для попередження перебоїв у постачанні, і так само для компенсації втрат від масштабів виробництва, що характерний для маленьких ферм. Мають бути здійснені спеціальні заходи для покращення тренінгів. Тренінги або навчання виробників аквакультури є засадничими моментами, зокрема в частині вирішення екологічних проблем, а також низки інших, що можуть бути ліквідовані шляхом поліпшення управління виробництвом. Мають бути імплементовані освітні програми для примусу до усвідомлення виробниками питань сталості. Безпечність продукції аквакультури має забезпечуватися через здійснення таких заходів: удосконалення законодавства з гігієни харчових продуктів; розробки положення про залишки діоксину та антибіотиків; проведення досліджень щодо контролю над «спалахами» розвитку токсичних водоростей та хворобами водних тварин; регулярне оновлення та спрощення законодавства в царині здоров'я тварин; зміни до законодавства щодо ветеринарної фармацевтики.

Певних заходів потребує захист довкілля, а саме: запобігання впливу відходів виробництва; управління попитом на дику рибу для подальшого вирощування (у садках); створення інтегрованої системи попередження забруднення та контролю за його рівнем; опрацювання специфічних критеріїв та рекомендацій для оцінок впливу аквакультури на довкілля; визначення та усвідомлення та посилення позитивного впливу екстенсивної аквакультури та відновлення запасів; пошук рішень для випадків нищення риби хижаками, що є захищеними видами в дикій природі.

Як показали дослідження, завдяки деяким екологічним аспектам ставки

та інші водні об'єкти, що використовуються в аквакультурі, мають право на підтримку держави у зв'язку із необхідністю збереження сільськогосподарських ландшафтів у рамках розвитку сільських територій. Середньострокові оцінки планів із розвитку сільських територій забезпечать першу оцінку ефективності такої фінансової допомоги. За певних обставин можливим також є заохочення екстенсивної аквакультури через механізми регулювання, і це має бути продовжено. Фермерам варто також розглянути використання етикеток походження, оскільки якість риб, вироблених в умовах екстенсивної аквакультури, відрізняється від якості тварин такого самого виду, отриманих в умовах інтенсивної аквакультури. Риба, вироблена в умовах екстенсивної аквакультури, може мати комерційну перевагу.

Аквакультура є самодостатньою сферою виробничої діяльності і для задоволення своїх потреб вона здійснює власну науково-дослідну та дослідно-конструкторську діяльність. Проте поточний фінансовий стан багатьох підрозділів аквакультури не дає змоги приватним підприємствам витратити власні кошти на такі заходи. Тому вони потребують допомоги, що надається національними дослідними програмами та загальними ініціативами Європейської спільноти, такими як фінансування досліджень малих та середніх підприємств. Передбачається, що в майбутньому суб'єктам господарювання, зайнятих у сфері аквакультури також буде надаватися додаткова підтримка для досліджень. Тому стратегія сталого розвитку вітчизняної аквакультури має за мету створення захищених на тривалий термін робочих місць, зокрема в регіонах, залежних від рибальства; гарантування доступності споживачам здорової та безпечної продукції гарної якості та промоція високих стандартів здоров'я тварин та умов їхнього утримання; гарантування сталого розвитку дружньої до довкілля аквакультури.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, можна зробити висновки, що сталий розвиток вітчизняної аквакультури в створенні зайнятості буде залежати від здатності галузі бути економічно життєздатною та самодостатньою. Це передбачає вирішення питань, пов'язаних із розвитком сталого виробництва та галузевим регулюванням. Формування пропозиції на

продукцію аквакультури в даний час може здійснюватись у більш швидкий спосіб, але аквакультура залишається видом економічної діяльності, на розвиток якого впливає агропродовольчий ринок. Необхідно впроваджувати низку структурних дій, зокрема зі збільшення асортименту продукції, що виробляється в аквакультурі; сприяння будівництву нових виробничих потужностей, які призначені для виробництва нових видів, якими буде насичений ринок; удосконалення інструментів регулювання ринку риби; поліпшення маркетингу, зусиль із поліпшення комунікації та загальної реклами, поліпшення партнерських стосунків між виробниками та сприяння поширенню ефективних управлінських практик. Ці дії мають також включати профілактичні заходи, спрямовані на запобігання поширенню хвороби риб з інших ферм, диких популяцій для використання механізмів та засобів регулювання, які мають бути відповідним чином адаптовані з метою врахування нових цілей та глобальних викликів.

Список використаних джерел:

1. Кваша С. М., Вдовенко Н. М. Наукові засади державного регулювання розвитку аквакультури штучних водойм. *Економіка та держава*. 2011. № 11. С. 12-15.
2. Деренько О. О. Удосконалення інструментів регулювання ринку продукції аквакультури. *Інтелект XXI*. 2017. № 6. С. 38-40.
3. Чемерис В. А., Душка В. І., Максим В. Л. Стан та перспективи розвитку аквакультури в Україні. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. Серія: Економічні науки*. 2016. Т. 18. № 2. С. 169-175.
4. Лопатинський Ю. М., Буринська О. І. Складові та пріоритети сталого розвитку аграрного сектору економіки: концептуально-теоретичний дискурс. *Економіка АПК*. 2018. № 6. С. 94-102.
5. Офіційний сайт Державного агентства рибного господарства України. URL: <https://darg.gov.ua/>
6. Сіненко І. О. Організаційні та економічні механізми регулювання рибальства та аквакультури. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2018. № 4. С. 122-130.
7. Вдовенко Н. М., Невесенко А. В. Сталий сільський розвиток та конкурентоспроможність аграрного сектору в умовах трансформації бюджетної підтримки. К.: Видавничий дім Кондор, 2018. 236 с.
8. Яркіна Н. М. Стратегія управління рибогосподарською діяльністю. *Економіка України*. 2014. № 2. С. 63-70.

9. Pauly D., Zeller D. Comments on FAOs state of world fisheries and aquaculture Sofia. *Marine Policy*. 2017. № 77. P. 176-181.

References

1. Kvasha S. M. & Vdovenko N. M. (2011). Naukovi zasady derzhavnoho rehuliuвання rozvytku akvakultury shtuchnykh vodoim [Scientific principles of state regulation of aquaculture development of artificial reservoirs]. *Ekonomika ta derzhava - Economy and state*, 11, 12-15 [in Ukrainian].

2. Derenko O. O. (2017). Udoskonalennia instrumentiv rehuliuвання rynku produktsii akvakultury [Improving tools for regulating the market of aquaculture products]. *Intelekt XXI - Intelligence XXI*, 6, 38-40 [in Ukrainian].

3. Chemerys V. A., Dushka V. I. & Maksym V. L. (2016). Stan ta perspektyvy rozvytku akvakultury v Ukraini [Status and prospects of aquaculture development in Ukraine]. *Naukovyi visnyk Lvivskoho natsionalnoho universytetu veterynarnoi medytsyny ta biotekhnolohii imeni S. Z. Gzhytskoho. Serii: Ekonomichni nauky. - Scientific Bulletin of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnology named after SZ Gzhytsky. Series: Economic Sciences*, 18, 2, 169-175 [in Ukrainian].

4. Lopatynskyi Yu. M. & Burynska O. I. (2018). Skladovi ta priorityety staloho rozvytku aharnoho sektoru ekonomiky: kontseptualno-teoretychnyi dyskurs [Components and priorities of sustainable development of the agricultural sector of the economy: conceptual and theoretical discourse]. *Ekonomika APK - Economics of agro-industrial complex*, 6, 94-102 [in Ukrainian].

5. Ofitsiinyi sait Derzhavnoho ahenstva rybnoho hospodarstva Ukrainy - Official site of the State Agency of Fisheries of Ukraine. URL: <https://darg.gov.ua/>.

6. Sinenok I. O. (2018). Orhanizatsiini ta ekonomichni mekhanizmy rehuliuвання rybalstva ta akvakultury [Organizational and economic mechanisms for regulating fisheries and aquaculture]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia - Problems and prospects of economics and management*, 4, 122-130 [in Ukrainian].

7. Vdovenko N. M., Nevesenko A. V. (2018). Stalyi silskyi rozvytok ta konkurentospromozhnist aharnoho sektora v umovakh transformatsii biudzhetnoi pidtrymky [Sustainable rural development and competitiveness of the agricultural sector in the transformation of budget support] Kyiv: Kondor, 236 [in Ukrainian].

8. Yarkina N. M. (2014). Stratehiia upravlinnia rybohospodarskoiu diialnistiu [Fisheries management strategy]. *Ekonomika Ukrainy - Ukraine economy*, 2, 63-70 [in Ukrainian].

9. Pauly D. & Zeller D. (2017). Comments on FAOs state of world fisheries and aquaculture Sofia. *Marine Policy*, 77, 176-181 [in English].

STRATEGIC DIRECTIONS OF AQUACULTURE DEVELOPMENT IN UKRAINE

L. Mykhalchyshyna, I. Sinenok

Abstract. *The article examines the basic principles of sustainable aquaculture functioning as a promising sector of the national economy in ensuring food security*

and improving the living standards of the population. It has been established that under the new economic conditions, unfavorable external and internal factors in the development of aquaculture have led to the dominance of imported fish and seafood on the Ukrainian market, therefore, for the development of aquaculture, it is necessary to develop a strategic plan for the sustainable development of the industry. The strategic directions of sustainable development of aquaculture are substantiated, economic levers and methods of regulation of sectoral development are revealed in order to saturate the market with fish products of appropriate quality and preserve ecosystems. Directions for sustainable development of the aquaculture sector are proposed, taking into account European experience. Taking into account the development of the situation in the European market for the practical use of aquaculture systems and practices, strategic directions of their development in the direction of integrating technologies, socio-economic and natural resources and their effective management to achieve sustainability have been identified. The factors of development of the fishing industry are considered in order to economically justify the implementation of measures and proposals that will contribute to the intensive growth of domestic aquaculture. It is proposed to reorient the financial state support of the aquaculture industry towards the modernization and improvement of existing production, thus ensuring its diversification. It has been proven that in the future, aquaculture in Ukraine should receive the status of a sustainable industry, which guarantees long-term preservation of jobs, the development of rural and coastal areas, and the creation of alternatives to traditional fishing. The expediency of introducing effective market strategies in the industry has been substantiated in order to ensure a balance between production and demand for aquaculture products.

Keywords. *sustainable development, regulation, mechanisms, aquaculture, strategy, instruments, market, agricultural sector*

УДК 331.101.262 (477)

ON THE ISSUE OF HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT IN THE NATIONAL ECONOMY OF UKRAINE

V. V. NAHORNYI, *Ph.D., Associate Professor*

*Department of Labour Economics and Social Development
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
ORCID: 0000-0001-5551-4779*

E-mail: nagornyvitaliy@nubip.edu.ua

T. O. KOSTIUK, *Ph.D., Associate Professor*

*Department of Labour Economics and Social Development
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
ORCID: 0000-0003-1334-2731*

E-mail: t.kostuk@nubip.edu.ua

D. V. PERNYKOZA, *Economist*

E-mail: di.24031997@gmail.com

Abstract. *Population, man, human resources, human capital are the defining concepts in the consideration of issues related to the functioning of the national economy in modern economic conditions. It is generally recognized that labor activity is the main prerequisite that determines the material and spiritual wealth of man and society as a whole. Therefore, human resources at the present stage is one of the main components of the production potential of management in Ukraine, increasing the efficiency of use and reproduction of which are especially relevant. On the level of efficiency of human resources depends the level of welfare of the population, the development of productive forces, the scale of material production, etc.*

The development of intellectual productive forces and the strengthening of the influence of innovation and information factors contributes to the formation of a new socio-economic role of man in the modern economy and requires appropriate research.

The article reveals the theoretical issues of trends in human capital development, a thorough analysis of the current state of human capital development and its importance in the modern economy. Based on the generalization of different views of scientists, the main stages of human capital formation in the agricultural sector of Ukraine's economy are identified and characterized. The problems of human capital use have been studied and proposals for its improvement have been worked out.

It is revealed that the process of reproduction of human capital in agricultural enterprises and its effective use in the conditions of market transformations should be based on the principles of active policy aimed at reviving the economic situation in agriculture; scientific substantiation; development of measures in order to increase jobs and increase the labor needs of agricultural enterprises; improvement of the

system of remuneration, social protection of agricultural workers; formation of the mechanism of social partnership, etc.

Keywords: *human capital; investments; preservation of human capital; factors of human capital development; depreciation; quality education; state policy on education; demographic policy; competitiveness; National economy*

Topicality. In today's economy, human capital is a major factor in innovative development. It is its creative core - scientists, educational and pedagogical workers, managers and other specialists create innovations and implement them in economic activities, create favorable conditions for the innovation process and a decent life.

The urgency of the research topic is also due to unresolved issues of economic content and the role of human capital in the economy, the lack of socio-economic mechanism for its regulation, formation and use, as well as staffing. After all, the state of Ukraine's human capital is currently unsatisfactory: the rapid decline and aging of the population, decreasing birth rates and the share of the working population, increasing labor migration, "brain drain" abroad, and other reasons lead to a lack of skilled human capital in all sectors of Ukraine's economy.

Analysis of recent research and publications. Issues of reproduction and use in human resources at micro and macro levels are reflected in the works of many domestic and foreign economists, including: V. Antoniuk, G. Becker, N. Vedernikov, I. Hnybidenko, O. Grishnova, S. F. Gorban, E. Denison, V. Diyesperova, L. Emelianenko, A. Yermakov, P. Drucker, Y. Zaitsev, R. Kapeliushnikov, A. Kolot, I. Kravchenko, T. Kostyshyna, Y. Korchagin, L. Lisogor, A. Levchenko, S. Luchik, R. Mintser, D. Melnychuk, V. Nagorny, G. Nazarov, V. Nykyforenko, J. Smith, M. Romaniuk, V. Savchenko, U. Sadova, L. Semiv, M. Semikin, T. Schultz, L. Shaulsk, L. Shevchuk, L. Chervinska, O. Chumak V. Tkachuk and others. At the same time, the analysis of scientific works gives grounds to assert that the issue of human capital formation in the national economy needs to be studied in more detail.

Object of research: social and economic processes of formation and use of human capital in the national economy of Ukraine.

Subject of research: socio-economic relations, connections, processes, trends, phenomena, patterns and their features that arise under the conditions of reproduction and effective use of human capital in today's changing market environment.

The purpose of the article: to study the current situation, identify problems and identify key ways to ensure the development of human capital in Ukraine.

Materials and methods. During the research for collection, analysis, evaluation of information and formation of conclusions was used historical (research of views of scientists of a labor direction), abstract logical (theoretical generalizations, disclosure of the concepts, drawing conclusions), spreadsheet (development and analysis of tables) and graphical (construction and analysis of graphs) methods.

Research results and their discussion. To date, there are many opinions of scientists on the concept and understanding of human resources and human capital, but it is clear that in relation to social production they form the basis of economic potential and ensure its efficient use.

Traditionally, the defining feature of Ukraine's human resources was their diligence. In this context, LV Sinyaeva notes: "At the same time, we should pay attention to such positive features of the labor mentality of Ukrainians as intelligence, the desire for creative self-realization, the desire to see the results of their work." [14 p. 115].

