

**DMYTRO MOTORNYI TAVRIA STATE  
AGROTECHNOLOGICAL UNIVERSITY  
Faculty «Economic and Business»**

**Scientific papers**  
**OF DMYTRO MOTORNYI TAVRIA STATE  
AGROTECHNOLOGICAL UNIVERSITY  
(ECONOMIC SCIENCES)**

№ 1 (43)



Melitopol, 2021

**Засновник**

Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного  
Факультет економіки та бізнесу

**УДК 631.1(06)**

Збірник наукових праць Таврійського державного  
агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного  
(економічні науки) / За ред. С.В. Кальченка. – Мелітополь:  
Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2021. - № 1(43). –  
184 с.

**Голова редакційної колегії (науковий редактор):**

Кальченко С.В. – д.е.н., професор кафедри бізнес-консалтингу  
та міжнародного туризму

**Відповідальні за випуск збірника:**

Ортіна Г.В. – д-р. держ. упр., доцент, декан факультету  
економіки та бізнесу  
Кальченко С.В. - д.е.н., професор кафедри бізнес-консалтингу  
та міжнародного туризму  
Демченко І.В. – к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської  
справи та страхування

**Комп'ютерна верстка: Демченко І.В.**

Збірник наукових праць Таврійського державного  
агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного  
(економічні науки) включений до Переліку наукових фахових  
видань України, є науковим виданням, в якому можуть бути  
опубліковані основні результати дисертаційних робіт (наказ  
МОН №1328 від 21.12.2015 р.).

Відповідно до Порядку формування Переліку наукових  
фахових видань України (наказ МОН України від 15 січня  
2018 року № 32) присвоєно категорію «Б», що затверджено  
наказом Міністерства освіти і науки України від 02.07.2020  
№ 886.

Друкується за рішенням Вченої ради  
Таврійського державного агротехнологічного університету  
(протокол №07 від 30.03.2021 р.).

Свідцтво про державну реєстрацію друкованого засобу  
масової інформації КВ №24284-14124 ПР від 24.12.2019 р.

ISSN 2519-884X

**Index Copernicus Value (ICV) 2016: 47.1**  
**Index Copernicus Value (ICV) 2017: 55.32**  
**Index Copernicus Value (ICV) 2018: 55.94**  
**Index Copernicus Value (ICV) 2019: 56.52**

**Digital Object Identifier System (DOI)**

Матеріали друкуються мовами оригіналів – українською,  
російською та англійською.  
Погляди редколегії не завжди збігаються з позицією авторів.

**Адреса редакційно-видавничого відділу:**

Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного  
Навчальний корпус №2, кабінет 2.206  
пр-т Б. Хмельницького, 18,  
м. Мелітополь, Запорізька обл.  
72312, Україна  
тел./факс. (0619) 42-32-01  
e-mail: sp\_tsatu@tsatu.edu.ua, ludsln2017@ukr.net

Підписано до друку 30.03.2021 р.  
Формат 60x84/8. Папір офсетний.  
Гарнітура Times New Roman. Ум.-друк. арк. 15  
Наклад 100.

Мелітопольська типографія «Люкс»  
ППІ Верескун В.М. св. ДК № 1125  
72312, м. Мелітополь, вул. Грушевського ,10  
тел. (0619) 444511

Надруковано з готового оригінал-макету у Мелітопольській  
типографії «Люкс»

© Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного

# Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)

№ 1 (43), 2021

## ЗМІСТ

### ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Болтянська Л.О., Андреева Л.О., Лисак О.І.  
Вибір ідеї та фінансування стартапів..... 5

Грицаєнко М.І.  
ДОВІРА ЯК ІМПЕРАТИВ ВИКОРИСТАННЯ  
ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДОМОГОСПОДАРСТВ  
У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ..... 12

Грицаєнко М.І., Грицаєнко Г.І.  
ІНВЕСТИЦІЇ В ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ  
«РОЗУМНОГО БУДИНКУ» ..... 22

### ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Голуб Н.О.  
ПОЛЕЗАХИСНІ ЛІСОВІ СМУГИ – ЗНАЧЕННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ..... 30

### ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Завадських Г.М.  
ВПЛИВ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ  
РОЗВИТОК ОТГ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ ..... 36

Косторной С.В.  
ЗАСТОСУВАННЯ ЗНИЖЕНИХ СТАВОК ПДВ  
НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКУ ПРОДУКЦІЮ ..... 46

Косторной С.В., Демченко І.В.  
ЕЛЕКТРОННИЙ КАБІНЕТ ПЛАТНИКА ПОДАТКІВ..... 53

Пристемський О.С., Трусова Н.В.  
РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ  
ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ..... 59

Трусова Н.В., Якушева І.С., Радченко Н.Г.  
ДІЯЛЬНІСТЬ КРЕДИТНИХ СПЛОК НА РИНКУ  
ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ: СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ ..... 67

### МЕНЕДЖМЕНТ

Бочарова Н.О.  
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА  
МОТИВАЦІЙНА СКЛАДОВА В СИСТЕМІ  
АДМІНІСТРУВАННЯ ТА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ  
МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ  
ПІДПРИЄМСТВ ..... 73

Нестеренко С.А., Бочарова Н.О., Ярчук А.В. СУЧАСНІ АСПЕКТИ МЕНЕДЖМЕНТУ Й АДМІНІСТРУВАННЯ В ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....	82
Плотніченко С.Р., Вороніна Ю.Є. КОМУНІКАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ У РОБОТІ ПУБЛІЧНОЇ СЛУЖБИ....	88
Плотніченко С.Р., Шевчук О.Ю. ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОГО ІМІДЖУ ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ У PR .....	94
Сурженко Н.В. МЕНЕДЖМЕНТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	100
Шевчук О.Ю., Агеєва І.В. АКТУАЛЬНІСТЬ SOFT SKILLS В ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНО-ГО РОЗВИТКУ СПІВРОБІТНИКІВ ТА УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ КОМПАНІЇ .....	106
Ярчук А.В. РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ПРИ УХВАЛЕННІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ .....	114

## **ЕКОНОМІКА**

Демко В.С. ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ СТВОРЕННЯ ЕКСКУРСІЙНОГО ПРОДУКТУ В СФЕРІ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ .....	121
Захарченко О.Г., Бакіна Т.В., Почерніна Н.В. ПРОГНОЗ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ.....	128

Збарський В.К., Збарська А.В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ.....	137
---	-----

Кальченко С.В., Попова Т.В. ІНСТИТУЦІЙНА ПРИРОДА СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИХ АСПЕКТІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ .....	147
---	-----

Карпенко А.В., Пустовіт Ю. ОСВІТНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ АКТИВІВ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УКРАЇНІ .....	154
---	-----

## **МАРКЕТИНГ**

Марчук А.О. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ДИТЯЧОЇ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	166
---	-----

Шквиря Н.О., Арестенко Т.В. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДНІКИ СПОЖИВАЧІВ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ .....	175
--	-----

<b>Вимоги щодо розміщення статей у Збірнику наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки) .....</b>	<b>181</b>
--	------------

# ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК: 358.5; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-5-11

*Болтянська Л.О., к.е.н., доцент,  
larisabolt75@gmail.com*

*Андрєєва Л.О., к.е.н., доцент,  
cherkasova2408@gmail.com*

*Лисак О.І., к.е.н., доцент  
lysakksana@gmail.com*

*Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного*

## ВИБІР ІДЕЇ ТА ФІНАНСУВАННЯ СТАРТАПІВ

***Анотація.** Сучасні ринкові умови надають можливість перетворити бізнес-ідею в ринковий продукт. В статті зазначені аспекти пошуку та методи вибору ідеї. Розкрито можливі джерела фінансування українських стартапів, визначені переваги та недоліки співпраці стартапера з інвестором. Наведено рейтинг найбільш вдалих та перспективних до реалізації проектів, що отримали найбільший обсяг інвестицій для реалізації своїх бізнес-ідей.*

***Ключові слова:** бізнес-ідея, стартап, джерела пошуку ідеї, фінансування, інвестор, бізнес-інкубатор, венчурні капітал, бізнес-ангел, грантове фінансування.*

**JEL code classification: L26, M13, M19**

***Boltianska L.O., PhD, Ass. Prof.,***

***Andrieieva L.O., PhD, Ass. Prof.,***

***Lysak O.I., PhD, Ass. Prof.***

*Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University*

***Abstract.** A well-formed idea can determine the starting activity in the future of a capable entrepreneur, but in the future to continue the business requires updated ideas. The essence of the idea is formed under the influence of many internal human motives, external environmental factors, as well as the presence of some initial knowledge of the future entrepreneur. Especially important in this direction is the presence of a circle within which you can determine the source of a new idea, based on the scope of activities, the ability to invest equity and / or debt capital, the prospect of return on financial resources. Given the growing pace of technological progress, we believe that it is best to choose a business idea, giving preference to the most original proposal, even if it is unclear how to make money on such activities. It is especially important to focus on a favorite thing, or even a hobby where there is experience of activity. Every year in Ukraine the number of innovative ideas and progressive people who are ready to implement these ideas grows. However, the most original idea does not always survive in the market and finds funding for implementation. The main thing for a startup is to determine which investor is needed: who invests money to make their own profit or who helps manage the project. That is why the choice of an investor depends on the end result of the startup: the sale of a well-established business or activity in the established enterprise. The conceptual task of a startup in general is to determine the main purpose of their own business, as well as awareness of the directions and resources to achieve them. This provides an opportunity to determine a detailed algorithm of actions for the success of the goals. The number of innovative startups is growing every year, the number of progressive and creative people who want to realize their idea is increasing, but to move along the chain "from idea to first profits" requires a lot of effort, skills, knowledge, desire to constantly learn, develop and be ready to responsibility for the results.*

***Keywords:** business idea, startup, sources of idea search, financing, investor, business incubator, venture capital, business angel, grant financing.*



**Постановка проблеми.** Потенціалом будь якої підприємницької діяльності є ідея. Вдало сформована ідея може визначити стартову діяльність в майбутньому здатного підприємця, проте в подальшому для продовження підприємницької діяльності потрібні оновлені ідеї. Сутність самої ідеї формується під впливом багатьох внутрішніх мотивів людини, зовнішніх факторів середовища, а також наявність окремих початкових знань майбутнього підприємця. Особливо важливим в цьому напрямі є наявність кола, в межах якого можна визначити джерело нової ідеї, спираючись при цьому на сферу діяльності, можливості вкладання власного або/та позикового капіталу, перспективу окупності фінансових ресурсів. Тому, раціональний підхід до вибору бізнес-ідеї, джерел фінансування, особливостям механізму формування ідеї в готовий стартап на теперішній час є достатньо актуальним.

**Аналіз останніх наукових досліджень.** Тематикою та пошуком креативних ідей займаються не лише інвестори, підприємці, а також досліджують вчені. Останні, в своїх дослідженнях, намагаються окреслити коло питань щодо механізму вибору ідеї, акцентують увагу на формуванні стартапів та чинниках, що сприяють або перешкоджають цьому вибору. Так, окремі аспекти даної тематики висвітлені в роботах таких вчених, як Є. Бучацький, Ш. Веісер, Дж. Вонг, Б. Дорф, Г. Дрю, К. Зачаріасі, Б. Казнок, О. Кардаков, О. Мась, Д. Ставицький, П. Тіль та інші. Крім того, вітчизняними і зарубіжними науковцями досліджуються аспекти механізму реалізації бізнес-ідеї в готовий бізнес-план. Це висвітлено в роботах таких вчених як К. Барроу, О. Волков, М. Денисенко, В. Горемікін, А. Гречан, Р. Гріфін, В. Іванова, М. Йохна, О. Кузьмін, О. Мельник, Г. Осовська, В. Слиньков, В. Стадник, Г. Тарасюк, В. Ясинський тощо. Водночас, залишаються недостатньо висвітленими питання щодо формування бажань, знань та алгоритму дії самого стартапера на шляху до чіткого визначення самої суті ідеї, не досить висвітленими і навіть суперечливими залишаються особливості теоретичних та методичних засад розроблення бізнес-планів з урахуванням світового досвіду та особливостей розвитку економіки України.

**Мета роботи.** Метою статті є висвітлення та узагальнення питань пошуку та вибору бізнес-ідеї, визначення та характеристика існуючих джерел фінансування стартапів з урахуванням сучасного розвитку країни.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** При певних умовах ідея здатна перетворитися в ринковий продукт. На теперішній час особливої актуальності набувають питання пошуку та вибору бізнес-ідеї та в подальшому реалізації стартапів. Вважаємо, що успіх реалізації бізнес-ідеї залежить від обраної сфери діяльності, організаційно-правової форми малого підприємства, стратегії та тактики управління.

Велике значення обіймають методи, способи пошуку та відбору ідеї. Узагальнюючи дослідження вчених щодо методики пошуку та кінцевого вибору ідеї, можна виділити найбільш прийнятними три групи методів [1,2]:

- група індивідуальних методів творчого пошуку підприємницької ідеї включає: метод аналогії (використання подібного до вже відомого рішення), метод інверсії (вирішення нової проблеми від «зворотнього»), метод ідеалізації (спирається на уявленні про ідеальне вирішення проблеми);

- група колективних методів містить: метод «мозкового штурму», метод конференції, метод колективного блокнота (поєднує індивідуальні висунення ідеї з колективною її оцінкою);

- група методів активізації творчого пошуку - метод контрольних запитань (вирішення проблеми за допомогою певних запитань, які стимулюють власні міркування щодо висунутої ідеї), метод фокальних об'єктів (перенесення ознак випадково обраних об'єктів на об'єкт, що потребує вдосконалення), метод морфологічного аналізу (дослідження всіх можливих варіантів, виходячи з закономірної морфології об'єкта, що підлягає вивченню й аналізу).

В умовах зростання темпів технічного прогресу, вважаємо, що найкраще обирати бізнес-ідею даючи перевагу найбільш оригінальній пропозиції, навіть якщо незрозуміло, як на такій діяльності можна заробляти. Особливо важливо акцентувати увагу на улюбленій справі, або навіть хобі де присут-

ній досвід діяльності. Погоджуємося, що для ведення бізнесу перш за все необхідно [3,4]:

1. мати бажання робити бізнес, усвідомлювати мету, заради якої ним буде займатися, а також готовність нести відповідальність за його результати;

2. мати вміння, професіоналізм, знання; бажання постійно вчитись та підвищувати свою кваліфікацію;

3. ніколи не зупинятись на досягнутому, не опускаючи руки;

4. мати ресурси; розраховуючи лише на власні ресурси, підприємець суттєво зменшує ризики, але в той же час зменшує і можливість бізнесу.

Щороку в Україні зростає кількість інноваційних ідей та прогресивних людей, які готові втілювати ці ідеї. Проте, найоригінальніша ідея не завжди виживає на ринку та знаходить фінансування на реалізацію. Розробникам стартапів потрібно докласти багато зусиль, щоб знайти хоча б одне джерело фінансування. Фінансування стартапів є досить проблематичним питанням на фінансовому ринку України, так як залучити гроші на розвиток новоствореної компанії дуже складно, через високий ризик їх неповернення.

В сучасних умовах економічної нестабільності, світової пандемії пошук джерел фінансування українських стартапів є достатньо актуальним питанням. Багато досвідчених бізнесменів, світових та українських вчених в своїх дослідженнях намагаються дати певні рекомендації щодо пошуку інвесторів. Проте, вважаємо, що цей напрямок досліджень в умовах катастрофічно динамічного прогресу, підвищених вимог інвесторів до ідеї стартапу не має свого повного завершення.

Слід ознайомитись з основними загальноприйнятими джерелами фінансування (що мають місце в Україні), оскільки саме від стадії розвитку стартапів залежать джерела фінансування. Найпоширенішими моделями фінансування на теперішній час є: особисті інвестиції, F&F «друзі та родина», венчурний капітал, бізнес-ангели, бізнес-інкубатори, гранти, банківські кредити та краудфандинг.

1. Інвестування власних заощаджень – самий надійний метод забезпечення реалізації

стартапів. Якщо ви стаєте першим інвестором і ризикуєте власними коштами та активами – це демонструє іншим інвесторам готовність ризикувати та впевненість в кінцевому результаті. Інвестиції в компанію на початку її життєвого циклу за частую виявляються дуже вигідними.

2. F&F «друзі та родина». На різних стадіях стартапів дуже часто сподіваються на підтримку родини та друзів. Основною метою цього фінансування є наявність довіри та підтримки. До переваг такого фінансового джерела можна віднести відсутність боргів та отримання стартапером всього прибутку. Але, обсяг власних та сімейних коштів, які інвестуються, здебільшого, є незначним.

3. Венчурний капітал- це кошти, які вкладаються або є доступними для інвестування в нову ризиковану компанію венчурною фірмою. Це форма приватного капіталу та вид фінансування, який інвестори надають стартап-компаніям, що мають довгостроковий потенціал зростання [5,12]. До особливостей венчурного фінансування можна віднести:

- відносно невелика частка в капіталі компанії, яка завжди менша контрольного пакету;
- інвестиції на ранніх стадіях проекту;
- частина фонду в управлінні стартапом;
- продаж частки компанії після виходу продукції на ринок;
- диверсифікація ризиків.

Звичайний термін венчурної інвестиції становить 3-5 років, а в деяких випадках термін може сягати 7-8 років [6,8].

4. Бізнес-ангели - це зазвичай забезпечена приватна особа, що володіє капіталом, який вкладає в невеликі інвестиції за незначну порівняно з венчурними фондами частку в стартапі. Для отримання фінансування бізнес-ангела стартап та його автор повинен відповідати наступним критеріям:

- професіоналізм, мотивація, відданість ідеї;
- існування перспектив на ринку для зростання стартапу та збільшення потенціалу;
- чітко продуманий бізнес-план;
- можливість залучення додаткових видів фінансування - у разі успіху.

Бізнес-ангели здебільшого беруться за стартапи, ідея яких співпадає з напрямком їх

діяльності. Одночасно допомагають власним досвідом, мережею контактів, порадами щодо прийняття управлінських та технічних рішень.

Перевагами для стартапу від залучення бізнес-ангела можуть стати: контакти з венчурними компаніями, контакти зі стратегічними партнерами; поради та рекомендації, надійність, яку забезпечує інвестор, контакти з потенційними замовниками, контакти з потенційними працівниками, контакти з юристами, банками, бухгалтерами, знання ринку, стратегій подібних компаній [5,8].

Головним недоліком співпраці з бізнес-ангелами для стартапера є його пряме втручання в управління проектом, яке може не збігатися з баченням власника ідеї, а також загроза припинення фінансування на будь-якій стадії розвитку проекту при неузгодженості будь яких рішень.

Українські бізнес-ангели мають тісні зв'язки з іноземними інвесторами, що дозволяє їм акумулювати капітал та інвестувати його в прогресивні, але ризикові ідеї. Нині українські стартапи залучають «ангельські» інвестиції як від українських бізнес-ангелів, так і від зарубіжних (США та Європи). Український ринок нині представлений такими бізнес-ангелами: UAngel (спільнота українських бізнес-ангелів, засноване в 2014 р.); UAban (асоціація приватних інвесторів, частина EBAN, європейської спільноти бізнес-ангелів). Найчастіше інвестори дають гроші взамін на частку в капіталі компанії. Навіть у кращі часи українські стартапи могли отримати від інвесторів не більше декількох десятків тисяч доларів, віддавши за них 20-30% майбутнього бізнесу. Для порівняння, в США і Європі за сотні тисяч доларів інвестори просять лише кілька відсотків в компанії [6,10].

5. Бізнес-інкубатори як правило, надають підтримку інноваційним стартапам на різних етапах розвитку. Основною метою є комерціалізація нових технологій та зміцнення місцевої економіки. Фінансування від бізнес-інкубатора здійснюється у вигляді представлення вашого стартапу групам-ангелів та венчурним фондам, оскільки інкубатори постійно налагоджують зв'язки в фінансовому та інвестиційному секторах.

Учасник інкубатора (стартапер) отримує змогу: попрацювати з кваліфікованими фахівцями різних напрямків (переважно з технологічними, фінансовими, юридичними фахівцями, бізнесконсультантами); пройти майстер-класи, стажування, лекції, воркшопи в суміжних галузях, набуваючи знань, які стануть необхідними для розвитку бізнесу в майбутньому; здійснювати свої розробки в сприятливому середовищі (акселератори забезпечують офісним простором, офісною технікою, доступом до мережі Інтернет); отримати інформаційну підтримку (акселератори є брендами, які володіють зв'язками і медійним впливом, що дозволяє проектам одержати популяризацію в пресі вже на момент потрапляння до програми); залучити інвестора (інвестори часто цікавляться стартапами, які перебувають в інкубаторських програмах, оскільки до них потрапляють найбільш конкурентоспроможні, сильні та перспективні стартапи) [7,8].

6. Грантове фінансування – надається підприємцям урядом, міжнародними організаціями, спеціалізованими фондами та інш. Суть діяльності грантових організацій полягає у наданні фінансової підтримки молодим креативним людям із прогресивними ідеями. Грантова стадія характеризується фінансуванням без участі в капіталі. Слід зазначити, що на цій стадії не реалізується більшість проектів через брак фінансування, неактуальність самої ідеї, або нестачу досвіду автора.

7. Банківське кредитування. Для малих підприємств є можливість взяти участь в Державній програмі «Доступні кредити 5-7-9%», яка спрямована розвиток малого підприємництва в Україні, яка розпочалась у 2019 року [9,10]. Взагалі, ця Державна програма та запроваджені заходи спрямовані на створення та збереження вже існуючих робочих місць, що вирішує нагальну соціально-економічну проблему в суспільстві й є важливим в умовах зниження виробництва. Основними критеріями участі є: заявник має бути зареєстрований як юридична особа приватного права або фізична особа-підприємець; середня кількість працівників на момент подачі заявки не може перевищувати 50 осіб; розмір державної підтримки за Програмою не перевищує еквіваленту

200000 євро; кредит може бути спрямований на інвестиційні цілі та інші критерії.

Через економічну та політичну нестабільність, в Україні залишаються незадіяними ці джерела фінансових ресурсів для реалізації стартапів. Отриманню банківського кредитування нині перешкоджає високий рівень ризику стартапів, що для банку може означати неповернення вкладених коштів, а для стартапера – високі кредитні ставки та необхідність надання ліквідної застави або поручительства.

8. Краудфандинг. Концепція полягає в залученні значної кількості дрібних інвестицій від громадськості для отримання потрібної суми використовуючи онлайн-платформи. Якщо вдається зібрати потрібну суму, задовольняються потреби обох сторін – стартап отримує кошти, громадськість – заздалегідь визначені нагороди у вигляді товару, заохочувального подарунку тощо. Успіх проведення краудфандингової компанії залежить

від сторінки збору коштів. Її повинно бути просто знайти в пошукових системах, для більшого бачення потенційними інвесторами. Для швидкості збирання коштів потрібно розповсюджувати інформацію за допомогою соціальних медіа, місцевих ЗМІ, електронної та звичайної пошти [7,10].

Отже, вважаємо, що головним для стартапу є - визначення який інвестор потрібен: який вкладає гроші з метою отримання власного прибутку або який допомагає в управлінні реалізації проекту. Саме тому вибір інвестора залежить від кінцевого результату стартапу: продаж налагодженого бізнесу або діяльність у створеному підприємстві.

Щорічно в Україні складається рейтинг найбільш вдалих та перспективних до реалізації стартапів, які отримують необхідне фінансування. Наведемо рейтинг українських стартапів 2020 року, яким вдалося здобути найбільший обсяг інвестицій для реалізації своїх бізнес-ідей.

Таблиця 1

## Рейтинг українських стартапів 2020

Місце	Засновник	Офіси	Сфера використання	Рік створення	Обсяг залучених інвестицій
10	Дмитро Лисицький, Володимир Михалко,	Київ, Саннівейл (Каліфорнія)	B2B-платформа для персоналізації реклами	2017	\$3,4 млн
9	Олексій Любинський, Лілія Остапчук, Денис Голубовський, Арсен Костенко	Київ, Сан-Франциско (США)	Платформа для оренди й покупки нерухомості на блокчейне	2015	\$4,5 млн
8	Антон Авринський, Сергій Фадєєв, Дмитро Лятамбур, Сергій Клебанов, Володимир Зубенко	Київ	Платформа пошуку й доставки ліків Liki24	2017	\$5 млн
	Олег Оксюк	Київ, Сан-Франциско (США)	Онлайн-платформа для вивчення англійської мови для дітей від чотирьох років	2017	\$5 млн
7	Єгор Анчишкин	Київ	Сервіс доставки продуктів із супермаркетів	2010	5 млн євро
6	Роман Могильний, Олесь Петрів, Ярослав Бойко, Денис Дмитренко, Кирило Сигида, Дмитро	Київ	Прикладна програма для розваг на основі технології Face Swap (заміни обличчя на фото або відео із	2020	понад \$6 млн

Місце	Засновник	Офіси	Сфера використання	Рік створення	Обсяг залучених інвестицій
	Швець, Іван Алцібеєв		збереженням міміки)		
5	Володимир Панченко, Тамара Сланова, Олександр Кохановський	Київ	Блокчейн-біржа для продажу й обміну предметів із віртуальних ігор	2017	\$6,5 млн
4	Стас Матвієнко, Анна Поліщук	Київ, Сан-Франциско	Програма для бронювання сто-ликів та замовлення страв у ресторанах	2015	\$8,25 млн
3	Кирило Бігай, Сергій Лук'янов, Дмитро Волошин	Київ, Барселона	платформа для підбору репетиторів і вивчення іноземних мов	2012	\$10 млн
2	Богдан Сучик, Микола Лобанов	штаб-квартира в Лос-Анджелесі, українська команда працює у віддаленому режимі	Онлайн-тренажер для геймерів	2016	\$11,25 млн
1	Андрій Суржинський, Олександр Худа	Київ, Остін (США)	Сервіс для відеостримінгу, який дозволяє одночасно транслиувати відео на більш ніж 30 платформах: Youtube, Facebook, Periscope, Beam, Ustream, Twitch тощо	2015	\$50 млн

Джерело: власна розробка автора на основі [11,12]

Відповідно до даного рейтингу, в сучасних умовах 2019-2021рр. інвестори надають переваги різноманітним прикладним мобільним і не тільки програмам, онлайн-платформам, які прискорюють та полегшують сервісне обслуговування клієнтів не залежно від виду діяльності, статі та віку.

**Висновки.** Концептуальним завданням стартапера загалом є визначення основної мети власної справи, а також усвідомлення напрямів та ресурсів їх досягнення. Це надає можливість визначити детальний алгоритм дій задля успіху поставлених цілей. Жорстка конкуренція в бізнес-середовищі спонукає майбутнього підприємця не покладатися винятково на досвід та інтуїцію, а застосовува-

ти відомі та індивідуально-креативні інструменти щодо реалізації власної бізнес-ідеї. Немало важливим в успіху є знаходження прийняттого джерела фінансування, особа якого не перешкоджатиме просуванню стартапа, а навпаки – буде спроможним допомогти в управлінні реалізації проекту. Зауважимо, що кількість інноваційних стартапів щорічно зростає, збільшується кількість прогресивних і креативних людей, що бажають втілити свій задум, проте для просування по ланцюжку «від задуму – до перших прибутків» необхідно докласти багато зусиль, вмінь, знань, бажання постійно вчитись, різностороннє розвиватись та мати готовність до відповідальності за результати.

#### Список літератури:

1. Підприємницька ідея, її джерела та методи пошуку [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://studopedia.com.ua>

2. Болтянська Л. О. Тенденції і проблеми розвитку малого підприємництва в Україні / Г.М. Завадських, Л.О. Болтянська, М.А. Терещенко //International Scientific Conference Economy Digitalization: Processes, Strategies, Technologies: Conference Proceedings, January 24th, 2020, Kielce, Poland: Baltija Publishing, P. 38-41
3. Вибір бізнес-ідеї. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://pidruchniki.com>
4. Болтянська Л.О. Сучасні тенденції розвитку підприємництва в Україні / Андреева Л.О., Болтянська Л.О., Лисак Л.О. // ADVANCES OF SCIENCE: Proceedings of articles the international scientific conference. Czech Republic, Karlovy Vary – Ukraine, Kyiv, 28 September 2018;(P. 1343-1350) <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/5830>
5. Технології розробки стартапів: навчальний посібник. / О.Л. Перхач, Я.В. Левицька, О.І.Думи, Н.О. Іванкова, О.О. Корчинська та др. - Київ, 2021. - 128с.
6. Дуб А. Р. Джерела фінансування стартапів та можливості їх залучення в Україні [Електронний ресурс]/ А.Р.Дуб, М.-С. Б. Хлопецька // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України.- 2016. - Вип.1.- С. 87-92. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu2016\\_122](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu2016_122)
7. Стартап-інкубатори та бізнес-акселератори: що і де шукати? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tempus.nung.edu.ua>
8. Від ідеї до власної справи: Навч. посібник. /А.С.Коноваленко, Л.О.Болтянська, Д.М. Трачова та інш. - Мелітополь: Видавничо-поліграфічний центр «Люкс», 2017 – 278с.
9. Джерела фінансування проектів в сучасних умовах [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://nubip.edu.ua/node/76709>
10. Hrytsaienko M., Hrytsaienko H., Andrieieva L. and Boltianska L. The Role of Social Capital in Development of Agricultural Entrepreneurship. *Modern Development Paths of Agricultural Production*. 2019. pp. 427-440
11. Рейтинг українських стартапів – 2020: кому вдалося здобути найбільший обсяг інвестицій [Електронний ресурс] – Режим доступу <https://mind.ua/publications/20219740>
12. Болтянська Л.О. Від вибору бізнес-ідеї до її реалізації //Л.О.Болтянська, В.М. Тебенко //Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої.- Мелітополь 2017. С. 20-27

#### Reference:

1. Pidpriemnytska ideia, yii dzherela ta metody poshuku. URL: <https://studopedia.com.ua>
2. Boltianska L. O., Zavadskykh H.M., Tereshchenko M.A. (2020) Tendentsii i problemy rozvytku maloho pidpriemnytstva v Ukraini. International Scientific Conference Economy Digitalization: Processes, Strategies, Technologies: Conference Proceedings, January 24th, 2020, Kielce, Poland: Baltija Publishing, pp. 38-41
3. Vybir biznes-idei. URL: <http://pidruchniki.com>
4. Boltianska L.O., Andrieieva L.O., Lysak L.O. (2018) Suchasni tendentsii rozvytku pidpriemnytstva v Ukraini. ADVANCES OF SCIENCE: Proceedings of articles the international scientific conference. Czech Republic, Karlovy Vary – Ukraine, Kyiv, 28 September 2018; (pp. 1343-1350) <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/5830>
5. Perkhach O.L. (2021) Tekhnolohii rozrobky startapiv: navchalnyi posibnyk [Perkhach O.L., Ya.V. Levytska, O.I. Dumy, N.O. Ivankova, O.O. Korchynska ta dr.]. Kyiv, 128 p.
6. Dub A. R., Khlopetska M.-S. B. (2016) Dzherela finansuvannia startapiv ta mozhlyvosti yikh zaluchennia v Ukraini [Online]. Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy. Vyp.1, pp. 87-92. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu2016\\_122](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu2016_122)
7. Startap-inkubatory ta biznes-akseleratory: shcho i de shukaty? URL: <http://tempus.nung.edu.ua>
8. Konovalenko A.S. (2017) Vid idei do vlasnoi spravy: Navch. posibnyk. [A.S.Konovalenko, L.O.Boltianska, D.M. Trachova ta insh.]. Melitopol.: Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr «Liuks», 278 p.
9. Dzherela finansuvannia proektiv v suchasnykh umovakh URL: <https://nubip.edu.ua/node/76709>
10. Hrytsaienko M., Hrytsaienko H., Andrieieva L. and Boltianska L. (2019) The Role of Social Capital in Development of Agricultural Entrepreneurship. *Modern Development Paths of Agricultural Production*, pp. 427-440
11. Reitynh ukrainskykh startapiv – 2020: komu vdalosia zdobuty naibilshyi obsiah investytsii URL: <https://mind.ua/publications/20219740>
12. Boltianska L.O., Tebenko V.M. (2017) Vid vyboru biznes-idei do yii realizatsii. *Zbirnyk naukovykh prats TDATU (ekonomichni nauky) / Za red. L.V. Syniaievoi*. Melitopol, pp. 20-27

УДК: (477)304.33:330.3; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-12-21

Грицаєнко М.І., к.е.н., доцент  
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного  
nick.grytsayenko@tsatu.edu.ua

## ДОВІРА ЯК ІМПЕРАТИВ ВИКОРИСТАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДОМОГОСПОДАРСТВ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

*Анотація.* Метою статті є дослідження впливу довіри на використання інвестиційного потенціалу домашніх господарств як чинника розвитку підприємництва.

За аналізом динаміки доходів і витрат сформульована гіпотеза про вплив на активність фінансового інвестування домогосподарств довіри населення до основних інститутів фінансового ринку. Побудована виробнича функція залежності фінансових інвестицій домогосподарств від розмірів їхніх доходів, а також рівня довіри населення банкам. Запропоновані заходи для підняття рівня довіри інститутам фінансового ринку та активізації інвестиційної поведінки домашніх господарств.

*Ключові слова:* довіра, домогосподарство, підприємництво, заощадження, інвестиції, інвестиційний потенціал, інститути фінансового ринку, виробнича функція, соціальний капітал

**JEL code classification:** Q10, H55, I38

*Hrytsaienko M.I., PhD in Economics, Associate Professor  
Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University  
nick.grytsayenko@tsatu.edu.ua*

## TRUST AS AN IMPERATIVE TO USE THE INVESTMENT POTENTIAL OF HOUSEHOLDS IN THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP

*Abstract. Setting objectives.* The aim of the article is to study the impact of trust on the use of investment potential of households as a factor in business development.

*Research results.* The study used dialectical methods of cognition of processes and phenomena, including the monographic method (analysis of scientific achievements of domestic and foreign scientists on the investment potential of households, as well as trust), abstract-logical (theoretical generalizations and conclusions), the method of economic and statistical modeling (construction of the production function of the dependence of financial investments of households on the size of their income and the level of confidence in banks).

Based on the study of income and expenditure dynamics, the savings and investment behavior of households is analyzed. The hypothesis of the impact on the activity of financial investment of households of public confidence in the main institutions of the financial market, as well as other elements of social capital. The economic-statistical model (production function) of dependence of financial investments of households on the sizes of a salary, pension, incomes from business activity, and also level of trust of the population to banks is constructed. Measures are proposed to raise the level of trust in financial market institutions and intensify the saving and investment behavior of households.

*Conclusions.* Elements of scientific novelty are the formulated vision of the essence of trust in financial market institutions, as well as the production function of the dependence of financial investments of households on the size of their income, as well as the level of public confidence in banks.

The practical significance of the obtained results is the ability to identify aspects of the formation and use of trust as an imperative to realize the investment potential of households.