Our and other scientists' researches shows that human resources are specific in terms of reproduction and productive use and at the same time the most important of all types of production resources. The classic of English political economy also drew attention to this, noting that labor is the father of wealth, and the land is its mother.

As a factor of economic development, human resources are workers who have certain professional skills and knowledge and can use them in the labor process of any sector of the national economy, including agriculture.

Determining the place of man in economic development, scientists in their research use various concepts, the main of which are: "human resources", "human capital", "labor resources", "staff", "labor force" and so on.

Human capital in a broad sense is an intensive productive factor of economic development, development of society and the family, including the educated part of the labor force, knowledge, tools of intellectual and managerial work, place of residence and work, ensuring effective and rational functioning of human capital as productive factor of development [20].

The American economist, Nobel Prize winner T. Schultz noted that all human abilities are either natural or acquired. Each person is born with an individual complex of genes that determines his natural abilities. Valuable qualities acquired by a person, which can be enhanced by appropriate investments, we call human capital [2].

Summarizing various sources, we can say that human capital is a set of innate and acquired during life individual qualities, values, behaviors, knowledge, motivations, skills, physical characteristics that depend on the ability to develop spiritually and physically, receive quality education, live in a democratic and a free state society, have access to quality health services and give their owner the opportunity to accumulate their labor, social, intellectual potential and use it to produce material goods and services for their material support and moral satisfaction in the process of work.

Scientists in their research consider human capital on three interrelated levels, due to its complex nature and diversity of social relations, which have been formed over time [3; 12].

At the first level, individual human capital should be considered as health capital, cultural capital, labor, intellectual, organizational and entrepreneurial capital. The second level is broader - the company human capital, it recognizes types of individual human capital (patents, inventions), branded intangible assets (trademarks, commercial secrets, etc.), organizational capital, structural capital, brand capital and social capital. At the third level we can put the national human capital consisting of

social, political, national intellectual priorities, national competitive advantages and natural potential [3].

The component of human capital is labor resources and labor potential, which is characterized by a system of quantitative factors and conditions: the availability of labor, duration of work and leisure time, educational level of employees, socio-demographic factors and more. And the main element of labor potential is a person who has the necessary physical state, knowledge, skills and practical experience. [7].

Purposeful formation and use of labor potential involves the rational distribution of labor resources by individual industries and the territory of Ukraine, achieving a balanced need for labor in its presence. According to Vitalii Nahorny, labor resources that are involved in agriculture include all resources that are directly employed in agricultural enterprises, including farms and village households. Thus, the labor resources of agriculture consist of actually working in social production, employed in personal subsidiary and household, and those undergoing training [4, 7].

Considering the features of national human capital, we can note that today human capital is the main value of society and a determining factor in economic growth; the formation of human capital requires significant costs from the individual and society as a whole; human capital in the form of skills and abilities is a certain stock, it can be accumulated; human capital can be physically worn out, depreciated and economically change its value; human capital differs from physical capital in the degree of liquidity; human capital is inseparable from its carrier - a living human person; regardless of the sources of formation, which can be public, family, private, etc., the use of human capital and direct income is controlled by the person [18, p. 68].

So, we can conclude that human capital is a rather complex category around which there is still a lot of discussion and controversy.

However, it is also necessary to mention a number of factors that are involved in the formation of quality human capital, both in a positive and negative context, namely: the level of economic development; demographic situation; lifetime; income level of the population; quality of education and its accessibility; health care; level of

freedom and democracy; ecological condition in the country; availability of investment in human capital; the level of development of public institutions and civil society, etc.

The figure shows the state budget expenditures on the main components of human capital.

Fig. 1 State budget expenditures of Ukraine for human capital development, UAH mln.

Source. [9,16,19].

Analyzing the data, we can conclude that the largest share of expenditures is directed to social protection and education, and the smallest share falls on spiritual and physical development.

According to research by UN experts, today the country's economic growth by 64% is due to human and social potential, while natural resources - by 20%, and the availability of capital - only 16%, although a few decades ago it was the opposite [11].

One of the important elements of the reproduction of human capital is the demographic situation in the country. (Fig.2). According to the study, the population of Ukraine has significantly decreased over the past 20 years, mortality significantly exceeds the birth rate, the exodus of people abroad.

Fig.2 Change in the population of Ukraine 1989-2019

Source. [9,16,19].

Depopulation is a constant trend in the Ukrainian demographic situation. For example, as of 1993, there were 52.2 million people in Ukraine, which was the highest figure, after which the process of its continuous reduction began and as of October 1, 2019, it amounted to 41.9 million people.

The reasons for this phenomenon are: - low life expectancy. According to the statistics service, the average life expectancy in Ukraine is 71.4 years (65.2 years for

men, 74.5 years for women), growth is very slow, and life expectancy in Ukraine has decreased over the last two decades; - reducing the birth rate and keeping it low [1].

According to UN demographers, in 2050 the total birth rate in Ukraine will be 1.85, and according to national experts - 1.60 [11].

It should also be noted that on the formation of human capital a significant role was played by the level of income, which is expressed directly in wages, social benefits (social and compensation packages) and other sources of income.

Fig. 3 Dynamics of average wages in Ukraine

Source. [9,16,19].

Wages in Ukraine are still very low, despite constant legislative changes. The average wage does not fully provide the conditions necessary for the full life of the average family. This, in turn, limits people's ability to receive quality education, health care, etc., which negatively affects the quality of human capital and prospects for its growth.

The analysis shows that it is skilled work in public administration, education, health care, culture that costs the least in Ukraine. Ukraine, seeking to maintain competition in the world market in conditions of high energy and material consumption of industries, maintains low labor costs. And now it is a factor in the competitiveness of Ukrainian goods, and - an insurmountable barrier to productivity growth, production development, scientific and technological progress [6, p. 213].

The third, and as we believe the main element of human capital formation, is the quality and accessibility of education, according to modern requirements and standards for the development of the child - the future qualified specialist.

In today's labor market, education has been and remains an important element of quality and competitiveness of the workforce, the foundation on which human capital is formed.

As example we can consider situation on a labor market in rural areas which characterized by a reduction in the number of those employed in the economy. At the same time, we see redistribution of labor from the sphere of material production to the service sector, development new forms of employment and self-employment of rural population, dynamic increase of general unemployment over officially registered in 4-5 times. This indicates a shifted the bulk of rural unemployed outside of regulated labor market, limited areas application of work outside the rural areas, reduction of social infrastructure's objects, as a result why find a job in the countryside a lot harder than in the city [13].

The laws of Ukraine on education and scientific and technical activities clearly define the percentage of GDP that should be allocated to education and science. These figures are 10 and 1.7%, respectively. [12].

Today it is quite difficult to call the figures for the level of education funding optimal, so at the beginning of the 2018/19 academic year in Ukraine there were 652 higher education institutions, which is nine less than a year ago (661). Also, according to statistics, the number of students who received higher education in these institutions was 1,522 thousand people, which is 17 thousand less than at the beginning of the 2017/18 academic year (1539 thousand). [19].

We see that every year the number of people receiving higher education decreases, which is a very negative factor. This is due to the reduction of universities, the massive reduction of public procurement and the transition to a contract form of education, which not everyone can afford.

Although, according to research, Ukraine is in the top twenty of the global competitiveness rating of the World Economic Forum (WEF) on the index of coverage of higher and secondary education [5, p. 27].

According to the relative number of people studying in higher education (79.4%), the country ranks 8th out of 142 countries. However, according to the overall score of the component "Higher Education and Vocational Training", Ukraine is on the lower, 51st position. [5, p. 27].

The reason is the low quality of education and training in the workplace. These factors annually reduce the overall assessment of the country. The quality of education also does not meet the expectations of employers. The level of graduates of Ukrainian universities and the expected level of qualification of young specialists differ significantly. According to a survey of managers conducted by the Foundation for Effective Governance, every fifth employer considers the low level of skills of the workforce a problematic factor for their own business. [5, p. 27].

Human capital - as the potential of individuals - is the most important long-term investment of any state. According to a study of economic growth factors conducted by the World Bank in 192 countries, 64% of countries achieve economic growth through human capital, and only 16% of countries - through the use of productive potential, and 20% - through natural resources. Thus, the structure of national wealth of many developed countries is dominated by human capital, which is from 2/3 to 3/4 of the total national wealth [10].

The state of human capital development in Ukraine from the standpoint of development of education, science and innovation should be analyzed in comparison with the parameters of other countries. According to the ranking of countries according to the value of the Human Capital Index (Human Capital Index) of the World Bank in 2018, Ukraine ranked 50th among 157 countries. The top three in the ranking were: Singapore, Japan, South Korea [10].

According to the United Nations Human Development Index, Ukraine belongs to the group of countries with a high level of human development, ranking 88th out of 189 countries in 2017. The top three in the ranking are formed by: Norway, Switzerland, Australia [10].

In the Human Capital Report (WEF Global Human Capital Report), which calculates the Global Human Capital Index (GHCI) and which provides a comprehensive assessment of the country's human capital - both current and expected, Ukraine in 2017 took 24th place among 130 countries. The top three in the ranking were: Norway, Finland and Switzerland [10].

Ukraine's positioning in international rankings shows that the availability of workable educated human resources remains a competitive advantage of the national economy, and the state of its use and balanced development is a determining factor in strengthening its innovative capacity. However, Ukraine is inefficiently using its educational, innovative and scientific potential for economic growth and competitiveness at the regional (subregional) and global levels.

Therefore, to improve the state of human capital and increase its competitiveness, the state should pay attention to its main components: health care, improving the level and quality of education, improving the quality of life, all this can be attributed to such a concept as social responsibility of business and the state.

The vector of introduction and development of social responsibility is aimed at raising social status and creating a positive reputation. The very idea of introducing social responsibility is related to the need to ensure sustainable development, to achieve a balance of interests between the state, business and society. The simplest form of social responsibility is timely payment of labor, taxes and job creation. A more perfect manifestation will be the development of staff aimed at training and professional development, using motivational schemes of remuneration, providing employees with a social package, creating conditions for recreation and leisure, maintaining internal communications in the organization, employee participation in management decisions. [8].

Regarding to education policy, in our opinion, its new priorities should be the following areas of development: improving the quality and competitiveness of education (creating new state standards of education; ensuring access to education; improving the efficiency of education funding; ensuring free access to truthful information on various aspects public life needed for decision making).

The quality of the health care system also needs to be improved. The main priority of the authorities in the field of health care should be to create economic and social motivation for the population to be healthy and to provide the state with legal, economic, organizational and infrastructural conditions for leading a healthy lifestyle.

Conclusions and prospects for further research. Thus, human capital has become an important factor in the development of society today. In these conditions, comprehensive actions by public authorities are needed, which, based on available human capital, would provide conditions for sustainable economic development in the country and to build a new, socially oriented, innovative economic model in Ukraine, which would be aimed at forming and development of a qualitatively new information and intellectual society within the framework of European and world traditions and norms, taking into account the positive world experience of human development.

References:

1. Avchukhova A. & Kochemirovska O. (2012) Shchodo napriamkiv sotsialnoi pidtrymky simi v konteksti realizatsii demohrafichnoi polityky v Ukraini [On the directions of social support of the family in the context of the implementation of demographic policy in Ukraine] Analytical note National Institute for Strategic Studies. Available at: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/socialna-politika/schodo-napryamkiv-socialnoi-pidtrimki-simi-v-konteksti-realizacii>
2. Bogunya D.P. & Hrishnova O.A. (2002) Fundamentals of labor economics. Kyiv: Znanja-Pres [in Ukrainian]
3. Gorban S.F. & Chumak O.V. (2013) The current state and ways to ensure the development of human capital in Ukraine. *Economy and State*, 9, 37-41 [in Ukrainian]
4. Ermakov O., Nahorni V. (2013) Formuvannja ekonomichno stijkogho vyrobnychogho potencialu siljsjkoghospodarsjkykh pidpryjemstv [Formation economically proof of agricultural enterprises production potential] Kyiv: National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine.
5. Report on the competitiveness of the regions of Ukraine in 2009-2011 [Electronic resource]. Available at: <http://www.feg.org.ua>

6. Kondirina A.G. (2011) Decent salary - a prerequisite for the preservation and development of human capital of Ukraine. *Formation of market relations in Ukraine*, 9 (124), 213–216 [in Ukrainian].

7. Nagorny V.V. (2016) On the issue of effective use of labor resources as a component of the production potential of agricultural enterprises. *Economic Bulletin of the University*, 29 (2), 256-261[in Ukrainian].

8. Nahorniy V. V. & Chetveryk O. V. (2017) The problem of implementing social responsibility in Ukraine agro-industrial enterprises capacity. *Science and Education a New Dimension*, 24 (146), 7-11.

9. National report on human development. Ukraine: on the way to social inclusion. United Nations Development Program in Ukraine. Available at: <http://www.undp.org.ua/>

10. Resolution of the Verkhovna Rada of Ukraine on the Recommendations of Parliamentary Hearings on the topic: "Balanced Development of Human Capital in Ukraine: Tasks of Education and Science Available at: [//ips.ligazakon.net/document/view/DH7YU00A? An = 3](http://ips.ligazakon.net/document/view/DH7YU00A?An=3)

11. United Nations Development Program in Ukraine. Analytical and advisory center of the Blue Ribbon. Demographic and financial preconditions of pension reform in Ukraine: forecast - 2050. Available at: <http://brc.undp.org.ua/ua/press/news/134>

12. Trade unions in terms of reforming higher education. Available at: <http://profosvitamk.org>

13. Tkachuk, V. & Kostiuk, T. (2019) Ways of increasing efficiency of use of labor resources in the agricultural sector of economy of Ukraine, *Agrosvit*, 12, 10–14 [in Ukrainian]. DOI: 10.32702/2306-6792.2019.12.10

14. Sinyaeva L.V. (2016) Socio-psychological features of human resources in Ukraine. *Economics and organization of management*, 3 (23), 109-116 [in Ukrainian].

15. Smirnov V.T., Soshnikov I.V., Romanchin V.I., & Skoblyakova I.V. (2005) Human capital: content and types, evaluation and stimulation. Moscow: Mashinostrojenije1, Orel: OrelGTU [in Russian]
16. Salary statistics in European countries. Website of the Statistical Service of the European Commission "EUROSTAT". Available at: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>
17. Family and family relations in Ukraine: current status and trends. (2009) Kyiv: LLC "Osnova-Print" [in Ukrainian].
18. Yakovenko R.V., Kozenko P.O. (2010) Problems and prospects of human capital development: Collection. *Scientific works of KNTU. Economic sciences*, 17, 67-75.
19. Wages in Ukraine: on the path to economic growth and prosperity (2010) Analytical report of the Razumkov Center. *National Security and Defense*, 7, 2-77.
20. In Ukraine, the number of universities and students has decreased [Electronic resource]. Available at: <https://konkurent.in.ua/publication/34605/v-ukraini-zmenshilasya-kilkist-vishiv-i-studentiv/>

**ДО ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В
НАЦІОНАЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ
В.В. Нагорний, Т.О. Костюк, Д.В. Перникоза**

Анотація. Населення, людина, людські ресурси, людський капітал є визначальними поняттями в розгляді питань присвячених функціонуванню національної економіки за сучасних умов господарювання. Загальновизнано, що трудова діяльність є основною передумовою, яка визначає матеріальне й духовне багатство людини й суспільства загалом. Тому, людські ресурси на сучасному етапі є однією з головних складових виробничого потенціалу господарювання в Україні, підвищення ефективності використання і відтворення яких набувають особливої актуальності. Від рівня ефективності використання людських ресурсів залежить рівень добробуту населення країни, розвиток продуктивних сил, масштаби матеріального виробництва тощо.