*Keywords:* trust, household, entrepreneurship, savings, investments, investment potential, financial market institutions, production function, social capital

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі розвитку світового та національного



господарства однією з найактуальніших проблем для України є «... активна інвестиційна політика, яка б мала систему стратегічних і тактичних цілей, а також оцінку необхідних ресурсів для їхнього досягнення» [1, с. 86]. Макроекономічним індикатором соціально-економічного становища країни є ощадна та інвестиційна поведінка домашніх господарств, які одночасно виступають постачальниками економічних ресурсів і основними споживачами товарів та послуг. Збільшення доходів домашніх господарств обумовлює зростання їхньої ролі як суб'єктів інвестиційної діяльності, що не тільки капіталізують частину своїх доходів, спрямовуючи їх у різні фінансові інститути і реальне виробництво, а й через збільшення споживання опосередковано сприяють зростанню інвестицій через ріст платоспроможного попиту на ринку товарів і послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми ощадної та інвестиційної поведінки домашніх господарств висвітлювалися у наукових працях багатьох дослідників, в тому числі закордонних, таких як Бровн С. [2], Ду П. [3], Іїла О. Й. [4], Іеміфохае О. [5], Явара Г. [6], а також вітчизняних – Бандури Т. І. [7], Кізими Т. [8], Коцюрубенко Г. [9], Лаврик С. С. [10], Циток Р. П. [11] та багатьох інших. Так, Бровн С., Буцціол А., Монтагнолі А. та Таилор К. досліджували роль фінансового консультування у формуванні структури інвестиційного портфеля домашніх господарств Великобританії [2]. Ду П. та Ченг Г. вивчали взаємозв'язок між конкуренцією в банківському секторі Китаю і неформальною фінансовою поведінкою китайських домогосподарств [3]. Іїла О. Й. зробив спробу дослідити вплив матеріальних цінностей на скорочення бідності серед сільських домогосподарств в Іджебу-Джеса, штат Осун [4]. Іеміфохае О. проаналізував вплив різних типів грошових переказів на бідність домогосподарств у сільських та міських районах та шести геополітичних зонах Нігерії [5]. Явара Г. наводив докази впливу доступу до формальних заощаджень на добробут домогосподарств в Гамбії. Зокрема, він вивчав, як доступ до формальних заощаджень може вплинути на такі результати домогосподарства, як загальні витрати, володіння активами тривалого користування,

витрати на охорону здоров'я і витрати на освіту [6].

Бандура Т. І. розрахувала інвестиційний потенціал домогосподарств у розрізі областей і проаналізувала їхню здатність до участі в інвестиційних процесах [7]. Кізима Т. розробила практичні рекомендації щодо активізації використання вітчизняними домогосподарствами основних інструментів інвестування заощаджень на фінансовому ринку України [8]. Коцюрубенко Г. обґрунтувала авторську точку зору щодо ролі грошових переказів у формуванні інвестиційного потенціалу домогосподарств [9]. Лаврик С. С. при аналізі інвестиційних можливостей населення розглянув проблеми, які стримують розвиток інвестиційної діяльності домогосподарств в Україні. Він вважає, що запорукою успішного залучення коштів населення із тіньової економіки може стати повернення довіри до банків, а також розвиток небанківських фінансових установ [10]. Циток Р. П. визначив, що заощадження домогосподарств України є резервним ресурсом національної економіки, що лише незначною мірою заходить на фінансовий ринок країни і використовується як інвестиційний ресурс [11].

Питання сутності довіри та її впливу на різноманітні аспекти життєдіяльності людини розкривали у власних дослідженнях численні науковці, в тому числі закордонні Бровн А. [12], Гуанг Й. [13], Плоої Д. Р. [14], Сіх Б. [15], Фукуяма Ф. [16], Штомпка П. [17], а також вітчизняні Алексеєнко Д. Д. [18], Андрущенко Г. І. [19], Біль М. М. [20], Буряк А. В. [21], Горбатюк В. І. [22], Зубова В. В. [23], Семенов А. Ю. [24], Федорів Т. В. [25] та багато інших. Так, Бровн А., Гаргуїло С. та Мегта Х. вивчали роль довіри в подоланні труднощів з отриманням доступу до фінансового капіталу для відкриття малого бізнесу в країнах, що розвиваються [12]. Гуанг Й. аналізував відмінності міських жителів, міських мігрантів, нових городян і сільських мігрантів Китаю з точки зору соціального капіталу та соціальної довіри [13]. Плоої Д. Р., Лионс А. та Кашіма Е. С. досліджували взаємозв'язок двох компонентів соціального капіталу – загальної довіри і мережевих ресурсів – з двома вимірами благополуччя – процвітанням і психологічним стресом – серед австралійських мігрантів



[14]. Сіх Б., ван Зіммерен Е., Попа Ф. та Фрісон Ч. у своїх дослідженнях фокусувались на структурах і механізмах, які необхідні для підтримки довіри, необхідної для ефективного функціонування інститутів колективних дій [15].

Алексеев Д. Д. аналізував роль довіри у підвищенні ефективності виробництва локальних суспільних благ з огляду на проблеми управління контрактним процесом і рівнем трансакційних витрат [18]. Андрущенко Г. І. аналізувала рівень довіри населення Дніпропетровської області до оточення і банківських установ [19]. Біль М. М. обґрунтував значення інституційної довіри як імперативу управління фінансовим забезпеченням регіону [20]. Буряк А. В. і Ласукова А. С. розглядали відновлення довіри до банків є один із заходів для забезпечення виконання загальнонаціональної програми реабілітації банківського сектору [21]. Горбатюк В. І. і Матузка Я. В. розкривали зміст суспільної довіри крізь призму теорії інституціоналізму та визначили її місце у складі фінансової культури системи управління державними фінансами [22]. Зубова В. В. досліджувала питання впливу фактору довіри на рівень депозитного ризику комерційного банку [23]. Семенов А. Ю., Бричко М. М. і Семенов В. В. у власному дослідженні були сфокусовані на сутності та значенні довіри на ринку сучасних фінансових послуг [24].

При визначенні сутності довіри більшість вчених пов'язувало її з певними очікуваннями. Так, Фукуяма Ф. підкреслював, що «довіра – це те, що виникає у членів спільноти при очікуванні того, що інші його члени будуть вести себе більш-менш передбачувано, чесно і з увагою до потреб оточуючих, у згоді з деякими загальними нормами» [16, с. 52]. Штомпка П. стверджував, що «довіра – це очікування того, що інші – люди, установи, організації – будуть діяти нам на користь: ефективно, чесно, порядно, безкорисливо, надійно» [17, с. 10]. З тим, що довіра є деяким авансом у людських відносинах стосовно майбутньої діяльності, згідна більшість науковців.

Незважаючи на значну кількість публікацій з даної проблематики, залишаються недопрацьованими питання сутності інвести-

ційного потенціалу домашніх господарств, його стану, а також особливостей фінансової поведінки домогосподарств в залежності від стану соціального капіталу та рівня довіри в суспільстві.

Вважаємо, що для визначення кількості ресурсів, які можуть бути спрямовані в інвестиційну сферу, а також для розробки відповідних заходів для стимулювання процесу трансформації заощаджень і поточних доходів домашніх господарств в інвестиції, важливою є оцінка інвестиційного потенціалу домашніх господарств, який пропонуємо розглядати як можливість і намір населення здійснювати заощадження та трансформувати їх в інвестиційні ресурси.

**Формулювання цілей статті.** Головною метою статті є дослідження ощадної та інвестиційної поведінки домашніх господарств у сучасній економіці, визначення сутності інвестиційного потенціалу домашніх господарств та впливу довіри на його використання.

**Виклад основного матеріалу.** Заощадження населення, які в розвинених країнах є основним джерелом інвестицій, утворюються в результаті розбіжності між рівнями отримання доходів та їхнього використання. В табл. 1 наведена динаміка середньомісячних доходів і витрат домогосподарств України.

Аналіз даних табл. 1 свідчить про те, що середньомісячні грошові доходи одного домогосподарства України за 2014-2019 рр. зростали щорічно в середньому на 21,8% і становили у 2019 р. 11145,04 грн. При цьому найбільшу питому вагу в грошових доходах мають оплата праці (62,3% у 2019 р.) і пенсії (17,8% у 2019 р.).

Доходи від підприємницької діяльності становлять відповідно 7,1%, доходи від власності (дивіденди від акцій та інших цінних паперів, відсотки по вкладах, доходи від здачі внайми нерухомості тощо) – лише 1,1%.

За 2014-2019 рр. грошові витрати домогосподарств зростали меншими темпами, ніж грошові доходи – щорічно в середньому на 19,2%. Переважну частину грошових витрат становили споживчі грошові витрати – у 2019 р. відповідно 90,1%.

Таблиця 1

**Динаміка середньомісячних доходів і витрат домогосподарств України,  
грн. в середньому на 1 домогосподарство**

Показники	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Середньо-річний темп росту, %
Грошові доходи, всього	4160,68	4676,00	5367,51	7146,28	8904,14	11145,04	21,8
у т.ч.:							
оплата праці	2228,02	2470,90	2914,70	4279,77	5391,23	6945,1	25,5
доходи від підприємницької діяльності та самозайнятості	238,50	286,19	325,14	365,32	592,77	792,91	27,2
доходи від власності	44,41	58,89	89,92	111,95	130,30	128,57	23,7
пенсії	1043,94	1116,92	1211,26	1400,77	1734,42	1982,59	13,7
Грошові витрати, всього	3692,19	4448,66	4948,62	6223,62	7438,06	8900,83	19,2
у т.ч.:							
споживчі грошові витрати	3338,30	4086,20	4528,23	5682,05	6742,77	8016,49	19,1
неспоживчі грошові витрати	353,89	362,46	420,39	541,57	695,29	884,34	20,1
з них:							
купівля нерухомості	1,2	9,96	14,63	7,79	16,82	41,37	103,0
капітальний ремонт, будівництво житла та інших будівель	19,66	13,55	9,71	22,34	23,89	39,63	15,1
купівля акцій, сертифікатів, валюти, вклади до банків	110,85	102,03	117,39	194,85	272,54	364,86	26,9
Залишок грошових коштів (особисті заощадження домогосподарств):							
грн.	468,49	227,34	418,89	922,66	1466,08	2244,21	36,8
%	11,3	4,9	7,8	12,9	16,5	20,1	x

Джерело: розраховано за даними державної служби статистики України

При цьому необхідно відмітити деяку інвестиційну активність домогосподарств – інвестиції в нерухомість відповідно зростали щорічно в середньому на 103,0%, у капітальний ремонт, будівництво житла та інших

будівель – на 15,1%, фінансові інвестиції (купівля акцій, сертифікатів, валюти, вклади до банків) – на 26,9%.

Особливу увагу при розгляді грошових витрат домогосподарств привертає показник

купівлі нерухомості, який за 2014-2019 рр. збільшився більше, ніж в 34 рази. Вважаємо, що, з одного боку, цей факт свідчить про бажання населення зберегти кошти від девальвації, особливо після кризового 2014-го року, з іншого – про недостатній рівень довіри до фінансових установ.

Різниця між грошовими доходами і витратами домогосподарств – це залишок грошових коштів, або особисті заощадження домашніх господарств, які характеризують рівень їхнього життя. За 2014-2019 рр. зали-

шок грошових коштів зростав щорічно в середньому на 36,8% і становив в 2019 р. 2244,21 грн., або 20,1% від середньомісячних грошових доходів одного домогосподарства. Безумовно, особисті заощадження домогосподарств можуть і повинні бути суттєвим джерелом інвестування – тобто значимим ресурсом економічного розвитку країни в цілому.

В табл. 2 наведені дані про динаміку депозитів домашніх господарств в розрізі валют.

Таблиця 2

**Динаміка розмірів депозитів домашніх господарств в розрізі валют,  
млрд. грн.**

Показники	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Середньорічний темп приросту, %
Депозити домашніх господарств, всього, млрд. грн.	410,38	410,9	444,68	495,31	530,25	576,13	7,0
в т.ч.							
у гривнях	196,14	198,88	209,6	252,44	289,42	339,17	11,6
у доларах США	180,63	177,43	199,28	203,68	202,57	198,4	1,9
у євро	31,77	33,03	34,48	38,06	37,21	37,54	3,4
Питома вага гривневих депозитів у загальному обсязі, %	47,8	48,4	47,1	51,0	54,6	58,9	x

*Джерело: розраховано за даними Національного банку України*

За 2014-2019 рр. питома вага гривневих депозитів в їхньому загальному обсязі коливалась від мінімального значення 47,1% у 2016-му році до максимального 58,9% у 2019-му році. Середньорічний темп приросту депозитів домашніх господарств в середньо-

му за цей період становив 7,0% проти 36,8% – у залишку грошових коштів домогосподарств.

Більш наочно порівняння ланцюгових темпів росту розмірів відповідних показників наведені на рис. 1.

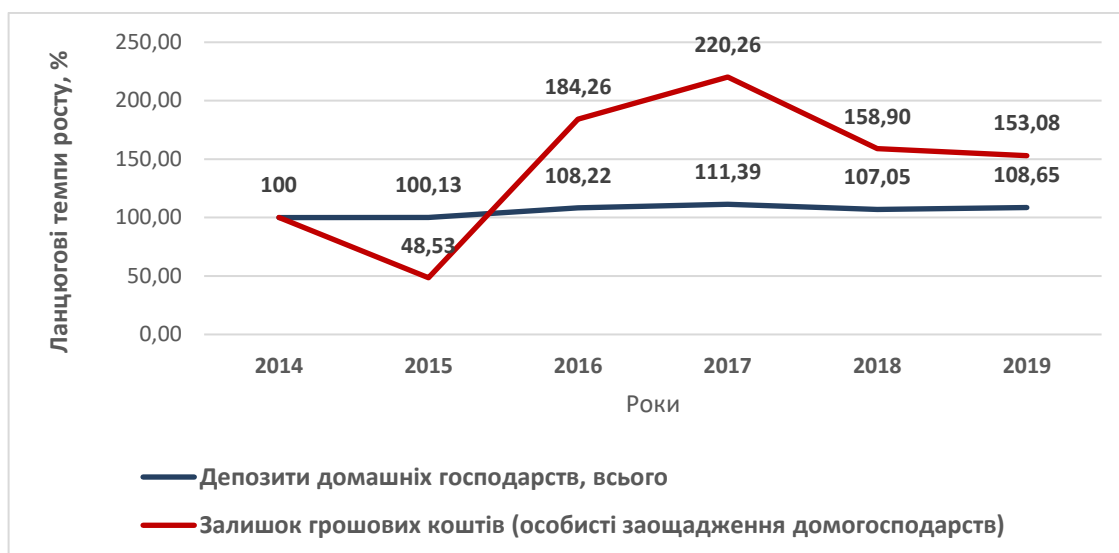


Рис. 1. Динаміка ланцюгових темпів росту розмірів депозитів домашніх господарств та залишку грошових коштів, %

Джерело: розраховано за даними Національного банку України

Безумовно, вивчення інвестиційного потенціалу має будуватися на аналізі стану фінансів домашніх господарств і на вивченні мотивів ощадного та інвестиційного поведінки, які, в тому числі, визначаються макроекономічними умовами життя населення. В даний час в економіці України ускладнено прояв домашніми господарствами своєї активної конструктивної ролі. З одного боку, це пояснюється доходами населення, з іншого – мотивами, якими керуються забезпечені домогосподарства.

Вважаємо, що на ощадну та інвестиційну поведінку домогосподарств впливають основні елементи соціального капіталу, серед яких центральне місце посідає довіра (рис. 2). Так, **довіра**, що впливає на фінансові інвестиції домогосподарств, це, насампе-

ред, очікування додаткового доходу та захисту заощаджень від девальвації, які виправдалися. Основні **норми**, що визначають фінансову поведінку домогосподарств, на наш погляд, це монетарна політика Національного банку України, механізм оподаткування доходів, інформаційна прозорість фінансового ринку та регулювання ринку цінних паперів. **Соціальні мережі** – це взаємодія домогосподарств з державою, бізнесом, інститутами фінансового ринку, а також наявна фінансова культура інвестування, інформованість населення у питаннях інвестування.

На жаль, в українському суспільстві панує недовіра інститутам фінансового ринку, зокрема банкам. На рис. 3 наведені дані стосовно довіри населення України до банків (за 5-бальною шкалою).

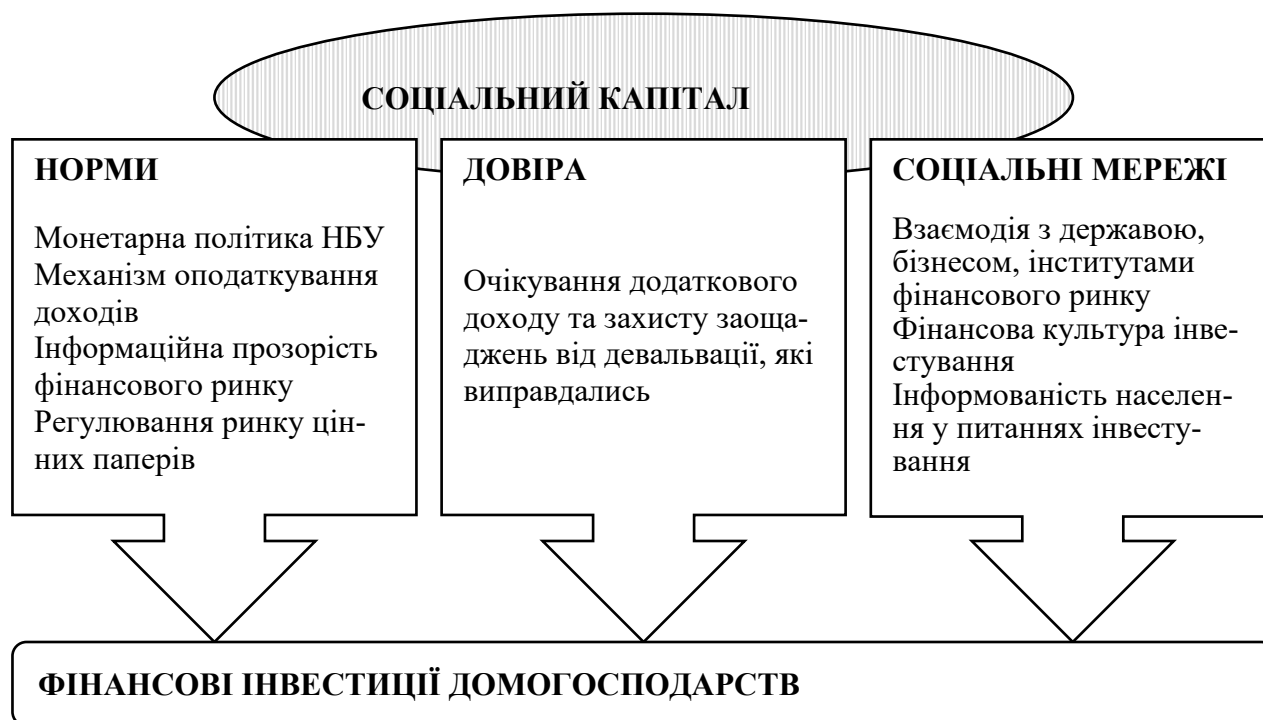


Рис. 2. Вплив соціального капіталу та його основних елементів на фінансові інвестиції домогосподарств

Джерело: складено на основі власних досліджень

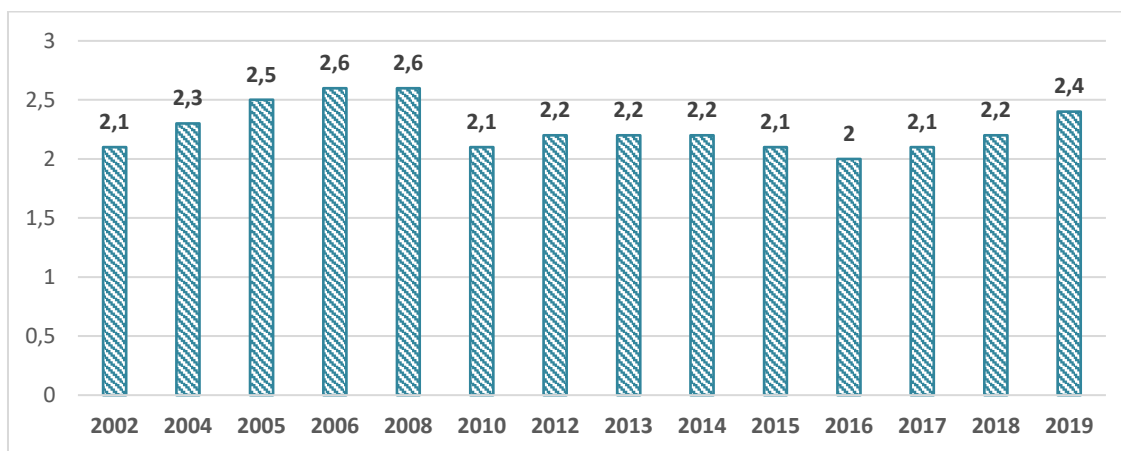


Рис. 3. Динаміка оцінки довіри населення до банків в українському суспільстві\*

\*Середній бал розраховувався для 5-ти бальної шкали, де 1 – повна недовіра, а 5 – повна довіра  
Джерело: складено на основі даних соціологічного моніторингу [25]

Як бачимо, впродовж 2002-2019 рр. оцінка довіри населення до банків не перевищувала 2,6 балів при максимальній оцінці в 5 балів, що свідчить про наявність суттєвих проблем фінансового ринку, які потребують системних рішень.

Для характеристики інвестиційного потенціалу домогосподарств пропонуємо використати виробничу функцію, яка відображає залежність купівлі акцій, сертифікатів, валюти, вкладів до банку, в середньому на 1 домогосподарство в місяць, грн. (у) від чинників, за 2008-2019 рр., має наступний вигляд:

$$y = 0,0521 \times x_1^{0,7966} \times x_2^{-0,0585} \times x_3^{0,1186} \times x_4^{1,6999}, \quad (1)$$

де:  $x_1$  – оплата праці в розрахунку на 1 домогосподарство в місяць, грн.;

$x_2$  – пенсія в розрахунку на 1 домогосподарство в місяць, грн.;

$x_3$  – доходи від підприємницької діяльності в розрахунку на 1 домогосподарство в місяць, грн.;

$x_4$  – рівень довіри банкам, балів (за максимальною оцінкою 5 балів).

Значимість рівняння множинної регресії в цілому оцінюється за допомогою F-критерію Фішера, розраховане значення якого дорівнює 96,63, що значно перевищує табличне значення ( $F_{\text{табл}} = 4,12$ ). Тобто, з вірогідністю 95% побудована виробнича функція відповідає вихідним даним, її доцільно використовувати в подальших дослідженнях.

Показники ступеня і-ого аргументу відображають еластичність результативного показника в залежності від зміни факторних ознак. Так, найбільший вплив на результативний показник має саме довіра банкам – її зміна на 1% спричинить відповідну зміну інвестицій домогосподарств у фінансові інструменти на 1,7%. Відповідна зміна оплати праці в середньому на 1 домогосподарство в місяць супроводжуватиметься зміною результативного показника на 0,8%, доходів від підприємницької діяльності – відповідно на 0,12. В той же час збільшення розмірів пенсії в середньому на 1 домогосподарство на 1% навпаки, сприятиме зменшенню результативного показника відповідно на 0,06%.

Тобто на основі побудованої виробничої функції можна стверджувати, що саме довіра є одним із значимих факторів, що обумовлює роль домогосподарств в інвестиційній діяльності країни. Вважаємо, що для покращення довіри необхідно вжити системні заходи, в тому числі вдосконалити систему відносин між всіма суб'єктами фінансового ринку, ліквідувати його «ручне» регулювання, посилити боротьбу з корупцією та монополістичними угодами, створити нові ефективні фінансові інструменти, забезпечити інформаційну прозорість діяльності всіх фінансових інститутів. Вважаємо, що виправданню фінансових очікувань домогосподарств та

підвищенню їхньої економічної зацікавленості сприятимуть розробка та реалізація державної та регіональних програм інвестування, а також розвиток регіональної фінансової інфраструктури, які будуть спрямовувати залучені заощадження домогосподарств в першу чергу на вирішення місцевих економічних та соціальних проблем.

На наш погляд, важливою причиною низького рівня трансформації інвестиційного потенціалу домашніх господарств – особистих заощаджень – в інвестиційні ресурси є недостатній рівень фінансової грамотності населення. Саме тому необхідним елементом інституційних перетворень економіки України є формування ринково-орієнтованого домашнього господарства з високою фінансовою культурою населення – сукупністю традицій, норм та ідей, що відображають рівень фінансової грамотності, навички і поведінку людей в області фінансових відносин.

**Висновки.** Таким чином, на основі аналізу ощадної та інвестиційної поведінки домашніх господарств було встановлено, що важливим чинником, який впливає на неї, є довіра до інститутів фінансового ринку, зокрема до банків, сутність якої можна визначити як очікування додаткового доходу та захисту заощаджень від девальвації, які виправдались.

На наш погляд, побудована виробнича функція залежності фінансових інвестицій домогосподарств від розмірів оплати праці, пенсії, доходів від підприємницької діяльності, а також рівня довіри населення банкам може бути використана в прогнозуванні та подальших дослідженнях. Вважаємо, що реалізація різноманітних заходів з покращення довіри населення фінансовим інститутам є незаперечним інструментом залучення ресурсів домогосподарств в економічний оборот, який може сприяти використанню особистих заощаджень домогосподарств в якості потужного поштовху динамічного розвитку підприємництва та економіки країни в цілому. Перспективами подальших досліджень є вивчення аспектів формування та використання довіри як імперативу реалізації інвестиційного потенціалу домашніх господарств.

**Список літератури:**

1. Грицаєнко Г. І., Грицаєнко М. І. Інвестиційна привабливість України. *Agricultural and Resource Economics : International Scientific E-Journal*, 2017. Вип. 3. №. 1. С. 80–93.
2. Brown S., Bucciol A., Montagnoli A., Taylor K.. Financial Advice and Household Financial Portfolios. *Working Papers*. 2020. 15/2020, University of Verona, Department of Economics. <https://ideas.repec.org/p/ver/wpaper/15-2020.html>.
3. Du P., Cheng H. Banking Competition and Households' Informal Financing: Evidence from China Household Finance Survey. *Emerging Markets Finance and Trade*. August 2020. DOI: 10.1080/1540496X.2020.1784139.
4. Ijila O. J. Household Endowment and Poverty Reduction. *Journal of Human Ecology*. 2020. Vol. 72(1-3). Pp. 88-96. DOI: 10.31901/24566608.2020/72.1-3/3264.
5. Iyemifokhae O. The impact of remittances on household poverty. *International Journal of Business and Economic Development*. 2020. Vol. 08(02). DOI: 10.24052/IJBED/V08N02/ART-04;
6. Jawara H. Access to savings and household welfare evidence from a household survey in The Gambia. *African Development Review*. 2020. Vol. 32(2). Pp. 138-149. DOI: 10.1111/1467-8268.12423.
7. Бандура Т. І. Дослідження інвестиційного потенціалу Карпатського регіону (в інституційному секторі домогосподарств). *Регіональна економіка*. 2019. № 3. С. 124-133.
8. Кізіма Т. Фінансові інструменти залучення заощаджень домогосподарств до інвестиційних процесів: прагматико-аналітичний аспект. *Вісник THEU*. 2018. Вип. 4. С. 33-46.
9. Коцюрубенко Г. Грошові перекази та їх роль у формуванні інвестиційного потенціалу домогосподарств України. *Науковий вісник ОНЕУ*. 2018. № 4. С. 104-116.
10. Лаврик С. С. Активізація інвестиційних можливостей домогосподарств у контексті детінізації економіки України. *Finance, accounting, banks*. 2018. Вип. 1. С. 121-128.
11. Циток Р. П. Заощадження домогосподарств як незалучений інвестиційний ресурс. *Економіка та держава*. 2018. № 12. С. 74-80.
12. Brown A., Garguilo S., Mehta K. The Relentless Pursuit of Financial Capital for Micro-enterprises: Importance of Trust and Social Capital. *International Journal for Service Learning in Engineering Humanitarian Engineering and Social Entrepreneurship*. October 2011. Vol. 6(2). Pp. 78-97. DOI: 10.24908/ijlse.v6i2.3660.
13. Huang Y. Social capital and social trust in urban China. *Chinese Journal of Sociology*. September 2018. Vol. 4(4). DOI: 10.1177/2057150X18790083.
14. Plooy D. R. du, Lyons A., Kashima E. S. Social capital and the well-being of migrants to Australia: Exploring the role of generalised trust and social network resources. *International Journal of Intercultural Relations*. November 2020, Vol. 79, Pp. 1-12. DOI: 10.1016/j.ijintrel.2020.07.001.
15. Six B., Zimmeren E., Popa F., Frison C. Trust and social capital in the design and evolution of institutions for collective action. *International Journal of the Commons*. March 2015. Vol. 9(1). DOI: 10.18352/ijc.435.
16. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию : пер. с англ. М. : АСТ : Ермак, 2004. 730 с.
17. Штомпка П. Доверие в эпоху глобализации. *Социальная политика и социология*. 2006. №4. С. 8-15.
18. Алексеєнко Д. Д. Довіра як базовий елемент інституціонального середовища виробництва локальних суспільних благ. *Бізнес Інформ*. 2020. №4. С. 8–14. DOI: 10.32983/2222-4459-2020-4-8-14.
19. Андрущенко Г. І. Довіра населення Дніпропетровської області банківським установам: динаміка та актуальний стан. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Серія : Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи*. 2012. № 993, Вип. 29. С. 131-135.
20. Біль М. М. Інституційна довіра в системі управління фінансовим забезпеченням регіону. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2016. Вип. 5. С. 74-78.
21. Буряк А. В., Ласукова А. С. Довіра до банків: огляд світових та вітчизняних підходів до визначення змісту та основних каналів впливу. *Вісник СДУ. Серія : Економіка*. 2019. № 3. С. 26-32. DOI: 10.21272/1817-9215.2019.3-3.
22. Горбатюк В. І., Матузка Я. В. Суспільна довіра в системі управління державними фінансами. *Фінанси України*. 2018. № 4. С. 93-106.
23. Зубова В. В. Довіра як фактор управління депозитним ризиком комерційного банку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 13. С. 39-44. DOI: 10.32702/2306-6814.2019.13.39.
24. Семенов А. Ю., Бричко М. М., Семенов В. В. Довіра на ринку сучасних фінансових послуг в Україні та світі. *Науковий вісник ХДУ. Сер. : Економічні науки*. 2018. Вип. 32. С. 167-172.
25. Паращевін М. Результати національних щорічних моніторингових досліджень 1992–2019 рр. *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін*. К.: ІС НАН України, 2019. С. 413-517.

**References:**

1. Hrytsaienko, H.I. & Hrytsaienko, M.I. (2017). Investment attractiveness of Ukraine. *Agricultural and Resource Economics : International Scientific E-Journal*, 3(1). 80–93 [in Ukrainian].
2. Brown, S., Bucciol, A., Montagnoli, A. & Taylor, K. (2020). Financial Advice and Household Financial Portfolios. *Working Papers*. 15/2020, University of Verona, Department of Economics. Retrieved from : <https://ideas.repec.org/p/ver/wpaper/15-2020.html>.
3. Du, P. & Cheng, H. (2020). Banking Competition and Households' Informal Financing: Evidence from China Household Finance Survey. *Emerging Markets Finance and Trade*. DOI: 10.1080/1540496X.2020.1784139.
4. Ijila, O. J. (2020). Household Endowment and Poverty Reduction. *Journal of Human Ecology*. 72(1-3). 88-96. DOI:

10.31901/24566608.2020/72.1-3/3264.

5. Iyemifokhae, O. (2020). The impact of remittances on household poverty. *International Journal of Business and Economic Development*. 08(02). DOI: 10.24052/IJBED/V08N02/ART-04;
6. Jawara, H. (2020). Access to savings and household welfare evidence from a household survey in The Gambia. *African Development Review*. 32(2). 138-149. DOI: 10.1111/1467-8268.12423.
7. Bandura, T. I. (2019). Study of the investment potential of the Carpathian region (in the institutional sector of households). *Regional economy*. 3. 124-133 [in Ukrainian].
8. Кізіма, Т. (2018). Financial instruments for attracting household savings to investment processes: pragmatic and analytical aspect. *Bulletin of TNEU*. 4. 33-46 [in Ukrainian].
9. Kotsiurubenko, H. (2018). Remittances and their role in shaping the investment potential of Ukrainian households. *ONEU Scientific Bulletin*. 4. 104-116 [in Ukrainian].
10. Lavryk, S. S. (2018). Activation of investment opportunities of households in the context of de-shadowing of Ukraine's economy. *Finance, accounting, banks*. 1. 121-128 [in Ukrainian].
11. Tsyotok, R. P. (2018). Household savings as an uninvolved investment resource. *Economy and state*. 12. 74-80 [in Ukrainian].
12. Brown, A., Garguilo, S. & Mehta, K. The Relentless Pursuit of Financial Capital for Micro-enterprises: Importance of Trust and Social Capital. *International Journal for Service Learning in Engineering Humanitarian Engineering and Social Entrepreneurship*. October 2011. Vol. 6(2). Pp. 78-97. DOI: 10.24908/ijlse.v6i2.3660.
13. Huang, Y. Social capital and social trust in urban China. *Chinese Journal of Sociology*. September 2018. Vol. 4(4). DOI: 10.1177/2057150X18790083.
14. Plooy, D. R. du, Lyons, A. & Kashima, E. S. Social capital and the well-being of migrants to Australia: Exploring the role of generalised trust and social network resources. *International Journal of Intercultural Relations*. November 2020, Vol. 79, Pp. 1-12. DOI: 10.1016/j.ijintrel.2020.07.001.
15. Six, B., Zimmeren, E., Popa, F. & Frison, C. Trust and social capital in the design and evolution of institutions for collective action. *International Journal of the Commons*. March 2015. Vol. 9(1). DOI: 10.18352/ijc.435.
16. Fukuiama, F. (2004). *Trust: social virtues and the path to prosperity*. M. : ACT : Ermak [in Russ.]
17. Shtompka, P. (2006). Trust in the age of globalization. *Social policy and sociology*. 4. 8-15 [in Russ.]
18. Aliksieienko, D. D. (2020). Trust as a basic element of the institutional environment for the production of local public goods. *Business Inform*. 4. 8-14. DOI: 10.32983/2222-4459-2020-4-8-14.
19. Andruschenko, H. I. (2012). Confidence of the population of Dnipropetrovsk region in banking institutions: dynamics and current situation. *Bulletin of KhNU named after VN Karazin. Series: Sociological research of modern society: methodology, theory, methods*. 993(29) C. 131-135 [in Ukrainian].
20. Bil', M. M. (2016). Institutional trust in the financial management system of the region. *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine*. 5. 74-78 [in Ukrainian].
21. Buriak, A. V. & Lasukova, A. S. (2019). Trust in banks: a review of global and domestic approaches to determining the content and main channels of influence. *Bulletin of the SSU. Series: Economics*. 3. 26-32. DOI: 10.21272/1817-9215.2019.3-3.
22. Horbatiuk, V. I. & Matuzka, Ya. V. (2018). Public trust in the public financial management system. *Finance of Ukraine*. 4. 93-106 [in Ukrainian].
23. Zubova, V. V. (2019). Trust as a factor in deposit risk management of a commercial bank. *Investments: practice and experience*. 13. 39-44. DOI: 10.32702/2306-6814.2019.13.39.
24. Semenoh, A. Yu., Brychko, M. M. & Semenoh, V. V. (2018). Trust in the market of modern financial services in Ukraine and the world. *Scientific Bulletin of KSU. Ser. : Economic sciences*. 32. 167-172 [in Ukrainian].
25. Paraschevin, M. (2019). Results of national annual monitoring surveys 1992-2019. *Ukrainian society: monitoring of social changes*. K. : IS of the NAS of Ukraine.



УДК: 336.22:338.2; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-22-29

Грицаєнко М.І., к.е.н., доцент  
nick.grytsayenko@tsatu.edu.ua

Грицаєнко Г.І., к.е.н., доцент  
halyna.hrytsaienko@tsatu.edu.ua

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

## ІНВЕСТИЦІЇ В ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ «РОЗУМНОГО БУДИНКУ»

**Анотація.** В статті розглядається сутність поняття «розумний будинок», визначається склад та взаємозв'язок основних елементів цієї ієрархічної системи, а також на основі опитування мешканців двокімнатних квартир з теплою підлогою здійснюється обґрунтування доцільності інвестицій в його енергоефективність. На основі дослідження визначені інші енергоефективні заходи, які сприятимуть підвищенню ефективності застосування системи «розумний будинок».

**Ключові слова:** «розумний будинок», енергоефективність, інвестиції, екологія, житлове середовище, інформаційно-комунікаційні технології

**JEL Code classification:** D1, D9, I3, R2

Hrytsaienko M.I., PhD in Economics, Associate Professor  
nick.grytsayenko@tsatu.edu.ua

Hrytsaienko H.I., PhD in Economics, Associate Professor  
halyna.hrytsaienko@tsatu.edu.ua  
Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University

## INVESTMENT IN THE ENERGY EFFICIENCY OF A "SMART HOUSE"

**Abstract. Setting objectives.** The purpose of the article is to determine the essence and composition of the "smart home" system, as well as to justify the feasibility of investing in its energy efficiency.

**Research results.** Based on the elaboration of literary sources, the author's definition of the concept of "smart home" as a complex hierarchical system of elements of automated care of the living space, which contributes to comfort and energy efficiency.

A hierarchical three-level system of "smart home" was considered: a house or apartment - rooms - a variety of devices and sensors that directly ensure the performance of daily routine tasks both indoors and outdoors, with minimal or no human intervention. The "smart home" system was also considered in terms of elements - devices and sensors. Finally, the "smart home" system is presented as a separate element of a larger system - through the prism of control methods.

Based on a survey of residents of two-room apartments with individual heating and underfloor heating, the feasibility of investing in energy efficiency of the "smart home" system was substantiated. Based on the study, other energy efficient measures have been identified that will help increase the efficiency of the smart home system.

**Conclusions.** Thus, due to the wider use of information and communication technologies - the introduction of a "smart home" - can improve the quality of human life, while significantly reducing the consumption of natural resources and contribute to the preservation of the natural environment, which confirms the feasibility of investment in this area.

**Keywords:** "smart home", energy efficiency, investment, ecology, living environment, information and communication technologies.

**Постановка проблеми.** Кліматичні зміни, необхідність збереження природних ресурсів та середовища, зростання потреб електроенергетики та цін на вуглеводневе паливо, а

також заклики щодо покращення здоров'я та продовження життя людей обумовлюють необхідність боротьби з глобальними екологічними проблемами. На жаль, загально-

світові викиди CO<sub>2</sub> у 2018-му році порівняно з 1990-м роком зросли на 63,4% і становили 33513,3 Мт CO<sub>2</sub>, або 4,42 т CO<sub>2</sub> на душу населення [10].

В 2016 р. була підписана «Угода мерів щодо клімату та енергії» [9], що об'єднала місцеві та регіональні влади, які добровільно взяли на себе зобов'язання з реалізації цілей Європейського Союзу в області клімату та енергетики на своїй території. Місцева влада, підписавши угоду, розділяє прагнення до зменшення використання вуглеводневого палива, а також підвищення стійкості міст, де громадяни матимуть доступ до безпечної та доступної енергії. Сторони, які підписали угоду, зобов'язуються скоротити викиди CO<sub>2</sub> не менш ніж на 40% до 2030 року і підвищити стійкість своїх населених пунктів до впливів зміни клімату [9].

Вважаємо, що перспективним напрямком у створенні енергоефективного житлового середовища є впровадження систем «розумного будинку», що обумовлює актуальність обраної теми дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми «розумного будинку» досліджують багато науковців, в тому числі зарубіжні: Агее Пг. [6], Албрехт Й. [7], Бруш А.Й. [7], Газас М. [7], Гао Х. [6], Жао З. [11], Клейнер Б. [6], Менг К. [11], Міллер Р. [7], МцЦои А. [6], Паїре Ф. [6], Цаї И. [11], Чен Ш.-Ф. [8] та інші, а також вітчизняні: Глибовець А.М. [1], Карпинець Р.М. [4], Мельський Д.О. [3], Моголівський В.О. [1], Сидоренко Р.В. [4], Староверов Р.М. [3], Фурман І.О. [3], Цмоць І.Г. [4], Чижевська М.А. [5] та багато інших дослідників. Так, Бруш А.Й., Албрехт Й., Міллер Р. та Газас М. висвітлюють дослідження розумних будинків за матеріалами журналу АСМ за інтерактивними, мобільними та загальними технологіями (IMWUT), представленими на Міжнародній спільній конференції АСМ у вересні 2019 року [7]. Жао З., Менг К. та Цаї И. розглядають підприємства, які розробляють інтелектуальне оздоблення для будинку – це підприємства з високими вимогами до інновацій, продукція яких здебільшого залежить від великих обсягів інвестицій у НДДКР для підтримання власної конкурентоспроможності [11].

Агее Пг., Гао Х., Паїре Ф., МцЦои А. та Клейнер Б. на основі багатофазного, змішаного методу дослідження пропонують при проектуванні та постачанні систем інтелектуального будівництва застосовувати ітеративний, орієнтований на людину підхід [6]. Чен Ш.-Ф. описує концептуальну модель розумних будівель як екосистеми екологічних компонентів. На думку автора, «розумність» будівлі повинна бути властивістю багатьох взаємодіючих компонентів, а не задалегідь запрограмованою координацією дій. В його дослідженні представлено прототип розумного будинку з програмним моделюванням та апаратним експериментом [8].

Незважаючи на численність публікацій, залишаються недопрацьованими питання інвестицій в енергоефективність «розумних будинків», у зв'язку з цим наявна потреба в їхньому подальшому науковому дослідженні.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Мета статті – визначення сутності та складу системи «розумний будинок», а також обґрунтування доцільності інвестицій в його енергоефективність.

**Виклад основного матеріалу.** Стратегічне значення для кожної країни мають інвестиції в енергетику та енергоефективність внаслідок того, що стан національної економіки та екології нерозривно зв'язаний з процесами виробництва та споживання енергії.

Розрахунки, зроблені за даними країн – колишніх республік СРСР – у 2018-му році, свідчать про наявність дуже сильного, близького до функціонального зв'язку між загальними викидами CO<sub>2</sub> (y) та розміром ВВП країни (x):

$$y = 0,3902x - 3,2501;$$

$$D = 0,886; R = 0,9413.$$

Тобто, збільшення ВВП країни на 1 млрд. міжнародних доларів (за паритетом купівельної спроможності) супроводжується ростом загальних викидів CO<sub>2</sub> на 0,39 Мт CO<sub>2</sub>.

Залежність загальних викидів CO<sub>2</sub> (y) від розмірів загальної пропозиції первинної енергії (y) також має прямо пропорційний характер з майже функціональним зв'язком:

$$y = 2,317x - 1,48;$$

$$D = 0,9538; R = 0,9766.$$

За розрахунками, збільшення загальної пропозиції первинної енергії на 1 Мтоє викликає зростання загальних викидів на 2,32 Мт CO<sub>2</sub>.

Вважаємо, що кореляційно-регресійні залежності розмірів загальних викидів CO<sub>2</sub> від факторів, що на них впливають, ілюструє проблеми енергоспоживання та екології, які загострюються з кожним роком і потребують суттєвих інвестицій для боротьби з негативними наслідками.

В 2020-му році внаслідок епідемії COVID-19 значно зменшилися попит та ціни на ене-

ргоносії, внаслідок чого загальносвітові інвестиції в чисту енергію та енергоефективність порівняно з 2019-м роком скоротилися на 68 млрд. дол. США і становили 567,8 млрд. дол. США [10]. В той же час в Україні продовжились розробка та впровадження інвестиційних проєктів з відновлюваної енергетики та енергоефективності. Так, станом на 01 жовтня 2020 р. в Україні розроблялось 918 проєкти (рис. 1), в тому числі 42 – у Запорізькій області, з яких 3 проєкти у м. Мелітополі та Мелітопольському районі [2].

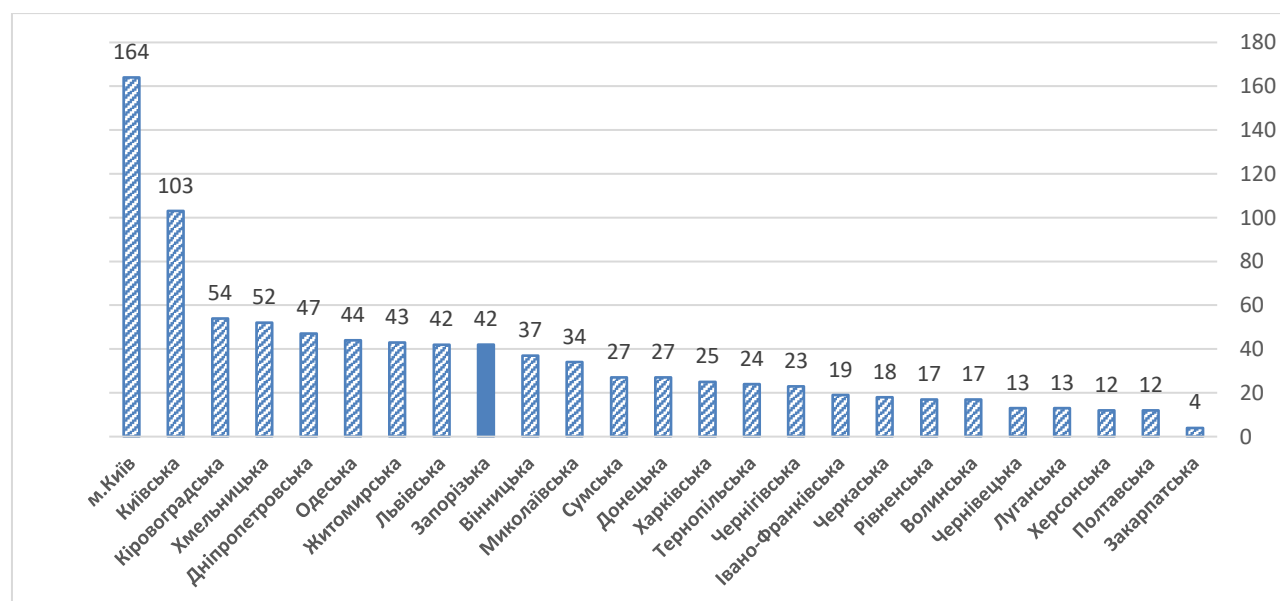


Рис. 1. Кількість інвестиційних проєктів у сфері відновлювальної енергетики та енергоефективності станом на 01.10.2020 р., од.

Джерело: складено за даними [2]

Одним з далекосяжних напрямів створення енергоефективного житла є впровадження систем «розумного будинку». Для розв'язання проблем, пов'язаних з інвестиціями в їхній розвиток, необхідно чітко визначитись з сутністю цього поняття (табл. 1).

Різні автори, визначаючи сутність поняття «розумний будинок», використовують схожі епітети: сукупність [1], комплекс [4], систе-

ма [3, 5]. Вважаємо, що з позицій системного підходу доцільно «розумний будинок» розглядати як складну ієрархічну систему елементів автоматизованого догляду за житловим приміщенням, яка сприяє підвищенню комфортності та енергоефективності. На рис. 2 наведена ієрархічна трирівнева система «розумного будинку».

## Тракткування сутності поняття «розумний будинок»

Автор	Тракткування
Глибовець А.М., Моголівський В.О. [1, с. 30]	Розумний будинок – це сукупність програмного й апаратного забезпечення, що об'єднує та координує роботу всіх пристроїв у приміщенні, а також дає змогу керувати ними як одним цілим.
Фурман І.О., Староверов Р.М., Мельський Д.О. [3, с. 79]	«Розумний будинок» – це система автоматичного керування різними інженерними системами як всередині, так і поза приміщенням. Найбільш інтелектуальне керування комфортом, якщо до комплексу підключені абсолютно всі системи: освітлення та опалення, водо-, газопостачання, кондиціонування і вентиляція і т.д.
Цмоць І.Г., Карпінець Р.М., Сидоренко Р.В. [4, с. 108]	Інформаційні технології розумного будинку повинні зв'язати в єдиний комплекс різне обладнання та інженерні підсистеми житла, керувати ними так, щоб забезпечувати високу енергоефективність і створювали максимально комфортний стан для проживання.
Чижевська М.А. [5, с. 61]	«Розумний будинок» – це комплексна система, здатна управляти пристроями за заздалегідь створеним алгоритмом реагування на задані події. «Розумний будинок» дозволяє управляти домашніми енергоресурсами і мінімізувати нераціональне витрачання енергетичних ресурсів.
Чижевська М.А. [5, с. 62]	Розумний будинок – це система, сукупність пристроїв з єдиним центром управління. Основне завдання системи полягає у виконанні повсякденних задач без участі людини або з найменшим її втручанням. Список завдань визначається потребами і можливостями споживача. Розумний будинок – це високотехнологічна система, яка створена об'єднати всі комунікації приміщення.

*Джерело: складено на основі опрацювання літературних джерел*

Так, на першому рівні ієрархічної системи розміщується безпосередньо будинок або квартира, на другому – кімнати, на третьому – різноманітні прилади і сенсори, які безпо-

середньо забезпечують виконання повсякденних рутинних завдань як всередині, так і поза приміщенням, з мінімальним втручанням або без участі людини.

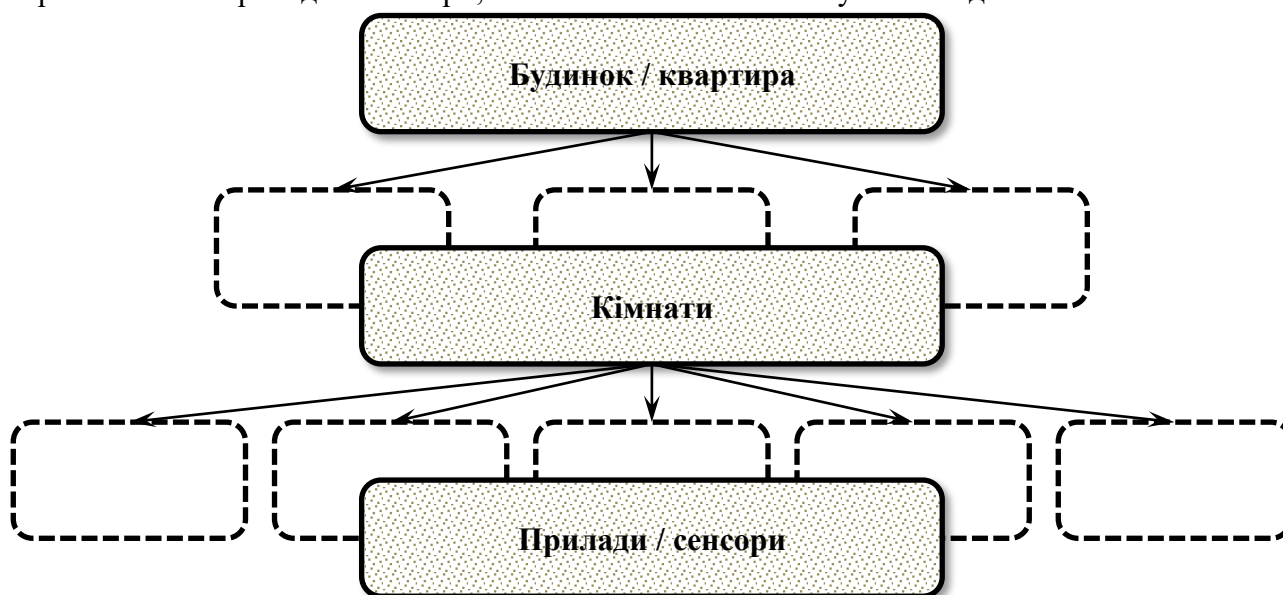


Рис. 2. Ієрархічна система «розумного будинку»

*Джерело: складено на основі власних досліджень*

Систему «розумний будинок» можна розглядати в розрізі елементів – пристроїв та сенсорів (рис. 3). Основними сенсорами будуть виступати датчики температури, вологості, руху, пристроями – відповідно домашні роботизовані та просто електронні асистенти, предмети «розумної» побутової техніки та інших пристроїв, пристрої для забезпечення безпеки, а також розважальні аудіо- та відеосистеми.

Систему «розумний будинок» можна розглядати як окремий елемент більш крупної системи – через призму способів керування (рис. 4). Тобто, керувати «розумним будинком» можна за допомогою дистанційного пульта і панелі управління, автоматично – на основі сенсорів, а також віддалено – через мобільні та стаціонарні пристрої.

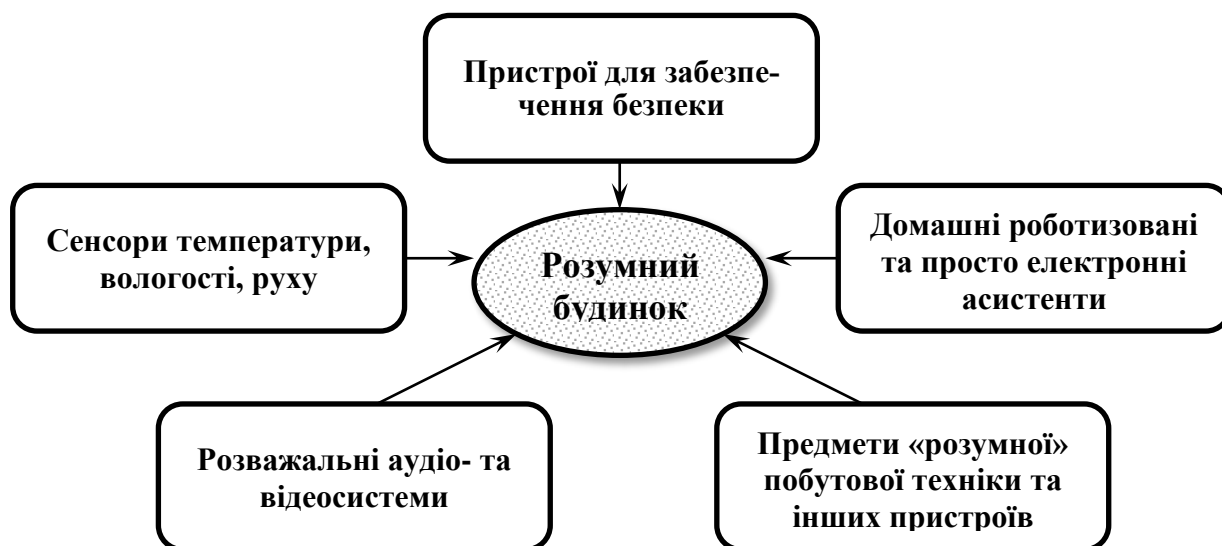


Рис. 3. Елементи системи «розумний будинок»

Джерело: складено на основі власних досліджень

Як приклад системи «розумний будинок» було розглянуто Metafora – бюджетне рішення від німецького виробника компанії Larnitech GmbH вартістю 19,9 тис. грн. (ціна в роздрібній торгівлі в грудні 2020 р.). Ця

система дозволяє повноцінно управляти дво- та трикімнатною квартирою, має віддалений доступ, безкоштовний додаток в AppStore і Play Market для управління квартирою зі смартфона.



Рис. 4. Основні способи керування «розумним будинком»

Джерело: складено на основі власних досліджень

Для розрахунку ефективності інвестицій в систему «розумний будинок» було опитано 17 осіб, які мешкають в місті Мелітополь у двокімнатних квартирах з індивідуальним опаленням та теплою підлогою (табл. 1).

Таблиця 1

**Розрахунок ефективності системи «розумний будинок» для двокімнатної квартири з індивідуальним опаленням та теплою підлогою**

Показник	В середньому на одну квартиру за місяць періоду	
	міжопалювального (з 1 травня до 30 вересня включно)	опалювального (з 1 жовтня до 30 квітня включно)
Площа квартири, кв. м	60,2	60,2
Кількість мешканців, осіб	3	3
Витрати:		
електроенергії		
кВ/год	264,3	243,4
грн.	305,04	275,8
води		
куб. м	14	16
грн.	490,89	562,03
газу		
куб. м	21,9	86,9
грн.	226,55	898,66
Очікувана економія від використання системи «розумний будинок», всього, грн.	347,98	639,44
в т.ч.:		
електроенергії*		
%	20	20
грн.	61,01	55,16
води*		
%	40	40
грн.	196,36	224,81
газу*		
%	40	40
грн.	90,62	359,46

\* економія ресурсів за даними [7, с. 66]

Джерело: розраховано на основі власних досліджень

Таким чином, за розрахунками, за шість місяців міжопалювального періоду очікувана економія від використання системи «розумний будинок» становитиме 2087,9 грн., опалювального періоду – відповідно 3836,62 грн. За рік очікувана економія може скласти до 5924,52 грн. Термін окупності системи «розумний будинок» Metaforsa становитиме 3,4 року.

Крім цього, система «розумний будинок» сприятиме економії на обслуговуванні, бага-

тократному збільшенні терміну служби устаткування, запобіганню виникнення аварійних ситуацій тощо.

Безумовно, підвищенню ефективності застосування системи «розумний будинок» сприятимуть інші енергоефективні заходи, в тому числі заміна вікон, теплоізоляція стін та даху, встановлення вітрогенераторів, автономних сонячних електростанцій, сонячних колекторів для нагрівання води тощо. В Україні для населення та ОСББ з метою підт-

римки енергозбереження діє Урядова програма «теплих кредитів», а також місцеві програми здешевлення «теплих кредитів» [2].

Аналіз існуючих варіантів використання систем «розумний будинок» свідчить про те, що для максимального ефекту енергоефективними якостями повинна володіти вся житлова забудова, тобто житлові будинки, прилегла територія, а також уся необхідна для їхнього обслуговування інфраструктура.

На жаль, у вітчизняній практиці будівництва та архітектури недостатньо відповідних прикладів, які б у найбільшій мірі відповідали сучасним вимогам до формування енерго-і ресурсоефективного, комфортного, здорового і гармонійного з природою житлового середовища. Вважаємо, що необхідні суттєві інвестиції для проведення наукових досліджень

зі створення інженерних і комп'ютерних технологій життєзабезпечення та енергоефективності житла, а також для подальшого застосування отриманих результатів у практиці проектування і будівництва.

**Висновки.** Отже, за рахунок більш широкого застосування інформаційно-комунікаційних технологій – впровадження системи «розумний будинок» – можна покращувати якість життя людини, при цьому суттєво скорочувати споживання природних ресурсів та сприяти збереженню природного середовища, що підтверджує доцільність інвестицій в цьому напрямі. Перспективами подальших досліджень є аналіз українського ринку відповідних товарів та технологій, а також ефективності їхнього застосування для створення комфортних умов життя сучасної людини.

#### Список літератури:

1. Глибовець А.М., Моголівський В.О. Аналіз програмних систем підтримки розумного будинку. *Control systems and computers*, 2019. № 3. С. 30-37.
2. Інвестиції. Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України : веб сайт. URL: <https://saee.gov.ua/uk/business/investyscii> (дата звернення: 25.12.2020).
3. Фурман І.О., Староверов Р.М., Мельський Д.О. Огляд можливостей «розумного будинку» для покращання побутових умов та зменшення витрат на утримання домогосподарств. *Енергетика та комп'ютерно-інтегровані технології в АПК*. 2014. № 2. С. 79-80.
4. Цмоць І.Г., Карпинець Р.М., Сидоренко Р.В. Структури та алгоритми роботи підсистем управління мікрокліматом і освітленням розумного будинку. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2018. Т. 28, № 1. С. 108-111.
5. Чижевська М.А. Параметри інформаційної системи «розумний будинок». *Наукові записки УНДІЗ*. 2019. №4(56). С. 61-67.
6. Agee Ph., Gao X., Paige F., McCoy A., Kleiner B. A human-centred approach to smart housing, *Building Research & Information*. 2020. URL: [https://www.researchgate.net/publication/343859256\\_A\\_human-centred\\_approach\\_to\\_smart\\_housing](https://www.researchgate.net/publication/343859256_A_human-centred_approach_to_smart_housing) (date of application: 25.12.2020).
7. Brush A.J., Albrecht J., Miller R., Hazas M. Smart Homes. *IEEE Pervasive Computing*. 2020. Vol. 19(2). P. 69-73.
8. Chien Sh.-F. An Emergent Smart House. *Communications in Computer and Information Science*. 2013. Vol. 369. P. 198-209.
9. The Covenant of Mayors for Climate and Energy Reporting Guidelines. *European Commission* – website. URL: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/covenant-mayors-climate-and-energy-reporting-guidelines>. (date of application: 25.12.2020).
10. World Energy Investment. *International Energy Agency* : website. URL: <https://www.iea.org>. (date of application: 25.12.2020).
11. Zhao Z., Meng Q., Cai Y. Research on Measures to Improve the Innovation Performance of R&D Investment in Smart Home Enterprises. *Open Journal of Business and Management*. 2018. Vol. 06(04). P. 890-899.

#### References:

1. Hlybovets', A.M. & Moholivs'kyj, V.O. (2019). Analysis of software systems for smart home support. *Control systems and computers*, 3, 30-37 [in Ukrainian].
2. Investments. *State Agency for Energy Efficiency and Energy Saving of Ukraine* (2020). Official web-site. Retrieved from: <https://saee.gov.ua/uk/business/investyscii> [in Ukrainian].
3. Furman, I.O., Staroverov, R.M. & Mel's'kyj, D.O. (2014). Overview of the possibilities of a "smart home" to improve living conditions and reduce the cost of maintaining households. *Energy and computer-integrated technologies in agriculture*, 2, 79-80 [in Ukrainian].
4. Tsmots', I.H., Karpinets', R.M. & Sydorenko, R.V. (2018). Structures and algorithms of operation of subsystems of microclimate control and lighting of a smart home. *Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*, 28(1), 108-111 [in Ukrainian].
5. Chyzhevs'ka, M.A. (2019). Parameters of the information system "smart home". *Scientific notes of UNDIZ*, 4(56), 61-67 [in Ukrainian].

6. Agee, Ph., Gao, X., Paige, F., McCoy, A. & Kleiner, B. (2020). A human-centred approach to smart housing, *Building Research & Information*. Retrieved from: [https://www.researchgate.net/publication/343859256\\_A\\_human-centred\\_approach\\_to\\_smart\\_housing](https://www.researchgate.net/publication/343859256_A_human-centred_approach_to_smart_housing) (date of application: 25.12.2020).
7. Brush, A.J., Albrecht, J., Miller, R. & Hazas, M. (2020). Smart Homes. *IEEE Pervasive Computing*, 19(2), 69-73.
8. Chien, Sh.-F. (2013). An Emergent Smart House. *Communications in Computer and Information Science*, 369, 198-209.
9. The Covenant of Mayors for Climate and Energy Reporting Guidelines. *European Commission* (2020). Official web-site. Retrieved from: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/covenant-mayors-climate-and-energy-reporting-guidelines>. (date of application: 25.12.2020).
10. World Energy Investment. *International Energy Agency* (2020). Official web-site. Retrieved from: <https://www.iea.org>. (date of application: 25.12.2020).
11. Zhao, Z., Meng, Q. & Cai, Y. (2018). Research on Measures to Improve the Innovation Performance of R&D Investment in Smart Home Enterprises. *Open Journal of Business and Management*, 06(04), 890-899.



# ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

УДК: 631.95:630.266; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-30-35

Голуб Н.О., к.е.н., доцент  
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного  
e-mail nataliia.holub@tsatu.edu.ua

## ПОЛЕЗАХИСНІ ЛІСОВІ СМУГИ – ЗНАЧЕННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ

*Анотація.* В статті досліджено теоретичні аспекти полезахисних лісових смуг та їх інвентаризації. Обґрунтовано важливість проведення інвентаризації та здійснення обліку лісових смуг. Доведена необхідність обліку полезахисних лісових смуг. Сформульовано етапи проведення інвентаризації полезахисних смуг. Визначено основні заходи по удосконаленню.

**Ключові слова:** полезахисні лісові смуги, облік, інвентаризація, ерозія, витрати, вихідні дані.

**JEL code classification:** M41, O13, Q23

Golub N, Ph.D., Associate Professor  
Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University  
e-mail nataliia.holub@tsatu.edu.ua

## FIELD PROTECTIVE FOREST STRIPS - REASONS FOR INVENTORY

**Abstract.** Field protective forest belts are one of the most effective means of combating desertification and drought, especially in the steppe zone. To date, there are no regulations that would determine the procedure for their maintenance and preservation in order to perform agroforestry. It is determined that field protective forest belts are recognized as one of the most effective factors of preservation of steady functioning of suburban landscapes in the conditions of anthropopression. Hence the importance and necessity of intensifying work focused on solving scientific and practical tasks on the inventory of tree plantations of protective forest belts, determining their phytosanitary status, species composition of pests and diseases, introduction of modern methods of protection, optimization, quality improvement and bringing their condition to level of today's requirements.

They are an integral part of anti-erosion complexes in the agroforestry system as a whole. However, the state accounting of these lands is characterized by the lack of reliable, relevant and timely information about the real state of lands under protective forest belts, their value makes it impossible to make effective management decisions. Inventory of forest belts was almost not carried out, and therefore, data on their number differ. It should be noted that due to the uncertain legal status, most field protection strips were left without real care and protection during the land reform. In fact, no one is responsible for them, which has an extremely negative effect on their condition. The need for reliable information on the condition of lands under protective forest belts is enhanced by their special influence on the formation and functioning of the ecological network, protection of especially valuable agricultural lands, and formation of high yields of agricultural crops.

It is necessary to develop management models for field protective forest strips, which will allow to implement cost-effective agroforestry reclamation regimes while preserving the ecological function of field protective plantations, as well as to protect forest belts from destruction and damage. Carry out an inventory of field protective forest belts with the use of remote sensing materials and land management materials are involved.

**Keywords:** field protective forest strips, accounting, inventory, erosion, costs, initial data.

**Постановка проблеми.** Полезахисні лісові смуги є важливим елементом у формуванні стійких до несприятливих умов агроландшафтів. Основним завданням полезахисних

лісових смуг є захист від ерозії ґрунтів у лісостеповій та степовій зонах України.

В Україні обліковується близько 440 тис. га полезахисних лісових смуг, основним завданням яких є захист від ерозії ґрунтів у

лісостеповій та степовій зонах України. Однак, на сьогоднішній день відсутні нормативно-правові акти, якими було б визначено процедуру їх утримання та збереження з метою виконання агролісомеліоративної функції.

У сучасних умовах не викликає сумніву посилення інтересу до ефективного використання полезахисних лісових смуг. В інформаційному просторі часто піднімається питання про те, що цей важливий природний ресурс має нарешті знайти власника

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Слід зазначити, що питання полезахисних лісосмуг та проведення інвентаризації висвітлені в працях як вітчизняних так і закордонних, а саме: А.Й. Годованюк, Н.В. Локтева-Маклашова, О.З. Петрович, А.М. Третяк, О.І. Фурдичко, М.Х. Шершун, В.Ю. Юхновський та ін

**Формулювання цілей статті.** Визначення сучасного стану обліку та достовірних відомостей про реальний стан полезахисних лісосмуг. Обґрунтування необхідності та значення інвентаризації полезахисних лісосмуг.

**Виклад основного матеріалу.** Донедавна полезахисні лісові смуги відносились до земель лісогосподарського призначення, а з 1 січня 2019 року вони до земель лісогосподарського призначення більше не належать землі, на яких розташовані полезахисні лісові смуги. Отже, земельні ділянки, на яких розташовані полезахисні лісові смуги, які обмежують масив земель сільськогосподарського призначення, не є землями лісного фонду, а є землями державної або комунальної власності. Це не стосується лісосмуг, що розташовані вздовж доріг, річок, земель несільськогосподарського призначення [3].

До земель сільськогосподарського призначення належать несільськогосподарські угіддя (господарські шляхи і прогони, полезахисні лісові смуги та інші захисні насадження, крім тих, що віднесені до земель інших категорій, землі під господарськими будівлями і дворами, землі під інфраструктурою оптових ринків сільськогосподарської продукції, землі тимчасової консервації тощо). Земельні ділянки під полезахисними лісовими смугами, передаються у постійне користування державним або комунальним

спеціалізованим підприємствам або в оренду фізичним та юридичним особам з обов'язковим включенням до договору оренди землі умов щодо утримання та збереження таких смуг і забезпечення виконання ними функцій агролісотехнічної меліорації.

На даний момент полезахисні лісосмуги лишилися без уваги держави через те, що остання земельна реформа віднесла їх до складу земель запасу або загального користування на балансі селищних рад. Зараз майже всі вони – землі сільськогосподарського призначення, невіддільні в земельному кадастрі від ріллі і інших територій. Скільки їх зберіглось і в якому стані – нікому не відомо. Обліку лісосмуг (а загалом їхня площа більша 1% площі України) не ведеться, а їх відновленням централізовано не займався ніхто вже понад півстоліття. Теперішні правові умови не дозволяють здійснювати поновлення лісосмуг, оскільки відсутня нормативно-правова база, яка могла би регулювати це питання. Через безгосподарність лісосмуги не доглядаються, руйнуються та втрачають захисні функції.

Захисні лісові смуги — це лісові ділянки, що виконують функцію захисту навколишнього природного середовища й інженерних об'єктів від негативного впливу природних та антропогенних факторів, зокрема й лісові насадження лінійного типу (полезахисні лісові смуги, державні захисні лісові смуги, лісові смуги вздовж забудованих територій населених пунктів) [1].

Полезахисні лісові смуги Правила № 650 визначають як штучно створені насадження лінійного типу для захисту сільськогосподарських угідь від негативного впливу природних та антропогенних факторів [2].

Види полезахисних лісових смуг перелічені у п. 5 Правил № 650. Так, залежно від розташування та призначення, виділяють: розташовані у рівнинних умовах (продувні, ажурні, ажурно-продувні); стокорегульовальні; прияржні; прибалкові; придорожні; садозахисні та інші полезахисні лісові смуги у складі кольматуючих, приканальних, затишкових, прифермських, меліоративно-кормових, протиерозійних і донних захисних лісових насаджень [2].

Вікові періоди насаджень встановлюються з огляду на переважаючу породу та її вік та поділяються на:

- перший (молодняки);
- другий (середньовікові);
- третій (пристигаючі і стиглі).

В Україні переважна більшість лісосмуг була закладена в 50–60-х рр. 20 століття і перебувала у користуванні колгоспів. З початком приватизації земель у 1992 р. полезахисні лісосмуги були передані у власність колективних та інших сільськогосподарських підприємств, утворених на базі колгоспів. Однак, лісосмуги не є сільськогосподарськими угіддями і тому були віднесені до земель загального користування таких підприємств. Згідно із Земельним Кодексом України вони не підлягали паюванню. У зв'язку з проведенням у 2000 р. реорганізації колективних сільськогосподарських підприємств у сільськогосподарські формування ринкового типу (приватні підприємства, фермерські господарства, товариства з обмеженою відповідальністю тощо), які не були суб'єктами права колективної власності на землю, полезахисні лісосмуги були передані у відання відповідних місцевих рад. Сьогодні лісосмуги стають місцем самовільного скидання сміття, потерпають від випалювання стерні на прилеглих полях. Вони суцільно або надмірно вирубуються. Майже ніхто із власників та орендарів земель не займається відновленням лісосмуг. У переважній кількості господарств району відсутня система полезахисних лісових смуг, а наявні лісосмуги часто не досягають проектної висоти, від якої залежить їх полезахисна ефективність.

Полезахисні лісосмуги віднесено до земель сільськогосподарського призначення і врегульовано їх передачу в оренду. ОТГ можуть створювати комунальні підприємства і надати лісосмуги в постійне користування. Це дозволить зберегти лісосмуги від знищення.

Процес проведення інвентаризації лісосмуг поділяється на два основних етапи, які мають виконуватися у відповідності до вимог чинного законодавства:

Етап 1. Інвентаризація земель під лісосмугами.

Етап 2. Інвентаризація стану лісосмуг.

Вказані етапи можуть проводитися окремими виконавцями або послідовно одним і тим же виконавцем, але первинним є етап інвентаризації земель під лісосмугами. Якщо замовник інвентаризації земель вбачає необхідність їх упорядкування лісосмугами з метою подальшого проведення господарських заходів, то разом з інвентаризацією земель під лісосмугами або додатково до такої інвентаризації проводиться проектування агролісомеліоративних заходів в насадженнях: створюється проєкт закладання або реконструкції лісосмуги. Проектування може проводитися одночасно з 2 етапом інвентаризації — інвентаризацією стану лісосмуг (що є оптимальним з точки зору ефективності та оптимізації витрат на проведення робіт) або ж виконується окремо.