Розвиток інтелектуальних продуктивних сил та посилення впливу інноваційно-інформаційних чинників сприяє формуванню нової соціально-економічної ролі людини в сучасній економіці та потребує відповідних досліджень.

У статті розкрито теоретичні питання тенденцій розвитку людського капіталу, проведено ґрунтовний аналіз сучасного стану розвитку людського капіталу та його значення в сучасній економіці. На основі узагальнення різних поглядів науковців виділено та охарактеризовано основні етапи формування людського капіталу в аграрній сфері економіки України. Досліджено проблеми використання людського капіталу та опрацьовано пропозиції щодо його поліпшення.

Виявлено, що процес відтворення людського капіталу сільськогосподарських підприємств та ефективно його використання в умовах ринкових трансформацій має будуватися на принципах активної політики, спрямованої на пошук економічної ситуації в сільському господарстві; наукового обґрунтування; розробку заходів збільшення робочих місць і посилення потреби сільськогосподарських підприємств у робочій силі; удосконалення системи оплати праці, соціального захисту працівників сільського господарства; формування механізму соціального партнерства тощо.

Ключові слова: *людський капітал; інвестиції; збереження людського капіталу; фактори розвитку людського капіталу; знецінення; якісна освіта; політика держави щодо освіти; демографічна політика; конкурентоспроможність; національна економіка*

ПЕРЕВАГИ БІОМАСИ В ПОРІВНЯННІ З ТРАДИЦІЙНИМИ ВИДАМИ ПАЛИВА

Л. М. СТЕПАСЮК, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства ім. проф. І.Н. Романенка

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ORCID 0000-0002-7258-9243

E-mail: ludastepasuk@gmail.com

О. В. НАГОРНА, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ORCID 0000-0001-7573-0874

E-mail: ChetverykOlena@gmail.com

Анотація. *З огляду на високу залежність України від імпортованих енергоносіїв, насамперед, природного газу, та наявність великого потенціалу біомаси, доведено, що біоенергетика є одним зі стратегічних напрямів розвитку сектору відновлюваних джерел енергії. Визначено, що темпи розвитку біоенергетики в Україні досі істотно відстають від європейських.*

Встановлено, що в розвинених країнах світу використання біомаси як джерела енергії і далі відіграє важливу роль через значне зростання цін на нафту та газ, а також зростаючий попит на захист довкілля. Тому, впровадження сучасних технологій безперервного виробництва енергії з біомаси є важливою умовою розв'язання проблеми постачання енергії та запобігання деградації довкілля.

Доведено можливість використання біопалива в Київській області, розкрито інвестиційну привабливість даного регіону, як джерела теплової енергії.

Обґрунтовано методичний підхід до оцінювання теоретичного потенціалу відходів внаслідок використання альтернативних джерел енергії.

Здійснено оцінку теоретичного енергетичного потенціалу біомаси побічної продукції сільськогосподарських культур ПП «Соснова, що дало можливість визначити перспективи аграрного підприємства в енергетичному забезпеченні Київської області за рахунок біопалива.

За загальноприйнятою методикою розрахований теоретичний енергетичний потенціал соломи та рослинних відходів ПП «Соснова», який в ринковому обігу за підсумком 2019 року склав 8392 т н. е. Визначено, що переважаючим видом біомаси у досліджуваному підприємстві стали стебла кукурудзи та солома пшениці. На прикладі об'єкта школи, яка розташована поблизу досліджуваного підприємства, здійснено розрахунок економії коштів на опалення завдяки заміні традиційного виду палива (природного газу) на біопаливо.

Проведені розрахунки свідчать, що завдяки біопаливу підприємство може на 28 % забезпечити потребу школи на опалювальний сезон. Економія

між тим становитиме 60,6 тис. грн а його використання дає змогу щорічно заощаджувати близько 43 % палива.

Ключові слова: біомаса, енергія, біоенергетика, енергоносії, біопаливо, енергоресурси, ефективність

Актуальність. Економічне зростання України в деякій мірі залежить від рівня енергопостачання та доступності ресурсів. Наразі природні паливні ресурси виснажуються, а їхнє використання стає економічно та екологічно не вигідним. Оскільки докільця є постачальником енергії та ресурсів, необхідних для економічного розвитку країни, існує тісний зв'язок між економікою та природним середовищем.

У разі різкого дефіциту енергоресурсів та зростанні цін виникає потреба у розвитку відновлюваних джерел енергії, насамперед накопиченої рослинами – біоенергія.

Біоенергетика – галузь наукових досліджень і вид практичної діяльності, що вимагає постійного вдосконалення теоретико-методологічної бази та пошуку практичних шляхів її впровадження в господарській діяльності, особливо в сільськогосподарському виробництві.

Пошук нових варіантів отримання енергії стає з кожним роком більш актуальним, адже рано чи пізно навіть найбагатші родовища вичерпають себе, тому виникне питання про необхідність використання інших енергоносіїв.

Європейський досвід свідчить: енергія, вироблена з біомаси та інших відновлювальних джерел, відіграє все більш провідну роль у загальному енергетичному балансі [1].

Використання енергії біомаси, виробленої в сільській місцевості, може забезпечити додаткові можливості сільського розвитку: підвищення доходів дрібних і середніх товаровиробників завдяки вирощуванню енергетичних культур та їхньої переробки на власних енергетичних потужностях; створення нових робочих місць у сільській місцевості; збільшення обсягів дешевих, відновлювальних енергоресурсів для задоволення потреб як сільських домогосподарств, так і агропродовольчого комплексу загалом [2].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання щодо сутності, практичного обґрунтування та ефективного формування біоенергетичних

ресурсів вивчалися багатьма вченими-економістами, зокрема Ю. М. Гальчинською, Г. Г. Гелетухою, Г. А. Голубом, С. Н. Девянином, І. Г. Кириленко, О. М. Шпичаком, Г. М. Калетніком, В. Я. Месель-Веселяком та іншими.

Однак комплексне вирішення цієї проблеми в умовах підвищення світових цін на енергоресурси надалі залишається актуальним, зокрема, в аграрному секторі, як в одній із найбільш енергоємних галузей, яка має всі необхідні умови для виробництва біопалива.

Мета дослідження. Показати ефективність використання біопалива як альтернативного джерела енергії, розглянути можливості його реалізації та послаблення імпортозалежності від традиційних видів енергетичних ресурсів.

Матеріали і методи. Теоретико-методологічною основою дослідження є діалектичний метод пізнання, який ґрунтується на систематичному і всебічному підході до вивчення вітчизняних і зарубіжних наукових позицій та економічних процесів щодо створення та використання різних джерел біоенергетики.

Для досягнення даної мети були використані такі методи наукових досліджень: системний – для уточнення категоріального апарату; монографічний – під час опрацювання фахових літературних джерел та роботи з текстовим поданням зазначеної проблематики; наукова абстракція – для розгляду наукової основи використання енергетичного потенціалу біомаси, оцінки ключових особливостей відновлюваної енергії, включаючи біоенергетику як складову сталого розвитку; графічний – для зображення результатів дослідження; логічний – для визначення позитивних соціальних та економічних ефектів, для узагальнення результатів і формування висновків.

Результати дослідження та їх обговорення. На сьогодні Україна залишається енергодефіцитною країною, залежною від імпорту практично всіх видів енергоресурсів. Тому питання зосередження зусиль на пошуках рішень щодо переходу від традиційного палива на відновлювальні джерела енергії потребує негайного вирішення.

Найвагомішим у структурі виробництва енергії з відновлюваних джерел є біомаса. Зростання виробництва енергії з відновлюваних джерел є важливим

напрямом заміщення природного газу, оскільки зберігається великий резерв для переорієнтації експорту біомаси на внутрішній ринок.

Біомаса стає все більш важливим відновлюваним джерелом енергії, що пояснюється терміною необхідністю скорочення споживання дорогих викопних палив[14].

Технології для виробництва енергії з біомаси добре відомі та успішно застосовуються. Біомаса є місцевим видом палива і її використання збільшує регіональну додану вартість через мінімізацію імпорту природного газу, нафти та вугілля. Виробництво та постачання біомаси сприяє створенню нових робочих місць, переважно в сільській місцевості, що важливо для місцевої економіки [15].

Сталий розвиток біоенергетики вимагає, насамперед ретельної оцінки наявного потенціалу біомаси. Тому, нами, як приклад, здійснено оцінку теоретичного енергетичного потенціалу біомаси ПП «Соснова», яке розташоване в Київській області.

Київська область є аграрним регіоном, у якому утворюються великі обсяги побічної продукції та відходи, придатні для енергетичного використання. Великі площі сільськогосподарських земель створюють значний потенціал для вирощування енергетичних культур.

Доступними для виробництва енергії є солома жита, пшениці, ячменю, вівса, проса, гречки, гороху, ріпаку, сої, а також стебла кукурудзи та соняшнику. Отже, частка рослинних відходів сільського господарства, може бути використана для виробництва енергії.

Побічну продукцію, у даному випадку солону, підприємство використовує для декількох цілей: як корм та підстилку для тварин, добриво для поля, тому залишок пропонуємо використовувати для енергетичних цілей.

Для визначення виходу соломи враховується коефіцієнт виходу побічної продукції, який залежить від урожайності культур.

На годівлю й підстилку використовується переважно солома пшениці та ячменю. За нашими підрахунками потреба на годівлю становитиме 523 ц: у т.ч. для корів – 98 т; для ВРХ на відгодівлі – 411 т; для овець – 14 т.

Тобто, на потреби тваринництва потрібно – 1917 т соломи, залишок її можна використати на енергетичні цілі.

Енергетичний потенціал відходів розраховується за формулою:

$$P_c = \sum_{i=1}^n V_{c_i} \cdot K_{oe_i}, \quad (1.1)$$

де V_{c_i} – обсяг соломи, доступної для виробництва енергії i -го типу (наприклад, солома пшениці);

K_{oe_i} – коефіцієнт перерахунку потенціалу біомаси у нафтовий еквівалент.

Теоретичний потенціал відходів найкраще відображає обсяг біомаси, доступної для енергетичних потреб. Результати його оцінки в ПП «Соснова наведено в таблиці 1. У нашому дослідженні розраховано теоретичний енергетичний вихід побічної продукції (соломи): з урахуванням коефіцієнту втрат розраховано доступну кількість соломи та пожнивних решток; визначено обсяг побічної продукції як добрива; 3) розраховано потребу соломи для тваринництва (на корми та підстилку); 4) визначено надлишок соломи як різницю між доступною кількістю соломи та розрахунковими потребами для тваринництва і як добриво.

Отже, підтверджуються прийняті в методиці розрахунку потенціалу біомаси припущення, що до 40 % побічної продукції кукурудзи та соняшнику й до 30 % інших сільськогосподарських культур можна використовувати для цілей енергетики.

1. Теоретичний потенціал відходів ПП «Соснова», т.н.е.

Культура	Урожайність основної продукції, ц/га	Вихід побічної продукції з 1 га, ц	Площа, га	Виробництво, т	Доступна кількість соломи, т	На добрива, т	На корми та підстилку, т	Для енергетичного використання, т	Теоретичний потенціал, т н.е.
Пшениця	51,8	83	1560	12917	11626	5813	1719	4094	1417
Ячмінь	57,2	66	227	1494	1344	672	199	473	164
Горох	29,0	49	313	1543	1389	694		694	240
Разом									1821
Кукурудза	95,7	201	1665	33462				25096	4793
Соняшник	30,7	61	1000	6137				4296	614
Соя	22,3	18	1059	1887				1699	588
Ріпак	24,8	20	900	1786				1607	575
Разом									6571
Усього									8392

Джерело: розраховано автором на основі [3]

Отже, у нашому випадку доступними для виробництва енергії є солома пшениці, ячменю, гороху, сої, а також стебла кукурудзи та соняшнику.

Аналіз отриманих результатів свідчить, що теоретичний енергетичний потенціал відходів суттєво залежить від урожайності відповідних сільськогосподарських культур. Переважаючим видом біомаси в досліджуваному підприємстві стали стебла кукурудзи – 4793 тис. т н.е. та солома пшениці – 1417 тис. т н.е. Найменший теоретичний енергетичний потенціал можна отримати від соломи ячменю – 164 тис. т н.е. (табл.1).

Разом даний потенціал ПП «Соснова» складає – 8392 т.н.е., частину з якого займає солома зернових культур – 1821 т.н.е., але більшість припадає на побічну продукцію технічних культур – 6571 т.н.е.

На рисунку 1 представлено детальну структуру теоретичного енергетичного потенціалу відходів ПП «Соснова».

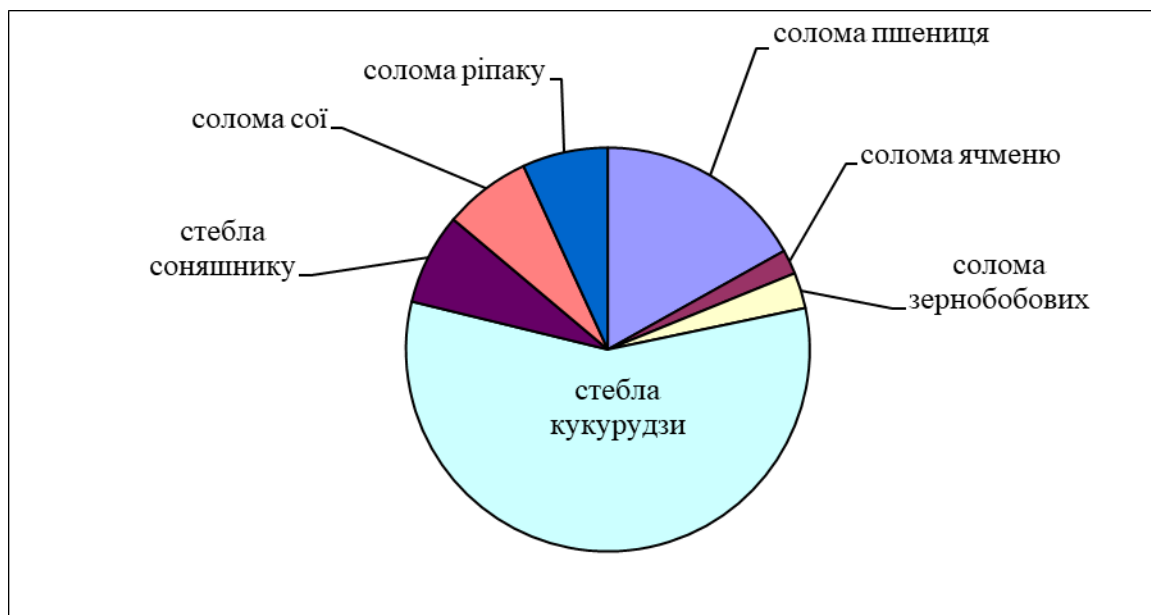


Рис. 1. Структура теоретичного енергетичного потенціалу відходів ПП «Соснова», 2019 р., %

Джерело: сформовано за даними підприємства

Зазвичай, важливий вплив на таку структуру має місце розташування підприємства та його спеціалізація.