Інвентаризація земель проводиться в межах адміністративно-територіальних одиниць, межі яких визначені проєктами формування територій і встановлення меж сільських, селищних рад, масивів земель сільськогосподарського призначення, окремих земельних ділянок. Об'єктами інвентаризації земель є територія України, територія адміністративно-територіальних одиниць або їх частин, масив земель сільськогосподарського призначення, окремі земельні ділянки.

Вихідними даними для проведення інвентаризації земель є:

- матеріали з Державного фонду документації із землеустрою;
- відомості з Державного земельного кадастру в паперовій та електронній (цифровій) формі, у тому числі Поземельної книги; книги записів реєстрації державних актів на право власності на землю та на право постійного користування землею, договорів оренди землі; електронних документів, що містять відомості про результати робіт із землеустрою;
- містобудівна документація, затверджена в установленому законодавством порядку;
- планово-картографічні матеріали, в тому числі ортофотоплани, складені за результатами виконання робіт відповідно до Угоди про позику (Проєкт «Видача державних актів на право власності на землю у сільській місцевості та розвиток системи

кадастру») між Україною та Міжнародним банком реконструкції та розвитку від 17 жовтня 2003 р., ратифікованої Законом України від 15 червня 2004 р. № 1776-IV;

– відомості з Державного реєстру речових прав на нерухоме майно;

– копії документів, які посвідчують речові права на земельну ділянку або підтверджують сплату земельного податку. Під час проведення інвентаризації земель можуть використовуватися матеріали дистанційного зондування землі, лісовпорядкування, проекти створення територій та об'єктів природно-заповідного фонду, схеми формування екомережі, програми у сфері формування, збереження та використання екомережі.

Вихідні дані для проведення інвентаризації земель

1. Для створення ретроспективних карт розташування лісосмуг залучаються земельпорядні матеріали, створені на основі векторизації проектів формування території, на яких зображені лінійні та полігональні лісові об'єкти з допомогою безоплатної ГІС. В якості топографічної підоснови для створення ретроспективних карт розташування лісосмуг використовується топографічна карта масштабу 1:100000. За допомогою цих матеріалів створюється карта лісосмуг, що існували на початку 1990-х років минулого століття.

2. Для виявлення та картування лісосмуг на основі сучасних матеріалів дистанційного зондування землі в якості підоснови використовуються:

– Ортофотоплани, складені за результатами виконання робіт відповідно до Угоди про позику (Проект «Видача державних актів на право власності на землю у сільській місцевості та розвиток системи кадастру») між Україною та Міжнародним банком реконструкції та розвитку від 17 жовтня 2003 р., ратифікованої Законом України від 15 червня 2004 р. № 1776-IV як топографічні матеріали найбільшої топографічної точності.

– WEB-сервіси Google Earth Pro для контролю сучасного стану та наявності лісосмуг.

– Публічна кадастрова карта України — для контролю, чи не зайняте місце лісосмугою, що існувала, землевідведеннями.

На основі вказаних матеріалів проводиться актуалізація ретроспективних карт. Додаються нові лісосмуги, яких не було на ретроспективній карті, а також ведеться облік лісосмуг, що були втрачені порівняно з ретроспективними матеріалами 90-х років минулого століття. Лісосмуги картуються у вигляді полігональних (а не лінійних) об'єктів, що в подальшому дасть можливість вести обрахунок метричних і площових характеристик лісосмуг (їх довжина, ширина і площа).

При економічній оцінці ефективності полезахисних насаджень порівнюють витрати з прибутками. Витрати включають:

- вартість створення лісосмуг;
- проведення рубок догляду;

– вартість продукції, яку можна було б отримати з площі, зайнятої лісосмугою.

Прибутки складаються з вартості додаткової продукції, що отримують щорічно (врожайність підвищується за досягнення лісосмугою 3–5 років), а також вартості деревини від рубок, плодів та ягід, що збирають у лісосмугах. З роками прибутки зростають. Розрахунки здійснюють за роками з урахуванням зростання висоти лісосмуг. Вони свідчать про те, що лісосмуги окупаються в 8–10 річному віці.

Наукові дослідження показали, що дерева в симбіозі з грибами ростуть набагато швидше, ніж ті, у корінні яких відсутня грибна мікориза. Дерево одержує від гриба додаткову вологу й мінеральні солі, гриб від дерева – готове харчування. Для багатьох грибів симбіоз необхідний, оскільки їхнє плодове тіло утвориться тільки в контакт з гіфами з коріннями дерева. Деякі види грибів пов'язані з кореневою системою певних видів листяних або хвойних дерев. Наприклад, білий гриб утворює мікоризу з дубом, грабом, буком, березою, сосною, ялиною.

**Висновки.** Як вже зазначалось, інвентаризація лісосмуг майже не здійснювалась, а отже, дані про їхню кількість різняться між собою. Необхідно зазначити, що через невідомий правовий статус більшість полезахисних смуг у ході земельної реформи залишилась без реального догляду та охорони. Фактично відповідальності за них ніхто не несе, що вкрай негативно позначається на їхньому стані. Як показує світовий досвід, догляд за полезахисними смугами здійснити

на практиці неможливо, навіть за великого бажання. Кому про це краще знати, як не аграріям, в оренді яких знаходиться більшість земельних паїв? Уздовж більшості полів розташовані полезахисні лісосмуги, які часто розростаються та займають частину орендованих ділянок. У них багато сухостійних та хворих дерев, вражених омелою.

Такі зміни потребують розуміння механізмів врегулювання відносин між власниками лісосмуг та кінцевих споживачів. Потрібно розробити моделі управління полезахисними лісовими смугами, що дозволятимуть впроваджувати економічно ефективні агролісомеліоративні режими вирощування зі збереженням екологічної функції полезахисних насаджень, а також дозволятимуть захищати лісосмуги від знищення та пошкодження.

Для збереження полезахисних лісових смуг потрібно розробити:

- заходи, які необхідно провести в полезахисних смугах, на основі матеріалів лісовпорядкування або результатів обстеження комісією;
- утворення комісії органом місцевого самоврядування або територіальним органом Держгеокадастру, до повноважень якого належить передача у власність або користування земельних ділянок під полезахисними лісовими смугами;
- проведення рубок у полезахисних лісових смугах на підставі лісорубного квитка;
- заборона здійснювати діяльність, що може негативно впливати на збереження та використання полезахисних лісових смуг».

#### Список літератури:

- 1 Про затвердження Порядку поділу лісів на категорії та виділення особливо захисних лісових ділянок: Постанова Кабінету Міністрів України від 16 травня 2007 року № 733 (у редакції від 30 жовтня 2013 року). URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/733-2007-%D0%BF> (Дата звернення: 11.04.2021 р.).
- 2 Про затвердження Правил утримання та збереження полезахисних лісових смуг, розташованих на землях сільськогосподарського призначення: Постанова Кабінету Міністрів України від 22 липня 2020 року № 650. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/650-2020-n#Text>
- 3 Про затвердження Порядку проведення інвентаризації земель та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України: Постанова Кабінету Міністрів України від 5 червня 2019 р. № 476. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/476-2019-%D0%BF> (Дата звернення 11.04.2021).
- 4 Земельний кодекс України: Закон України від 25.10.2001 р. № 2768-III із змінами і доповненнями. Відомості Верховної Ради України. 2002. № 3–4. Ст. 27. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14> (дата звернення 11.04.2021 р.).
- 5 Лісовий кодекс України від 21 січня 1994 р. № 3852-XII із змінами та доповненнями. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3852-12> (дата звернення 15.04.2021 р.).
- 6 Локтева-Маклашова Н.В., Майстренко М.О. Новели законодавства України щодо врегулювання правового режиму полезахисних лісових смуг та земельних ділянок під ними. Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції. 2019. Спецвипуск. С. 83–86.
- 7 Про затвердження Порядку проведення інвентаризації земель та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України: Постанова Кабінету Міністрів України від 5 червня 2019 р. № 476. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/476-2019-%D0%BF> (дата звернення 15.04.2021).
- 8 Миколайко В.П., Кирилюк В.П., Козинська П.І. Полезахисні лісові смуги як землі сільськогосподарського призначення. Збалансоване природокористування. 2020. № 2. С. 84–93.
- 9 Піддубна Д. Полезахисні лісові смуги та інші захисні насадження – невід’ємні складові органічного виробництва. Підприємництво, господарство і право. 2016. № 1. С. 85–91.
- 10 Cadastral Futures: Building a New Vision for the Nature and Role of Cadastres. — 2011. — № 6. URL: <http://www.fig.net> (дата звернення 11.04.2021 р.).

#### References:

1. Pro zatverdzhennia Poriadku podilu lisiv na katehorii ta vydilennia osoblyvo zakhysnykh lisovykh dilianok: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 16 travnia 2007 roku № 733 [u redaktsii vid 30 zhovtnia 2013 roku]. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/733-2007-%D0%BF> (access date: 11.04.2021 p.) [In Ukrainian].
2. Pro zatverdzhennia Pravyl utrymannia ta zberezhennia polezakhysnykh lisovykh smuh, roztashovanykh na zemliakh silskohospodarskoho pryznachennia: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 22 lypnia 2020 roku № 650. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/650-2020-n#Text> (access date: 11.04.2021 p.) [In Ukrainian].
3. Pro zatverdzhennia Poriadku provedennia inventaryzatsii zemel ta vyznannia takymy, shcho vtratyly chynnist, deiakykh postanov Kabinetu Ministriv Ukrainy : Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 5 chervnia 2019 r. № 476. [On approval of the Procedure for conducting an inventory of lands and recognizing as invalid some resolutions of the Cabinet of Ministers of Ukraine: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of June 5, 2019 № 476]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/476-2019-%D0%BF> (access date: 11.04.2021) [In Ukrainian].

4. Zemelnyi kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 25.10.2001 r. № 2768-III iz zminamy i dopovnenniamy. [Land Code of Ukraine: Law of Ukraine of 25.10.2001 № 2768-III as amended]. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. — Information of the Verkhovna Rada of Ukraine. 2002. No. 3–4. Pp. 27. URL: [https:// zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14) (access date 11.04.2021) [In Ukrainian].
5. Lisovyi kodeks Ukrainy vid 21 sichnia 1994 r. № 3852-XII zminamy ta dopovnenniamy. [Forest Code of Ukraine of January 21, 1994 № 3852-XII as amended]. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3852-12> (access date 15.04.2021) [In Ukrainian].
6. Loktieva-Maklashova N.V., Maistrenko M.O. (2019) Novely zakonodavstva Ukrainy shchodo vrehuliuвання правового rezhymu polezakhysnykh lisovykh smuh ta zemelnykh dilianok pid nymy. [Amendments to the legislation of Ukraine on the regulation of the legal regime of protective forest belts and land plots under them]. Aktualni problemy vitchyznianoї yurysprudentsii. — Actual problems of domestic jurisprudence. Special issue. Pp. 83–86 [In Ukrainian].
7. Pro zatverdzhennia Poriadku provedennia inventaryzatsii zemel ta vyznannia takymy, shcho vtratyly chynnist, deiakykh postanov Kabinetu Ministriv Ukrainy : Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 5 chervnia 2019 r. № 476. [On approval of the Procedure for conducting an inventory of lands and recognizing as invalid some resolutions of the Cabinet of Ministers of Ukraine: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of June 5, 2019 № 476]. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/476-2019- %D0%BF](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/476-2019-%D0%BF) (access date: 15.04.2021) [In Ukrainian].
8. Mykolayko V.P., Kyrylyuk V.P., Kozyns'ka P.I. (2020). Polezakhysni lisovi smuhy yak zemli sil's'kohospodars'koho pryznachennya. [Field protective forest strips as agricultural lands]. Zbalansovane pryrodokorystuvannya – Balanced nature management. № 2. 84-93. [in Ukrainian].
9. Piddubna D. (2016). Polezakhysni lisovi smuhy ta inshi zakhysni nasadzhennya – nevidyemni skladovi orhanichnoho vyrobnytstva. [Field protective forest strips and other protective plantings are integral components of organic production]. Pidpryemnytstvo, gospodarstvo i pravo – Entrepreneurship, economy and law № 1. 85–91. [in Ukrainian].
10. Cadastral Futures: Building a New Vision for the Nature and Role of Cadastres. — 2011. — № 6. [URL: <http://www.fig.net> (access date 11.04.2021.)]

# ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

УДК: 35.071.6; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-36-45

*Завадських Г.М., к.е.н., доцент  
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного  
hannaz2208@gmail.com*

## ВПЛИВ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ НА СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ОТГ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

***Анотація.** Наведено цілі реформи адміністративно-фінансової децентралізації та новий адміністративно-територіальний устрій Запорізької області. Досліджено основні тенденції та визначено ризики формування об'єднаних територіальних громад області. Проаналізовано динаміку фінансових показників розвитку громад області. Узагальнено основні переваги об'єднання територіальних громад та виокремлено низку проблем, що стримують позитивну динаміку соціально-економічного розвитку ОТГ Запорізької області і країни в цілому.*

***Ключові слова:** державне управління, децентралізація, громада, район, місцеве самоврядування, місцевий бюджет, соціально-економічний розвиток регіону, трансферти, фінансова незалежність*

**JEL code classification: H73, H77**

*Zavadskykh H.M., PhD, Ass.Prof.  
Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University  
hannaz2208@gmail.com*

## THE INFLUENCE OF DECENTRALIZATION ON THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF UTC IN ZAPORIZHZHA REGION

***Abstract. Formulation of the problem.** The purpose of decentralization reform is to form effective local self-government and territorial organization of government to create and maintain a full living environment for citizens, provide high quality and affordable public services, establish institutions of direct democracy, harmonize the interests of the state and local communities.*

***Presentation of the material.** The reform of decentralization has three components: the reform of the territorial organization of power, the reform of local self-government, and the reform of regional policy.*

*Prior to the decentralization reform in the Zaporizhia region there were 20 districts, 950 settlements, 5 cities of regional importance and 299 local councils, including: rural - 263, urban - 22, urban - 14. As of April 9, 2021 in the Zaporozhye region formed 5 enlarged districts, 67 communities created. We can state the positive dynamics and successful implementation of decentralization reform in the Zaporozhye region. Dynamics of local budget revenues for January-February 2020-2021 per 1 inhabitant of the region shows a tendency to increase. The share of own revenues in total revenues in Zaporizhia region is higher than in the Dnipropetrovsk region and the national average is lower than in the Kherson region.*

***Conclusions.** The main trends in the implementation of decentralization reform in the Zaporozhye region: the budgets of the formed UTC exceeded the indicators of previous periods, there is a tendency to overfulfill budgets; the process of discussing the reform on the ground intensified and, as a result, the level of awareness about the reform among the population and representatives of local self-government increased; cooperation between executive bodies, local self-government bodies and the public has intensified. United communities of Zaporizhia region successfully attract funds from the State Fund for Regional Development, cooperate with international donor organizations.*

*Along with the obvious benefits of unification and success, in the process of implementing the reform for months and in the Zaporozhye region, in particular, there are problems that hinder the implementation of decentralization. These include imperfect legislation, inconsistencies in funding obligations, weak staffing of community governing bodies, and political and economic instability.*

**Key words:** *public administration, decentralization, community, district, local self-government, local budget, socio-economic development of the region, transfers, financial independence.*

**Постановка проблеми.** В Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» передбачено 62 секторальні реформи, серед яких чільне місце займають децентралізація та реформа державного управління. Тому децентралізація є цілком закономірною реформою на шляху затвердження демократії і соціального розвитку, який обрала Україна. Такі країни як Німеччина, Польща, Словаччина, Литва, Латвія, Естонія успішно пройшли через таку реформу і це сприяло створенню сприятливих умов для розвитку економіки, побудові ефективних взаємовідносин між центральним урядом й органами управління на локальному рівні, соціальному розвитку.

Метою реформи є формування ефективного місцевого самоврядування та територіальної організації влади для створення і підтримки повноцінного життєвого середовища для громадян, надання високоякісних та доступних публічних послуг, становлення інститутів прямого народовладдя, узгодження інтересів держави та територіальних громад.

Важливим аспектом реформи є усвідомлення, що на місцях краще розуміють локальні проблеми й ефективніше можуть використати кошти на їх вирішення [1]. Реформа передбачає відповідальність органів місцевого самоврядування перед жителями – за ефективність своєї роботи, а перед державою – за її законність.

**Аналіз останніх наукових досліджень.** Питанням створення територіальних громад в умовах децентралізації, удосконаленню механізму їх соціально-економічного розвитку присвятили свої дослідження Т. Бондарук, О.Бориславська, З. Варналій, О. Власюк, Г. Возняк, О. Дроздовська, Т. Кваша, О. Кириленко, В. Кравченко, Н. Кузьминчук, В. Матвієнко, М. Мельник, В. Роман, І. Сторонянська, М. Хвесик, І. Чугунов тощо. Вивчення питань щодо пріоритетних напрямів розвитку процесу децентралізації в Україні займаються багато вчених, зокрема Т. Бондарук, Н. Вишневська, М. Гапонюк, Б. Данилишин, В. Кравців, В. Кравченко, Н. Сембер, О. Сунцова та інші.

Теоретичні засади децентралізації державного управління та їх роль в становленні

системи фінансового забезпечення місцевого самоврядування досліджено в працях таких зарубіжних учених А. Бретон, Дж. Ма, М. Портер та інші.

Однак попри значний обсяг публікацій у цій сфері й враховуючи багатоплановість і важливість цієї проблеми в сучасних умовах, залишається недостатньо висвітленим вплив децентралізації на розвиток регіонів, територіальної організації влади тощо.

**Мета роботи.** Метою статті є дослідження перебігу та результатів децентралізації в Запорізькій області.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Головна стратегічна мета реформи - створення комфортного та безпечного середовища для життя людини в Україні, може бути досягнута шляхом побудови ефективної системи влади на всіх рівнях (громада - район - область), передачею максимально можливої кількості повноважень на найближчий до громадянина рівень - громадам. На думку одного з ідеологів децентралізації Анатолія Ткачука, реформа, котра втілюється в Україні, є унікально українською і не копіює досвіду будь-якої іншої країни. Вона має три складові: реформу територіальної організації влади, реформу місцевого самоврядування, реформу регіональної політики [2]. Основні цілі реформи децентралізації на всіх рівнях влади представлені на рис. 1.

На першому етапі реформи децентралізації (2014-2019рр.) було сформульовано ключові нормативно-правові рамки щодо спроможності громад. Важливими актами у створенні правової основи для децентралізації влади стали Закони України «Про місцеве самоврядування в Україні» [5] та «Про місцеві державні адміністрації» [6]. Вагомим кроком на цьому шляху є прийняття Розпорядженням Кабінету Міністрів України «Концепції реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» [7]. Закон України «Про засади державної регіональної політики» [8] Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» [9].



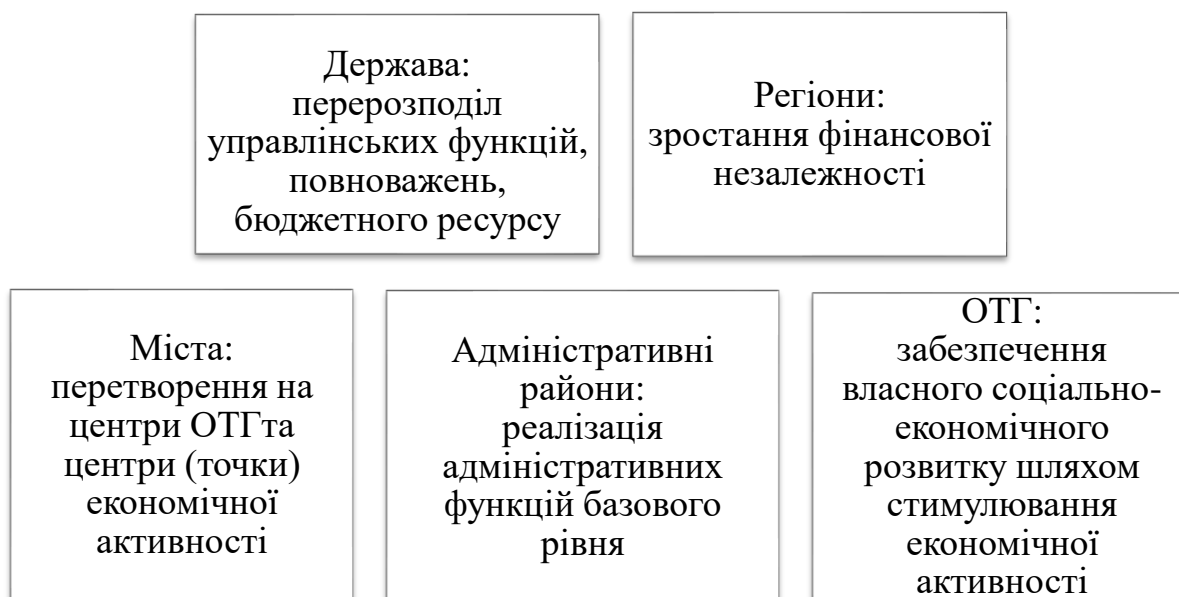


Рис. 1. Цілі реформи адміністративно-фінансової децентралізації

Джерело: розроблено автором за даними [3,4]

В Україні до 2015 року спостерігалася тенденція зменшення ролі органів місцевого самоврядування у розвитку адміністративно-територіальних одиниць і зростання фінансової залежності від державного бюджету. До початку реформи у 92% сільських громад проживало менше 3000 жителів, майже 11% сільських територіальних громад мали менше 500 жителів. Водночас у понад 50% сільських громад дотаційність складала понад 70%. 483 територіальні громади взагалі на 90% утримувалися за рахунок дотацій [3].

З метою інформаційно-комунікаційного супроводу реформи місцевого самоврядування та децентралізації влади в Україні створено офіційний сайт, який відображає поточний і перспективний стан процесу реформування. На цьому урядовому сайті децентралізація визначена як передача значних повноважень та бюджетів від державних органів органам місцевого самоврядування, аби якомога більше повноважень мали ті органи, що ближче до людей, де такі повноваження можна реалізовувати найбільш успішно [4].

В Україні протягом 2019 року спостерігалася суттєва активізація процесів децентралізації. Утворилися 223 ОТГ, натомість у

2018 році – лише 141. Також у 2019 року значно активізувався процес приєднання громад до ОТГ та міст обласного значення. Процедура приєднання сусідніх громад пройшли вже понад 100 ОТГ. Загалом до них доєдналися майже 250 сусідніх сільських та селищних рад. Понад 27 громад приєдналися до 44 міст обласного значення за спрощеною процедурою [10].

Другий етап реформи децентралізації в Україні (2020-2021 роки) став ключовим у питанні формування базового рівня місцевого самоврядування: більшість існуючих малочисельних місцевих рад об'єднуються, стануть спроможними перебрати на себе більшість повноважень, належним чином використовувати ресурси і нести відповідальність за свої дії чи бездіяльність перед людьми та державою.

12 червня 2020 року Уряд затвердив новий адміністративно-територіальний устрій базового рівня. Відповідно до розпоряджень Кабінету Міністрів, після місцевих виборів в Україні буде сформовано 1470 територіальних громад, які покриватимуть усю територію країни (рис.2.) [3].

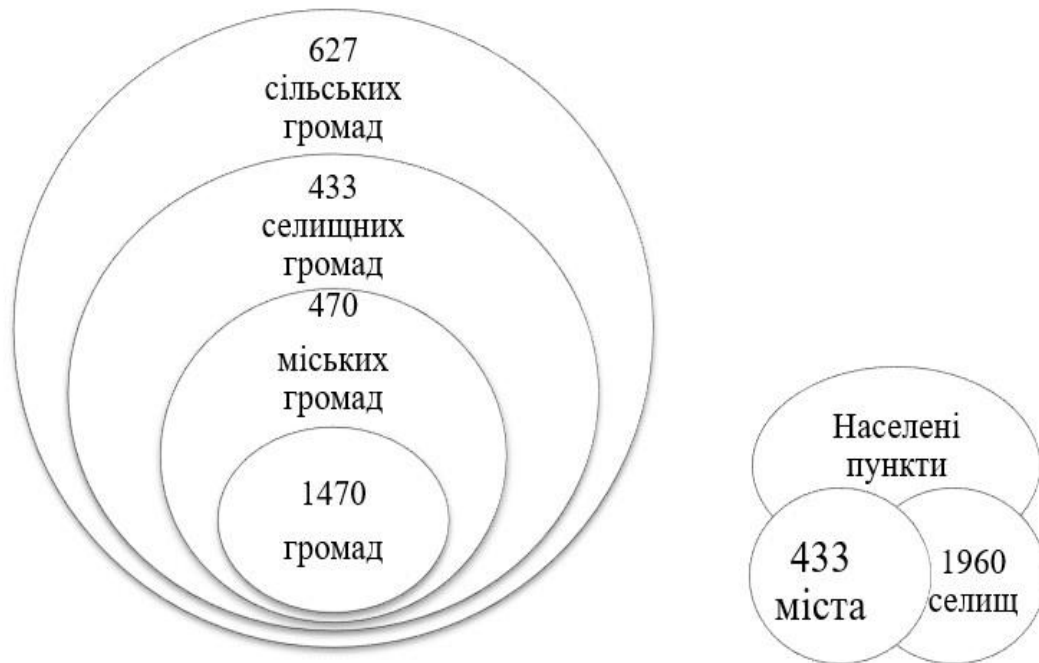


Рис.2. Нова система адміністративно-територіального устрою базового рівня  
Джерело: розроблено автором за даними [3,4]

До початку реформи децентралізації на території Запорізької області існувало 20 районів, 950 населених пунктів, 5 міст обласного значення та 299 місцевих рад, з них: сільських – 263, селищних – 22, міських – 14

[11]. Реорганізація районів розпочалася з грудня 2020 року, після того, як набув чинності закон про розмежування повноважень і ресурсів між районами та громадами.

Таблиця 1

### Новий територіальний устрій

Область	Площа, км <sup>2</sup>	Кількість населення, осіб	Кількість громад	Кількість районів
Україна	576603	38123454	1439	119
Запорізька обл.	27180	1682534	67	5

Джерело: розроблено автором за даними [3]

Станом на 9 квітня 2021 року в Запорізькій області сформовано 5 укрупнених районів, створено 67 громад. Перелік спроможних територіальних громад Запорізької

області створених у відповідності з “Перспективним планом формування територіальних громад Запорізької області” наведений в таблиці 2.

Таблиця 2

**Райони Запорізької області відповідно до нового  
адміністративно-територіального устрою**

Район	Площ, тис. км <sup>2</sup>	Населення, тис. ос	Кількість населених пунктів	Кількість громад	Склад району (громади)
Бердянський, адмін. центр м. Бердянськ	4,46	196,89	113	8	Андріївська сільська, Андріївська селищна, Бердянська міська, Берестівська сільська, Коларівська сільська, Осипенківська сільська, Приморська міська, Чернігівська селищна
Василівський, адмін. центр м. Василівка	4,39	188,76	106	11	Благовіщенська сільська, Василівська міська, Великобілозерська сільська, Водянська сільська, Дніпрорудненська міська, Енергодарська міська, Кам'янсько-Дніпровська міська, Малобілозерська сільська, Михайлівська селищна, Роздольська сільська, Степногірська селищна
Запорізький, адмін. центр м. Запоріжжя	4,6	891,49	283	17	Біленьківська сільська, Вільнянська міська, Долинська сільська, Запорізька міська, Комишуваська селищна, Кушугумська селищна, Матвіївська сільська, Михайлівська сільська, Михайло-Лукашівська сільська, Новомиколаївська селищна, Новоолександрівська сільська, Павлівська сільська, Петро-Михайлівська сільська, Степненська сільська, Таврійська сільська, Тернуватська селищна, Широківська сільська
Мелітопольський, адмін. центр м. Мелітополь	6,96	288,12	208	16	Веселівська селищна, Кирилівська селищна, Костянтинівська сільська, Мелітопольська міська, Мирненська селищна, Новенська селищна, Новобогданівська сільська, Нововасилівська селищна, Новоуспенівська сільська, Олександрівська сільська, Плодородненська сільська, Приазовська селищна, Семенівська сільська, Терпіннівська сільська, Чкаловська сільська, Якимівська селищна
Пологівський, адмін. центр м. Пологи	6,76	178,38	240	15	Більмацька селищна, Воздвижівська сільська, Воскресенська сільська, Гуляйпільська міська, Комиш-Зорянська селищна, Малинівська сільська, Малотокмачанська сільська, Молочанська міська, Орхівська міська, Пологівська міська, Преображенська сільська, Розівська селищна, Смирновська сільська, Токмацька міська, Федорівська сільська

Джерело: [3]

В 2015 році в Запорізькій області було створено 6 громад, в 2016 році – 18, в 2017 році – 14 громад, 2018-2020 роках – 29 громад [11]. Тобто можна констатувати позитивну динаміку і успішне впровадження реформи децентралізації на території Запорізької області.

Основними кількісними показниками децентралізації вважають частку доходів, які знаходяться у розпорядженні місцевих органів влади (до передачі трансфертів з державного бюджету), а також частку видатків, які здійснюються на субрегіональному та місцевому рівнях управління, у консолідованому бюджеті держави[12].

Таблиця 3

**Динаміка доходів і видатків місцевих бюджетів у розрахунку на 1 мешканця за січень-лютий 2020-2021рр.**

Область	січень-лютий 2020 рік	січень-лютий 2021 рік	Темп росту, %
<b>Доходи місцевих бюджетів у розрахунку на 1 мешканця, грн.</b>			
Україна	1165,9	1238,7	106,2
Дніпропетровська	1512,9	1651,8	109,2
<b>Запорізька</b>	1187,2	1321,4	111,3
Херсонська	786,9	817,3	103,9
<b>Видатки місцевих бюджетів у розрахунку на 1 мешканця, грн.</b>			
Україна	1465,2	1367,3	93,3
Дніпропетровська	1848,3	1717,6	92,9
<b>Запорізька</b>	1709,8	1529,8	89,4
Херсонська	1416,9	1292,3	91,2

Джерело: розроблено автором за даними [3]

Динаміка доходів місцевих бюджетів за січень-лютий 2020-2021рр. у розрахунку на 1 мешканця регіону демонструє тенденцію до зростання. В середньому по країні цей показник становить 6,2%, в Запорізькій області – 11,3%. Для порівняння у сусідніх до Запорізької - Дніпропетровській та Херсонській областях – 9,2 та 3,9% відповідно. В той же час спостерігається тенденція до зменшення

видатків у розрахунку на 1 мешканця регіону: в середньому по країні – на 6,7%, Запорізькій області - на 10,6%, в Дніпропетровській та Херсонській областях – 7,1 та 8,8% відповідно.

Обсяги власних доходів місцевих бюджетів, трансфертів з державного бюджету та частки власних доходів у загальному обсязі надходжень наведені в таблиці 4.

Таблиця 4

**Частки власних доходів місцевих бюджетів у загальному обсязі надходжень у січні-лютому 2021р.**

Область	Власні доходи місцевих бюджетів, млн. грн.	Трансферти з державного бюджету, млн. грн.	Всього надходжень до місцевих бюджетів (загальний фонд), млн. грн.	Частка власних доходів у загальному обсязі надходжень, %
Україна	49047,8	17831,2	66879,0	73,3
Дніпропетровська	5366,4	1236,2	6602,5	81,3
<b>Запорізька</b>	2304,1	725,6	3029,7	76,0
Херсонська	852,9	538,2	1391,0	61,3

Джерело: розроблено автором за даними [3]

Частка власних доходів у загальному обсязі надходжень в Запорізькій області вище, ніж аналогічний показник в Дніпропетровсь-

кій області та середній показник по країні однак нижчий, ніж в Херсонській області.



Рис. 3 Окремі показники розвитку Дніпропетровської, Запорізької та Херсонської областей в умовах децентралізації

Джерело: розроблено автором за даними [3]

Важливим критерієм ефективності функціонування громади і регіону в цілому є обсяг та частка власного фінансового ресурсу,

який використовується для фінансування роботи апарату управління (органів місцевого самоврядування - ОМС) (таблиця 5).

Таблиця 5

**Частка видатків на утримання органів місцевого самоврядування у  
видатках загального фонду у січні-лютому 2021р.**

Область	Загальний обсяг видатків місцевих бюджетів, млн. грн.	Видатки на утримання ОМС, млн. грн.	Частка видатків на утримання ОМС у загальному обсязі видатків, %
Україна	50220,1	5334,0	10,6
Дніпропетровська	4826,4	412,3	8,5
<b>Запорізька</b>	2522,6	243,5	9,7
Херсонська	1277,3	146,8	11,5

Джерело: розроблено автором за даними [3]

Показник видатків на утримання ОМС в Запорізькій області нижче, ніж в середньому по країні, Херсонській області і вищий, ніж в Дніпропетровській області. Причиною такого стану речей є труднощі з формуванням і наповненістю апарату управління, дефіцитом кваліфікованого персоналу.

Процеси децентралізації влади в Україні значною мірою спрямовані на перенесення відповідальності за надання суспільних послуг на базовий рівень, зокрема на ОТГ (від-

повідно до принципу субсидіарності). При цьому органи влади в ОТГ отримали можливість на власний розсуд організовувати надання таких послуг у громадах. На рисунку 4 наведена інформація про частку ЦНАПів, утворених ОМС, від загальної чисельності ЦНАПів по регіонах України. В Запорізькій області цей показник становить 82%, в Дніпропетровській області – 81%, в Херсонській – 91%, в Полтавській, Сумській, Черкаській та Чернігівській областях – по 100%.

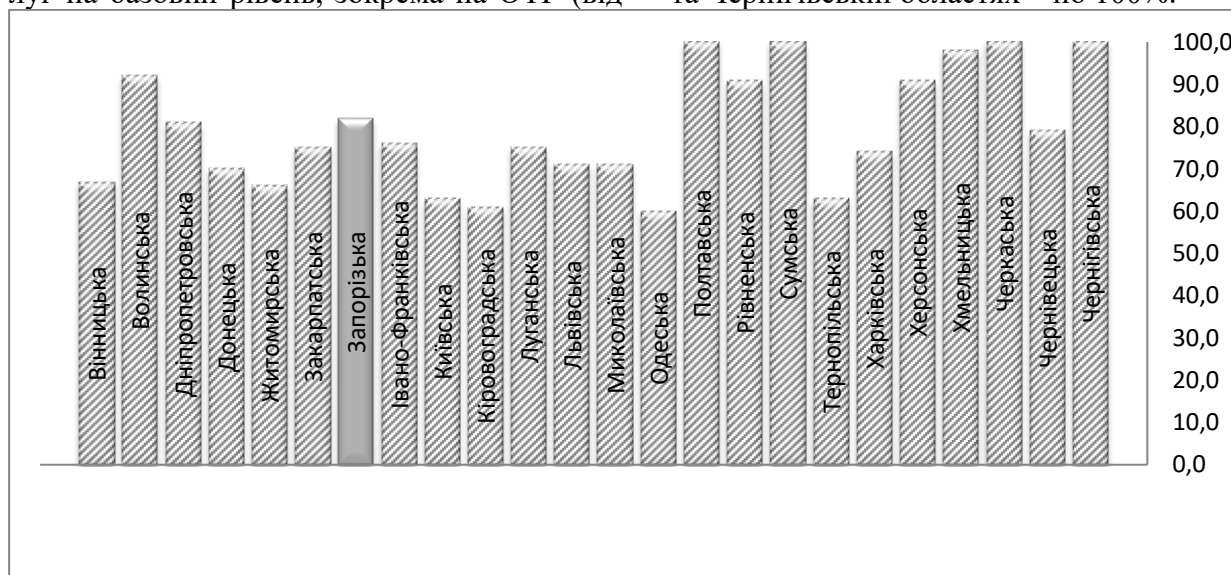


Рис. 4 Частка ЦНАПів, утворених ОМС, від загальної чисельності ЦНАПів по регіонах України, %

Джерело: розроблено автором за даними [3]

З метою оцінювання зрушень у різних сферах суспільного життя новостворених громад, які відбуваються в умовах адміністративно-фінансової децентралізації, та вияв-

лення проблем, які перешкоджають активному соціально-економічному розвитку ОТГ Запорізької області, в березні 2017 року за ініціативою Запорізького ВПУ “Центр роз-

виту місцевого самоврядування” було здійснено комплексне дослідження серед представників влади і населення (користувачів послуг) новостворених територіальних громад області стосовно впровадження реформи децентралізації в Запорізькій області [13]. Об'єктом дослідження стали жителі громад, що утворилися у 2015-му році: Берестівська сільська ОТГ Бердянського району, Смирнівська сільська ОТГ, Комиш-Зорянська ОТГ, Василівська селищна ОТГ, Воскресенська сільська ОТГ Пологівського району, Преображенська сільська ОТГ Оріхівського району. В експертному опитуванні взяли участь 16 експертів, серед яких депутати обласної і районних рад, громадські консультанти та інші.