Порівнюючи вартість енергії з різних видів палива встановлено, що вартість одиниці енергії соломи учетверо дешевша за природний газ, тому, якщо підприємство буде використовувати побічну продукцію як теоретичний енергетичний потенціал, воно зможе значно заощаджувати кошти та ефективно використовувати відходи (табл. 2).

2. Вартість енергії з різних видів палива

Вид палива	Нижча теплота згоряння		Вартість палива грн/т (1000 м ³)	Вартість одиниці енергії, грн/Мдж
	МДж/кг(м ³)	ккал/кг(м ³)		
Природний газ	33,5	8000	8134	0,2428
Вугілля	21,6	5158	3089	0,1430
Дрова	13,5	3224	1400	0,1037
Деревна тріска	9,2	2197	950	0,1033
Солома	14,4	3442	880	0,0611

Джерело: розраховано автором на основі [3]

З огляду на те, що ціни на вугілля та природний газ щороку зростають, підприємству буде економічно вигідно перейти на тверді місцеві біопалива.

Тому, на прикладі об'єкта «школа», яка розташована поблизу нашого підприємства, ми розрахували скільки би цей об'єкт міг заощадити якщо опалював би не традиційними видами палива, а за допомогою відходів.

Встановлено, що для забезпечення децентралізованого теплопостачання в цій школі використовується природний газ. Школа опалюється котельнею на газу. У 2019 році за опалювальний сезон у школі спалили 36,3 тис. кубометрів газу вартістю 283 тис. грн (табл. 3).

3. Вартість опалюваного сезону в школі природним газом, 2019 р.

Об'єкт	Ресурси для генерації тепла	Обсяг ресурсу тис. м ³	Коефіцієнт переведу у н.е.	Обсяг ресурсу , тис. т.н.е.	Ціна за 1 т, 1000 м ³ , грн	Вартість усього, тис. грн	Вартість 1 т н.е., грн
Школа	Природний газ	36,3	0,812	29,5	7809	283	9617

Джерело: розраховано автором на основі [3]

Якщо школа опалювалася б соломою та стеблами (відходами), то вартість опалювального сезону становила би – 70,7 тис. грн, тобто, економія складає – 212,7 тис. грн на рік.

Проте, відходи господарства для енергетичного використання за нашими розрахунками становлять лише – 8,3 тис. т. н.е., за потреби – 29,5 тис. т. н.е., тобто, використовуючи вищевказаний обсяг соломи підприємство може на 28 % забезпечити потребу школи на опалювальний сезон. Економія між тим становитиме 60,6 тис. грн (табл. 4).

4. Розрахунок економії в опаленні різними видами палива

Вид палива	Обсяг, тис. т	Обсяг, н.е.	Вартість м ³ , грн	Вартість усього, тис. грн	Вартість 1 н.е., грн
Природний газ, тис. м ³	36,3	29,5	7809	283,5	9617
Солома, відходи		29,5		70,7	2400
Економія				212,7	

Природний газ, тис. м3		21,1		202,8	9617
Солома, відходи		8,391		20,1	2400
		29,5		222,9	
Економія				60,6	

Джерело: розраховано автором на основі [3]

Представлені розрахунки підтверджують той факт, що школа дійсно може заощаджувати велику суму коштів, водночас не завдаючи шкоди довкіллю. Отже, одне підприємство може забезпечити 28 % потреби в опалювальному сезоні, а в Київській області таких підприємств достатня кількість, щоби повністю забезпечити відходами для опалення не одну школу.

Тому можна з упевненістю сказати, що інвестиції в такі проекти мають право на життя і будуть прибутковими.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, Україна має достатній потенціал для динамічного розвитку сектору біоенергетики. Основними рушійними силами цього процесу є постійний ріст цін на традиційні енергоносії та наявність великого потенціалу біомаси, доступної для енергетичного використання.

В умовах загострення проблеми енергозабезпечення України постає необхідність переглянути структуру наявних джерел енергії на користь технологій, що використовують відновлювані енергоресурси. Найбільш сприятливим напрямом розв'язання проблеми стає пошук і використання біопалива.

Тому, зниження рівня непрогнозованої імпортозалежності на енергоносії на найближчий період залишається основним завданням відновлення енергетичної безпеки країни. Ефективний розвиток біоенергетики сприятиме формуванню біоенергетичного іміджу України, залученню вітчизняних та іноземних інвестицій у найбільш перспективний напрям в енергетичній галузі.

REFERENCES:

1. Sajt Perspektivy`vy` rozvy`tku bioenergety`ky` v Ukrayini [Website

Prospects for the development of bioenergy in Ukraine]. ecotown.com.ua Retrieved from: <https://ecotown.com.ua/news/Perspektyvy-rozvytku-bioenerhetyky-v-Ukrayini/> [in Ukraine].

2. Kandul S. (2010) Vy`mogy` stalosti vy`robny`chtva biopaly`va v YeS: naslidky` dlya ukrayins`ky`x vy`robny`kiv sy`rovy`ny` [Sustainability requirements for biofuel production in the EU: implications for Ukrainian producers of raw materials] A series of advisory works. Institute for Economic Research and Policy Consultin. Retrieved from: [http://www.ier.com.ua/files/publications/Policy_papers/Agriculture_dialogue/2010/PP29.Final.UKR.pdf](http://www.ier.com.ua/files/publications/Policy_papers/Agriculture_dialogue/2010/PP29_Final_UKR.pdf).) [in Ukraine].

3. Oficijny`j sajt Derzhavnoyi sluzhby` staty`sty`ky` [Official site of the State Statistics Service]. www.ukrstat.gov.ua Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua>

4. Galchynska Yu. M. (2018) Rozvy`tok vitchy`znyanogo potencialu vy`robny`chtva biogazu [Development of domestic biogas production potential]. Naukovy`j visny`k Poltavskogo universy`tetu ekonomiky` i torgivli - Scientific Bulletin of Poltava University of Economics and Trade, 5, 56-67

5. Galchynska Yu. M. (2018) Rozvy`tok bioenergety`ky` v Ukrayini: markety`ngovy`j aspekt [Development of bioenergy in Ukraine: marketing aspect]. Kyiv. [in Ukraine].

6. Heletukha H.H., & Zhelezna T.A. (2014) Bioenergety`ka v Ukrayini: stan rozvy`tku, baryery` ta shlyaxy` podolannya [Bioenergy in Ukraine: state of development, barriers and ways to overcome]. Bioenergety`ka – Bioenergy, Vol. 3, 16-19 [in Ukraine].

7. Heletukha H.H., & Zhelezna T.A. (2014) Perspekty`vy` vy`kory`stannya vidxodiv sil`skogo gospodarstva dlya vy`robny`chtva energiyi v Ukrayini [Prospects for the use of agricultural waste for energy production in Ukraine] Analytical note UABIO. Available at: <https://uabio.org/materials/uabio-analytics/1143/>

8. Holub H.A., & Lukyanets S.V. (2013) Investy`cijna pry`vably`vist` vy`robny`chtva f`vy`kory`stannya dy`zel`nogo biopaly`va [Investment attractiveness of production and use of diesel biofuel] Ekonomika APK - The Economy of Agro-Industrial Complex, 2, 54-61

9. Devyanin S.N. (2007) Rastitelnye masla i topliva na ih osnove dlya dizelnyh dvigatelej [Vegetable oils and fuels based on them for diesel engines]. Kharkiv [in Ukraine].

10. Shpy`chak, O.M., Stasinevy`ch, S.A., & Kucz`, T.V. (2010) Ekonomichna efekty`vnist` vy`robny`chtva biopaly`va v konteksti prodovol`choyi ta energety`chnoyi bezpeky` Ukrayiny` [Economic efficiency of biofuel production in the context of food and energy security of Ukraine] Kyiv: ZAT «Nichlava». [in Ukraine].

11. Kaletnik H.M. & Pry`shlyak N.V. (2013) Vy`robny`chtvo bioetanolu z czukrovy`x buryakiv – ody`n iz golovny`x chy`nny`kiv stabilizaciyi galuzi [Bioethanol production from sugar beets is one of the main factors stabilizing the industry]. Ekonomika APK - The Economy of Agro-Industrial Complex

12. Ky`ry`lenko I.H., Dem`yanchuk V.V., & Andryushhenko B.V. (2010) Formuvannya ry`nku ukrayins`kogo biopaly`va: peredumovy`, perspekty`vy`, strategiya [Formation of the Ukrainian biofuel market: preconditions, prospects,

strategy]. *Ekonomika APK - The Economy of Agro-Industrial Complex*, 4, 62-67

13. Mesel-Veselyak V. Ya. (2015) Vy`robný`cztvo al`ternaty`vny`x vy`div energety`chny`x resursiv yak faktor pidvy`shhennya efekty`vnosti sil`s`kogospodars`ky`x pidpry`yemstv [Production of alternative types of energy resources as a factor in improving the efficiency of agricultural enterprises] . *Ekonomika APK - The Economy of Agro-Industrial Complex*, 2, 18-27

14. Renewables 2017. Global Status Report. REN 21, 2017 <http://www.ren21.net/gsr-2017>

15. Key World Energy Statistics 2016, IEA [https://www.iea.org/publications/freepublications/publication/Key World 2016.pdf](https://www.iea.org/publications/freepublications/publication/Key%20World%202016.pdf)

16. AEBIOM Statistical Report 2016. Full Report <http://www.aebiom.org/statistical-report-2016>

17. Cherevko H. V., Savchenko Ye. V., & Sy`rotyuk K. S. (2016) *Ekonomichna efekty`vnist` vy`kory`stannya sonyachnoyi energiyi u sil`s`kogospodars`ky`x pidpry`yemstvax* [Economic efficiency of solar energy use in agricultural enterprises]. Lviv: Liga-Press. [in Ukraine].

ADVANTAGES OF BIOMASS COMPARED TO TRADITIONAL FUELS

L. Stepasyuk, O. Nahorna

Annotation. Given Ukraine's high dependence on imported energy, primarily natural gas, and the availability of great biomass potential, it has been proven that bioenergy is one of the strategic directions of the sector's development in renewable energy sources. It is determined that the pace of bioenergy development in Ukraine still lags significantly behind European ones.

It is established, that in the developed countries of the world use of biomass as a source of energy continues to play an important role because of a significant increase in prices for oil and gas, as well as the growing demand for protection of the environment. Therefore, the introduction of modern technologies for continuous energy production from biomass is an important condition for the solution of problems of supply of energy and prevent degradation of the environment.

The possibility of using biofuels in the Kyiv region is proved, the investment attractiveness of this region as a source of thermal energy is revealed.

The methodical approach to estimating the theoretical potential of waste due to the use of alternative energy sources is substantiated.

The theoretical energy potential of the biomass of by-products of agricultural crops of private enterprise "Sosnova" was assessed, which made it possible to determine the prospects of an agricultural enterprise in the energy supply of the Kyiv region at the expense of biofuels.

According to the generally accepted method, the theoretical energy potential of straw and vegetable waste of private enterprise "Sosnova" was calculated, which in the market turnover in 2019 amounted to 8392 tons of oil equivalent. It was determined that the predominant type of biomass in the studied enterprise were corn stalks and wheat straw.

On the example of the object of the school, which is located near the

investigated enterprise, the calculation of savings on heating by replacing the traditional type of fuel (natural gas) with biofuel.

The calculations show that due to biofuels the company can provide 28% of the school's need for the heating season. The savings will be - 60.6 thousand UAH and its use allow you to save about 43% of fuel annually.

Keywords. *Biomass, energy, bioenergy, energy, biofuels, energy resources, efficiency*

UDC 338.32.053.4

FIXED ASSETS MANAGEMENT IN AGRICULTURAL ENTERPRISES

H.A. KHARCHENKO, *PhD in Economics, Associate Professor of Department of Management named after prof. J. Zavadskyi,*

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

ORCID 0000-0002-0705-447X

Email: kharchenko.a.a@nubip.edu.ua

M. V. MAKOVSKYI, *master of Management*

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

ORCID 0000-0002-0846-9204

Email: maxkesa6018@gmail.com

Abstracts. *The article determined that the economic activity of agricultural enterprises is associated with fixed assets that make up the bulk of their capital. The study determined that the condition and efficiency of the use of fixed assets is an important factor in ensuring the competitiveness of enterprises. The article examines the features of fixed assets management in agricultural enterprises. The following main research methods were used in the article: comparison, monographic, abstract-logical, economic-statistical, methods of analysis and synthesis. Theoretical aspects of defining the economic essence of the concept of "fixed assets" and their classification are studied. The main problems of using fixed assets in modern agricultural enterprises are identified. The need for fixed assets for agricultural production for the period up to 2025 has been studied. The basic conditions of providing enterprises with fixed assets are determined. We are also established that in agricultural enterprises the management of fixed assets is carried out based on such approaches as a functional, process, strategic, systemic, situational, and integrated. It is determined that the purpose of fixed assets management is to ensure the production of competitive products and the formation of competitive advantages of the enterprise. The goals and objectives of fixed assets management at the strategic, tactical and operational levels are studied. Based on of the processed sources, the directions of increase of efficiency of use of fixed assets in the agricultural enterprises are offered: timely replacement of the outdated equipment; improving the organization of logistics of enterprises; use of modern effective systems of material incentives for employees; attracting investment resources of domestic and foreign investors to modernize the material and technical base of enterprises; application of leasing operations. The study investigated that the efficiency of fixed assets management of the enterprise can be considered from the standpoint of the efficiency of their use in economic turnover.*

Keywords: *fixed assets, agricultural enterprise, competitiveness, management*

Introduction. The production and economic activity of domestic agricultural enterprises are inextricably linked with the fixed assets that make up the bulk of their capital. It should be noted that the state and efficiency of the use of fixed assets are crucial in ensuring the competitiveness of enterprises and the formation of sustainable financial results. However, in Ukraine, there is a situation associated with insufficient investment in the renewal of fixed assets and their disposal at the enterprise. That is why there is a need for constant monitoring of fixed assets in order not only to find ways to improve their efficiency but also to improve the economic activity of the enterprise as a whole [9, p. 78].

Fixed assets are one of the most important factors in the production of any enterprise. They strengthen the material and technical base and create conditions for growth and improvement of social production. In our opinion, the rational use of fixed assets of the enterprise contributes to the improvement of all its technical and economic indicators, including – increase production, reduce its cost, complexity of production. That is why effective management of fixed assets will promote the development of the enterprise as a whole.

Analysis of recent researches and publications. Issues of fixed assets and analysis of the effectiveness of their use were considered by such domestic scientists as F. Butynets, N. Krichka, O. Yermakov, A. Cherep, M. Rybchenko, I. Mazurkevich, I. Petrova, and others. At the same time, the issues of measures aimed at improving the efficiency of management and the use of fixed assets in the enterprise determine the relevance of this study and require further study.

Purpose. The aim of the article is to study the theoretical and practical aspects of the use of fixed assets of domestic agricultural enterprises and areas of effective management of fixed assets of the enterprise.

Materials and methods of research. The following main research methods were used in the research process: comparison, monographic, abstract-logical, economic-statistical, methods of analysis and synthesis.

Results of the research and their discussion. The production potential of agricultural enterprises is determined by the quality of fixed assets, their age, the

degree of depreciation, and the rate at which they are renewed. Fixed assets provide the production process, determine the innovation of technologies, material, and energy consumption of production, product competitiveness, and the company's ability to develop the market. In the economic literature, the concept of "fixed assets" have several analogs, namely: fixed assets, fixed assets, fixed capital, means of labor, and so on. Currently, there is no single definition of "fixed assets" and a list of their components in accordance with applicable law. In the normative provision, there are several points of view on the interpretation of the concept of "fixed assets" (Fig. 1).

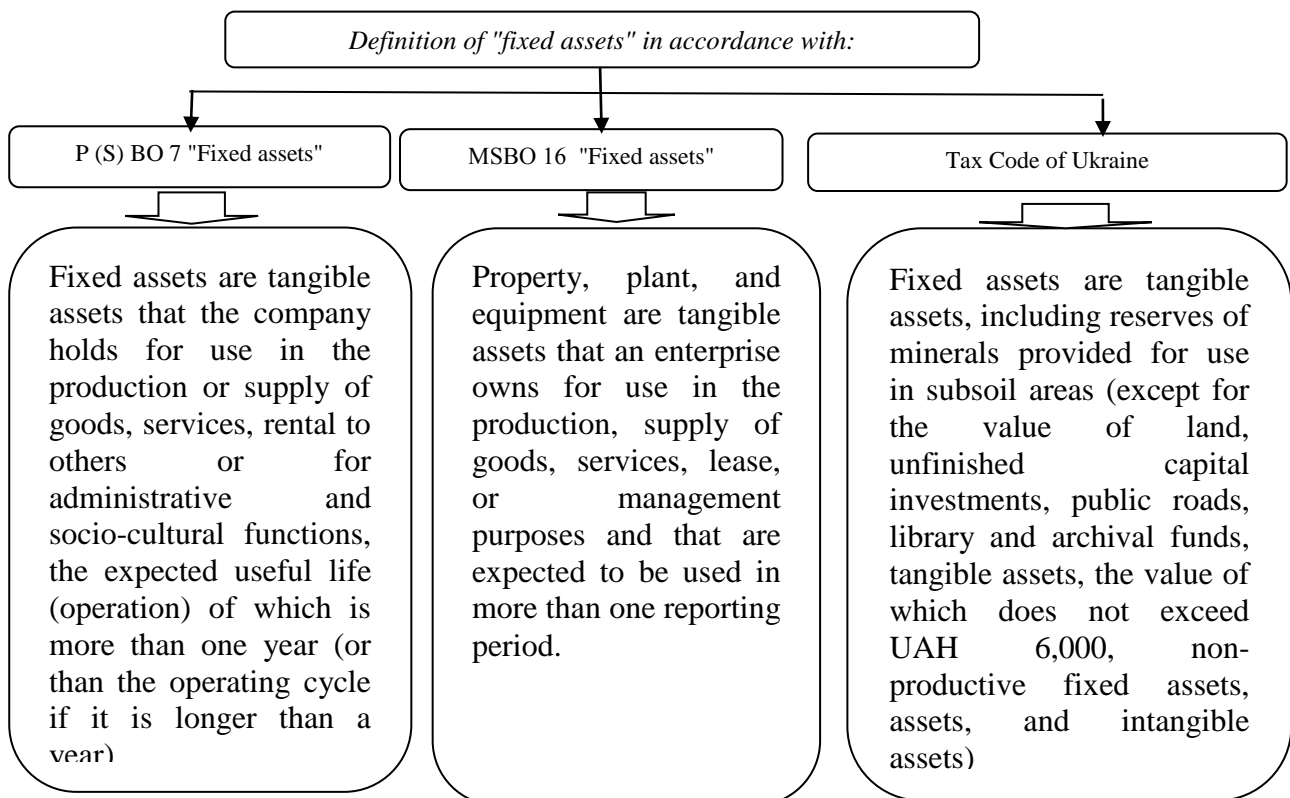


Fig. 1. The essence of the concept of "fixed assets" in accordance with the regulations of Ukraine

Source: created by the author based on [2; 6; 10]

It should be pointed out that domestic scientists allocate two approaches to the interpretation of the economic essence of fixed assets, namely:

- 1) fixed assets are identified with tangible assets or tangible assets;
- 2) fixed assets are defined as means of labor.

According to the current standard classification, fixed assets are grouped by their industries, functional purpose, use, affiliation, and physical composition [5].

It is important to note, that fixed assets are used in economic activities for a long time and gradually lose their value due to physical wear. At the same time, the transfer of the value of fixed assets to products or services is due to depreciation. That is, the management of fixed assets is mostly reduced to ensuring a timely increase in the efficiency of their use [4].

It has to be noted that in 2018 in the agricultural enterprises of Ukraine the actual availability of fixed assets per 1 hectare of land was only about 20% of their regulatory needs.

In addition, it is necessary to emphasize, that the average German economy with a similar production specialization and concentration of production per 1 hectare of agricultural land has 9.4 times more machinery and equipment than the average in Ukraine. The level of transport provision of German farms is 10.4 times higher than the domestic one [12].

It has to be noted that at the beginning of 2018 in Ukraine the cost of fixed assets was 251 dollars per 1 hectare of agricultural land. At the same time, a similar indicator in Poland exceeded the Ukrainian 20.1 times, in Great Britain – 25.2 times, in the Czech Republic – 25.6 times, in Hungary – 31.7 times, in France – 33.5 times, and in Germany – 88.4 times [11].

Every year the need for fixed assets for agricultural production in all categories of farms. Thus, scientists from the Institute of Agrarian Economics have calculated the regulatory needs for fixed assets for agricultural production for the period up to 2025. These calculations were performed using data on the promising areas of crops and crop yields, livestock, and their productivity, production volumes of certain products. The regulatory need was determined from the calculation of the value of fixed assets at the end of 2018. The total cost for all categories of farms in 2020 will be 1734.4 billion hryvnias, and in 2025 - 2224.4 billion hryvnias (Table 1).

Table 1. Regulatory demand for fixed assets for agricultural production for the period up to 2025, billion hryvnias

Types of assets	Availability of fixed assets in agriculture at cost		Regulatory need for basic types of production					
			Agricultural enterprises		Households		All categories of farms	
	Year							
	2018		2020	2025	2020	2025	2020	2025
fact	planned							
Buildings, structures, transmitting devices	166,4	418,4	553,3	706,0	228,0	291,0	781,3	997,0
Machines and equipment	114,5	287,0	392,7	512,0	162,0	206,7	554,7	718,7
Vehicles	27,9	69,3	85,8	109,6	35,4	45,2	121,2	154,8
Productive cattle	44,3	44,3	60,0	76,5	24,9	31,7	84,9	108,2
Perennial plantings	8,3	8,3	12,2	15,7	4,9	6,4	17,1	22,1
Measuring instruments, tools, etc.	38,1	96,3	124,0	158,2	51,2	65,4	175,2	223,6
Total	399,5	923,6	1228,0	1578,0	506,4	646,4	1734,4	2224,4

Source: created by the authors based on [11].

Such indicators can be achieved with a sufficient level of investment in agricultural enterprises and effective management. However, the current level of investment and a lack of highly qualified managers constrain the attraction of fixed assets in agricultural enterprises [3]. It should be noted that in 2018, the actual availability of fixed assets per 1 hectare of land in agricultural enterprises compared to their regulatory needs was only about one-fifth [11].

That is why the issue of effective management of fixed assets in agricultural enterprises is extremely important. Furthermore, in the management of fixed assets use the following approaches: functional, process, strategic, systemic, situational and integrated. The choice of approach in the management of fixed assets depends on many factors, among which the most important: the size of the enterprise, the powers of the manager, the life cycle of the enterprise and the product offered to the market, the scope of the enterprise, and so on. The main purpose of the management of fixed assets is to ensure the production of competitive products in an amount that allows

you to maintain or develop the existing market position of the enterprise through the formation of competitive advantages.

The goals and objectives of fixed asset management are shown in Fig. 2.

Management of fixed assets is a complex process that focuses on preventing losses and creating the conditions for the effective operation of the enterprise. Effective management of fixed assets of agricultural enterprises allows us to provide competitive advantages of the enterprise and to optimize expenses for the production of agricultural products. Fixed asset management tools are a set of methods, techniques, and means of managerial influence that ensure the pace of reproduction in accordance with the development of scientific and technological progress, form the optimal structure of fixed assets and ensure the intensification of production processes and allow effectively directed use of fixed assets to ensure competitive production volume that meets the requirements of the market for quality.

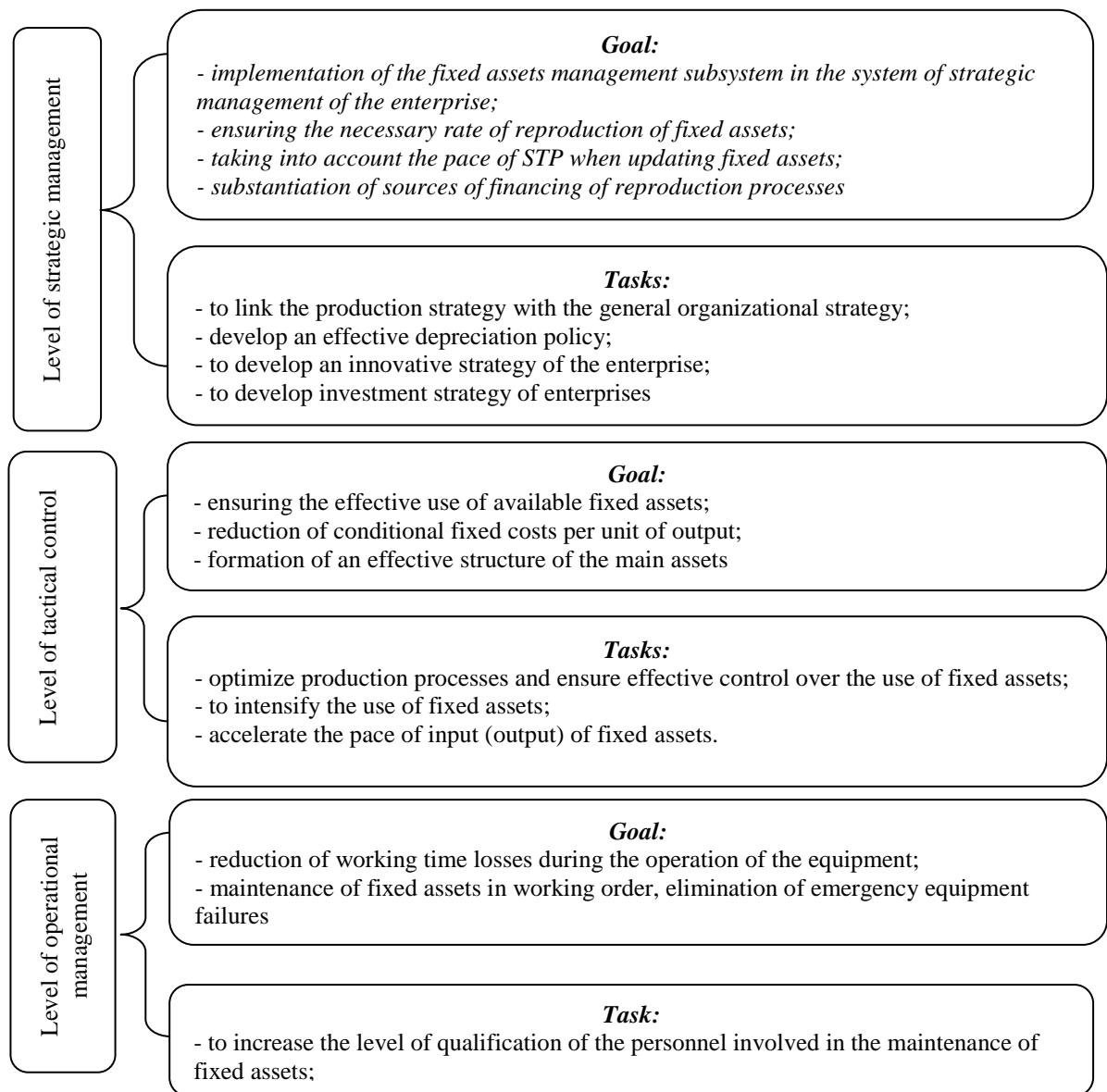


Fig. 2. Goals and objectives of fixed assets management

Source: created by the author based on [3; 5;11].

An important point in the management of fixed assets is to assess the effectiveness of their use. This process is based on a variety of approaches based on a system of cost and quality indicators. Qualitative indicators include intensive and extensive use of basic equipment, use of production capacity. Cost indicators are: return on assets, capital intensity, growth rates of output, growth rates of fixed assets, capital adequacy, and labor productivity [9, p. 79].

The sequence of stages of analysis of the efficiency of fixed assets in agricultural enterprises is of great importance, it allows you to explore and analyze

the effectiveness of management of fixed assets. We propose to analyze fixed assets in a certain sequence [1, p. 102]:

1. Analysis of the composition and structure of fixed assets;
2. Analysis of the capacity of the enterprise, compliance with its production program of the enterprise;
3. Analysis of the technical condition of fixed assets;
4. Analysis of the movement of fixed assets;
5. Analysis of the economic efficiency of fixed assets;
6. Factor analysis of the efficiency of fixed assets;
7. Preparation of conclusions and draft management decisions to increase production and return on assets.

In order to increase the use of available fixed assets by managers of agricultural enterprises should develop specific measures to improve the use of fixed assets, the practical application of which will allow using of the existing reserves of the enterprise to improve their efficiency.

The priority areas for improving the efficiency of fixed assets at the enterprise are [8]:

- timely replacement and mobilization of obsolete equipment, organization of accelerated commissioning of purchased new equipment;
- improving the organization of logistics of enterprises and maintenance of modern machine systems;
- introduction of progressive forms of organization of production and labor;
- application of modern effective systems of material incentives for workers and engineers;
- attracting investment resources of domestic and foreign investors to modernize the material and technical base of enterprises;
- wide application of leasing operations.

It should be noted that in order to increase the efficiency of fixed assets at the enterprise it is necessary to develop a number of measures aimed at innovative development of production capacity by accounting for fixed assets at fair value, the

introduction of component depreciation, redistribution of costs in the cost structure, use of innovative methods of depreciation, valuation of assets, as well as the choice of the type of efficiency of fixed assets [9].