Як позитивний вплив об'єднання на якість життя населення оцінили 19,2% опитаних мешканців громад, 47,5% - зазначили, що якість життя після об'єднання залишилась без змін, на думку 11,7 % опитаних, життя після створення громад погіршилося, 21,6 % респондентів зазначили, що якість життя після реформи децентралізації скоріше погіршилась. Переважна кількість респондентів серед основних проблем громад зазначили наступні: погану якість доріг, безробіття, проблеми благоустрою, засміченість території, незадовільне медичне обслуговування, проблему водопостачання.

Існує багато можливостей співпраці з міжнародними організаціями-донорами. Об'єднанні громади роблять тільки перші кроки співпраці з ними.

На думку експертів ключовими напрямками для поліпшення взаємодії є: інформаційна робота серед представників громад щодо можливостей та специфіки співпраці з міжнародними організаціями-донорами, навчання представників громад практичним навичкам написання проектних заявок, консультативний супровід в реалізації «перших» проектів з міжнародними партнерами.

До міжнародних організацій-донорів, що найбільш активно працюють в рамках рефо-

рми децентралізації в Запорізькій області слід віднести наступні: CARITAS UKRAINE, GIZ, IREX, U-LEAD, ARDS USAID, Відродження, Європейський банк реконструкції та розвитку, ЄС/ПРООН, Посольство Німеччини, ПРОМІС, Український фонд соціальних інвестицій, Фонд менеджерських ініціатив, SKL, SIDA в рамках програми U-LEAD, DESPRO, PULSE USAID [12].

**Висновки.** До початку реформи децентралізації на території Запорізької області існувало 299 базових місцевих рад, більшість з яких були дотаційні, неспроможні забезпечити належний рівень життя в громадах. Відповідно до перспективного плану формування територіальних громад Запорізької області, створено 67 спроможних територіальних громад (5 з яких є територіальні громади міст обласного значення). Основні тенденції впровадження реформи децентралізації в Запорізькій області: бюджети утворених ОТГ перевищили показники минулих періодів, спостерігається тенденція до перевиконання бюджетів; активізувався процес обговорення реформи на місцях і як наслідок - серед населення та представників місцевого самоврядування збільшився рівень інформованості стосовно реформи; посилилась співпраця органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування і громадськості. Об'єднані громади Запорізької області успішно залучають кошти Державного фонду регіонального розвитку, співпрацюють з міжнародними організаціями - донорами.

Разом з очевидними вигодами від об'єднання і успіхами, в процесі втілення реформи на місяцях і в Запорізькій області, зокрема, мають місце проблеми, які стримують реалізацію децентралізації. До таких слід віднести недосконалість законодавства, неузгодженість між зобов'язаннями фінансування, слабке кадрове забезпечення органів управління громадою, політична і економічна нестабільність.

#### Список використаних джерел:

1. Овчаренко Т. (2019.) Моделювання ефективної фінансової діяльності самоврядування ОТГ в умовах децентралізації. Консолідований підхід: Посібник. United nations Ukraine. – 68 с.
2. Децентралізація в Україні: досягнення, надії і побоювання: аналітичний звіт. International alert / Український незалежний центр політичних досліджень, 2017.- 32 с.
3. <http://decentralization.gov.ua>

4. <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/efektivne-vryaduvannya/reforma-decentralizaciyi>
5. Закон України “Про місцеве самоврядування в Україні” від 01.05.2021, № 24, ст.170 (зі змін. і допов.) [Електронний ресурс] // ВРУ. Офіційний веб-портал. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text>
6. Закон України “Про місцеві державні адміністрації” від 09.04.15., № 317-VIII [Електронний ресурс] // ВРУ. Офіційний веб-портал. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/586-14#Text>
7. Розпорядженням Кабінету Міністрів України «Концепції реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» від 01.04. 2014 № 333-р [Електронний ресурс] // ВРУ. Офіційний веб-портал. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80#Text>
8. Закон України “Про засади державної регіональної політики” від 05.02.2015., № 156-VIII [Електронний ресурс] // ВРУ. Офіційний веб портал. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19#Text>
9. Закон України “Про добровільне об’єднання територіальних громад” від 5.02.2015., №157-VIII // ВРУ. Офіційний веб-портал. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-19#Text>
10. Шевченко О. В., Романова В. В., Жаліло Я. А. Децентралізація і формування політики регіонального розвитку в Україні : наукова доповідь / О.В. Шевченко, В.В. Романова, Я.А. Жаліло . – Київ : НІСД, 2020. – 153 с.
11. Стратегія регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 року: Запорізька обласна адміністрація, 2019.-148с.
12. Особливості впровадження реформи децентралізації з Запорізької області: Результати соціологічного дослідження: Запорізький ВПУ “Центр розвитку місцевого самоврядування”, 2017. – 26 с.
13. Кравців В.С., Сторонянська І.З. (2020). Територіальні громади в умовах децентралізації: ризики та механізми розвитку: монографія. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України.- 532 с.

#### **Reference:**

1. Ovcharenko T. (2019.) Modeliuvannya efektyvnoi finansovoi diialnosti samovriaduvannya OTH v umovakh detsentralizatsii. Konsolidovanyi pidkhid: Posibnyk. United nations Ukraine. – 68 s.
2. Detsentralizatsiia v Ukraini: dosiahnennia, nadii i poboiuvannia: analitychnyi zvit. International alert (2017) Ukrainyskyi nezaleznyi tsentr politychnykh doslidzhen, 32 p.
3. <http://decentralization.gov.ua>
4. <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/efektivne-vryaduvannya/reforma-decentralizaciyi>
5. Закон України “Про містське самоврядування в Україні” від 01.05.2021, № 24, ст.170 (зі змін. і допов.) [Online]. ВРУ. Офіційний веб-портал. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text>
6. Закон України “Про містські державні адміністрації” від 09.04.15., № 317-VIII [Online]. ВРУ. Офіційний веб-портал. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/586-14#Text>
7. Розпорядженням Кабінету Міністрів України «Концепції реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» від 01.04. 2014 № 333-р [Online]. ВРУ. Офіційний веб-портал. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80#Text>
8. Закон України “Про засади державної регіональної політики” від 05.02.2015., № 156-VIII [Online]. ВРУ. Офіційний веб портал. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19#Text>
9. Закон України “Про добровільне об’єднання територіальних громад” від 5.02.2015., №157-VIII. ВРУ. Офіційний веб-портал. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-19#Text>
10. Shevchenko O. V., Romanova V. V., Zhalilo Ya. A. (2020) Detsentralizatsiia i formuvannia polityky rehionalnogo rozvytku v Ukraini : naukova dopovid. Kyiv : NISD, 153 p.
11. Стратегія регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 року: Запорізька обласна адміністрація, 148 p.
12. Особливості впровадження реформи децентралізації з Запорізької області: Результати соціологічного дослідження (2017) Запорізький ВПУ “Центр розвитку місцевого самоврядування”, 26 p.
13. Kravtsiv V.S., Storonianska I.Z. (2020). Terytorialni hromady v umovakh detsentralizatsii: ryzyky ta mekhanizmy roz-vytku: monohrafiia. Lviv: DU «Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M. I. Dolishnoho NAN Ukrainy, 532 p.



УДК: 336.22; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-46-52

*Косторной С.В., к.е.н., доцент  
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного  
serhii.kostornoi@tsatu.edu.ua*

## ЗАСТОСУВАННЯ ЗНИЖЕНИХ СТАВОК ПДВ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКУ ПРОДУКЦІЮ

*Анотація.* Державна підтримка аграрного сектору економіки через механізм оподаткування є поширеною практикою в розвинутих країнах. В статті систематизовано підходи до застосування знижених ставок ПДВ для сільськогосподарської продукції, продуктів харчування, сільськогосподарських ресурсів та послуг в країнах ЄС. Виконано порівняння відповідних українських законопроектів. Детально розглянуто сутність, переваги та недоліки законопроекту №3656, прийняття якого є найбільш імовірним.

*Ключові слова:* оподаткування, податок на додану вартість, ставки ПДВ, сільськогосподарська продукція, сільськогосподарські підприємства.

**JEL code classification: H25**

*Serhii Kostornoi, Ph.D., Ass. Prof.  
Dmytro Motornyi Tavsia State Agrotechnological University  
serhii.kostornoi@tsatu.edu.ua*

## IMPLEMENTATION OF REDUCED VAT RATES FOR AGRICULTURAL PRODUCTS

*Abstract.* The agricultural sector of the economy is of strategic importance for Ukraine and needs state support. Many countries around the world use preferential value added tax rates for agricultural or food products to provide such support.

The aim of the article is to systematize the approaches to the implementation of reduced VAT rates on agricultural products, as well as to determine their possible impact on the financial performance of enterprises in the agricultural sector of the economy.

The article systematizes the features of use reduced VAT rates for agricultural products, food, agricultural resources and services in the EU. Reduced VAT rates on food are applied in twenty-four out of twenty-eight countries. They are used mainly for basic necessities - bread, meat, dairy products, vegetables. Alcoholic beverages and luxury products are taxed at the standard rate. In 16 countries, in addition, reduced rates on agricultural resources (seeds, fertilizers, pesticides, spare parts, agricultural services) are also applied.

In 2020, Ukraine applies value added tax rates of 20%, 7% and 0%. However, in order to support the agricultural sector of the economy, the issue of taxation of agricultural products and foodstuffs at reduced rates is being discussed.

The article discusses in detail the bill №3656, the adoption of which is the most likely.

### **Conclusions.**

The introduction of a reduced VAT rate on agricultural products of 14% will help support agricultural enterprises in Ukraine, limit common tax evasion schemes. However, negative consequences are also possible: the tax burden will be redistributed to processing enterprises, their financial condition will deteriorate, food prices will not fall.

Most EU countries apply an integrated approach - not only agricultural products are taxed at preferential VAT rates, but also products of their processing, as well as the main resources intended for use in agriculture (seeds, fertilizers, pesticides, etc.). But the implementation of reduced VAT rates in this format will lead to a significant reduction in VAT revenues to the budget.

*Keywords:* taxation, value added tax, VAT rates, agricultural products, agricultural enterprises.

**Постановка проблеми.** Аграрний сектор економіки має стратегічне значення для України та потребує державної підтримки. В багатьох країнах світу для забезпечення такої підтримки застосовуються пільгові ставки податку на додану вартість для сільсько-

господарської продукції або продуктів харчування. В Україні сільськогосподарські підприємства до 2016 року застосовували спеціальний режим нарахування податку на додану вартість, особливістю якого була акумуляція нарахованих сум ПДВ на спеціа-

льних рахунках замість перерахування його до бюджету [1]. На теперішній час такий механізм скасовано, а головним способом державної підтримки аграрного сектору економіки залишилась спрощена система оподаткування (застосування єдиного податку для платників четвертої групи).

В останні роки було підготовлено ряд законопроектів щодо впровадження в Україні пільгових ставок ПДВ, їх переваги та недоліки викликають жваві дискусії.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Нарахування податку на додану вартість сільськогосподарськими підприємствами було предметом дослідження багатьох вітчизняних учених, серед яких Косторной С. В. [1,2], Лупенко Ю. О. [3], Микитюк А. А. [4], Сіренко Н. М. [5], Тулуш Л. Д. [6], Ярош М. В. [7] тощо. Серед закордонних вчених ці питання досліджували: Arsenovic, D. [8], Snossen, S. [9], Kondraszuk, T. [10] та інші. Більшість вчених наголошують на необхідності застосування пільгових ставок ПДВ на сільськогосподарську продукцію та продукти харчування, проте розміри ставок, перелік товарів та інші аспекти суттєво відрізняються в різних країнах.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є систематизація підходів до застосування знижених ставок ПДВ на сільськогосподарську продукцію, а також визначення їх можливого впливу на фінансові показники підприємств аграрного сектору економіки.

#### **Виклад основного матеріалу.**

Євроінтеграційний курс України передбачає приведення норм податкового законодавства до європейських вимог. Європейський та міжнародний досвід оподаткування аграрного сектору економіки передбачає застосування для нього пільгових (знижених) ставок податку на додану вартість.

У відповідності до Директиви Ради 2006/112/ЄС "Про спільну систему податку на додану вартість" [11] для запобігання ви-

никненню структурної неврівноваженості у Співтоваристві та викривленню конкуренції в деяких напрямках діяльності, внаслідок застосування Державами-членами різних стандартних ставок ПДВ, встановлюється мінімальна стандартна ставка в розмірі 15% з можливістю перегляду. Знижені ставки мають бути не нижче 5%, однак для ряду країн встановлені винятки до окремих товарів, робіт і послуг. Держави-члени ЄС можуть застосовувати одну або дві знижених ставки на товари та види діяльності, зазначені в Додатку III до Директиви Ради 2006/112/ЄС [11].

В аграрному секторі знижені ставки можуть бути застосовані:

- на продукти харчування (Foodstuffs), включаючи напої, для споживання людиною та тваринами, живі тварини, насіння, рослини та інгредієнти, які зазвичай призначені для використання у приготуванні харчових продуктів; продукти, які зазвичай використовуються як доповнення харчових продуктів або як замітник харчових продуктів;

- на постачання товарів та послуг, які зазвичай призначені для використання у сільськогосподарському виробництві, за винятком машин та будівель (Agricultural inputs).

Ставки податку на додану вартість в країнах ЄС станом на 01.01.2020 р. наведені в таблиці 1.

Із двадцяти восьми країн знижені ставки ПДВ для продуктів харчування застосовуються в двадцяти чотирьох. Вони встановлюються переважно для продуктів першої необхідності – хліба, м'яса, молочних продуктів, овочів. За стандартною ставкою оподатковуються алкогольні напої, продукти категорії розкоші (лобстери, ікра тощо).

В 16 країнах крім цього також застосовуються знижені ставки на сільськогосподарські ресурси (насіння, добрива, отрутохімікати, запчастини, сільськогосподарські послуги).

Таблиця 1

Ставки податку на додану вартість в країнах ЄС станом на 01.01.2020 р.

Країни	Стандартна ставка ПДВ, %	Ставки ПДВ на продукти харчування (Foodstuffs), %	Ставки ПДВ на сільськогосподарські ресурси (Agricultural inputs), %
Бельгія	21	6%, 12%, крім товарів для домашніх тварин, товарів категорії розкоші	6%, 12% (добрива, отрутохімікати, запчастини)
Болгарія	20	20%	20%
Чеська Республіка	21	10% (дитяче харчування), 15%	21%
Данія	25	25%	25%
Німеччина	19	7%	7%
Естонія	20	20%	20%
Ірландія	23	4,8% (худоба), 13,5% (продукти харчування)	13,5% (сільськогосподарські послуги)
Греція	24	13%	13%
Іспанія	21	4% (хліб, борошно, молоко; сир; яйця; фрукти, овочі та злаки), 10%	10%
Франція	20	2,1% (худоба), 5,5% (продукти харчування, напої), 10% (корми)	10% (продукція сільського господарства, не призначена для виробництва продуктів харчування, добрива)
Хорватія	25	5% (хліб, молоко), 13% (інші харчові продукти, крім цукру)	13% (насіння, добрива, пестициди)
Італія	22	4%, 5%, 10%	4%, 10%
Кіпр	19	5%	5%
Латвія	21	5% (фрукти, ягоди, овочі), 12%	21%
Литва	21	21%	21%
Люксембург	17	3%	3%
Угорщина	27	5%, 18% (продукція тваринництва)	27%
Мальта	18	0%, 5%	18%
Нідерланди	21	9%	21%
Австрія	20	10%	10%, 13%
Польща	23	5% (хліб, м'ясо, фрукти, овочі, молочні продукти), 8% (цитрусові, горіхи, консервовані фрукти)	5% (насіння), 8% (добрива, засоби захисту рослин, послуги в сільському господарстві)
Португалія	23	6%, 13%	6% (послуги в сільському господарстві), 13% (інструменти, техніка)
Румунія	19	5%, 9%	9% (добрива, пестициди, насіння, послуги)
Словенія	22	9,5%	9,5%
Словаччина	20	10% (м'ясо, риба, молоко, масло, хліб)	20%
Фінляндія	24	14%	14%
Швеція	25	12%	25%
Великобританія	20	0%	20%

Джерело: сформовано на основі [12]

Ряд країн тимчасово знизили ставки ПДВ на продукти харчування, напої, продукцію та послуги кафе та ресторанів в зв'язку з пандемією Covid-19 – Болгарія, Кіпр, Греція, Великобританія.

Станом на 2020 рік в Україні застосовуються ставки податку на додану вартість 20%, 7% та 0% [13]. Проте з метою

підтримки аграрного сектору економіки неодноразово піднімалося питання про оподаткування сільськогосподарської продукції та продуктів харчування за зниженими ставками.

Розглянемо законопроекти з цього напрямку, які в останні роки були зареєстровані у Верховній Раді (табл. 2).

Таблиця 2

Порівняння законопроектів щодо впровадження пільгових ставок ПДВ для аграрного сектору економіки

Законопроект	Основні положення
Законопроект № 7420 від 19.12.2017 "Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо зменшення ставки податку на додану вартість для сільськогосподарських підприємств"	- зменшення ставки ПДВ щодо операцій з продажу (постачання) сільськогосподарської продукції на митній території України з 20 до 7 відсотків
Законопроект № 7420-1 від 27.12.2017 "Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо зниження ставки податку на додану вартість для деяких видів сільськогосподарської продукції"	- оподаткування ПДВ за ставкою 10 % деяких продуктів харчування та сировини для їх виробництва, зокрема, продукції тваринництва, цукрових буряків; бурякового цукру.
Законопроект № 7420-2 від 03.01.2018 "Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо зниження ставки податку на додану вартість для деяких видів сільськогосподарської продукції"	- оподаткування ПДВ за ставкою 10 % деяких продуктів харчування та сировини для їх виробництва, зокрема, продукції тваринництва, цукрових буряків; бурякового цукру, овочів, пшениці, борошна, хлібобулочних виробів.
Законопроект № 8570 від 06.07.2018 "Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо зменшення ставки податку на додану вартість для продукції садівництва, ягідництва та виноградарства"	- оподаткування ПДВ за ставкою 7 % постачання та ввезення в Україну дерев, кущів з їстівними плодами, горіхів, винограду, окремих видів фруктів.
Законопроект № 3656 від 15.06.2020 "Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо ставки податку на додану вартість з операцій з постачання окремих видів сільськогосподарської продукції"	- встановлення зниженої ставки податку на додану вартість - 14% по операціях з постачання на митній території України та ввезення на митну територію України окремих видів сільськогосподарської продукції:

Джерело: сформовано на основі [14]

Необхідність таких законопроектів обґрунтовується наступним чином:

- необхідно забезпечити державну підтримку аграрного сектору економіки в умовах скасування з 2017 року спецрежиму з ПДВ, не допустити масове банкрутство підприємств;

- необхідно додатково підтримати найуразливіші галузі сільського

господарства, зокрема, тваринництво, садівництво;

- необхідно вжити заходів для зупинення зростання цін на продовольство, забезпечення оптимальної структури споживання харчових продуктів (збільшення споживання фруктів, м'ясних та молочних продуктів);

- необхідно вивести з "тіні" виробників, які змушені приховувати доходи через надмірне податкове навантаження;

- необхідно протидіяти конкуренції сільськогосподарських товаровиробників з інших країн, зокрема, країн Європейського Союзу після укладення Угоди про асоціацію з ЄС;

На нашу думку застосування пільгових ставок ПДВ для аграрного сектору має наступні переваги та недоліки.

Переваги:

- розвиток сільськогосподарських підприємств, збільшення інвестицій;

- зниження цін на сільськогосподарську продукцію, покращення її доступності для населення;

- зниження ефективності ряду схем ухилення від оподаткування, детінізація аграрного виробництва;

Недоліки:

- зниження податкових надходжень до бюджету;

- перекладання податкового тягаря на інші галузі економіки, порушення принципів справедливості оподаткування;

- ускладнення податкового адміністрування;

- виникнення нових схем ухилення від оподаткування.

Законопроект № 3656 [15] було прийнято 17.12.2020 року, очікується підписання його Президентом України. Після проходження всіх необхідних процедур до Податкового Кодексу будуть внесені зміни, згідно яких ставка 14% буде застосовуватись по операціях з постачання на митній території України та ввезення на митну територію України наступної продукції, що класифікується за такими товарними позиціями згідно з УКТ ЗЕД:

0102 (велика рогата худоба, жива);

0103 (свині, живі),

1001 (Пшениця),

1002 (Жито),

1003 (Ячмінь),

1004 (Овес),

1005 (Кукурудза),

1201 (Соеві боби),

1204 00 (Насіння льону),

1205 (Насіння свиріпи та ріпаку),

1206 00 (Насіння соняшнику),

1207 (Насіння та плоди інших олійних культур),

1212 91 (цукрові буряки). [15].

Автори законопроекту зазначають:

• зниження ставки ПДВ по більшості операціях не призведе до втрат бюджету, оскільки ці товари не реалізуються кінцевому споживачу, який є фактичним платником ПДВ;

• від зниження ставки ПДВ виграють не тільки сільгоспвиробники, а й переробники, оскільки термін сплати основної суми ПДВ для них переміщається з дати оплати сировини на дату оплати зобов'язань по операціях з реалізації продуктів її переробки. Відтермінування щонайменше на 30 днів;

• при зниженні ставки ПДВ по операціях з реалізації зернових та олійних культур пропорційно знижується сума відшкодування з бюджету експортерам. Тобто, в разі знижуються витрати бюджету та ризику втрат, пов'язаних із шахрайством з ПДВ та застосуванням так званих «скруток», оскільки різко знижується ефективність таких шахрайських схем [15].

Законопроект № 3656 зазнав значної критики [16,17].

На нашу думку він є недосконалим з наступних причин:

- знизяться суми податкового кредиту для переробних підприємств, що закуповують сільськогосподарську продукцію, погіршаться їх фінансові показники;

- поглибиться сировинна направленість аграрного сектору;

- зменшаться обсяги бюджетного відшкодування експортерам;

- ціни на кінцеві продукти харчування не знизяться, бо на них ставка ПДВ залишилась на рівні 20%;

- відсутня підтримка для сорго, гречки, гороху, ряду інших видів продукції;

- через збільшення кількості ставок ускладниться адміністрування ПДВ, контролююча робота Державної податкової служби буде менш ефективною, збільшиться бюрократичний тиск.

**Висновки.** Застосування пільгових ставок податку на додану вартість для аграрного сектору економіки є поширеною світовою практикою, мета якої – державна підтримка цієї галузі, а також покращення цінової дос-

тупності продуктів харчування для малозабезпечених верств населення.

Впровадження зниженої ставки ПДВ на сільськогосподарську продукцію в розмірі 14% сприятиме підтримці сільськогосподарських підприємств в Україні, обмеженню поширених схем ухилення від оподаткування. Проте можливі і негативні наслідки: податковий тягар перерозподілиться на переробні підприємства, погіршиться їх фінансовий стан, ціни на продукти харчування не знизяться.

Більшість країн ЄС застосовують комплексний підхід – за пільговими ставками ПДВ оподатковується не лише сільськогосподарська продукція, а й продукція її переробки, а також основні ресурси, призначені для використання в сільському господарстві (насіння, добрива, отрутохімікати, тощо). Але впровадження знижених ставок ПДВ в такому форматі приведе до значного скорочення надходжень ПДВ до бюджету.

#### Список літератури:

1. Косторной С. В. Проблеми нарахування ПДВ сільськогосподарськими підприємствами у 2016 році. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. Вид-во Мелітопольська типографія "Люкс". 2016. №2(31). С. 135-138.
2. Косторной С. В. Особливості нарахування податку на додану вартість у сільськогосподарських підприємствах. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. Вид-во Мелітопольська типографія "Люкс". 2013. №1(21), том 1. С. 274-282.
3. Лупенко Ю.О. Зниження ставки ПДВ на продовольчі товари в Україні: можливості та доцільність. *Продовольчі ресурси*. 2020. № 14. С. 211-219.
4. Микитюк А. А. Деякі проблемні питання, пов'язані із застосуванням сільськогосподарськими підприємствами системи електронного адміністрування ПДВ. *Часопис Київського університету права*. 2019. № 3. С. 98-102.
5. Сіренко Н. М. Вплив податку на додану вартість на фінансові результати сільськогосподарських підприємств *Економічний форум*. 2015. № 3. С. 337-341.
6. Тулуш Л. Д. Перспективи застосування зниженої ставки податку на додану вартість на продукти харчування в Україні. *Економіка АПК*. 2017. № 4. С. 50-59.
7. Ярош М. В. Оптимізація оподаткування ПДВ: оцінка рівня податкового навантаження при оподаткуванні сільськогосподарських продуктів. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. Вип. 6(2). С. 159-163.
8. Arsenovic, D., Lalic, S., Stanivuk, B., & Njegus, B. Agriculture in the VAT system. *Research Journal of Agricultural Science*, 2012. 44(3).
9. Cnossen, S. VAT and agriculture: lessons from Europe. *International Tax and Public Finance*. 2018. 25(2). pp. 519-551.
10. Kondraszuk, T., & Jaworski, J. The dilemma of choosing the form of VAT taxation in agriculture in Poland. *Economic Science For Rural Development*. 2018. p. 124.
11. Council Directive 112/2006/EC of 28 November 2006 on the common system of VAT. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32006L0112> (дата звернення: 02.02.2021)
12. VAT rates applied in the member states of the European Union : Situation at 1st January 2020 / European Commission, 2020. URL: [https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/business/vat/eu-vat-rules-topic/vat-rates\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/vat/eu-vat-rules-topic/vat-rates_en) (дата звернення: 02.02.2021)
13. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755 (зі змінами та доповненнями). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 02.02.2021)
14. Верховна Рада України – Законотворчість. URL: <http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc2> (дата звернення: 02.02.2021)
15. Проект Закону № 3656 від 15.06.2020 "Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо ставки податку на додану вартість з операцій з постачання окремих видів сільськогосподарської продукції". URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=69140](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=69140) (дата звернення: 02.02.2021)
16. О сниженной ставке НДС для отдельных видов аграрной продукции. URL: <http://agroportal.ua/views/blogs/osnizhennoi-stavke-nds-dlya-otdelnykh-vidov-agroproduktov-produktsii/> (дата звернення: 02.02.2021)
17. Зниження ПДВ до 14% посилить сировинну направленість агросектору. URL: <http://agroportal.ua/ua/news/vlast/mnenie-snizhenie-nds-do-14-usilit-syrevuyu-napravlennost-agrosektora/> (дата звернення: 02.02.2021)

#### Reference:

1. Kostornoi S. V. (2016) Problemy narakhuvannia PDV silskohospodarskymu pidpriemstvamy u 2016 rotsi [Problems of VAT accrual by agricultural enterprises in 2016]. *Zbirnyk Naukovykh Prats Tavriiskoho Derzhavnoho Ahrotekhnolohichnoho Universytetu (Ekonomichni Nauky) - Collection of scientific works of Tavriya State Agrotechnological University (economic sciences)* 2(31). P. 135-138. [in Ukrainian]
2. Kostornoi S. V. (2013) Osoblyvosti narakhuvannia podatku na dodanu vartist u silskohospodarskykh pidpriemstvakh [Features of value added tax in agricultural enterprises]. *Zbirnyk Naukovykh Prats Tavriiskoho Derzhavnoho Ahrotekhnolohichnoho*

*Universytetu (Ekonomichni Nauky) - Collection of scientific works of Tavriya State Agrotechnological University (economic sciences) 1(21), v. 1. P. 274-282. [in Ukrainian]*

3. Lupenko Yu.O. (2020) Znyzhennia stavky PDV na prodovolchi tovary v Ukraini mozhlyvosti ta dotsilnist [Reducing the VAT rate on food products in Ukraine: opportunities and feasibility]. *Prodovolchi Resursy - Food resources*. 14. P. 211-219. [in Ukrainian]

4. Mykytiuk A. A. (2019) Deiaki problemni pytannia poviazani iz zastosuvanniam silskohospodarskymy pidpriemstvamy systemy elektronnoho administruvannia PDV [Some problematic issues related to the application of the electronic VAT administration system by agricultural enterprises]. *Chasopys Kyivskoho Universytetu Prava - Journal of Kyiv University of Law*. 3. P. 98-102. [in Ukrainian]

5. Sirenko N. M. (2015) Vplyv podatku na dodanu vartist na finansovi rezultaty silskohospodarskykh pidpriemstv [The impact of value added tax on the financial results of agricultural enterprises] *Ekonomichnyi Forum - Economic forum*. 3. P. 337-341. [in Ukrainian]

6. Tulush L. D. (2017) Perspektyvy zastosuvannia znyzhenoj stavky podatku na dodanu vartist na produkty kharchuvannia v Ukraini [Prospects for the application of a reduced rate of value added tax on food in Ukraine]. *Ekonomika APK - Economics of agro-industrial complex*. 4. P. 50-59. [in Ukrainian]

7. Yarosh M. V. (2016) Optymizatsiia opodatkovannia PDV otsinka rivnia podatkovooho navantazhennia pry opodatkuvanni silskohospodarskykh produktiv [Optimization of VAT taxation: assessment of the level of tax burden in agricultural taxation]. *Ekonomichnyi Visnyk Zaporizkoi Derzhavnoi Inzhenernoi Akademii - Economic Bulletin of the Zaporozhye State Engineering Academy*. 6(2). P. 159-163. [in Ukrainian]

8. Arsenovic, D., Lalic, S., Stanivuk, B., & Njegus, B. (2012). Agriculture in the VAT system. *Research Journal of Agricultural Science*, 44(3).

9. Cnossen, S. (2018). VAT and agriculture: lessons from Europe. *International Tax and Public Finance*, 25(2), 519-551.

10. Kondraszuk, T., & Jaworski, J. (2018). The dilemma of choosing the form of VAT taxation in agriculture in Poland. *Economic Science For Rural Development 2018*, 124.

11. Council Directive 112/2006/EC of 28 November 2006 on the common system of VAT. Retrieved from: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32006L0112> (last accessed: 02.02.2021)

12. VAT rates applied in the member states of the European Union : Situation at 1st January 2020 / European Commission, 2020. Retrieved from: [https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/business/vat/eu-vat-rules-topic/vat-rates\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/vat/eu-vat-rules-topic/vat-rates_en) (last accessed: 02.02.2021)

13. Podatkovyi kodeks Ukrainy vid 2 hrudnia 2010 roku № 2755 (zi zminamy ta dopovnenniamy) [Tax Code of Ukraine of December 2, 2010 № 2755 (as amended)]. Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (last accessed: 02.02.2021) [in Ukrainian]

14. Verkhovna Rada Ukrainy – Zakonotvorchist [The Verkhovna Rada of Ukraine - Legislation]. Retrieved from: <http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc2> (last accessed: 02.02.2021) [in Ukrainian]

15. Proekt Zakonu № 3656 vid 15.06.2020 "Pro vnesennia zmin do Podatkovooho kodeksu Ukrainy shchodo stavky podatku na dodanu vartist z operatsii z postachannia okremykh vydiv silskohospodarskoi produktsii" [Draft Law № 3656 of 15.06.2020 "On Amendments to the Tax Code of Ukraine Concerning the Value Added Tax Rate on Transactions for Supply of Certain Types of Agricultural Products"]. Retrieved from: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=69140](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=69140) (last accessed: 02.02.2021) [in Ukrainian]

16. O snizhennoy stavke NDS dlya otdel'nykh vidov agrarnoy produktsii [On the reduced VAT rate for certain types of agricultural products]. Retrieved from: <http://agroportal.ua/views/blogs/o-snizhennoi-stavke-nds-dlya-otdelnykh-vidov-agroprodovolstvennoi-produktsii/> (last accessed: 02.02.2021) [in Russian]

17. Znyzhennia PDV do 14% posylit syrovynnu napravlenist ahrosektoru [Reducing VAT to 14% will strengthen the raw material orientation of the agricultural sector]. Retrieved from: <http://agroportal.ua/ua/news/vlast/mnenie-snizhenie-nds-do-14-usilit-syrevuyu-napravlenost-agrosektora/> (last accessed: 02.02.2021) [in Ukrainian]

УДК: 336.22; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-53-58

Косторной С.В., к.е.н., доцент

Демченко І.В., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

serhii.kostornoi@tsatu.edu.ua

## ЕЛЕКТРОННИЙ КАБІНЕТ ПЛАТНИКА ПОДАТКІВ

**Анотація.** Одним із важливих завдань Державної податкової служби України є забезпечення зручного, швидкого та надійного обміну інформацією між платниками та контролюючими органами. В статті детально розглянуто практичні аспекти функціонування інформаційно-телекомунікаційної системи "Електронний кабінет". Сформульовано переваги та недоліки поточної форми реалізації функцій системи "Електронний кабінет", розглянуто останні законодавчі зміни в цій галузі. Обґрунтовано напрями удосконалення роботи Державної податкової служби у сфері діджиталізації.

**Ключові слова:** податки, Електронний кабінет, Державна податкова служба України, податкова звітність, кваліфікований електронний підпис, інформаційні технології в оподаткуванні.

**JEL code classification: H25**

Serhii Kostornoi, Ph.D., Ass. Prof.

Ivan Demchenko, Ph.D., Ass. Prof.

Dmytro Motornyi Tavrria State Agrotechnological University

serhii.kostornoi@tsatu.edu.ua

## ELECTRONIC CABINET OF THE TAXPAYER

**Abstract.** One of the important tasks of the State Tax Service of Ukraine is to ensure convenient, fast and reliable exchange of information between taxpayers and regulatory authorities. The article considers in detail the practical aspects of the functioning of the information and telecommunication system "Electronic Cabinet".

The electronic cabinet provides an opportunity to:

- view information about the taxpayer
- reconciliation of taxpayers' calculations with the state and local budgets;
- automated determination of mandatory for filling and submission of tax reporting forms and invoices for the payment of taxes and fees of a particular taxpayer;
- filling out, checking and submitting tax returns, reporting to the supervisory authority;
- access of taxpayers to the system of electronic administration of value added tax, including the ability to generate, verify and confirm tax invoices;
- submission of appeals and other documents, etc.

The shortcomings of the current form of implementation of the functions of the "Electronic Cabinet" system are revealed: delay in receiving the second receipt; incorrect invoices for payment; lack of some reporting forms; imperfect information protection system; impossibility of delimitation of access rights of officials of the enterprise.

The latest legislative changes regarding the work of the electronic cabinet and directions for improving the work of the State Tax Service in the field of digitalization are considered.

**Conclusion.**

An e-office is an important means of interaction between taxpayers and regulatory authorities. Its possibilities for access to data from state registers, submission of tax returns in electronic form, control over the status of payments for individual taxes, and the use of the electronic VAT administration system are most widely used.

The work of the electronic cabinet is constantly improving. Issues of information security, technical reliability, expansion of functionality need attention.

**Keywords:** taxes, Electronic Cabinet, State Tax Service of Ukraine, tax reporting, qualified electronic signature, information technology in taxation.

**Постановка проблеми.** Одним із важливих завдань Державної податкової служби є забезпечення зручного, швидкого та надійного обміну інформацією між платниками та контролюючими органами. Його основою повинен бути онлайн сервіс "Електронний



кабінет". Він в цілому успішно функціонує, але потребують вивчення окремі аспекти його роботи. А також він потребує удосконалення, як в технічному, так і в методологічному плані.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання впровадження інформаційних технологій в сфері оподаткування розглядали наступні вчені: Косторной С.В. [1,2], Матвейчук Л. О. [3], Огійчук М. Ф. [4], Проскура К. П. [5], Пряміцин К. Ю. [6], Теремецький В. О. [7], Тофан І. М. [8], Чернелевський Л. М. [9]. Проте питання функціонування електронного кабінету досліджені не достатньо.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є систематизація теоретичних та практичних аспектів функціонування електронного кабінету платника податків, обґрунтування напрямів його удосконалення.

#### **Виклад основного матеріалу.**

Ефективна робота щодо податкового адміністрування в сучасних умовах не можлива без широкого використання інформаційних технологій. Станом на 2020 рік в Державній податковій службі функціонують наступні інформаційно-телекомунікаційні системи (ІТС):

- «Податковий блок»;
- «Управління документами»;
- «Офіційний Вебпортал»;
- «Єдине вікно подання електронної звітності»;
- «Електронний кабінет»;
- «Фінанси і персонал»;
- «Державний реєстр фізичних осіб – платників податків» [10].

Дослідна експлуатація електронного сервісу "Електронний кабінет платника" розпочалася з 2013 року. З 2018 року на його основі була побудована ІТС "Електронний кабінет" в тому вигляді, який ми маємо зараз.

"Електронний кабінет" - сукупність інформаційно-телекомунікаційних систем Державної податкової служби, призначених для взаємодії між платниками податків та державними органами.

Електронний кабінет забезпечує можливість реалізації платниками податків прав та

обов'язків, визначених Податковим Кодексом [11] та іншими законами шляхом:

- перегляду інформації про платника податків, що збирається, використовується та формується контролюючими органами у зв'язку з обліком платників податків та адмініструванням податків, зборів, митних платежів, єдиного внеску, здійсненням податкового контролю, у тому числі дані оперативного обліку податків, зборів, єдиного внеску (у тому числі дані інтегрованих карток платників податків), дані системи електронного адміністрування ПДВ, дані системи електронного адміністрування реалізації пального та спирту етилового, а також одержання такої інформації у вигляді документа;

- подання платником податків повідомлення про використання та про відмову від використання єдиного рахунку, перегляду інформації по єдиному рахунку, у тому числі з Реєстру платежів з єдиного рахунку в розрізі окремого платника податків;

- проведення звірки розрахунків платників податків з державним та місцевими бюджетами, а також одержання документа, що підтверджує стан розрахунків;

- управління сумами помилково та/або надміру сплачених грошових зобов'язань та пені;

- автоматизованого визначення обов'язкових для заповнення та подання форм податкової звітності та рахунків для сплати податків і зборів конкретного платника податків;

- заповнення, перевірки та подання податкових декларацій, звітності до контролюючого органу;

- реєстрації, коригування податкових накладних/розрахунків в Єдиному реєстрі податкових накладних та акцизних накладних в Єдиному реєстрі акцизних накладних; перегляду інформації про податкові накладні/розрахунки коригування, реєстрація яких в Єдиному реєстрі податкових накладних зупинена; доступу платників податків до системи електронного адміністрування податку на додану вартість, включаючи можливість формування, перевірки та підтвердження податкових накладних;

- отримання платниками податків копій наказів про проведення перевірок, повідом-

лень про проведення перевірок, актів (довідок) перевірок;

- забезпечення можливості адміністративного оскарження рішень контролюючих органів;

- інформування про статус контрагентів за публічно доступними даними;

- взяття на облік, внесення змін до облікових відомостей, зняття з обліку, переходу на спеціальні режими оподаткування та інших реєстраційних дій;

- подання звернень та інших документів;

- реєстрації контролюючим органом реєстраторів розрахункових операцій;

- подання повідомлення про технічну та/або методологічну помилку, що виявлена в роботі електронного кабінету;

- подання звернення на отримання індивідуальної податкової консультації в електронній формі;

- визначення, зміни уповноважених осіб платника податків, які мають право користуватися електронним кабінетом, зокрема щодо підписання, подання, отримання ними документів та інформації через електронний кабінет та визначення їхніх повноважень [11].

Електронний кабінет працює постійно (24 години на дату кожного календарного дня), крім часу, необхідного для його технічного обслуговування.

Порядок функціонування Електронного кабінету затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 14.07.2017 р. № 637 [12].

Електронний кабінет забезпечує електронну форму взаємодії платників податків та державних органів з контролюючими органами, надання/отримання користувачам/користувачами документів, інформації та послуг, передбачених Податковим Кодексом.

Електронний кабінет складається з:

- апаратно-програмного комплексу;

- портального рішення для користувачів - платників податків, робота в якому здійснюється онлайн (через Інтернет у режимі реального часу) та не передбачає обов'язкового використання спеціалізованого клієнтського застосування;

- портального рішення для користувачів - державних, у тому числі контролюючих, органів;

- програмного інтерфейсу (API), що дає змогу реалізувати повноту функціонала Електронного кабінету;

- інших засобів інформаційних, телекомунікаційних, інформаційно-телекомунікаційних систем [12].

Електронний кабінет в процесі функціонування взаємодіє з іншими інформаційно-телекомунікаційними системами ДФС.

Електронний кабінет забезпечує захист даних (у тому числі персональних даних) від несанкціонованого доступу із застосуванням комплексної системи захисту інформації з підтвердженою відповідністю, яка є сукупністю організаційних та інженерно-технічних заходів, спрямованих на унеможливлення витоку, перехоплення, втрати, знищення, модифікації та блокування інформації.

Електронний кабінет включає відкриту (загальнодоступну) частину та приватну частину (особистий кабінет).

Доступ до відкритої (загальнодоступної) частини Електронного кабінету мають усі користувачі без використання електронних довірчих послуг.

Відкрита (загальнодоступна) частина Електронного кабінету забезпечує можливість отримання користувачем інформації, яка відповідно до законодавства є відкритою та підлягає оприлюдненню.

Доступ до приватної частини (особистого кабінету) надається користувачам після проходження електронної ідентифікації за допомогою інтегрованої системи електронної ідентифікації та відповідно до вимог Закону України «Про електронні довірчі послуги», Порядку використання електронних довірчих послуг в органах державної влади, органах місцевого самоврядування, підприємствах, установах та організаціях державної форми власності, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 19 вересня 2018 року № 749.

Приватна частина (особистий кабінет) Електронного кабінету забезпечує надання платнику податків послуг, перелік яких визначено пунктом 42-1.2 Податкового Кодексу.

Усі подані платником податків документи, звернення, заяви, листи відображаються у приватній частині (особистому кабінеті) Електронного кабінету та завантажуються до інформаційних ресурсів ДФС [12].

За даними Державної податкової служби приватною частиною електронного кабінету активно користуються 2,6 млн. осіб, в тому числі 654 тис. юридичних осіб, 1,3 млн. фізичних осіб-підприємців та 566 тис. громадян. За 2020 рік кількість користувачів електронного кабінету збільшилася на 36% [13].

За допомогою електронних сервісів було подано 82,3% податкових декларацій [10].

Платники податків, працюючи в електронному кабінеті платника отримують такі переваги у роботі:

- унеможливлення помилок в обов'язкових реквізитах поданої декларації, оскільки при створенні податкової звітності ці реквізити заповнюються автоматично даними платника податків, які наявні у базі даних органів податкової служби;

- унеможливлення випадків подання звітності не в повному обсязі, оскільки звітність приймається пакетом (декларація з усіма додатками);

- можливість здійснення перевірки складеного звіту на наявність арифметичних помилок;

- можливість збереження заповненої форми звіту у режимі "Чернетки" та використання її при створенні наступних звітів;

- можливість імпорту з бухгалтерських програм (наприклад, 1С) сформованої електронної звітності, перетворення її у пакет документів з послідувачим направленням до органів податкової служби;

- отримання квитанції про прийняття органами податкової служби надісланого звіту протягом декількох хвилин;

- можливість перегляду всієї інформації щодо своїх розрахунків з бюджетом, у тому числі з урахуванням філій, відокремлених підрозділів, які знаходяться на території України, а також зобов'язань по сплаті певних податків, зборів, які, відповідно до чинного законодавства України, мають сплачуватися за місцем розташування об'єкта оподаткування (наприклад, плата за землю);

- наявність податкового календаря, який забезпечує нагадування строків подання звітності та сплати податків, зборів;

- отримання оперативної інформації щодо особистих реєстраційних даних, які наявні в базі даних органів податкової служби на час сеансу;

- можливість подавати заяви та отримувати в електронному вигляді довідки про відсутність заборгованості з податків, зборів, платежів, що контролюються органами податкової служби [10].

Користувачі електронного кабінету зустрічаються з наступними технічними проблемами: затримка отримання другої квитанції; не вірні рахунки для сплати; відсутність окремих форм звітності. Ці проблеми періодично з'являються та виправляються протягом певного часу.

Також суттєвою проблемою є те, що не завершено впровадження комплексної системи захисту інформації в Державній податковій службі. Це створює загрозу витоку та спотворення конфіденційної інформації, яка збирається та обробляється ДПС.

Недостатньо опрацьовано питання звільнення від відповідальності платника у випадку некоректної роботи сервісу.

Доцільним також є забезпечення можливості встановлення різних рівнів доступу для працівників одного підприємства відповідно до їх посадових обов'язків та закриття від них "зайвої" інформації.

Потребує удосконалення інтеграція з бухгалтерськими програмами, яка має пришвидшити створення та заповнення форм звітності на підставі даних бухгалтерського обліку, що ведеться в електронній формі.

14 липня 2020 р. Верховною Радою України був прийнятий Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо функціонування електронного кабінету та спрощення роботи фізичних осіб – підприємців» №786-IX [14].

Ним внесено зміни до Податкового кодексу України, зокрема, щодо електронної взаємодії платників податків з податковими органами. Копії податкових повідомлень-рішень та інші документи, які податковий орган надсилає платнику, будуть відображатися в електронному кабінеті.

Визначено, що контролюючий орган веде листування з платниками податків в електронній формі, якщо вони подали заяву про бажання отримувати документи через електронний кабінет та скасовано вимогу про подання заяви платником податків на приєднання до договору про визнання електронних документів.

Запроваджується автоматична реєстрація в електронному кабінеті отриманих документів від платника податків та передбачено, що в електронному кабінеті мають міститися дані щодо суми та дати узгодження грошового зобов'язання, визначеного контролюючим органом.

Також спрощується механізм доведення платником податків відсутності його вини через технічний збій у роботі електронного кабінету, зокрема, скасовується необхідність підтвердження технічним адміністратором та/або методологом факту технічного збою, методологічних або технічних помилок [14].

Одним зі стратегічних напрямів розвитку Державної податкової служби є діджиталізація. Проект "Е-податки" передбачає нові послуги, інтеграцію з системою "Дія", міжнародний обмін фінансовою інформацією, здійснення електронних податкових перевірок за електронними даними бухгалтерського обліку. Крім того, впроваджуються проекти "Е-РРО" та "Е-акциз" [10].

**Висновки.** Електронний кабінет є важливим засобом взаємодії платників податків з контролюючими органами. Найширше використовуються його можливості щодо доступу до даних державних реєстрів, подання податкових декларацій в електронній формі, контролю за станом розрахунків щодо окремих податків, використання системи електронного адміністрування ПДВ.

Робота електронного кабінету постійно вдосконалюється. Потребують уваги питання інформаційної безпеки, технічної надійності, розширення функціональності.

#### Список літератури:

1. Косторной С. В. Електронне адміністрування ПДВ: результати впровадження. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. Вид-во Мелітопольська типографія "Люкс". 2017. №2(34). С. 348-354.
2. Косторной С. В. Подання податкової звітності в електронній формі. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. Вид-во Мелітопольська типографія "Люкс". 2013. №2(22), том 6. С. 198-206.
3. Матвейчук Л. О. Модернізація державної податкової служби в контексті розвитку електронного оподаткування. *Аспекти публічного управління*. 2016. № 1-2. С. 81-91.
4. Огічук М. Ф. Електронне оподаткування в системі обліку податку на додану вартість. *Проблеми економіки*. 2014. № 4. С. 376-381.
5. Проскура К. П. Аналіз розвитку та ефективності застосування в Україні системи електронної податкової звітності. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2014. № 1. С. 103-110.
6. Пряміцин К. Ю. Електронний кабінет – сучасний механізм взаємодії платника податків та державної фіскальної служби. *Вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". Політологія. Соціологія. Право*. 2017. № 3-4. С. 108-112.
7. Теремецький В. О. Електронна податкова звітність: міжнародний досвід та проблеми впровадження в Україні. *Право і суспільство*. 2012. № 3. С. 92-98.
8. Тофан І. М. Особливості застосування електронної звітності в оподаткуванні. *Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України*. 2013. № 1. С. 222-229.
9. Чернелєвський Л. М. Модернізація Державної податкової служби на прикладі електронного кабінету платника податків. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2020. Т. 26, № 1. С. 50-56.
10. Державна податкова служба України. Офіційний портал. URL: <https://tax.gov.ua> (дата звернення: 04.03.2021)
11. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755 (зі змінами та доповненнями). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 04.03.2021)
12. Порядок функціонування Електронного кабінету, затверджений Наказом Міністерства фінансів України від 14.07.2017 р. № 637 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0942-17#Text> (дата звернення: 04.03.2021)
13. Презентація публічного звіту ДПС за 2020 рік. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=gQ-ljg2GTGs&feature=emb\\_imp\\_woyt](https://www.youtube.com/watch?v=gQ-ljg2GTGs&feature=emb_imp_woyt) (дата звернення: 04.03.2021)
14. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо функціонування електронного кабінету та спрощення роботи фізичних осіб – підприємців» від 14 липня 2020 р. № 786. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/786-20#Text> (дата звернення: 04.03.2021)

**References:**

1. Kostornoi S. V. (2017) Elektronne administruvannya PDV: rezultaty vprovadzhennia [Electronic VAT administration: implementation results] *Zbirnyk Naukovykh Prats Tavriiskoho Derzhavnoho Ahrotekhnolohichnoho Universytetu (Ekonomichni Nauky) - Collection of scientific works of Tavriya State Agrotechnological University (economic sciences)* 2(34). P. 348-354. [in Ukrainian].
2. Kostornoi S. V. (2013) Podannia podatkovoi zvitnosti v elektronni formi [Submission of tax returns in electronic form]. *Zbirnyk Naukovykh Prats Tavriiskoho Derzhavnoho Ahrotekhnolohichnoho Universytetu (Ekonomichni Nauky) - Collection of scientific works of Tavriya State Agrotechnological University (economic sciences)* 2(22). V.6. P. 198-206. [in Ukrainian].
3. Matveichuk L. O. (2016) Modernizatsiia derzhavnoi podatkovoi sluzhby v konteksti rozvytku elektronnoho opodatkuvannia [Modernization of the state tax service in the context of e-taxation development] *Aspekty publichnoho upravlinnia - Aspects of public administration*. 1-2. P. 81-91 [in Ukrainian].
4. Ohiichuk M. F. (2014) Elektronne opodatkuvannia v systemi obliku podatku na dodanu vartist [Electronic taxation in the system of value added tax accounting]. *Problemy ekonomiky - Problems of the economy*. 4. P. 376-381 [in Ukrainian].
5. Proskura K. P. (2014) Analiz rovytku ta efektyvnosti zastosuvannia v Ukraini systemy elektronnoi podatkovoi zvitnosti [Analysis of the development and effectiveness of the electronic tax reporting system in Ukraine]. *Problemy i perspektyvy rozvytku pidpriemnytstva - Problems and prospects of entrepreneurship development*. 1. P. 103-110 [in Ukrainian].
6. Priamitsyn K. Yu. (2017) Elektronnyi kabinet – suchasnyi mekhanizm vzaiemodii platnyka podatkov ta derzhavnoi fiskalnoi sluzhby [Electronic office - a modern mechanism of interaction between the taxpayer and the state fiscal service]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy "Kyivskiy politekhnichnyi instytut". Politolohiia. Sotsiologhiia. Pravo - Bulletin of the National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute".* *Politicalology. Sociology. Right*. 3-4. P. 108-112 [in Ukrainian].
7. Teremetskyi V. O. (2012) Elektronna podatkovna zvitnist: mizhnarodnyi dosvid ta problemy vprovadzhennia v Ukraini [Electronic tax reporting: international experience and implementation problems in Ukraine]. *Pravo i suspilstvo - Law and society*. 3. P. 92-98 [in Ukrainian].
8. Tofan I. M. (2013) Osoblyvosti zastosuvannia elektronnoi zvitnosti v opodatkuvanni [Features of the use of electronic reporting in taxation]. *Zbirnyk naukovykh prats Natsionalnoho universytetu derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy - Collection of scientific works of the National University of the State Tax Service of Ukraine*. 1. P. 222-229 [in Ukrainian].
9. Chernelevskiy L. M. (2020) Modernizatsiia Derzhavnoi podatkovoi sluzhby na prykladi elektronnoho kabinetu platnyka podatkov [Modernization of the State Tax Service on the example of the electronic cabinet of the taxpayer]. *Naukovi pratsi Natsionalnoho universytetu kharchovykh tekhnolohii - Scientific works of the National University of Food Technologies*. V. 26, № 1. P. 50-56 [in Ukrainian].
10. Derzhavna podatkovna sluzhba Ukrainy. Ofitsiinyi portal [State Tax Service of Ukraine. Official portal] Retrieved from: <https://tax.gov.ua> (last accessed: 04.03.2021) [in Ukrainian].
11. Podatkovi kodeks Ukrainy vid 2 hrudnia 2010 roku № 2755 (zi zminyamy ta dopovnenniamy) [Tax Code of Ukraine of December 2, 2010 № 2755 (as amended)]. Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (last accessed: 04.03.2021) [in Ukrainian].
12. Poriadok funktsionuvannia Elektronnoho kabinetu, zatverdzhenyi Nakazom Ministerstva finansiv Ukrainy vid 14.07.2017 r. № 637 [The order of functioning of the Electronic Cabinet, approved by the Order of the Ministry of Finance of Ukraine dated 14.07.2017 № 637] Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0942-17#Text> (last accessed: 04.03.2021) [in Ukrainian].
13. Prezentatsiia publichnoho zvituu DPS za 2020 rik [Presentation of the public report of the State Tax Service for 2020] Retrieved from: [https://www.youtube.com/watch?v=gQ-ljg2GTGs&feature=emb\\_imp\\_woyt](https://www.youtube.com/watch?v=gQ-ljg2GTGs&feature=emb_imp_woyt) (last accessed: 04.03.2021) [in Ukrainian].
14. Zakon Ukrainy «Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy shchodo funktsionuvannia elektronnoho kabinetu ta sproshchennia roboty fizychnykh osib – pidpriemstiv» vid 14 lypnia 2020 r. № 786 [Law of Ukraine “On Amendments to the Tax Code of Ukraine Concerning the Functioning of the Electronic Cabinet and Simplification of the Work of Individual Entrepreneurs” of July 14, 2020 № 786] Retrieved from: : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/786-20#Text> (last accessed: 04.03.2021) [in Ukrainian].

УДК: 336.027; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-59-66

*Пристемський О.С., доктор економічних наук, доцент,  
Херсонський державний аграрно-економічний університет  
pristemskiyaleksandr@gmail.com*

*Трусова Н.В., доктор економічних наук, професор,  
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного  
trusova\_natalya5@ukr.net*

## РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Анотація:* У статті розглядається потенціал фінансової безпеки, що формує систему фінансового захисту життєво важливих інтересів суб'єктів аграрного сектору. Доведено, що під тиском зовнішнього середовища інструменти впливу та фінансового механізму можуть змінюватися. Виокремлено пріоритет фінансової підтримки сільського господарства України за показниками інтенсивності та ефективності використання фінансових ресурсів. Запропоновано комплексний показник потенціалу фінансової безпеки. Розроблена модель стабільного рівня потенціалу спроможності фінансового забезпечення на основі чистого прибутку.

*Ключові слова:* потенціал, фінансова безпека, фінансові ресурси, фінансова підтримка, фінанси сільського господарства, аграрні підприємства.

**JEL code classification: Q14, M19**

*Prystemskiy O.S., Doctor of Economics, Ass. Prof.,  
Kherson State Agrarian and Economic University,  
pristemskiyaleksandr@gmail.com*

*Trusova N.V., Doctor of Economics, Professor  
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University,  
trusova\_natalya5@ukr.net*

## REGIONAL ASPECT OF FORMATION OF POTENTIAL OF FINANCIAL SECURITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

*Abstract.* The article deals with the potential of financial security, which forms the system of financial protection of vital interests of subjects of the agrarian sector through the guarantee of food security in the long-term, at the expense of reproductive level of financial support. It is proved that under the pressure of the external environment, leverage and financial mechanism tools that trigger the potential of financial security of agriculture can change, risk manifestation and economic depression of enterprises continue or stop. The importance of forming the aggregate value of the potential of financial security in the region is due to its component, which is capable of performing actions to mobilize the real and hidden possibilities of financial resources in a limited time period, to overcome the threats to a safe environment for the functioning of agrarian enterprises. The priority of financial support of agriculture of Ukraine according to indicators of intensity and efficiency of use of financial resources is singled out. A comprehensive indicator of potential of financial security is proposed. A differentiated approach to the clustering of the k-medium method – indicators of the use of financial resources as interdependence of the factors of the formation of the aggregate magnitude of the potential of financial security of agrarian enterprises in the regions of Ukraine was used. With the help of inductive system analysis, a model of a stable level of potential of financial security capacity based on net profit has been developed. The model is adequate, its statistical quality, significance and reliability are sufficient for forming the forecast level of potential of financial security of agrarian enterprises of the region. The developed methodology is based on the components of the protection of financial system of economic entities in the conditions of the restrictions of the choice of alternative sources of formation and distribution of financial resources, as well as the likelihood of their use.

*Keywords:* potential, financial security, financial resources, financial support, agricultural finance, agrarian enterprises.

**Постановка проблеми.** За умови фінансової нестійкості, економічних протиріч та об'єктивної немінучості процесів і явищ виникають передумови та потреби в джерелах формування фінансової безпеки сільського господарства, якому притаманно специфічність взаємовідносин з фінансовими інститутами для посилення напрямів інвестиційної діяльності, покращення безпечного середовища функціонування аграрних підприємств. Поряд із цим, фундаментальні основи сучасної фінансової думки не дозволяють ставити крапку в дослідженні стану нерациональне управління фінансами та фрактальності проблемних зон потенціалу фінансової безпеки суб'єктів господарювання з огляду на посилення залежності держави від боргових зобов'язань.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Концепція формування фінансової безпеки сільського господарства у контексті фінансової діяльності аграрних підприємств розглядається зарубіжними вченими W. Coleman, G. Skogstad, M. Atkinson, B. Forgue, C.-H. Ling, H.-L. Yang, D.-Y. Liou, W. Moyer, T. Josling, M. Petrick – як регулююча функція розвитку господарюючих суб'єктів із обґрунтуванням принципів захисту їх життєдіяльності; О. Жидяк, В. Корнеевим, Т. Кузенко – як оцінювання розподільчого рівня фінансового забезпечення галузі та стратегія фінансової безпеки аграрних підприємств в регіонах.; О.І. Барановським, М. Єрмошенко, Н. Давиденко, Н. Прокопенко, С. Фрунза, В. Цибок – як пріоритетність забезпечення національних та індивідуальних інтересів суб'єктів шляхом подолання фінансових суперечностей, формування ефективного капіталу та державного контролю за його використанням, формування макро- та мікрофінансової стабільності.

**Формулювання цілей статті.** Розглянути регіональний аспект потенціалу фінансової безпеки аграрних підприємств та виокремити пріоритет фінансової підтримки сільського господарства України.

**Виклад основного матеріалу.** Нажаль, в Україні відчувається недостатність цільового фінансування через незначні обсяги бюджетних коштів на підтримку розвитку галузі, не-

збалансованість бюджетів, нестачу власних коштів аграрних підприємств, їх неспроможність до залучення банківських кредитів [1]. Це спонукає до трансформації ринкових регуляторів фінансового забезпечення сільського господарства та формування безпечного середовища функціонування підприємств через ефективне використання корпоративних ресурсів. Вважаємо, що проблема фінансової безпеки за сучасних умов проявляється у економічних показниках галузі, фінансовому стані суб'єктів, їх платіжній спроможності, платіжній дисципліні, зміні структури фінансування, зниженні конкурентоспроможності галузі та послабленні позицій аграріїв у формуванні продовольчої безпеки, незважаючи на зростання рівня рентабельності основної діяльності за останні роки. Тому, виникає необхідність у розробці моделі формування потенціалу фінансової безпеки аграрних підприємств, враховуючи диспропорції та ризики відтворювального процесу фінансового забезпечення галузі.

З позиції зовнішнього середовища впливу потенціал фінансової безпеки сільського господарства формує систему фінансового захисту життєво необхідних інтересів аграрних підприємств (гарантованість продовольчої безпеки у довгостроковому періоді) за рахунок відтворювального рівня фінансового забезпечення (джерел формування фінансових ресурсів). Це дозволяє знизити рівень загроз господарюючих суб'єктів підприємств за умов ризику. Під тиском зовнішнього середовища важелі та інструменти фінансового механізму, які призводять в дію потенціал фінансової безпеки сільського господарства, можуть змінюватися, прояв ризику і економічна депресія підприємств тривати або навпаки призупинятися. На початковому етапі поширення зовнішньоекономічної дестабілізації, ризик проявляється у тому разі, коли швидко погіршується ситуація фінансового забезпечення і скорочуються обсяги кредитних ресурсів. Найбільшого розповсюдження набуває механізм, послідовність реалізації якого у спрощеному вигляді наведена на рис. 1.

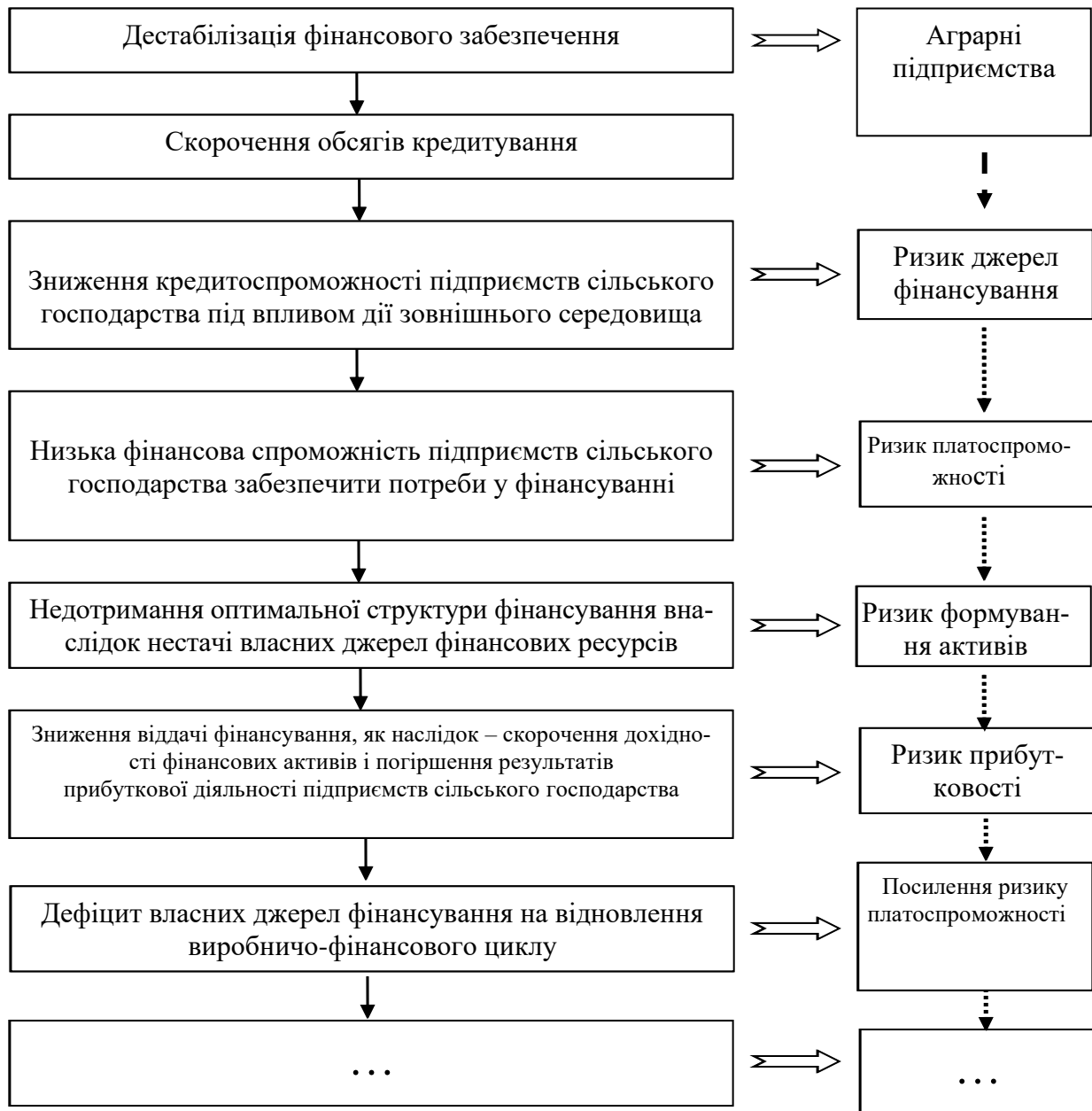


Рис. 1. Прояви впливу дестабілізації фінансового забезпечення на потенціал фінансової безпеки аграрних підприємств

Джерело: удосконалено автором на основі даних [2]

Так, дестабілізація фінансового забезпечення призводить до скорочення притоку фінансових ресурсів у сільському господарстві та масове вилучення раніше здійснених інвестицій. Наслідком скорочення кредитних ресурсів стає посилення вимог до стану і надійності позичальників. Цей зовнішній фактор спричиняє зниження кредитоспроможності аграрних підприємств, як найбільш ризикових. Поряд з тим, зростають кредитні ставки, що ще більше ускладнює залучення суб'єктами позикових джерел формування

фінансових ресурсів [2].

Зниження кредитоспроможності аграрних підприємств у період найбільшого посилення впливу ризику, з одного боку, та здорожчення кредитів з іншого, призводить до обмеженості обсягів залучення коштів і виникнення ризику фінансування [3]. Нестача фінансових ресурсів, у свою чергу, призводить до ризику платоспроможності й проявляється в нездатності придбати у потрібному обсязі поточні активи та активи на які нараховується знос. Поряд із цим скорочуються



інвестиції та поточні витрати на охорону та раціональне використання природних ресурсів у сільському господарстві [4].

Результатом вищезазначених процесів є скорочення доходів і погіршення результатів діяльності аграрних підприємств, що провокує ризик прибутковості, а надалі, внаслідок нестачі фінансових ресурсів на поновлення діяльності наступного виробничого циклу, призводить до посилення ризику платоспроможності [2].

Іншим варіантом прояву впливу ризику на потенціал фінансової безпеки сільського господарства є результат дестабілізації грошового ринку і посилення інфляційних процесів. Найбільш очевидним шляхами його мі-

німізації є зниження монетаризації активів аграрних підприємств (рис. 2).

Цей феномен відомий у практиці під назвою «втеча у реальні активи». Оскільки вартість реальних активів по мірі росту інфляції зростає, а наявність власних джерел фінансових ресурсів, які можуть знецінитися, мінімізована, то така «втеча» дійсно допомагає уникнути значних втрат. Проте, у разі застосування суб'єктами цього захисного механізму порушується оптимальна структура формування фінансових ресурсів, що унеможлиблює прибутковість сільськогосподарського виробництва і спричиняє ризик формування активів [2].

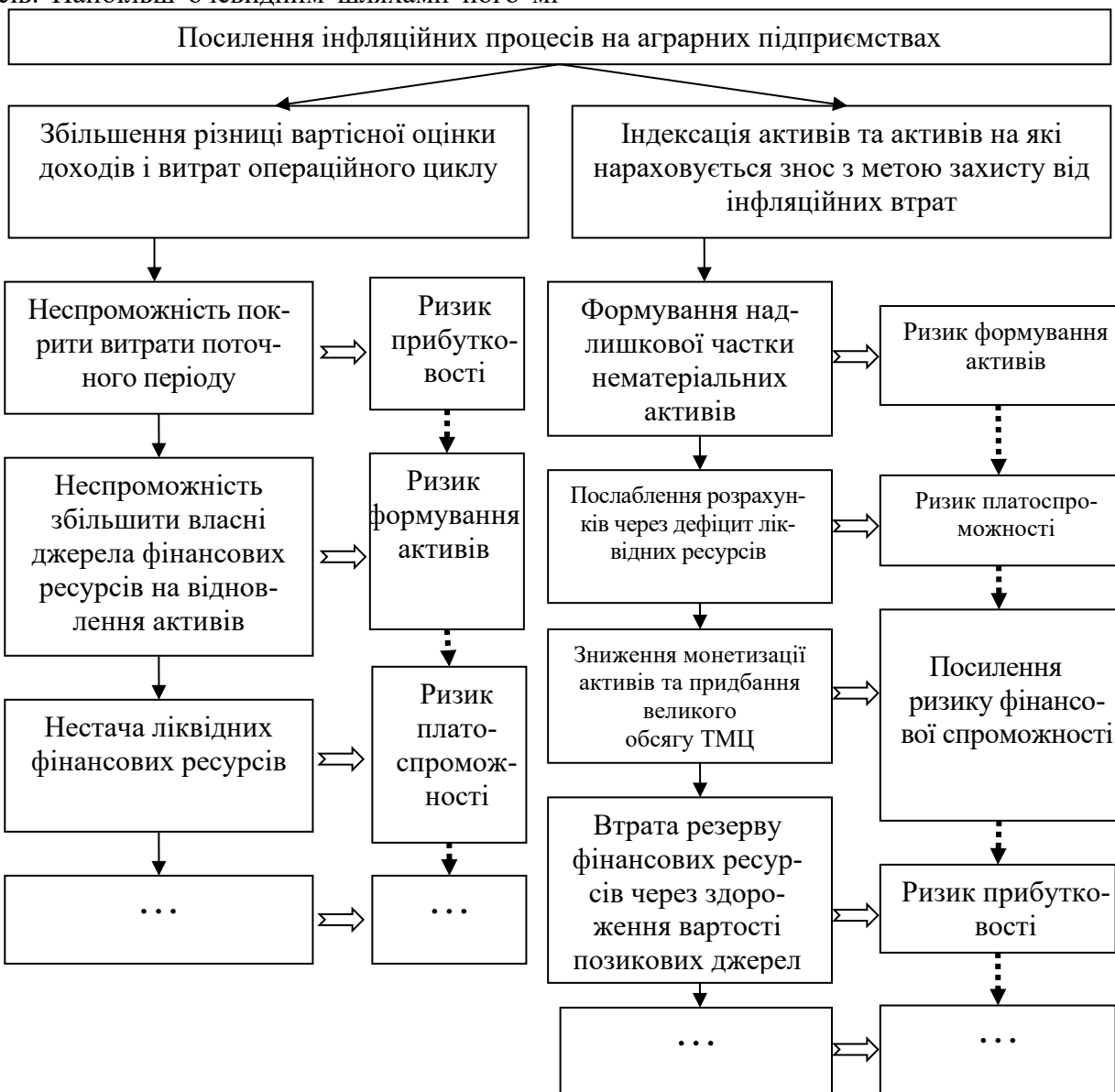


Рис. 2. Прояв впливу дестабілізації грошового ринку та посилення інфляції на потенціал фінансової безпеки аграрних підприємств

Джерело: удосконалено автором на основі даних [2]

Відсутність грошових коштів ускладнює розрахунки з постачальниками, кредиторами, працівниками і призводить до ризику платоспроможності аграрних підприємств. В кінцевому рахунку знижується маневреність власних джерел формування фінансових ресурсів і дестабілізаційні прояви посилюються. Крім того, акумулювання надмірного обсягу власних оборотних активів вимагає збільшення фінансових витрат на їх зберігання, що обумовлює збитки, втрати тощо, насамкінець призводить до виникнення ризику прибутковості.