It should be pointed out that [7] in order to effectively manage modern agricultural enterprises offers:

- introduction of progressive organizational and technological measures;
- increase the coefficient of variability, which can be achieved by applying the optimal schedule of the enterprise, including an effective plan for repair and adjustment works;
- more intensive use of equipment;
- implementation of scientific and technological progress measures;
- advanced training of working staff;
- economic incentives for key and auxiliary workers, which provides for the dependence of wages on output and product quality.

At the same time, we agree with the opinion [9] that the areas of improving the management of fixed assets of agricultural enterprises can be divided into three groups.

1. Technical improvement of means of labor, which includes: technical re-equipment and implementation of flexible production systems; replacement of obsolete machinery and equipment; automation of auxiliary and service productions; development of innovation potential.

2. Increasing the service life of machinery and equipment in the enterprise, which is achieved through the elimination of idle equipment; reduction of terms of equipment repair, and reduction of downtime.

3. Improving the organization and management of agricultural production: the introduction of scientific organization of labor and production; accelerating the achievement of design productivity of fixed assets put into operation; improving the provision of material and technical resources; improving production management based on the involvement of coaxial information systems; development of material interest of workers, which helps to increase production efficiency [3].

Conclusions and future perspectives. Thus, the research of the category "fixed assets" revealed that the main criteria of their recognition are: materiality; purpose, and useful life. The economic essence of fixed assets is a defining characteristic of their importance in ensuring the functioning and development of production. According to research by domestic scientists, in recent years the value of fixed assets of agriculture has increased more than 2.4 times from 167.3 up to 399.5 billion hryvnias. However, the demand for fixed assets in agricultural enterprises is also gradually increasing. Thus, the total cost of fixed assets for all categories of farms in 2020 will be 1734.4 billion hryvnias, and in 2025 it will be 2224.4 billion hryvnias. The procedure for analyzing the fixed assets of enterprises contributes to the achievement of effective results and allows you to make optimal management decisions. The management of fixed assets is influenced by many factors, both internal and external, but the main, in our opinion, are the peculiarities of production conditions and the specifics of economic activity. Also, the effectiveness of the management of fixed assets of the enterprise can be considered from the standpoint of the effectiveness of their use in economic turnover.

References

1. Ghnatenko Je. (2016). Alghorytm analizu osnovnykh vyrobnychkykh zasobiv na pidpryjemstvi [Algorithm for the analysis of fixed assets at the enterprise]. *Economic analysis*, 1 (26): 99-105. (in Ukrainian).
2. International Accounting Standard 16 "fixed assets" from 01.01.2009. Available at: <http://www.minfin.gov.ua> (Access date: 10.08.2020).
3. Kharchenko V., Kharchenko H. (2015). Innovacijno-investycijne zabezpechennja formuvannja resursnogho potencialu siljsjkoghospodarsjkykh pidpryjemstv [Innovation and investment support of the formation of the resource potential of agricultural enterprises]. Kyiv: Komprint, 264. (in Ukrainian).
4. Kravchenko M. (2016). Upravlinnja ta oblik osnovnykh zasobiv na pidpryjemstvi. [Management and accounting of fixed assets at the enterprise]. *Economy and society*. Available at: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/5_ukr/75.pdf (in Ukrainian).
5. Mostenska T., Kovtun O. (2020) Teoretychni pidkhody do upravlinnja osnovnymy zasobamy pidpryjemstva [Theoretical approaches to management of fixed assets of the enterprise]. *Efficient economy*. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2020/96.pdf (in Ukrainian).

6. Regulation (standard) of accounting 7 "Fixed assets", approved. Order of the Ministry of Finance of Ukraine of April 27, 2000. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00> (access date: 10.08.2020).

7. Smolovik R. (2016). [Basic directions of increase of efficiency of use of fixed assets of the enterprise in modern conditions]. *Bulletin of National Technical University «KhPI»*, 19 (1191): 111–114. (in Ukrainian).

8. Stets I. (2018). A process approach to management as a tool for increasing the operating efficiency of the enterpris. *Infrastruktura rynku*. 23:161-167. Available at: http://www.marketinfr.od.ua/journals/2018/23_2018_ukr/29.pdf (in Ukrainian).

9. Tanchyn A. (2017) Efektyvnistj vykorystannja osnovnykh zasobiv na pidpryjemstvi: systema pokaznykiv ocinky ta naprjamky jikh pidvyshhennja [The efficiency of use of fixed assets at the enterprise: a system of indicators of estimation and directions of their increase]. *Scientific notes of the National University "Ostroh Academy". Series "Economics"*, 4: 77-80. (in Ukrainian).

10. Tax Code of Ukraine dated 02.12.2010 № 2755-III. Available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (access date: 10.08.2020).

11. Zaharchuk O. (2019) Barjer dlja investycij [Barrier to investment]. *AgroMarket*. Available at: <https://agrotimes.ua/article/baryer-dlya-investyczij/> (in Ukrainian).

12. Yermakov O.Yu., Kharchenko H.A. (2014) Ahroprodovol'chuj potentsial sil's'kohospodars'kykh pidpryjemstv: formuvannia ta efektyvnist' vykorystannia [Agri-food potential of agricultural enterprises: formation and efficiency of using]. Kyiv: Komprint, 218. (in Ukrainian).

УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Г. Харченко, М. Маковський

Анотація. У статті досліджено особливості управління основними засобами в сільськогосподарських підприємствах. Розглянуто теоретичні аспекти щодо визначення економічної сутності поняття «основні засоби» та їхньої класифікації. Визначено основні проблеми використання основних засобів у сучасних сільськогосподарських підприємствах. Досліджено потребу в основних засобах на виробництво сільськогосподарської продукції на період до 2025 року. Визначено основні умови забезпечення підприємств основними засобами. Встановлено, що в сільськогосподарських підприємствах управління основними засобами здійснюється на основі таких підходів, як: функціональний, процесний, стратегічний, системний, ситуаційний, інтегрований. Визначено, що метою управління основними засобами є забезпечення випуску конкурентоспроможної продукції та формування конкурентних переваг підприємства. Досліджено цілі та завдання управління основними засобами на стратегічному, тактичному та операційному рівнях. Запропоновано напрями підвищення ефективності використання основних засобів у сільськогосподарських підприємствах: своєчасна заміна застарілого

устаткування; удосконаленню організації матеріально-технічного забезпечення підприємств; використання сучасних ефективних систем матеріального стимулювання працівників; залучення інвестиційних ресурсів вітчизняних і зарубіжних інвесторів для модернізації матеріально-технічної бази підприємств; застосування лізингових операцій тощо.

Ключові слова: *основні засоби, сільськогосподарське підприємство, конкурентоспроможність, управління*

**MARKETING TOOLS TO INCREASE EFFICIENCY AND
COMPETITIVENESS OF POULTRY PRODUCTION ENTERPRISES**

Lydia Shynkaruk, Dr. of economics, Professor,

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

ORCID 0000-0002-7434-1495

E-mail: lidia_shyn@ukr.net

Tetiana Vlasenko, Ph.D in Economics, National University of Life and

Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

ORCID 0000-0003-2999-7441

E-mail: tanyaskyba@ukr.net

Alla Sukhanova, Ph.D in Economics, National University of Life and Environmental

Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

ORCID 0000-0001-7238-7484

E-mail: saw_2008@ukr.net

Yurii Vlasenko, Ph.D in Economics, National University of Life and Environmental

Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

ORCID 0000-0001-7071-2984

E-mail: yuriywinner@ukr.net

Abstract. *Organizational and economic principles of poultry production, which are formed by the system of internal and external factors, have been researched in the article. To diagnose these factors, the system of developed economic indicators has been used. The evaluation and analysis of these indicators make it possible to determine the state of organizational and economic level of poultry production enterprises. The main purpose of this research is to highlight the study outcomes of poultry industry development at Ukrainian enterprises. It is planned to analyse the structural dynamics of poultry number, the impact of factors affecting gross production of poultry products, research on impact of feed on the enterprise economic efficiency and profit increase by reducing the production cost. The relevance of this research is conditioned by further scientific research of development trends and regional features of poultry enterprises efficiency and competitiveness increase and substantiation of strategic perspectives. In the process of solving these tasks, general and special methods have been used: abstract and logical – to clarify the essence of main economic categories; analysis and synthesis – to analyse the development and economic efficiency level of poultry enterprises; comparative analysis – to compare different phenomena and processes regarding their impact on economic efficiency of poultry enterprises. Ukraine has been chosen as a research object. The expediency of efficient poultry development is necessitated by the need to tackle the most important socio-economic challenge – food security guaranty – not only for the individual region but also for the country as a whole, as poultry farming is rapidly growing industry. But the problem is the restoration and development of poultry farming with the involvement of a wide range of specialists, the study of*

poultry enterprises economic efficiency, taking into account the features of technological processes in this industry.

Results of the study may be useful for the analysis and effective development of poultry industry as part of agricultural sector.

Keywords: *economic efficiency, marketing support, poultry production, production costs, number of poultry, profit*

Introduction. Decline in production and decrease in purchasing power of Ukrainian population has led to insufficient need of humans for animal protein. Therefore, in our opinion, the poultry enterprises can satisfy the human need for high protein foods in the short term. Poultry breeding is a fast-growing livestock industry, characterized by high mobility in unstable market conditions. Poultry feed output is much higher than in other livestock industries and, as a result, the cost of poultry meat is the lowest, so poultry products are affordable to consumers with different income levels.

Literature review and the problem statement. A great number of national scientists were engaged in the research of basic directions of poultry industry development. R.I. Buriak (2001), O.V. Kucher (2012), S.V. Sendetska, I. I. Cherven (2007), F. A. Yaroshenko (2004), Porter Michael E. (1998), T. Vlasenko (2014) are among them. However, some important aspects of marketing tools to improve poultry enterprises' efficiency and competitiveness are relevant and are still under development and improvement, so it is necessary to continue exploring the specifics and features of enterprises activity in this industry to identify reserves and find ways to improve their efficiency.

Theoretical basis of the study is fundamental issues of the economic theory, scientific works of Ukrainian and foreign scientists on the development of poultry products marketing. The methodological basis of the research is the dialectical method of cognition, modern concepts of organization and management of agricultural products sales increase, general scientific methods, in particular: abstract and logical; historical and economic; statistical and economic; calculation and constructive, experimental; system and structural. The systematic approach is used in the article, which is a comprehensive study of poultry products marketing. The main purpose of the article is to analyse the current state of poultry production, to identify development trends and features of this industry functioning in Ukraine.

Research results. At the present stage of the Ukrainian economy development, the problem of ensuring efficient poultry products marketing is of particular importance. It is the development of poultry products marketing in regions, efficient organization of exchange and commodity circulation, optimal territorial organization are the most important factors for stabilizing agricultural production, important prerequisite for saturation of the country's food market, a source of meeting population daily needs for food consumption. The concept of «marketing» has undergone complex evolutionary path in the system of views that determined the directions of entrepreneurial activity at different stages of its development. In the early interpretations of marketing, the role of production and supply of goods was exaggerated and insufficient attention was paid to the distribution channels and

consumer demand. In marketing theory evolution, it is important to distinguish the sales concept and marketing concept. According to the traditional sales concept, the product design process is the first and foremost, and then the production units and production technology. Sales personnel must sell these products. The whole process begins with the market research and sales forecast. Despite the fact that the term appeared more than a hundred years ago, there is no single definition in scientific and economic literature that represents its full description, and is explained by the complexity and versatility of this economic category, its nature understanding and functional activity directions.

In the economic literature there is different interpretation of the term «marketing» [2; 3; 7; 5; 11]. In some cases, the term «marketing» is associated with the term «market». So let's try to clarify the term «marketing» from the point of view of our research. There are also different approaches not only to the marketing essence interpretation in agro-industrial complex, but also to the term use for determining the essence of this category.

Therefore, marketing refers to the organizational and economic activity of agricultural poultry enterprises in the commodity market, aimed at the study and maximum satisfaction of demand for poultry products, creating conditions for their own production and profit development. This definition implies both a comprehensive study of market and an active influence on the demand for poultry products by means of consumer priorities system.

In scientific works there is practically no essence disclosure of certain types of agricultural marketing. Specific features of different types of products by consumer characteristics, social significance, storage and sales conditions, production and consumption goals, conditions for commodity markets functioning make it desirable to reflect the essence of individual components of agrarian marketing: meat and meat products marketing, grain marketing, vegetable marketing, marketing of logistics and repair services, etc.

That is why we have formulated the definition of «poultry products marketing» as a complex system of competitive activity for poultry production, its processing and sales, aimed at satisfying consumer demand in order to make profit and improve the poultry enterprises efficiency.

The quality of the marketing plan, namely the 4P marketing mix, depends on the economic efficiency of the enterprise during a certain period and its prospects for the future (Fig. 1).

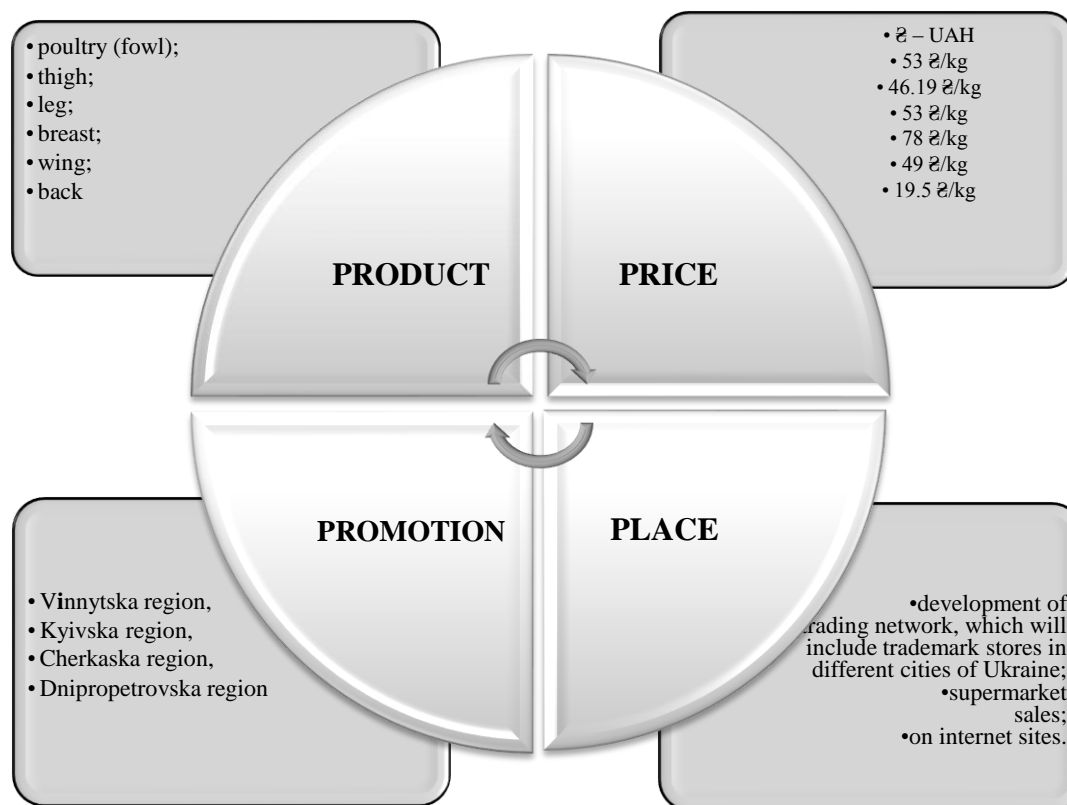


Fig. 1. «4P» model as a comprehensive solution to improve the efficiency of Ukrainian enterprises

Source: compiled by the authors

Commodity policy: the results of goods audit (type of goods (daily, special, passive demand, pre-selection), life cycle stage, description of the product according to multilevel model, which determines the financial indicators, volumes and dynamics of sales in the previous period); product range; decision on the advisability of trademark use; determining the required level of product quality.