Потенціал фінансової безпеки аграрних підприємств формує кореляційну узгодженість аграрної та фінансової політики країни, забезпечує загальні та специфічні принципи реалізації державної політики у сфері зміцнення економічного розвитку країни. До перших включають пріоритет прав і свобод людини та громадянина; пріоритет забезпечення національних інтересів; законність, єдність тощо; до других, – подолання фінансових суперечностей і збалансування індивідуальних та загальнодержавних інтересів, формування ефективного розподілу фінансових ресурсів і капіталу та державного контролю за їх використанням, формування макро- та мікрофінансової стабільності [5; 6].

Методологічні особливості формування потенціалу фінансової безпеки сільського господарства та його конкретний прояв є тією об'єктивною основою, яку слід враховувати при оцінюванні безпечного середовища функціонування аграрних підприємств, обґрунтуванні економічних стимулів виробництва, визначенні форм фінансового забезпечення та напрямів інтенсивного та ефективного використання фінансових ресурсів тощо. Це положення є принципово важливим у площині нарощування потужностей сільського господарства, зміцнення його позицій на світовому ринку з метою формування певного рівня фінансової стабільності, покращення умов використання вже існуючих та нагромаджених фінансових ресурсів суб'єктів [5; 7; 2].

Дослідження рівня потенціалу фінансової безпеки аграрних підприємств базується на здатності протидіяти ризикам в сільському господарстві та передбачає комплексність дослідження фінансового забезпечення, що

має проводитись у двох напрямках. Перший напрям дослідження пов'язаний із вивченням зовнішніх загроз безпечного середовища функціонування аграрних підприємств у контексті аналізу їх фінансового стану та виникнення ризиків. Він спрямований на оцінку виникнення нестабільного середовища сільського господарства в цілому. Другий напрям дослідження покликаний оцінити регіональні аспекти безпечного середовища функціонування аграрних підприємств, визначити індикатори їх фінансової стійкості, незалежності, прибутковості, ліквідності в довгостроковій перспективі та ризику функціонування, враховуючи територіальні особливості їх розташування [2].

Потреба у першому з визначених напрямів дослідження викликана тим, що сільське господарство в Україні є однією з провідних сфер економіки, розвиток та ефективність функціонування якої безпосередньо впливає на стан потенціалу фінансової безпеки держави. Будь-які зміни в структурі фінансового забезпечення сільського господарства миттєво провокують загрозу безпечному середовищу функціонування аграрних підприємств. Більше того, динаміка негативних тенденцій в сільському господарстві позначається на подовженні виробничого, операційного і фінансового циклів господарюючих суб'єктів, їх інертності, неспроможності швидко пристосуватись до динамічного тиску значної кількості загроз рівня фінансової безпеки. Тому необхідно вивчати тенденції розвитку фінансового забезпечення сільського господарства в цілому, а також проводити оцінку таких тенденцій [5; 7; 2].

Здійснення другого напрямку аналізу пов'язане з оцінкою структурних і регіональних аспектів формування потенціалу фінансової безпеки аграрних підприємств. Оскільки територіальне розташування відіграє визначальну роль в ефективності функціонування суб'єктів, то процеси фінансового забезпечення в регіоні більш істотно впливають на фінансові результати господарювання, ніж весь комплекс фінансових відносин в середині підприємства. З огляду на це, важливою складовою формування потенціалу фінансової безпеки аграрних підприємств у контексті галузевих пріоритетів є державне регулювання, яке допомагає відс-

тежити дію фінансового забезпечення та визначати критерії, параметри та індикатори фінансової безпеки на інституційному, регіональному та мікрорівні. Регулююча функція держави уособлює в собі граничні (мінімальні та максимально допустимі) параметри фінансової безпеки сільського господарства. Це дозволяє визначити певні обмеження фінансового характеру на предмет виникнення дестабілізаційних процесів в галузі, а також прояв кризи фінансового стану аграрних підприємств [8].

Узагальнення критеріїв фінансового забезпечення передбачає оцінювання рівня потенціалу фінансової безпеки аграрних підприємств, який запропоновано вважати комплексною величиною. За нормативне значення використовується середньогалузевий індикатор, який дозволяє оцінити стан аграрного підприємства порівняно з середніми показниками по галузі.

Комплексні індикатор для визначення рівня потенціалу фінансової безпеки розраховуються за допомогою методу динамічної рейтингової оцінки. Для цього на практиці при виборі бази відліку рейтингової оцінки вводять поняття «еталонне підприємство», яке має індикатори, відповідні нормативним мінімальним значенням ефективності діяльності аграрних підприємств [10].

Динаміка досліджуваних індикаторів (інтенсивності використання фінансових ресурсів та джерел фінансування; ефективності використання фінансових ресурсів та джерел фінансування; ризиків фінансування; інтенсивності фінансових процесів та фінансового забезпечення) підтверджує детермінованість фінансового забезпечення сільського господарства. У будь-якому разі, на нашу думку, дестабілізаційні процеси та циклічні зміни у фінансовому забезпеченні сільського господарства України за умов інтенсивності і ефективного використання фінансових ресурсів є ускладненими у порівнянні з аналізом ризику фінансування.

Тому до фінансового забезпечення аграрних підприємств ми підходили не з позиції виявлення циклів фінансування, а з точки зору вивчення ефективності фінансових процесів галузі, а також визначення інтенсивності фінансового забезпечення господарюючих суб'єктів.

За ідеальних умов фінансового оточення та досягнення граничної кредитомісткості для всіх однотипних користувачів ринку сільськогосподарської продукції і, зокрема, аграрних підприємств, які формують обсяг валової продукції сільського господарства і мають подібні операції з фінансового забезпечення, повинні мати однаковий доступ до кредитних ресурсів і рівні процентні ставки [7]. З одного боку, важливе значення в цьому процесі має середньозважена вартість залучення фінансових ресурсів у комерційних банках, а з іншого – спроможність позичальника повернути як суму боргу за фінансовими зобов'язаннями, так і відсотки за користування запозиченими коштами згідно умов кредитного договору.

Однак, з іншого боку, тенденція оберненого показника – кредитовіддачі (розраховується як співвідношення ВВП сільського господарства до обсягів кредитів, наданих сільському господарству) характеризує зниження ефективності використання фінансових ресурсів, а не погіршення фінансового забезпечення сільського господарства [11].

Таким чином, зважаючи на загальну тенденцію циклічності дестабілізаційних процесів формування стабільного потенціалу фінансової безпеки аграрних підприємств варто зазначити, що його стан значно погіршився через затяжну політично-економічну кризу, загострення боргової безпеки господарюючих суб'єктів та нераціональне управління фінансовими ресурсами, які є у розпорядженні останніх.

Потенціал фінансової безпеки аграрних підприємств згідно диференційованого підходу до формування його стабільного рівня в регіонах визначає зміни (посилення, пригнічення) впливу чинників (готової продукції, дебіторської заборгованості, використання грошових коштів та поточних фінансових інвестицій, довгострокових кредитів банків, короткострокових кредитів банків, державної підтримки) на загальний рівень фінансової безпеки галузі. Подальше дослідження показало, що зростання значення одного з чинників викликає зростання іншого і навпаки [9].

**Висновки.** Результати проведеного дослідження показали, що найсуттєвіший вплив з сукупності факторів справляє державна фі-

нансова підтримка та обсяг довгострокових кредитів банків. Таким чином, формування потенціалу фінансової безпеки аграрних підприємств має передбачати стратегічне управління, яке дає змогу ефективно адаптуватись до мінливого зовнішнього середовища, попереджувати та нейтралізувати небажані ризики та загрози, досягати довгострокових фінансових результатів. Виходячи зі стану функціонування галузі в Україні та орієнтуючись на тенденції розвитку світового аграрного ринку, вважаємо доцільним потенціал фінансової безпеки аграрних підприємств формувати на засадах агрегованої моделі стратегії управління фінансовими ризиками, стратегії управління структурою капіталу, стратегії управління фінансовими потоками та антикризової фінансової стратегії. Зокрема, з боку держави необхідність стабілізації рівня потенціалу фінансової безпеки обумовлює: посилення внутрішнього перерозподілу фінансових ресурсів між суб'єктами ринку сільськогосподарського виробництва, шляхом реалізації державної політики фінансової підтримки сільського господарства; сприяння розвитку фінансових відносин аграрних підприємств через поширення лізингових послуг та інших альтернатив залучення фінансових ресурсів в сільське господарство; максимальне урахування ризику фінансування та інвестиційної діяльності в сільському господарстві.

Саме завдяки функціонуванню механізму державного регулювання фінансової безпе-

ки, який ґрунтується на ефективній державній підтримці сільського господарства, вдається відновити та підтримувати на належному рівні продовольчу незалежність країни, у зв'язку з чим, необхідним є:

- посилення стимулюючої функції податків, перерозподілу державних коштів на користь подальшого розвитку сільського господарства шляхом реалізації окремих державних програм розвитку та створення цільових фондів підтримки;

- поширення лізингу та інших альтернативних кредиту форм залучення фінансових ресурсів в аграрний сектор); розвиток мікрокредитування для малих підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності у сільському господарстві у рамках реалізації державних програм підтримки розвитку малого та середнього бізнесу;

- підтримання діяльності малих особистих селянських господарств шляхом компенсації відсоткової ставки, з урахуванням об'єктивної потреби у користуванні довгостроковими та короткостроковими кредитами, а також максимального врахування ризиків шляхом розвитку аграрного страхування;

- реалізація інвестиційно-інноваційної стратегії розвитку сільського господарства та проведення фундаментальних досліджень галузевого характеру за умови бюджетного фінансування цих процесів у найближчій перспективі.

#### Список літератури:

1. Синчак, В. та Вінська, Т. Організація фінансової підтримки сільськогосподарських товаровиробників в контексті інтеграції до СОТ, Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету, 2009. Вип. 17, 684-689.
2. Трусова Н. Дестабілізуючі процеси в системі забезпечення фінансового потенціалу сільськогосподарських підприємств, Глобальні та національні проблеми економіки, 2015. Вип. 2. URL-адреса: <http://www.global-national.in.ua>.
3. Гривківська, О.В. Державна підтримка розвитку сільських територій, Фінансова система України. Збірник наукових праць, 2006. Т. 8, 364-369.
4. Кизим М., Забродський В., Зінченко В. та Колчак Ю. Оцінка та діагностика фінансової стійкості підприємства. 2003. Харків: ВД «Інжек».
5. Пристемський О. Потенціал фінансової безпеки розвитку сільського господарства. Таврійський науковий вісник, 2015. Вип. 91, 313-317.
6. Базаров Г., Беляев С. і Белих Л. Теорія та практика антикризового управління. 1996. Москва: Закон і право, ЮНІТ.
7. Танклевська, Н. Пристемський, О. Резерви для посилення фінансової безпеки розвитку сільського господарства, 2017. Харків: Бізнесінформ, 274-280.
8. Trusova N.V., Hryvkiivska O.V., Tanklevska N.S., Vdovenko L.A., Prystemskyi O.S., Skrypnyk S.V. Regionalaspekt of formation: The potencialof financial safety in agrarian enterprises of Ukraine. The Asian International Journal of Life Sciences, 2019. 21 (1), P.169-186.
9. Гривківська О.В. Фінансова безпека сільського господарства в регіонах України, Фінанси України, 2011. 7, 93-103.
10. Гривківська О.В. Теоретичні підходи до визначення фінансової безпеки сільського господарства, Формування ринкових відносин в Україні. Збірник наукових праць, 2010. Вип. 4, 1060-1062.

11. Національний Банк України. URL: <http://www.bank.gov.ua/>

**References:**

1. Synchak, V. & Vinska, T. (2009). Organization of financial support for agricultural producers in the context of integration into the WTO, *Collection of scientific works of Podolsk State Agrarian-Technical University*, Vol. 17, 684-689.
2. Trusova, N. (2015). Destabilizing processes in the system of ensuring the financial potential of agricultural enterprises, *Global and national problems of the economy*, Vol. 2. URL: <http://www.global-national.in.ua>.
3. Hryvkivska, O.V. (2006). State support for rural development, *The financial system of Ukraine. Collection of scientific papers*, Vol. 8, 364-369.
4. Kyzym, M., Zabrodskij, V., Zinchenko, V. & Kopchak, Yu. (2003). Evaluation and diagnostics of financial stability of an enterprise. Kharkov: VD «Inzhek».
5. Prystemskiy, O. (2015). Potential of financial security of agricultural development. *Tavrishesky Scientific Herald*, Vol. 91, 313-317.
6. Bazarov, G, Belyaev, S. & Belyih, L. (1996). Theory and practice of crisis management. Moscow: Zakon i pravo, YuNITI.
7. Tanklevska, N. Prystemskiy, O. (2017). Reserves to strengthen the financial security of agricultural development, Kharkov: BiznesInform, 274-280.
8. Trusova, N.V., Hryvkivska, O.V., Tanklevska, N.S., Vdovenko, L.A., Prystemskiy O.S. & Skrypnyk, S.V. (2019) Regional aspect of formation: The potential of financial safety in agrarian enterprises of Ukraine. *The Asian International Journal of Life Sciences*, 21(1), P.169-186.
9. Hryvkivska, O.V. (2011). Financial security of agriculture in the regions of Ukraine, *Finance of Ukraine*, 7, 93-103.
10. Hryvkivska, O.V. (2010). Theoretical approaches to the definition of financial security of agriculture, *Formation of market relations in Ukraine. Collection of scientific papers*, Vol. 4, 1060-162.
11. National Bank of Ukraine. URL: <http://www.bank.gov.ua/>

УДК: 334.732.2; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-67-72

Трусова Н.В., д.е.н., професор,  
Якушева І.Є., к.е.н., доцент  
Радченко Н.Г., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

## ДІЯЛЬНІСТЬ КРЕДИТНИХ СПІЛОК НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ: СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ

*Анотація.* В роботі розглянуто основні аспекти функціонування кредитних спілок на вітчизняному ринку фінансових послуг, їх роль і задачі в сучасній фінансовій системі; проаналізовано стан розвитку, проблеми діяльності та обґрунтовані напрямки активізації потенціалу кредитних спілок.

*Ключові слова:* кредитні спілки, ринок фінансових послуг, фінансові інститути, фінансові посередники, фінансова інфраструктура, фінансові інструменти, фінансові ресурси, фінансування, інституційна структура ринку.

**JEL code classification: G1, G21**

*Trusova N., Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Yakusheva I., PhD, Ass. Prof.,  
Radchenko N., PhD, Ass. Prof.  
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University*

## ACTIVITIES OF CREDIT UNIONS IN THE MARKET OF FINANCIAL SERVICES: STATE, TRENDS, PROSPECTS

*Abstract.* Credit unions are part of the country's financial system and an important participant in the financial services market. Their main function is to provide deposit and credit and other related financial services to its members - individuals, small farms and farms, small businesses. In recent years, the number of credit unions and the scale of their activities have begun to decline rapidly, and this process continues. Financially unstable credit unions with a low level of management and bankrupt unions have disappeared from the financial services market. The remaining credit unions have relatively good performance and are the basis for further development of credit cooperation in Ukraine.

The number of credit unions in 2019-2020 decreased by 15 units and the downward trend continues. Thus, in 2020, there were 322 credit unions in Ukraine, with 427 members. About 24.2% of members of credit unions had current loan agreements, 4.5% had deposits on deposit accounts. The scale of lending by the unions of its members for the analyzed period is increasing - in 2020 compared to the previous period by UAH 89.5 million. This is against the background of an increase in deposits of credit union members - 2.3 times compared to 2016, and 1.6 times compared to 2019.

The advantages of credit unions as financial institutions are non-profit status, which helps reduce the overall cost of organizing its activities; lack of hidden interest and commissions that increase the total cost of consumers to service the loan. The cooperative nature of credit unions contributes to the interest of its members in effective cooperation, development and reliability of the institution (that is the involvement of members of the credit union in its results). Besides it is possible to note democracy, interest, personalization in work of system of credit cooperation.

The decline in the popularity of credit unions in the financial market of Ukraine is due to many reasons: low capitalization, limited customer base, low level of information technology, remote customer service opportunities, significant financial risks (late and incomplete fulfillment of obligations to customers, lack of deposit guarantee system). Against this background, the unprofitability of credit unions is growing. The situation with the pandemic in 2020 made a negative contribution. Among non-bank financial institutions, credit unions proved to be the most vulnerable to quarantine restrictions.

Effective development and intensification of credit unions in the market requires transformations in the credit cooperation market. First, it is the improvement of the regulatory framework based on a proportional approach; introduction and use of digitalization opportunities, wider online customer service of unions; attracting new participants - among the young, financially literate generation.

**Key words:** credit unions, financial services market, financial institutions, financial intermediaries, financial infrastructure, financial instruments, financial resources, financing, institutional structure of the market

**Постановка проблеми.** Інституційна структура ринку фінансових послуг різноманітна, і певну нішу на ньому займають кредитні спілки. Їх послуги сприяють гармонійному розвитку всіх сегментів ринку, побудові цивілізованого конкурентного середовища в системі фінансового обслуговування суб'єктів, створенню відповідної фінансової інфраструктури та загальному економічному зростанню країни. Роль кредитних спілок також проявляється в розширенні інвестиційних можливостей і фінансового забезпечення домогосподарств. Функціонування кредитних спілок як представника небанківського кредитного сектору має свої специфічні особливості, переваги і недоліки, які важливо враховувати і досліджувати всіма учасниками ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню ролі та особливостям функціонування кредитних спілок присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких В. Булюк, А. Гальчинський, О. Дзюблюк, М. Долішний, О. Кузьміна, М. Козоріза, І. Комарницький, М. Крупка, О. Луцишин, Р. Тиркало, І. Шамова, С. Юрія та інших. Але з огляду на постійні зміни в сфері фінансового посередництва взагалі, ускладнення та розширення асортименту фінансових послуг, необхідність поглибленого аналітичного процесу параметрів фінансово-економічної діяльності інститутів кредитної кооперації залишається актуальним.

**Метою** статті є дослідження сучасних аспектів функціонування кредитних спілок, оцінка їх стану і ролі на ринку фінансових послуг України, виявлення проблем та перспектив ефективного розвитку.

**Обґрунтування отриманих наукових результатів.** Особливістю кредитних спілок як фінансових установ є неприбутковий статус їх діяльності на основі кооперативних принципів створення і функціонування. За чинним законодавством кредитні спілки заснуються фізичними особами та професійними спілками, їх об'єднаннями на кооперативних засадах. Як фінансовий посередник кредитні спілки здійснюють свою діяльність на базі акумулювання коштів (залучення депозитів) та розміщення фінансових ресурсів шляхом надання кредитних послуг.

В той же час роль кредитних спілок в системі фінансового посередництва в Україні залишається незначною. Необхідність активізації діяльності кредитних спілок зумовлена їх соціальною спрямованістю та економічним значенням – забезпеченням своїх членів доступними фінансовими ресурсами.

Нормативно-правові та економічні засади функціонування кредитних спілок в Україні регламентовані Законом України «Про кредитні спілки» [4]. З липня 2020 року регулятивним органом системи кредитної кооперації в Україні стає НБУ (набрав чинності Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення функцій із державного регулювання ринків фінансових послуг»).

За останні роки функціонування кредитних спілок в Україні можна проаналізувати за даними, наведеними в таблиці 1. Динаміка показників свідчить про скорочення ринку послуг, що надаються кредитними спілками.

Кількість кредитних спілок за 2019-2020 роки зменшилась на 15 одиниць або на 4,5 % і тенденція до зменшення зберігається. Так, у 2020 році в Україні функціонувало 322 кредитні спілки, членами яких було 427 осіб. Діючи кредитні договори мали 24,2 % членів кредитних спілок, внесків на депозитні рахунки – 4,5 %.

Кількісні показники діяльності кредитних спілок за останні п'ять років мають стійку тенденцію до зниження – кредитних спілок у 2016 році було на 140 установ більше, ніж у 2020 році і відповідно на 33,6 % була більшою кількість їх членів. Погоджуємося з висновком Булюка В.В., що зменшення кількості кредитних спілок пов'язано як їх банкрутством, так й іншими негативними процесами, які в результаті привели до втрати привабливості кредитних спілок як надійних фінансових установ і сприяли переходу їх членів на депозитно-кредитне обслуговування до банків [1]. Збитковість кредитних спілок в Україні за 2020 рік досягла 382,4 млн. грн. Радикальний негативний вплив на це справила пандемія і карантинні обмеження, зниження платоспроможності населення та ділової активності взагалі.

Особливо песимістично виглядає величина капіталу кредитних спілок України: його

скорочення з рівнем 2016 року сягає 376,3 млн. грн. (на 36%), з рівнем 2019 року - на 413,5 млн. грн. (на 38,2%). Середній обсяг капіталу на кредитну спілку також зменшується: якщо у 2019 році цей показник дорівнював 3,21 млн. грн., то у 2020 році – вже 2,07 млн. грн.

Загальна величина активів кредитних спілок у 2020 році характеризується зростаючою динамікою: у порівнянні з 2016 роком збільшення відбулося на 277,6 млн. грн. (на 13,6%), але цей показник скоротився у порівнянні з попереднім 2019 роком на 131 млн.

грн. на 5,4%). Сума загальних активів у розрахунку на одну кредитну спілку у 2020 році 7,174 млн. грн. Більшу частку активів спілок займають кредити.

Масштаби кредитування спілками своїх членів за аналізований період збільшуються – у 2020 році у порівнянні з попереднім періодом на 89,5 млн. грн. Це відбувається на фоні зростання обсягів депозитних внесків членів кредитних спілок – у 2,3 разі у порівнянні з 2016 роком, та в 1,6 разів у порівнянні з 2019 роком.

Таблиця 1

Основні показники діяльності кредитних спілок в Україні  
у 2016-2020 роках

Показники	Роки					Темпи приросту, %	
	2016	2017	2018	2019	2020	2020/ 2016	2020/ 2019
Кількість зареєстрованих кредитних спілок	462	378	358	337	322	-30,3	-4,45
Капітал кредитних спілок, млн. грн.	1 044,4	1 062,5	977,1	1 081,6	668,1	-36,0	-38,2
Середній обсяг капіталу на 1 кредитну спілку, млн. грн	2,26	2,81	2,72	3,21	2,07	-8,5	-35,5
Загальні активи кредитних спілок, млн. грн	2 032,5	2 169,8	2 218,4	2 441,1	2 310,1	+13,6	-5,4
Сума активів на 1 кредитну спілку, млн. грн.	4,399	5,740	6,197	7,243	7,174	+63,1	-0,9
Кількість членів кредитних спілок, тис. осіб	642,9	564,1	479,0	456,9	426,7	-33,6	-6,6
Кількість членів в розрахунку на одну кредитну спілку, тис. осіб	1,39	1,49	1,34	1,36	1,32	-5,0	-2,9
Кількість членів кредитних спілок, які мають внески на депозитних рахунках, (тис. осіб)	41,1	21,7	17,6	20,9	19,3	-53,0	-7,7
Кількість членів кредитних спілок, які мають діючі кредитні договори, тис. осіб	148,6	134,3	118,2	115,0	103,2	-30,6	-10,3



Обсяг кредитів, наданих членам кредитних спілок, млн. грн	1 799,5	1 902,3	2 018,0	2 283,2	2 372,7	+31,8	+3,9
Внески членів кредитних спілок на депозитні рахунки, млн. грн.	831,8	937,0	1 045,7	1 208,6	1 918,2	+103,6	+58,7

\*складено авторами за даними джерел [5,6]

Враховуючи загальне зменшення членів кредитних спілок та зростання обсягів кредитування спостерігається збільшення величини наданих кредитів. Найбільшу питому вагу в структурі кредитного портфелю спілок займають споживчі кредити – біля 50 %, що відповідає місії кредитних спілок як лідера саме споживчого кредитування і мікрокредитування. Біля 20% портфелю займають житлові кредити – на придбання, будівництво, ремонт та реконструкцію нерухомості. Частка селянських і фермерських кредитів незначна. Є також і комерційні кредити, які виявляються найбільш ризикованими для установ.

Суттєва частина кредитного портфеля спілок (до 60 %) – кредити строком погашення більше 12 місяців; значна частка – 37-39 % - кредити строком від 3 до 12 місяців [6].

Для населення співпраця з кредитними спілками є одним з напрямів інвестування грошових коштів. Але популярність такого напрямку з кожним роком зменшується і свідченням цьому є те, що щороку демонструє динаміку до зменшення кількості членів кредитних спілок, які мають депозитні внески – на 53% у 2020 році у порівнянні з 2016 роком, і на 7,7 % - з 2019 роком. В той же час, величина депозитів за останні п'ять років, як вже зазначалося, збільшується, що свідчить про зростання суми депозитів на одного учасника. У структурі депозитного портфеля кредитних спілок також лєвова частка (75%) належить довгостроковим вкладам – понад 12 місяців [7]. Кредитна політика окремих кредитних спілок розробляється самостійно, виходячи зі складу і потреб своїх членів, регіональних особливостей функціонування і кон'юнктури ринку.

Кредитні спілки в Україні відносяться до небанківських фінансових установ, відповідно застосування нормативів та вимог до їх діяльності значно нижче ніж для банків (нормативі капіталу, ліквідності, платоспроможності). Все це робить їх більш ризиковими для споживачів у порівнянні з банками. Низька питома вага членів кредитних спілок, які мають внески на депозитних рахунках, яскраво демонструє непопулярність такого напрямку інвестування коштів, незважаючи на більшу доходність таких вкладів порівняно з банківськими депозитами. Але є і переваги. По перше, неприбутковий статус кредитної спілки сприяє скороченню загальних витрат на організацію її діяльності. По друге, кредитні спілки не мають прихованих відсотків та комісій, які збільшують загальні витрати споживачів на обслуговування кредиту. Асортимент депозитно-кредитних послуг спілок достатньо широкий і доступний, розрахований на широке коло і різноманітні потреби споживачів.

Кооперативний характер кредитних спілок сприяє зацікавленості її членів в ефективній співпраці, розвитку і надійності установи (тобто співпричетність членів кредитної спілки до її результатів). Крім того можна відмітити демократичність, зацікавленість, персоналізацію в роботі системи кредитної кооперації.

Скорочення сегменту популярності кредитних спілок на фінансовому ринку пояснюється багатьма причинами: невелика капіталізація, обмежене коло клієнтів, висока вартість депозитно-кредитних послуг (що впливає привабливість і доступність), низький рівень застосування інформаційних технологій, можливостей дистанційного обслуговування клієнтів, значні фінансові ризики (несвоєчасність та неповнота виконання зо-

бов'язань перед клієнтами, відсутність системи гарантування вкладів). На цьому фоні і зростає збитковість кредитних спілок. Свій негативний вклад внесла ситуація з пандемією у 2020 році. Як відмічають експерти, серед небанківських фінансових установ кредитні спілки виявились найвразливішими до карантинних обмежень і найменш спроможними до подолання негативних явищ: в офісах було заборонено приймати клієнтів; заборона на рівні закону нараховувати штрафи та пені за прострочення кредитів призвело до погіршення якості кредитного портфелю кредитних спілок; концентрація позичальників на одній території посилює негативні тенденції особливо в сфері аграрних кредитів; зниження фінансової активності членів кредитних спілок; неготовність до дистанційних послуг через орієнтацію на готівкові розрахунки; відсутність електронних продуктів [5].

На сьогодні в Україні активно функціонують професійні об'єднання кредитних спілок – асоціації, головними з яких є Всеукраїнська асоціація кредитних спілок України (ВАКСУ) та Національна асоціація кредитних спілок України (НАКСУ). Також діють і місцеві асоціації, на локальному рівні. Всі вони відносяться до саморегулювальних організацій, створюються з метою представлення і захисту інтересів своїх членів, забезпечення інформаційної, правової та фінансової підтримки, забезпечення взаємодопомоги. У 2020 році члена ВАКСУ були 73 кредитні спілки України, НАКСУ – 88 кредитних спілок. Кредитні спілки, члени асоціацій одержують різноманітні послуги, які спрямовуються на поліпшення їх діяльності.

УОКС – Українська об'єднана кредитна спілка, значення якої полягає в сприянні консолідації і співпраці учасників, участь у розвитку кредитних спілок, підтримки їх ліквідності і платоспроможності; попередження можливих кредитних ризиків. Все це – допомога невеликим кредитними спілками підвищити якість кредитного портфеля та оцінки кредитних ризиків. На сьогодні членами УОКС є 54 кредитні спілки, які користуються депозитно-кредитними послугами для забезпечення своєї фінансової спроможності. Так, кредити УОКС для своїх членів надаються під 13% річних, і перевагами та-

кого кредитування швидкість, гнучкість, проста і прозора схема нарахування відсотків, можливості дострокового погашення. Для порівняння - діапазон відсоткових ставок, за якими кредитні спілки кредитують своїх клієнтів широкій (від 30-50% річних), в середньому від 30 до 40 % річних [7,8].

Серед чинників, які перешкоджають активному розвитку кредитних спілок можна виділити: втрати довіри населення до фінансової спроможності спілок; висока вартість залучення вкладів (необхідно конкурувати з банками), що обумовлює й високу вартість кредиту; значний ризик діяльності; відсутність достатньої кількості кваліфікованого персоналу і низька якість менеджменту, в тому числі фінансового. Важливою проблемою діяльності вітчизняних кредитних спілок є їх збитковість, зумовлена низькою якістю кредитного портфелю, значною часткою прострочених та неповернених кредитів (це індикатор проблемності і негативних тенденцій [3]. Сучасна бізнес-модель функціонування кредитних спілок, як фінансових установ, потребує збільшення обсягів резервного капіталу, який здатний поглинати можливі збитки. Також необхідна активізація роботи з проблемними кредитами; удосконалення форм забезпечення кредитних операцій – тобто проведення зваженої та збалансованої кредитної політики.

Розвиток кредитних спілок в Україні має значний потенціал і перспективи. Їх діяльність допоможе сформувати сучасну фінансово-кредитну інфраструктуру ринку, яка буде сприяти розширенню доступу до фінансових ресурсів і можливостей розміщення тимчасово вільних коштів населенням України. Актуальним залишається пошук нових підходів державного регулювання і пруденційного нагляду за діяльністю кредитних спілок з метою зміцнення їх фінансової стабільності та посилення соціальної спрямованості [2].

Важливим позитивним імпульсом розвитку кредитних спілок є розробка сприятливого і гармонійного законодавства. Сьогодні з боку НБУ відбувається робота щодо вдосконалення нормативно-правової бази. Планується запровадити пропорційний підхід до кредитних спілок тобто вимоги до цих установ та інтенсивність нагляду за кредитними

спілками будуть визначитися залежно від розміру кредитної спілки, від кількості її учасників, внесків та значимості цієї установи для ринку, яка б регулювала механізм функціонування систем управління ризиками в небанківських фінансових установах.

Адекватна нормативно-правова база повинна враховувати розширення можливості українських кредитних спілок: надання послуг юридичним особам, розширене членство, доступ до гарантування вкладів (участь у програмах захисту вкладів), посилення вимог до фінансового захисту і підтримки кредитних спілок.

**Висновки.** Таким чином, зазначимо, що подальший ефективний розвиток кредитних спілок залежить від багатьох чинників і в

сучасних умовах потрібні певні перетворення на ринку кредитної кооперації. Перш за все - удосконалення законодавчого забезпечення системи регулювання і нагляду діяльності кредитних спілок. По друге, впровадження і використання можливостей діджиталізації в секторі послуг кредитних спілок, ширшого застосування онлайн-обслуговування для кращого задоволення потреб своїх членів і залучення нових – серед представників молодого покоління, фінансово активного і обізнаного. Консолідація зусиль в цих аспектах підвищить ефективність функціонування кредитних спілок, як повноцінних учасників ринку фінансових послуг.

#### Список літератури:

1. Булюк В.В. Оціночні характеристики стану розвитку кредитних спілок в Україні. Підприємництво та інновації, (12), 179-183. URL: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/12.31>
2. Луцишин О. Прагматизм формування системи кредитної кооперації в Україні /О. Луцишин// - Вісник НБУ № 9 (211) , 2013 – с. 22-27
3. Луцишин О. Організаційно-економічний механізм діяльності кредитних спілок у сфері кредитування /О. Луцишин// - Світ фінансів № 3 , 2011 – с. 69-85
4. Про кредитні спілки : Закон України від 20 грудня 2001 року № 2908-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2908-14> (дата звернення: 11.05.2020).
5. Інформація про стан і розвиток кредитних установ України // Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stand-i-rozvytokkredytnykh-ustanov-Ukrainy.html>
6. Офіційний сайт НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news>
7. Інтернет – портал FinPost. Як працюють кредитні спілки в Україні. URL: <http://finpost.com.ua/news/17895>
8. Шкварчук Л.О., Цікайло М.А. Аналіз діяльності кредитних спілок на ринку фінансових послуг України. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. 2014. № 811. С. 422–425. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL\\_2014\\_811\\_63](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL_2014_811_63)

#### References:

1. Buliuk V.V. Otsinochni kharakterystyky stanu rozvytku kredytnykh spilok v Ukraini. Pidpriemnytstvo ta innovatsii, (12), 179-183. URL: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/12.31>
2. Lutsyshyn O. Prahmatyzm formuvannia systemy kredytnoi kooperatsii v Ukraini /O. Lutsyshyn// - Visnyk NBU № 9 (211) , 2013 – s. 22-27
3. Lutsyshyn O. Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm diialnosti kredytnykh spilok u sferi kredytuvannia /O. Lutsyshyn// - Svit finansiv № 3 , 2011 – s. 69-85
4. Pro kredytni spilky : Zakon Ukrainy vid 20 hrudnia 2001 roku № 2908-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2908-14> (data zvernennia: 11.05.2020).
5. Informatsiia pro stan i rozvytok kredytnykh ustanov Ukrainy // Ofitsiyniy sait Natsionalnoi komisii, shcho zdiisniuie derzhavne rehuliuivannia u sferi rynkiv finansovykh posluh. URL: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stand-i-rozvytokkredytnykh-ustanov-Ukrainy.html>
6. Ofitsiyniy sait NBU. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news>
7. Internet – portal FinPost. Yak pratsiuut kredytni spilky v Ukraini. URL: <http://finpost.com.ua/news/17895>
8. Shkvarchuk L.O., Tsikailo M.A. Analiz diialnosti kredytnykh spilok na rynku finansovykh posluh Ukrainy. Visnyk Natsionalnogo universytetu «Lvivska politekhnika». Lohistyka. 2014. № 811. S. 422–425. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL\\_2014\\_811\\_63](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL_2014_811_63)

## МЕНЕДЖМЕНТ

УДК: 331.1; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-73-81

Бочарова Н.О., к.е.н., доцент,  
Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного

### ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА МОТИВАЦІЙНА СКЛАДОВА В СИСТЕМІ АДМІНІСТРУВАННЯ ТА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Анотація.* В статті проаналізовано та обґрунтовано сучасні методи та підходи до оцінки ефективності менеджменту персоналу та надано їх практичну апробацію з акцентуванням на аспектах мотивування та адміністрування для працівників сучасних аграрних підприємств України.