Pricing policy: to describe the chosen pricing strategy (market launch, specialization in specific segment) and justify its choice; to describe the pricing method, to calculate product / service cost;

Sales policy: to evaluate logistics; to make list of sales goals; to specify the planned distribution intensity and channels of distribution.

Promotion policy: to set promotion goals and objectives; to outline the main characteristics of the target audience for your products; to describe the main promotion methods (which you are going to apply to promote your products) and outline the main points of the promotion program.

The marketing scheme for poultry products can be represented based on Porter's concept. The developed model is presented in Fig. 2.

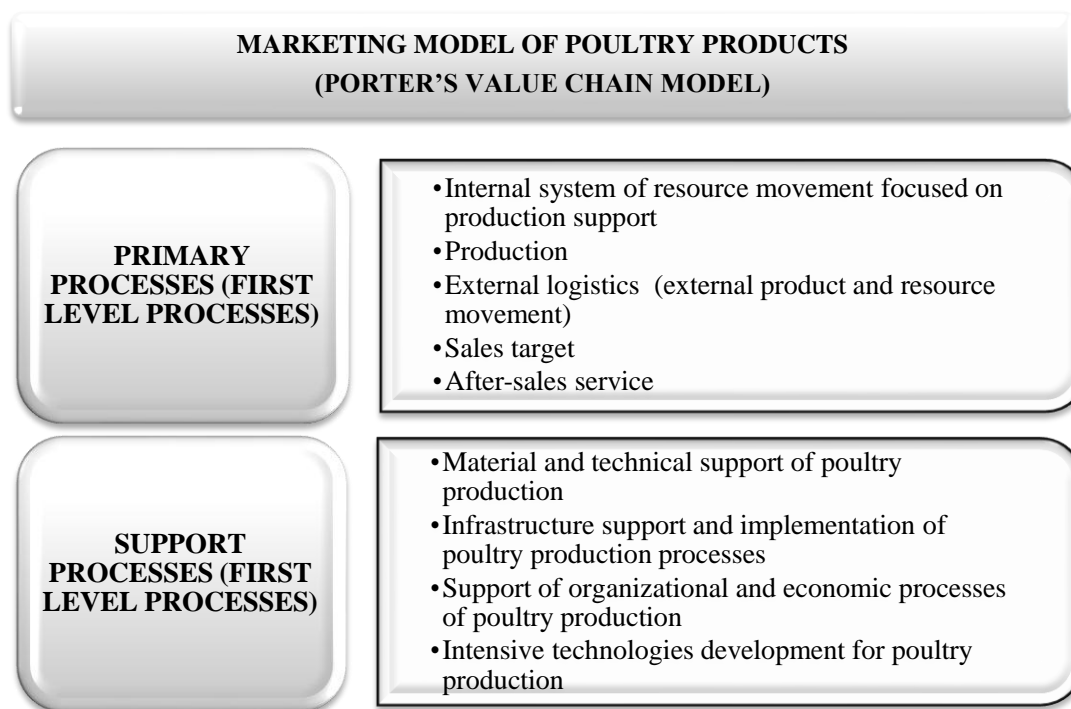


Fig. 2. Marketing model for poultry products

Source: compiled by the authors based on Porter's concept [6]

Poultry products the marketing is influenced by several factors: perishable nature of goods; prices and supply fluctuations; industrial nature of production; availability of alternative types of meat products; production specialization. The specific feature of poultry products is that after the production stage, all products undergo the four use distribution procedure: egg, chilled meat, processing and storage.

Poultry products marketing can take many different options: the producer can sell his goods himself; coming directly to the consumer through branding, public catering establishments and part of the products can enter market through wholesaling and trading networks.

When evaluating the activities of agricultural enterprises in the industry, it should be noted that poultry products efficiency is influenced by both objective and subjective factors. The financial and economic crisis of 2009 caused prices increase for energy, logistical resources and services, which affected the cost of production and sales of poultry products. Another key factor that influenced poultry production efficiency was the technical and technological level of production. Currently applied technologies in poultry industry are also characterized by significant production costs, leading to production costs increase and, consequently, prices for domestic products.

The poultry products market operates in a specific marketing environment. The main feature of domestic chicken meat market is its clear structure. This market is controlled by seven companies: «Myronivskiy Hliboproduct» – 88.2%, Poultry Complex «Dniprovskiy» – 4.4%, AIG «Pan Kurchak» – 2.7%, «Agro-Oven» LLC –

1.9%, «Volodymyr-Volynsky Poultry Farm» – 0, 4%, «Western Trade Resource» LLC (ULAR) – 0.04%, «Agromars «Complex» LLC – 0.03% [9]. In order to provide poultry producers with breeding material, there is an established scheme of interrelations between breeding farms of different levels with each other and with commercial products producers [2].

Poultry farming is perhaps the only branch of livestock industry that demonstrates sustainable development. Poultry meat production is increasing year by year, export volumes are increasing and export geography is expanding. Demand for production is also rising due to the lowest price and decrease in beef and veal (-5.5%) and pork production (-4.3%). Consumption of poultry meat is also increasing every year along with exports. (Table 1).

Table 1. Balance of poultry meat, thou tons

Balance of poultry meat, thou tons	2017	2018	2019*
Production	1184,7	1255,8	1328,7
Agricultural enterprises	1014,1	1079,9	1144,2
Population households	170,6	175,9	184,5
Import	120,6	133	135,0
Export	272,9	330,7	400
Consumption fund	1020,5	1000,6	1033,1
Loses	26,1	27,8	29,3

* *forecast*

Source: Compiled by the author according to the Data of Automated Balance of Demand and Supply for Meat in Ukraine, FAO / EBRD.

The cost of chicken meat has almost doubled in the recent years, driven by increased production resources, increased demand and upward price tendency in adjacent meat markets, as well as increased global demand for this type of meat.

In 2018, 5.1% or 11399.0 chickens were farmed in Ukraine. It is more than in the same period in 2017. Exports of meat and meat products in January – September amounted to 328 thou tons (34 thou tons more than last year), imports amounted to 236 thou tons (52 thou tons more). The leading position of domestic exports is poultry meat, which accounts for 82.6% or 271 thou tons in total. In comparison with the last year, poultry meat exports have increased by 18.3%. Ukrainian meat is currently in the greatest demand in the Netherlands, Iraq, Slovakia and Azerbaijan.

As of November 1, 2018, the number of poultry in Ukraine amounted to 235 773.5 thousand heads. The leading regions are: Vinnytska – 34 740.6 thousand heads, Kyivska – 29 791.5 thousand heads, Cherkaska – 26 249.1 thousand heads, Dnipropetrovska – 20 312.6 thousand heads. The number of heads in agricultural enterprises was 122948.6 thousand. The leading regions are: Vinnytska – 25 012.3 thousand heads, Cherkaska – 20 633.2 thousand heads, Kyivska – 20 459.1 thousand heads, Dnipropetrovska – 15 255.3 thousand heads. The number of poultry in population households was 1.12824.9 thousand heads. Regions-leaders are: Vinnytska – 9 728.3 thousand heads, Kyivska – 9 332.4 thousand heads, Lvivska – 7 734.5 thousand heads, Zhytomyrskat – 7 416.4 thousand heads.

According to the European Commission, only two Ukrainian producers are allowed to export poultry meat to the EU in 2019. Thus, the export license for poultry

meat to the EU is granted to three companies of the agricultural holding «Myronivskyi Hliboproduct» (Trademark Nasha Riaba) – «Myronivska» Poultry Farm», «Poultry Farm «Sniatynska Nova» and «Vinnytska» Poultry Farm». «Hubin» Poultry Complex», which is part of «Pan Kurchak» agro-industrial holding group, has the right to supply poultry meat to Europe. «Vinnytska» Poultry Farm», farm «Lehko» and «Myronivska» Poultry Farm», which are the part of MHP agro-holding, are allowed to supply meat products to the European Union.

The structure of poultry farming in Ukraine is as follows: poultry institute, breeding poultry farms, breeding poultry reproducers and commercial poultry farms.

In large and medium-sized agricultural enterprises, 1 205 584 tons of poultry were raised in live weight. The main poultry population in all categories of farms in 2018 was concentrated in the following regions: Vinnytska – 333 269 tons, Cherkaska – 305 919 tons, Dnipropetrovska – 204 596 tons, Kyivska – 130 734 tons, Volynska – 69 659 tons.

According to the State Statistics Committee of Ukraine, 484 425.2 thousand poultry in live weight were slaughtered in January – October 2018. Compared to the last year, this indicator is higher by 3.8% (Table 2.)

Table 2. Poultry slaughter at agricultural enterprises of Ukraine regions

	Number of slaughtered poultry, thou heads/		Average live weight for slaughtering, kg/	
	2018	2018 in % till / % 2017	2018	2018 in % till / % 2017
Ukraine	484425,2	103,8	2,4	102,2
Vinnytska	137335,7	107,9	2,4	102,3
Volynska	34079,7	109,8	2,1	92,9
Dnipropetrovska	83898,1	100,4	2,4	99,3
Donetska	1884,7	94,5	2,2	112,9
Zhytomyrska	617,8	91,9	2,1	82,6
Zakarpatska	...3	...3	...3	...3
Zaporizka	2926,6	82,9	2,3	124,2
Ivano-Frankivska	3828,1	553,6	3,3	56,2
Kyivska	46206,6	90,0	2,8	107,1
Kirovohradska	20,2	119,8	0,8	73,2
Luhanska	...3	...3	...3	...3
Lvivska	18271,2	107,5	2,3	102,3
Mykolaivska	458,1	102,4	1,5	96,2
Odeska	109,1	177,8	1,5	96,2
Poltavska	52,9	38,7	3,2	163,5
Rivnenska	6829,4	115,4	2,4	102,6
Sumska	1169,9	96,6	5,2	125,4
Ternopil'ska	2342,6	112,7	2,5	110,5
Kharkiv'ska	7475,4	78,0	2,6	105,8
Kherson'ska	1155,6	173,0	1,6	111,3
Khmelnytska	6278,6	146,9	1,8	86,0
Cherkaska	128379,7	103,4	2,4	104,2
Chernivetska	880,2	107,0	11,6	109,4
Chernihiv'ska	70,7	177,7	2,2	144,0

Source: calculated by the author on basis of data [8]

In January – December 2017, 15577.7 million eggs were produced by all-category farms, including agricultural enterprises – 8417.1 million, households – 7160.6 million, which is more than last year, respectively, by 477.3; 349.5 and 127.8 million.

In January – December 2017, poultry meat in Ukraine regions was provided practically at the expense of Vinnytska, Cherkaska, Dnipropetrovska and Kyivska regions, which grew 332.5, respectively, 310,6; 227.6 and 149.7 thousand tons of poultry live weight, or 81% of the total indicator in Ukraine (1253.9 thousand tons).

With regard to enterprise pricing policy, the main lever of its stable profitable activity in the market conditions, it is necessary to analyze the ways of pricing for poultry products nowadays and to propose economically advantageous and reasonable pricing method. Price in the market of manufactured products is formed under supply and demand influence, quality and environmental characteristics, production costs and sales of poultry products, as well as taxes and market fees, because the price is monetary value expression and value of goods to buyers.

It should be noted that under market conditions, sales prices for almost all types of agricultural products undergo significant changes. Their levels are quite volatile. In general, it should be noted that the increase in prices for poultry products in modern conditions is mainly due to inflationary processes. However, unreasonable downturn or price increase lead to loss of essential functions – measure of value and a means of commodity turnover. The price must strike a balance not only in the market, but also between the production costs and enterprise economic capabilities. Proper pricing is a necessary component of enterprise marketing [3, p. 3–9].

The price level must obligatory depend on the product quality. At the same time, it is, to some extent, determined by the commercial success of the enterprise. The pricing policy of the enterprise can be aimed either at maintaining the already achieved level of profitability or at maximizing it. A prerequisite for effective enterprise pricing policy is to take into account not only domestic prices for agricultural products, but also world market prices.

Analyzing the monitoring of average consumer prices for poultry in regions and Ukraine in general, it can be noted that in 2018, prices have increased significantly compared to the previous years. This is shown in Figure 3

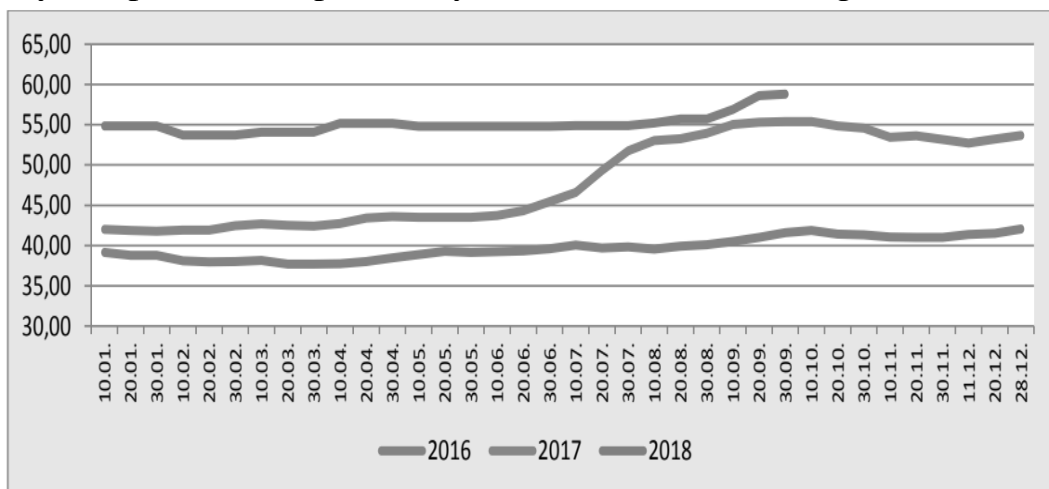


Fig. 3 Monthly monitoring of average consumer prices for poultry during

2016 – 2018

Source: calculated by the author on basis of data [8]

Therefore, despite poultry production increase, there is a downward trend in the decline of poultry number in small businesses and households. The reason for this decline is the market monopolization by individual producers and import of poultry products at low prices. The legislative and regulatory framework of Ukraine governing the activities of poultry enterprises is inconsistent with current international standards, the requirements of the World Trade Organization (WTO) and potential importing countries, in particular the EU countries, often adopted solely for the benefit of large producers, monopolists and the country's needs as a whole [7].

Household and farming sector reforming is extremely relevant nowadays, since the relations harmony in poultry market in Ukraine, in accordance with European quality standards and EU conditions, requires ban implementation on free trade in foodstuffs without appropriate quality certificates. Without such reforms, there will be a redistribution of supply in favor of businesses and a reduction of poultry heads in households. Considering the fact that almost all poultry used in enterprises is of foreign crosses, a decrease in poultry number in households will lead to a decrease in the biological diversity of the domestic gene fund. This is especially true for ducks and geese. Therefore, the development of household and poultry farm sector is relevant. Every poultry enterprise needs to identify a specific target segment that is best suited to their goals and objectives, and concentrate their marketing activities on these target segments, then develop their unique proportion of marketing strategies to leverage the benefits of their resources, attract their target customers better than their competitors do.

Monopoly enterprises are pursuing strategies to displace small producers by price dumping. Not having sufficient financial resources to modernize production, small producers are unable to compete with large monopolists. The result of such competition is the bankruptcy of enterprises. Several countries have a great influence on the marketing of poultry products.

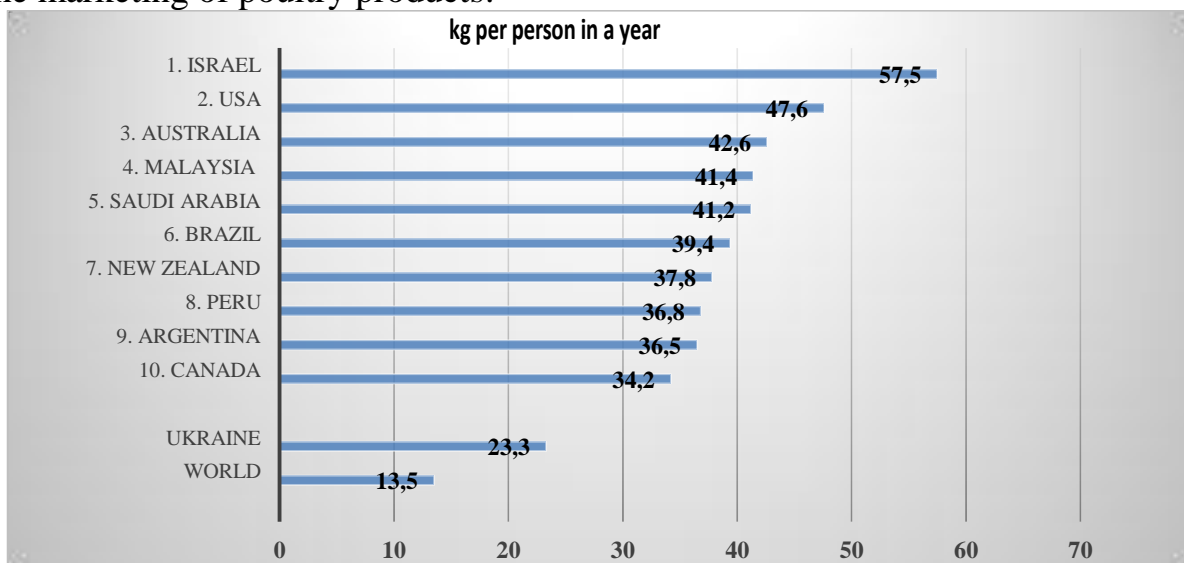


Fig.4. Comparative analysis of poultry meat consumption in Ukraine and other

countries

Source: compiled by the authors

According to research analysts, in Ukraine, compared with Russia and Poland, the closest strategic partners, there is the highest percentage of citizens whose incomes are less than \$ 1.000. In the United States – 43.5% per year, while in Russia this figure is 1.7 times lower and is 24%, and in Poland it is 5 times lower, accounting for 8.3% of the country total adult population. The percentage of citizens, earning between \$ 1.000 and \$ 10.000 per year, is 51.4% in Ukraine and Russia, in Poland – 36.4%. The figure of adults whose income is ranging from \$ 10.000 to \$ 100.000 per year are important in this distribution. Their share in Ukraine is the lowest, accounting for only 5% of the total adult population, while in Russia it is almost 5 times higher (23.5%), and in Poland it is 10 times higher (50.4%) than the national figure [4].

Public policy of the world developed countries pays great attention to monitoring the indicators that characterize the social stratification in terms of income and consumption. According to experts, the limit values of social security are: the fund's income ratio – 6 – 7 times, the Gini index – in the range of 0.15 – 0.17. Real distribution, as shown by the results of its analysis in many countries, occurs in such a way that the great part of total income is distributed to the benefit of smaller proportion of families. It is reflected in the graph by the Lorenz curve. The further this curve deviates from the bisector, the greater the degree of inequality in income distribution. In this situation, the distribution graph coincides with the axes of the coordinate system with the vertex. It shows that less than 1% of families receive 100% of their income, while others receive nothing at all. The indicator of the degree of uneven income will be obtained if the area between the bisector and the Lorenz curve is divided by the area of triangle. It is called the Gini coefficient. The greater this coefficient is, the greater the degree of irregularity is. In 2012, this index in Ukraine was 0.35.

In modern economic theory, along with the Lorenz curve and the Gini coefficient, the so-called decile and quintile coefficients are used to analyze unevenness in income distribution. This is the wealth ratio of 10 – 20% of the poorest members of society to the same number of rich. The analysis of these coefficients indicates the decrease in the level of Ukraine population income differentiation.

Possible directions of marketing development of poultry products in Cherkaska region are the following: state regulation, integration and cooperation, infrastructure modernization, goods movement and trade development, along with the range expansion due to innovative technologies for thorough product processing. One of the main directions of marketing activities of poultry enterprises may be the development of its own trading network, which will include trademark stores in different cities of Ukraine.

There are also some weaknesses, insufficient product and technology competitiveness (considerable physical basic equipment deterioration), low work productivity, insufficient level of resource saving; high region dependence on energy prices, population differentiation, low income (the Gini coefficient 0.359 in 2012),

aging and natural population decrease [10].

Classical situational analysis based on SWOT-analysis of strength (strength), weakness (weakness), opportunities (opportunities), and threats (dangers) is used to evaluate the opportunities and threats coming from the external environment at macro and micro levels, as well as internal limitations of the organization and analysis of the region image, which is of particular importance for poultry products marketing (Table 6).

Table 6. SWOT-analysis of poultry enterprises marketing in Cherkaska region

Strengths	Weaknesses
Geographical location. Natural conditions and resources. Socio-economic potential.	Insufficient product and technology competitiveness: significant physical basic equipment deterioration and low work productivity. Insufficient level of resource saving: high dependence of the region on energy prices. Population differentiation, low income: aging and natural population decrease.
Opportunities	Threats
Development opportunities by increasing competitiveness and investment attractiveness: enhancing the competitiveness of poultry products through modernization and the development of traditional and new brands. Opportunities to take advantage of the geographical location: obtaining state support for the implementation of large infrastructure projects, efficient use of resources in poultry farming; obtaining synergy effect from the implementation of interregional projects; use of human resources at the expense of surrounding areas.	Geostrategic threats: European integration processes. Threats related to lack of competitiveness of the region agro-industrial complex in new economic conditions: increased competition from other countries, active promotion of poultry products similar to the marketing position of poultry products; risk of enterprise market position, outflow of skilled personnel and loss of technologies and traditions of production. Threat of increasing the demographic burden on poultry workers.

Source: compiled by the authors

The most important factors influence in the regional poultry production market development show that strengths and weaknesses are considered internal factors and opportunities and threats are external factors. The external opportunity factors are the following: development opportunities by increasing competitiveness and investment attractiveness (enhancing the competitiveness of meat products based on traditional and new brands modernization and development), opportunities to take advantage of the geographical location (obtaining state support for the implementation of large infrastructure projects) , efficient use of resources in poultry farming (obtaining synergy effect from the implementation of interregional projects (including MHP projects)), the use of human resources at the expense of surrounding areas. In terms of threats, they act as a geostrategic character (e.g., European integration processes), lack of competitiveness of agro-industrial complex in new economic conditions, increased competition from other countries, active promotion of poultry products similar to the marketing position of poultry products, outflow of skilled personnel and loss of technologies and traditions of production. There is also a great risk of

increasing the demographic burden on poultry workers. This method allows collecting, organizing and analyzing information, and it is suitable for the situation determining in analysis, organization, strategies development, etc. [5].

With regard to poultry products distribution channels, the most stable and organized poultry meat sales channels are processing enterprises. They sale 71.3% of all produced goods and only 22% are sold through other channels. The main competitors for enterprise poultry products are urban markets.

For the population of Ukraine, its economy, the effective development of poultry farming is of unique importance. Its uniqueness is that the industry is able to increase production volumes at an accelerated rate in the short term with little or no funding from the country's budget. Increased demand for poultry products is explained by the fact that it is the best substitute for fat and amino acid composition, most meets the requirements for food and their balance and is accessible to all population segments.

Forecasting for further growth in consumption in this segment stimulates the production of fresh poultry meat as one of the most attractive areas for the development of poultry farms for at least the coming years.

The increased consumption of poultry meat is due to the following factors: the safety of chicken meat at the biological level; the chemical structure of white meat is characterized by the optimal combination of low-cholesterol amino acid series; relatively low price in the meat market.

The poultry production in the households does not compete with industrial enterprises, as industrial production prevails in price and product range, taking into account the production scale, minimizing the average costs. And it's impossible to get the same variety of finished homegrown poultry products as you can achieve using industrial chicken. The poultry industry produces 30 – 50 thousand tons per year. Subsequently, when poultry enterprises, due to their production capacity, will be able to reduce the product price twice the cost of homegrown poultry, the poultry production segment will be reduced to 10% or less. Practice and science have proven that the most efficient production is provided at poultry enterprises, which hold 250 – 300 thousand poultry heads [11].

Our analysis of the current state of poultry enterprises in Cherkaska region reveals the basic patterns of poultry products market functioning: state non-interference in the sphere of market sharing and market regulation in general (reduction of public procurement, reduction of budget funding and extremely low level of state regulation); the economic role weakening of medium and small-scale poultry products enterprises while expanding the share of integrated enterprises in the total poultry production, sharp decrease in technical level; the diversification of distribution channels; the elimination of excess intermediary units in sales of poultry products leading to their price increase.

Conclusions. Based on the conducted research, it has been found that marketing system structure in poultry industry needs to be improved. An important prerequisite for further effective enterprise development is the allocation of marketing department into a separate unit, which would be responsible for all functions related to marketing activities, as well as coordinate the action of all other

units of the company in accordance with the market and consumer needs. Marketing activities of poultry enterprises are focused mainly on satisfying all potential consumers of their products. The subjective factor plays an important role in the successful promotion of poultry products in food market and in this connection more attention should be paid to aspects of consumer behavior.

Professional marketing management helps modern agricultural enterprises not only «survive» successfully but also create competitive agricultural production. The formation of marketing infrastructure and effective circulation of agricultural products, raw materials and foodstuff is an objective necessity for national agricultural enterprises. This is explained by two groups of factors, the first of which is related to ensuring the country food security, rising the competitiveness of producers and products, and the second – to the world economy globalization, Ukraine integration to the WTO, the development of interstate and interregional relations.

One of the promising directions of market functioning is wholesaling through distribution and logistics centers. The economic feasibility of introducing this type of trade is to create additional convenience for the wholesale buyer by bringing him the necessary information about the product. This form of trading involves the delivery of products to the consumer according to his request by computer system.

REFERENCES

1. Automatic Balance of Meat Demand and Supply in Ukraine is an information system created by FAO and EBRD under the «Dialogue of State and Business in Meat Sector of Ukraine» in order to increase transparency of meat market in Ukraine. URL: <http://meatbalance.org.ua>.
2. Buriak R. I. (2001) Marketing of poultry products in Ukraine. *Scientific Bulletin of NAU*. № 40. P. 340–343.
3. Cherven I. I., Shebanina O. V. (2007) The country food market is under development. *Bulletin of Prychornomoria Agrarian Science*. № 3. Vol. 2. P. 3–9.
4. Comparative distribution of personal incomes between Ukraine, the Russian Federation and the Republic of Poland per person per year, % (2010 – 2012): (Shuster LIVE, TRK Ukraine, (22.10.2010) URL: <http://rutube.ru/tracks/3702124.html>.
5. Kucher O. V. (2012) Estimation of marketing activity development at the enterprises of agro-industrial complex. *University research notes*. № 3. P. 535–539.
6. Porter Michael E. (1998) Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*. November December. P. 77–90.
7. Sendetska S. V. Features of product branding in the poultry meat market. URL: <http://vlp.com.ua/files/94.pdf>
8. State Statistics Service of Ukraine. website. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
9. Top 7 exporters of poultry meat (broilers) in 2018. URL: <https://agropolit.com/rating/top-7-eksporteriv-myasa-ptitsi-broyleriv-za-2018-rik>
10. Vlasenko T. (2014) Marketing technologies of efficiency increasing and

competitiveness of enterprises for the production of poultry products. *International scientific journal «PROGRESS»*. № 5–6. P. 119–122.

11. Yaroshenko F. A. (2004) Poultry farming in Ukraine: Status, problems and development prospects. K.: Agrarian Science. 503 p.

МАРКЕТИНГОВІ ЗАСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ПТАХІВНИЦТВА

Л. Шинкарук, Т. Власенко, А. Суханова, Ю. Власенко

Анотація. У статті досліджено організаційно-економічні засади виробництва продукції птахівництва, які формуються системою внутрішніх та зовнішніх чинників. Для діагностики цих чинників використовують систему розроблених економічних показників. Оцінка й аналіз цих показників дають змогу визначити стан організаційно-економічного рівня виробництва продукції птахівництва. Основною метою проведення даного дослідження є висвітлення результатів дослідження розвитку галузі птахівництва на підприємствах України. Планується провести аналіз структурної динаміки поголів'я птиці, та збільшення рівня прибутку внаслідок зменшення показника собівартості продукції. Актуальність цього дослідження зумовлюється проведенням подальших наукових досліджень тенденцій розвитку та регіональних особливостей підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємств із виробництва продукції птахівництва та обґрунтування стратегічних перспектив.

Під час розв'язання поставлених завдань використовувалися загальнонаукові і спеціальні методи: абстрактно-логічний – для уточнення сутності основних економічних категорій; аналізу й синтезу – для аналізу рівня розвитку та економічної ефективності функціонування підприємств птахівництва; порівняльний аналіз – для порівняння різноманітних явищ та процесів щодо їхнього впливу на економічну ефективність підприємств птахівництва. Об'єктом дослідження обрано Україну. Бо доцільність ефективного розвитку птахівництва зумовлена необхідністю розв'язання найважливішої соціально-економічної задачі – гарантування продовольчої безпеки не лише певного регіону, а і країни загалом, адже птахівництво є скоростиглою галуззю. Але проблема полягає у відновленні та розвитку птахівництва з залученням здобутків широкого кола спеціалістів, дослідження питань економічної ефективності виробництва продукції птахівництва з урахуванням особливостей технологічних процесів галузі.

Результати проведеного дослідження можуть бути корисними для аналізу та ефективного розвитку галузі птахівництва як складової аграрного сектору.

Ключові слова: економічна ефективність, маркетингове забезпечення, продукція птахівництва, собівартість продукції, поголів'я птиці, прибуток.