*Ключові слова:* адміністрування, ефективність менеджменту персоналу, механізм управління підприємств, система менеджменту підприємств, система мотивації праці, персонал

**JEL code classification:** M12, M59

Bocharova N.O., PhD, Ass. Prof.  
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

### ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC SUPPORT AND MOTIVATIONAL COMPONENT IN THE SYSTEM OF ADMINISTRATION AND EFFICIENCY EVALUATION OF AGRICULTURAL ENTERPRISES PERSONNEL MANAGEMENT

*Abstract.* Human resource management is one of the most difficult areas of the management system of modern enterprises. It is based on the interaction of social, economic, production and other interests of the three main actors represented in the organization: owners, managers and employees, ie staff of enterprises.

The purpose of the article is to substantiate the theoretical and methodological principles of personnel management and provide a critical assessment of its practical use in terms of strategic personnel management of agricultural enterprises in a transitive economy of Ukraine.

Today, the problem of assessing the effectiveness of personnel management is difficult due to the impossibility of taking into account the significant reserves of work intensity of each individual employee, which may change and depend on his desires, inspiration, mood, job satisfaction, ie all that should be systematized on the research of the motivational and administrative component of the actual current personnel management system of enterprises.

Conclusions. To improve the use of human resources in the context of personnel management strategy, management should pay more attention to: 1) development of personnel management goals, 2) ensuring consistency between the achievement of these goals and the system of personnel remuneration, 3) development of adjustment rules HR-strategies depending on the change of business strategy and competitive strategy of the enterprise. It is necessary to reconsider the system of remuneration as a whole, which envisages the development of a plan for a gradual increase in wages, the rate of which should also exceed the existing inflation rate in the country and be consistent with the growth rate of productivity, which depends on its improvement. organization and the introduction of innovations, the source of which should be the synthesized capital of the enterprise.

*Keywords:* administration, efficiency of personnel management, mechanism of enterprise management, enterprise management system, labor motivation system, personnel.

**Постановка проблеми.** Управління людськими ресурсами є одним із найскладніших спрямувань системи менеджменту сучасних підприємств. Він базується на взаємодії соціальних, економічних, виробничих та інших інтересів трьох основних суб'єктів, які представлені в організації: власників, менеджерів і найманих працівників, тобто персоналу підприємств. Зрозуміло, що в умовах сьогодення персонал підприємства стає в центрі сучасних концепцій управління, основним напрямом яких є розкриття повного арсеналу компетенцій працівників, з метою подальшого їх ефективного використання за для забезпечення продуктивного розвитку підприємств. Дані обставини підкреслюють та обумовлюють вибір та актуальність теми дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** На сьогодні в Україні управління персоналом, як основним адміністративним ресурсом підприємств, на засадах забезпечення ефективного розвитку й використання робочої сили за умов комплексної реалізації мотиваційного механізму підприємств набуває все більшого поширення у наукових та підприємницьких колах. Зокрема, питання підвищення ефективності персоналу в системі менеджменту підприємства знайшло своє відображення у працях Д. Богині, О. Виноградової, Л. Балабанової, О. Болотової, А. Кібанова, А. Колота, В. Співака, С. Шекшні та інших вчених [1-10].

Але, незважаючи на велику кількість досліджень у цій сфері, проблема формування системи ефективної оцінки кадрового забезпечення підприємств є дослідженою не в повній мірі. Це обумовлює нагальність написання даної статті.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є обґрунтування теоретико-методичних засад управління персоналом та надання критичної оцінки його практичного використання в умовах стратегічного кадрового менеджменту сільськогосподарських підприємств за умов транзитивної економіки України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

Стрімкі зміни в економіці України висувають нові вимоги до якості персоналу підприємства. Наявність тільки кваліфікаційно-

професійних навичок уже не задовольняє вимоги сучасного виробництва, від працівників вимагають швидкого реагування, адаптивності, лояльності і мобільності, готовності відповідати за делеговані повноваження і додаткові навантаження, постійного прагнення до професійного зростання, самовдосконалення як особистісних, так і ділових якостей. Адекватне реагування на зміни навколишнього середовища, а відтак і уникнення можливих загроз, втрат – можливість сталого нарощування ефективності функціонування підприємств здатне лише за умов умілого застосування необхідних знань, досвіду та компетенцій робітників. Тому проблема формування ефективної системи управління персоналом аграрних підприємств є особливо актуальною.

Отже, наразі стає все більш зрозумілим, що продуктивність праці, мотивація і творчий потенціал персоналу є важливими конкурентними перевагами, які визначають успіх стратегії підприємства. Кожне підприємство повинно чітко уявляти, як воно буде розвивати свій потенціал успіху, важливим компонентом якого є можливості персоналу. Відтак, важливим стратегічним моментом є своєчасна оцінка ресурсних можливостей працівників. Однак, на сьогодні проблема оцінки ефективності менеджменту персоналу має складнощі через унеможливлення врахування значних резервів інтенсивності роботи кожного окремого працівника, які можуть змінюватися та залежати від його бажань, натхнення, настрою, задоволеності працею, тобто всього того, що має бути систематизовано про дослідженні мотиваційної та адміністративної складової фактичної діючої системи менеджменту персоналу підприємств.

Враховуючи це, нами було систематизовано доробки Г. Дудукало та І. Зінов'єва відносно того, що ефективність управління персоналом визначає в розрізі дев'яти функцій управління персоналом за відповідними індикаторами: аналіз та планування персоналу; набір персоналу; відбір персоналу; атестація та оцінювання кадрів; організація трудових відносин; мотивація персоналу; створення умов праці; інформаційне забезпечення; розвиток і навчання персоналу та Н. Гавкалової щодо того, факторів, які впливають на рівень ефективності менеджменту персоналу. Також

заслугове на увагу думка О. Сторшина, який до основних критеріїв ефективності менеджменту персоналу пропонує відносити економічну ефективність кінцевих результа-

тів діяльності підприємства, якість, результативність, складність праці, соціальна ефективність.

Таблиця 1

### Показники-індикатори оцінки ефективності менеджменту персоналу (ЕПМП) аграрних підприємств

Процеси МП	Показники-індикатори	Ознака
Ефективність HR-стратегії (кадрова політика)	темپ зростання продуктивності праці	стимулятор
	коефіцієнт трудової дисципліни	стимулятор
	відповідність нормативу чисельності відділу управління персоналом в загальному числі працівників апарату управління підприємства	стимулятор-екстрематор
	узагальнюючий показник ефективності виробництва	стимулятор
Ефективність відбору, набору і найму персоналу	коефіцієнт укомплектованості кадрами	стимулятор
	рівень забезпеченості підприємства кадрами	стимулятор-екстрематор
	частка посад закритих зовнішніми кандидатами	стимулятор-екстрематор
	темپ зростання частки незакритих вакансій	дестимулятор
Ефективність адаптації персоналу	коефіцієнт адаптації	екстрематор-стимулятор
	коефіцієнт проходження випробувального терміну	стимулятор
	темп зростання тривалості періоду адаптації персоналу	дестимулятор
	частка новачків, які працюють більше 1 року, з числа прийнятих протягом 2 років	стимулятор
Ефективність оцінки персоналу	рівень виконання плану проведення оцінки персоналу	стимулятор
	коефіцієнт дублювання функцій працівників	дестимулятор
	рівень відповідності середнього тарифного розряду виконуваних робіт середньому розряду персоналу	стимулятор
	питома вага атестованих співробітників	стимулятор
Ефективність руху персоналу	рівень організації робочих місць	стимулятор
	коефіцієнт плинності кадрів	дестимулятор
	частка посад закритих внутрішніми кандидатами	стимулятор
	темп зростання частки позаштатних працівників та сумісників	дестимулятор
Ефективність розвитку персоналу	коефіцієнт розвитку персоналу	стимулятор
	коефіцієнт освітнього рівня працівників	стимулятор-екстрематор
	частка працівників, які пройшли професійне навчання або підвищили кваліфікацію	стимулятор
	частка витрат на навчання та підвищення кваліфікації	стимулятор-екстрематор
Ефективність винагороди персоналу	коефіцієнт співвідношення середнього рівня заробітної плати до середнього рівня по галузі	стимулятор-екстрематор
	співвідношення темпів зростання продуктивності праці та заробітної плати	стимулятор-екстрематор
	частка витрат на культурно-побутове обслуговування працівників у загальних витратах на персонал	стимулятор-екстрематор
	рівень соціальної забезпеченості працівників	стимулятор-екстрематор

Отже узагальнення даних методик дало змогу систематизувати наступні підходи до оцінки менеджменту персоналу (табл.1). Привертає увагу той факт, що всі означені показники можуть виступати як в якості позитивних, так і в якості негативних чинників-факторів впливу. Тому у таблиці 1 було по-

дано сукупність показників-індикаторів оцінки ефективності менеджменту персоналу підприємства із зазначенням можливого характеру їх впливу. Відтак надамо фактичну оцінку стану управління персоналом у ТОВ ВКФ «Мелітопольська черешня» Мелітопольського району Запорізької області.

Таблиця 2

## Оцінка показників ефективності HR- стратегії

Показники	Роки					2019 р. в % до 2015р. (відхилення +,-)	Характер впливу
	2015	2016	2017	2018	2019		
Темп зростання продуктивності праці (ланцюговий)	-	185,6	96,9	103,8	119,9	2,2 р. (п'ятирічний)	стимулятор
Коефіцієнт трудової дисципліни (% порушень)	3,5	-	1,2	2,2	0,3	-3,2	стимулятор (через скорочення)
Відповідність нормативу чисельності відділу управління персоналом в загальному числі працівників апарату управління (відхилення: надлишок «+», нестача «-»)	+18	+26	+21	+21	+22	+4	стимулятор-екстрематор
Узагальнюючий показник ефективності виробництва (рівень рентабельності (збитковості),%)	24,1	55,4	18,4	-12,2	-8,1	X	стимулятор (дестимулятор у випадку збитковості)
Загальний індекс впливовості HR- стратегії							0,375

Апріорі, почнемо з оцінки ефективності HR- стратегії, тобто оцінки реалізації кадрової політики підприємства. Для остаточного визначення позитивного або негативного

впливу певної групи ознак-факторів, нами запропоновано вживати загальний індекс впливовості (максимальний позитивний результат обирається за 1 «одиницю»):

$$I_3 = \frac{(n_1 + 0.5n_2) - (0.5n_3 + n_4)}{\sum n}, \quad (1)$$

де:  $n_1$  – кількість стимуляторів-екстрематорів;

$n_2$  – кількість стимуляторів;

$n_3$  – кількість стимуляторів-дестриматорів;

$n_4$  – кількість дестимуляторів.

Відтак, через збитковість підприємства в останні 2 роки, а також наявність незначних порушень трудової дисципліни HR- стратегії із загальним індексом її впливовості на ме-

ханізм діяльності підприємства в цілому та систему управління персоналом зокрема (-0,375) б., бажає вживання певних покращень. Надалі дослідимо ефективність функціонування підсистеми відбору, набору і найму персоналу – табл. 3.

Номінально-за кількісним складом підсистема підсистеми відбору, набору і найму персоналу в досліджуваному ТОВ працює максимально ефективно.

Таблиця 3

**Оцінка показників ефективності підсистеми відбору, набору і найму персоналу**

Показники	Роки					2019 р.в % до 2015р. (відхилення +,-)	Характер впливу
	2015	2016	2017	2018	2019		
Коефіцієнт укомплектованості кадрами	понад 100%					X	стимулятор (зараховуємо де стимулятор через надлишок кадрів та відсутність конкуренції як такої)
Рівень забезпеченості підприємства персоналом, рази	6,5	6,2	6,2	6,0	5,9	-0,6	стимулятор-екстрематор
Частка посад закритих зовнішніми кандидатами	-	-	-	-	-	відсутні	стимулятор-екстрематор (зараховуємо як стимулятор)
Темп зростання частки незакритих вакансій	-	-	-	-	-	відсутні	дестимулятор (зараховуємо як стимулятор)
Загальний індекс впливовості підсистеми відбору, набору і найму персоналу (за кількісним складом)							0,875

Таблиця 4

**Оцінка показників ефективності підсистеми адаптації персоналу**

Показники	Роки					2019 р. в % до 2015р. (відхилення +,-)	Характер впливу
	2015	2016	2017	2018	2019		
Коефіцієнт адаптації	0,9	2,8	0,6	-	1,3	+0,4	екстрематор-стимулятор (зараховуємо як стимулятор)
Коефіцієнт проходження випробувального терміну	Близька 2 тижнів					X	стимулятор
Темп зростання тривалості періоду адаптації персоналу (ланцюговий)	-	105,6	102,2	103,8	109,4	X	дестимулятор
Частка новачків, які працюють більше 1 року, з числа прийнятих протягом 2 років	3	9	2	-	4	133,3	стимулятор
Загальний індекс впливовості підсистеми адаптації персоналу							0,250



Таблиця 5

**Оцінка показників ефективності підсистеми оцінювання персоналу**

Показники	Роки					2019 р. в % до 2015р. (відхилення +,-)	Характер впливу
	2015	2016	2017	2018	2019		
Рівень виконання плану проведення оцінки персоналу	65	70	50	68	66	+1	стимулятор
Коефіцієнт дублювання функцій працівників	Через переважно ручну працю застосовується повсякчасно понад 70% зайнятих					X	дестимулятор
Рівень відповідності середнього тарифного розряду виконуваних робіт середньому розряду персоналу	На 80% відсутній					X	стимулятор (зараховуємо як дестимулятор)
Питома вага атестованих співробітників	6,5	9,4	8,3	7,7	8,3	+1,8	стимулятор (через низку питому вагу зараховуємо як дестимулятор)
Загальний індекс впливовості підсистеми оцінювання персоналу							-0,625

Таблиця 6

**Оцінка показників ефективності руху персоналу**

Показники	Роки					2019 р. в % до 2015р. (відхилення +,-)	Характер впливу
	2015	2016	2017	2018	2019		
Рівень організації робочих місць,%	55,5	58,2	61,1	58,2	52,1	-3,4	стимулятор (зараховуємо як стимулятор – дестимулятор)
Коефіцієнт плинності кадрів	0,9	2,8	0,6	-	1,3	+0,4	дестимулятор
Частка посад закритих внутрішніми кандидатами	100%					X	стимулятор
Темп зростання частки позаштатних працівників та сумісників	відсутні					X	дестимулятор (зараховуємо як стимулятор)
Загальний індекс впливовості процесів руху персоналу							-0,125

Під система адаптації персоналу в ТОВ ВКФ «Мелітопольська черешня» (табл.4) працює досить опосередковано, про що свідчить загальний індекс впливовості даного чинника -0,25. Система оцінювання персоналу на підприємства (табл.5) знаходиться в

занепаді, заходи розповсюджуються переважно на працівників апарату управління; на це вказує від'ємний індекс впливовості, який за період дослідження становив (-0,625). Аналіз процесів руху персоналу (табл.6) у ТОВ ВКФ «Мелітопольська черешня» при

від'ємному індексі впливовості (-0,125) також свідчить про певні вади процесів руху персоналу у досліджуваному товаристві. Підсистема розвитку персоналу на підприємстві

ві згідно даних табл.7 також знаходиться у занепаді, на це вказує значення індекса впливовості – (-0,5).

Таблиця 7

**Оцінка показників ефективності підсистеми розвитку персоналу**

Показники	Роки					2019 р. в % до 2015р. (відхилення +,-)	Характер впливу
	2015	2016	2017	2018	2019		
Коефіцієнт розвитку персоналу, (питома вага осіб, які підлягають заходам підвищення кваліфікації,%)	6,5	9,4	8,3	7,7	8,3	+1,8	стимулятор
Коефіцієнт освітнього рівня працівників	2,20	2,27	2,22	2,19	2,19	99,6	стимулятор-екстрематор (зараховуємо як дестимулятор)
Частка працівників, які пройшли професійне навчання або підвищили кваліфікацію,%	0,6	0,6	-	0,5	-	-0,6	Стимулятор (через відсутність в останні роки зараховуємо як дестимулятор)
Частка витрат на навчання та підвищення кваліфікації,%	0,1	0,1	-	0,1	-	X	стимулятор-екстрематор (через відсутність в останні роки зараховуємо як дестимулятор)
Загальний індекс впливовості підсистеми розвитку персоналу							-0,50

Надалі визначимось із ефективністю ключового мотивуючого компоненту досліджуваного алгоритму. Система грошового – матеріального та соціального заохочення через досить вагому низку чинників є найуразливішою на досліджуваному

підприємстві ( табл. 8). Саме при оцінці її ефективності отримано найнижчий індекс впливовості серед усіх сіми розглянутих нами підсистем. Даний показник за термін дослідження набув від'ємного значення в розмірі (-0,625) б.

Таблиця 8

**Оцінка показників ефективності підсистеми винагороди персоналу**

Показники	Роки					2019 р. в % до 2015р. (відхилення +,-)	Характер впливу
	2015	2016	2017	2018	2019		
Рівень співвідношення середнього рівня заробітної плати до середнього рівня по галузі,%	30,8	28,9	23,0	23,9	37,3	+6,5	стимулятор-екстрематор (зараховуємо як дестимулятор)

Співвідношення темпів зростання продуктивності праці та заробітної плати (+,-)	-	+68,6	- 17,7	- 20,0	- 20,5	-51,9	стимулятор-екстрематор (зараховуємо як дестимулятор)
Частка витрат на культурно-побутове обслуговування працівників у загальних витратах на персонал, %	78,1	81,1	69,8	78,2	81,4	+3,3	стимулятор-екстрематор (зараховуємо як стимулятор)
Рівень соціальної забезпеченості працівників (співвідношення середньої заробітної плати 1 штатного працівника ВКФ до мінімальної заробітної плати, %)	81,9	84,8	41,8	44,5	86,8	+4,9	стимулятор-екстрематор (зараховуємо як дестимулятор)
Загальний індекс впливовості підсистеми винагороди персоналу							- 0,625

Сумарний індекс ефективності системи менеджменту ТОВ ВКФ «Мелітопольська черешня» (табл. 9) дорівнює (-0,054), що вказує на наявні на підприємстві вади і вимагає вирішення – усунення спірних питань.

Фактично на досліджуваному підприємстві значення рівня ефективності процесів ме-

неджменту персоналу цілком залежить від функціонування підприємства в цілому, що свідчить про узгодженість менеджменту персоналу з загальним управлінням підприємством.

Таблиця 9

### Оцінка показників ефективності системи менеджменту персоналу

HR-стратегії	Індекси впливовості підсистеми:						Разом
	підсистеми відбору, набору і найму персоналу (за кількісним складом)	адаптації персоналу	оцінювання персоналу	процесів руху персоналу	розвитку персоналу	винагороди персоналу	
0,375	0,875	0,25	-0,625	-0,125	-0,50	-0,625	- 0,054
середня	висока	середня	низька				

Примітка: значення від (-1) до (-0,01) – низька, від (0) до (+0,5) – середня, від (+0,51) до (+1) – висока.

**Висновки з дослідження.** Таким чином для покращення використання трудового ресурсного потенціалу в контексті стратегії менеджменту персоналу керівництву доцільно приділяти більше уваги: 1) розробці цілей управління персоналом, 2) забезпеченню узгодженості між досягненням зазначених цілей та системою винагороди персоналу, 3) розробці правил коригування HR-стратегії в залежності від зміни бізнес-

стратегії та конкурентної стратегії підприємства. Необхідно переглянути в цілому систему винагороди, що передбачає, розробку плану поступового підвищення рівня оплати праці, темпи якого до того ж мають перевищувати існуючі темпи інфляції по країні та бути узгодженими із темпами зростання продуктивності праці, яке залежить від вдосконалення її організації та від впровадження інновацій, джерелом яких повинен виступати

синтезований капітал підприємства.

**Список літератури:**

1. Бараннік Я.М. Сучасні тенденції контролінгу персоналу в Україні. Збірка наукових праць I-ї Міжнародній науково-практичній конференції Національного університету біоресурсів і природокористування України «Бережанський агротехнічний інститут. м. Бережани, 05 листопада 2020 року. Бережани, 2020. С. 28–29.
2. Гавкалова Н. Л. Соціально-економічний механізм ефективності менеджменту персоналу : методологія та концепція формування : наукове видання .Харків : Вид. ХНЕУ, 2007. 400 с.
3. Гавкалова Н. Л. Управління ефективністю менеджменту персоналу: монографія. Харків : Вид. ХНЕУ, 2011. 296 с.
4. Гавкалова Н.Л. Соціально-економічні аспекти забезпечення ефективності кадрового менеджменту: монографія. Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. 236 с.
5. Лапурій С.Г. Оцінка персоналу як основа кадрового менеджменту. *Україна: аспекти праці*. 2000. № 4. С. 33–35.
6. Різник В.В., Сучасні тенденції мотивації праці управлінського персоналу. *Економічний вісник університету*, 15/1. 2010. №15/1. с. 58 – 62.
7. Співак, В.В. Мотивація як засіб ефективного менеджменту персоналу підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. №6, Т.2. С. 178-181.
8. Сидоренко А.Б. Система мотивації в стратегічному управленні персоналом. *Збірник наукових праць ДонДУУ «Соціальний менеджмент і управління інформаційними процесами»: серія «Державне управління», т. VIII, вип. 90.* Донецьк: ДонДУУ, 2007. С. 406–414.
9. Стахів О.В. Оцінка мотиваційного потенціалу персоналу підприємства в контексті реалізації вимог міжнародного стандарту управління якістю ISO 9001. *Економіка та держава*. 2007. № 7. С. 79–81.
10. Цимбалюк С. О. Управління мотиваційним потенціалом працівників. Менеджмент та маркетинг: досягнення і перспективи : матеріали ІХ Всеукр. наук.-практ. конф. К. : ІВЦ «Політехніка», 2002. С. 268–269.

**Reference:**

1. Barannik Ya.M. (2020) Suchasni tendentsii kontrolinhu personalu v Ukraini. Zbirka naukovykh prats I-ii Mizhnarodnii nauko-vo-praktychnii konferentsii Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy «Berezhanskyi ahrotekhnichniy instytut. m. Berezhany, 05 lystopada 2020 roku. Berezhany, pp. 28–29.
2. Havkalova N. L. (2007) Sotsialno-ekonomichniy mekhanizm efektyvnosti menedzhmentu personalu : metodolohiia ta konseptsiia formuvannia : naukove vydannia .*Kharkiv : Vyd. KhNEU*, 400 p.
3. Havkalova N. L. (2011) Upravlinnia efektyvnosti menedzhmentu personalu: monohrafiia. *Kharkiv : Vyd. KhNEU*, 296 p.
4. Havkalova N.L. (2010) Sotsialno-ekonomichni aspekty zabezpechennia efektyvnosti kadrovoho menedzhmentu: monohrafiia. *Kharkiv: Vyd. KhNEU*, 236 p.
5. Lapuriy S.H. (2000) Otsinka personalu yak osnova kadrovoho menedzhmentu. *Ukraina: aspekty pratsi*. № 4, pp. 33–35.
6. Riznyk V.V. (2010) Suchasni tendentsii motyvatsii pratsi upravlinskoho personalu. *Ekonomichniy visnyk universytetu*, №15/1, pp. 58 – 62.
7. Spivak, V.V. Motyvatsiia yak zasib efektyvnoho menedzhmentu personalu pidpriemstv. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*. №6, Т.2, pp. 178-181.
8. Sydorenko A.B. (2007) Systema motyvatsyy v stratehycheskom upravleny personalom. *Zbirnyk naukovykh prats DonDUU «Sotsialnyi menedzhment i upravlinnia informatsiinymy protsesamy»: serii «Derzhavne upravlinnia», t. VIII, vyp. 90.* Donetsk: *DonDUU*, pp. 406 – 414.
9. Stakhiv O.V. (2007) Otsinka motyvatsiinoho potentsialu personalu pidpriemstva v konteksti realizatsii vymoh mizhnarodnoho standartu upravlinnia yakistiu ISO 9001. *Ekonomika ta derzhava*. № 7, pp. 79 – 81.
10. Tsybaliuk S. O. (2002) Upravlinnia motyvatsiinym potentsialom pratsivnykiv. *Menedzhment ta marketynh: dosiahnennia i perspektyvy : materialy IKh Vseukr. nauk.-prakt. conf. K. : IVTs «Politekhnikha», pp. 268–269.*

УДК: 658:640.4; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-82-87

*Нестеренко С.А., д.е.н., професор,  
Бочарова Н.О., к.е.н., доцент,  
Ярчук А.В., к.е.н., ст. викладач,*

*Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного*

## **СУЧАСНІ АСПЕКТИ МЕНЕДЖМЕНТУ Й АДМІНІСТРУВАННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

*Анотація.* В статті проаналізовано та обґрунтовано теоретичні аспекти менеджменту та адміністрування в сучасних підприємствах ресторанної справи та готельного бізнесу.

*Ключові слова:* адміністрування, готель, готельний бізнес, диверсифікація, менеджмент, персонал, ресторан, ресторанна справа, стратегія.

**JEL code classification: M12**

*Nesterenko S.A., Doctor of Economics, Professor,  
Bocharova N.O., PhD, Ass. Prof.,  
Yarchuk A.V., PhD., Sen. Lect.,  
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University*

## **MODERN ASPECTS OF MANAGEMENT AND ADMINISTRATION IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS**

*Abstract.* The hotel and restaurant business is among the most profitable and inseparable all over the world. The modern development of this industry in world practice offers customers a variety of hotel and restaurant services and offers for food and accommodation.

*Opening hotel chains gives great profit to its owners, allows you to move to the top of the tourist market, to develop new standards in the field of tourist service. Hotel and restaurant business in Ukraine is currently under active development.*

*The issue of ensuring an effective management system in the hotel and restaurant industry in accordance with modern high parameters of the West, including in the context of management and administration, is relevant.*

*The management of the hotel and restaurant business should be well aware of the aspects of management in linear and functional departments of accommodation facilities and restaurant facilities of various forms of ownership and organizational and legal forms; management of the process of providing services related to the activities of hotel and restaurant management institutions; management of subdivisions.*

*In today's environment, the sphere of hotel and restaurant service is so closely related that when considering management and administration issues, it practically represents a single hotel and restaurant complex. The modern manager of the hotel and restaurant business should know the technology of customer service, have a clear idea of the material and technical base of the hotel, its technical equipment, requirements and methods of decoration of residential and public premises of the hotel, perfectly understand the issues related to the organization of food, labor protection and safety of people in the hotel.*

*The presence of comprehensive knowledge and well-established communication systems with staff and visitors of the hotel and restaurant is the key to the success of the management system in the hotel and restaurant business. In fact, market success is determined by the ability to generate supply, relevant demand, taking into account the consumer preferences of serviced market segments.*

*Therefore, the effectiveness of the management system of any enterprise of the hotel and restaurant industry is largely determined not by production and financial capabilities, but by the location, interactivity and professionalism of personnel in hotel, restaurant and cultural and entertainment complexes. And it is these aspects that should become key in the training of managers-administrators as experienced specialists in the hotel and restaurant business.*

**Key words:** *administration, hotel, hotel business, diversification, management, staff, restaurant, restaurant business, strategy.*

**Постановка проблеми.** Готельно-ресторанний бізнес входить у число найбільш прибуткових та затребуваних у всьому світі. Готелі, а відтак і ресторани, стали з'являтися в той час, коли люди почали проявляти інтерес до подорожей та поїздок. Сучасний розвиток даної галузі у всесвітній практиці пропонує клієнтам різноманітність готельно-ресторанних послуг та пропозицій щодо харчування й розміщення: номерний фонд, кафе, ресторани, бари, СПА-центри, салони краси, фітнес-центри, інформаційне забезпечення, нове технічне оснащення та ще багато чого корисного та цікавого.

Відкриття ланцюгів готелів дає великий прибуток своїм власникам, дозволяє просуватися на вершини туристичного ринку, освоювати нові стандарти у сфері обслуговування туристів. Готельно-ресторанний бізнес в Україні зараз перебуває в стадії активного розвитку, що дозволяє всім охочим спробувати себе в цій багатоаспектній справі.

Тому наразі в край актуальним є питання забезпечення дієвої системи менеджменту в готельно-ресторанній індустрії відповідно до сучасних високих параметрів Заходу, в тому числі й у контексті управління та адміністрування. Особливу увагу викликає фокус на популяризації готельного бізнесу. Дані обставини обумовлюють вибір та підкреслюють актуальність теми статті.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** На сьогодні в Україні управління в закладах ресторанного і готельного бізнесу за рахунок розвитку світового туризму набуває все більшого поширення у наукових та підприємницьких колах, адже здебільшого це спрямування управлінської діяльності більш розвинуте у країнах Заходу.

Зокрема, ефективність управління закладами готельно-ресторанного бізнесу через оновлення підходів до організації справи є об'єктом дослідження таких сучасних вчених – науковців як Балашової О. А., Богалдіна-Малих В.В., Ляпіної І. Ю. Кабушкіна Н.І. [1-5] та інших.

Але, незважаючи на велику кількість на-

працювань у даній сфері, проблема формування ефективної системи менеджменту й адміністрування в підприємствах готельно-ресторанного бізнесу є дослідженою не в повній мірі. Це обумовлює нагальність написання даної статті.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є дослідження сучасних тенденцій та обґрунтування теоретичних підходів щодо формування ефективної стратегії управління розвитком підприємств готельно-ресторанної індустрії в системі заходів ділового адміністрування підприємств за умов транзитивної економіки України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

Ресторанна справа та готельний бізнес – один з найперспективніших напрямів сучасної економічної діяльності, який водночас поряд із специфічними скілами передбачає глибокі знання в області економіки і маркетингу, теорії управління, інформаційних технологій, іноземних мов, дизайну і реклами.

У структурі управління готелем виділяються наступні елементи: ланки (відділи), рівні (ступені) управління і зв'язку – горизонтальні і вертикальні.

До ланок управління відносяться структурні підрозділи, а також окремі фахівці, які виконують відповідні функції управління або їх частину (наприклад, менеджери, що здійснюють регулювання та координацію діяльності декількох структурних підрозділів). В основі побудови ланки управління лежить виконання відділом певної функції управління. Встановлюються між відділами зв'язку мають горизонтальний характер.

Під рівнем управління розуміють сукупність ланок управління, що займають певну щабель в системі управління готелем. Сходінки управління знаходяться у вертикальній залежності і підкоряються один одному: менеджери вищого ступеня управління приймають рішення, які конкретизуються і доводяться до нижчих ланок.

Відтак керівна ланка готельно-ресторанного бізнесу має бути добре обізнаною на аспектах організації управління в

лінійних і функціональних підрозділах засобів розміщення і закладів ресторанного господарства різних форм власності та організаційно-правових форм; управління процесом надання послуг, пов'язаних з діяльністю установ готельного і ресторанного господарства; управління підрозділами. Зрозуміло, що сервіс щодо обслуговування населення в різних сферах повсякденного життя - це широке поле для застосування найрізноманітніших навичок і здібностей високо кваліфікованого персоналу, адже будь-який готельно-ресторанний комплекс є найважливішим елементом соціальної сфери, що грає велику роль в підвищенні ефективності суспільного виробництва і відповідно зростання життєвого рівня населення [1].

Діяльність практично всіх підприємств, не тільки готельних, а й ресторанних, в значній мірі залежить від місця розташування, оскільки воно впливає на вартість землі та будівельних робіт, розмір витрат на оплату праці, а також на можливість збуту продукції. Це так звані первинні фактори, що враховуються при ухваленні рішення про місце розташування. До вторинних факторів належать такі, як наявність сировинних ресурсів, робочої сили, відповідної інфраструктури і т.д., значення яких не для всіх підприємств однаково. Залежно від того, якими факторами віддається перевага, виділяють підприємства, які орієнтуються на сировинні ресурси, трудові ресурси, шляхи сполучення або на збут, що визначає характеристику продукту.

Готельні й ресторанні підприємства в першу чергу орієнтуються на збут. На відміну від промисловості, де продукція поставляється споживачеві, в готельній сфері все відбувається навпаки: гість повинен прийти в готель (ресторан), щоб скористатися її послугами, в зв'язку з чим до вибору місця розташування пред'являються такі вимоги, як досяжність і близькість. Наприклад, при виборі готелю (ресторану) діловими туристами фактор зручного розташування (найкращий центр міста) є вирішальним.

В умовах сьогодення сфера готельно-ресторанного обслуговування настільки тісно пов'язана, що при розгляді питань менеджменту та адміністрування вона практично являє єдиний готельно-ресторанний комплекс, в якому зайняті сотні людей і пред-

ставлені десятки професій, які забезпечують обслуговування відпочиваючих. Тому ключовими аспектами менеджменту й адміністрування в ресторанній справі та готельному бізнесі за умов сьогодення відповідно є наступні.

Готель - це підприємство, яке надає комплекс послуг, найважливішими серед яких (комплексоутворюючими) в однаковій мірі є послуги розміщення, харчування, і розваг.

Готелі ж при цьому розглядаються як головний, класичний тип підприємств розміщення, що володіє такими специфічними ознаками:

- 1) номерним фондом, що перевищує певний мінімум;
- 2) набором обов'язкових послуг: прибирання номерів і санвузлів,
- 3) щоденне заправлення ліжок, обслуговування в номерах;
- 4) певним асортиментом додаткових послуг, а так само готелю повинні бути згруповані в класи і категорії залежно від конкретного обладнання та особливості послуг, що надаються.

За будь-яких часів головною функцією готельного підприємства та інших засобів розміщення є надання тимчасового житла. В цьому сенсі виділяють наступні сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності:

- 1) поглиблення спеціалізації готельної та ресторанної пропозиції;
- 2) утворення міжнародних готельних та ресторанних ланцюгів;
- 3) розвиток мережі малих підприємств;
- 4) впровадження в індустрію гостинності комп'ютерних технологій займають провідні позиції.

Такі тенденції висувають додаткові вимоги щодо рівня професійної підготовки фахівців для готелів і ресторанів. Фактично сучасний менеджер повинен знати технологію обслуговування клієнтів, мати чітке уявлення про матеріально-технічній базі готелю, її технічне оснащення, вимогах і способах оформлення житлових і громадських приміщень готелю, прекрасно розбиратися в питаннях, пов'язаних з організацією харчування, охороною праці та забезпеченні безпеки знаходяться в готелі людей. Наявність комплексних знань і налагоджених систем комунікацій з персоналом і відвідувачами го-

телю й ресторану є запорукою успіху системи менеджменту в готельно-ресторанному бізнесі. Успіх на ринку визначається здатністю формування пропозиції, релевантного попиту, що враховує споживчі переваги обслуговуються сегментів ринку.

Тому з позиції ефективного менеджменту для підприємств готельно-ресторанного бізнесу, на наш погляд, є життєздатними наступні корпоративні стратегії диверсифікації:

1. Більшість готелів (ресторанів) починають свою діяльність як невеликі вузькоспеціалізовані підприємства, обслуговуючи місцевий або регіональний ринок. На початковій стадії існування асортимент послуг, що надаються є невеликим, власні кошти обмежені, а конкурентні позиції уразливі. Молодий бізнес намагається збільшити обсяг продажів, підвищуючи частку ринку і завойовуючи визнання покупців. Прибуток реінвестується, беруться нові кредити, максимально використовуються можливості зростання. Ціна, якість, сервіс і реклама найретельнішим чином «підгоняються» під інтереси покупців. Асортимент послуг поступово розширюється, для задоволення найрізноманітніших запитів споживачів.

2. До тих пір, поки бізнес отримує прибуток, використовуючи можливості однієї галузі – одного спрямування, немає ніякої необхідності проводити диверсифікацію. Але як тільки потенціал для зростання починає скорочуватися, стратегічно вірним буде або проведення більш агресивної політики з метою збільшення частки ринку, або диверсифікація в інші сфери діяльності.

Отже, диверсифікація пропонується нами як форма концентрації виробництва (ведення бізнесу), яка передбачає об'єднання технологічно різноманітних підприємств, наприклад, сполучання готельно-ресторанного бізнесу й культурно-розважального комплексу.

Тому для виконання функцій управління підприємствами створюється відповідна структура системи управління, яка являє собою сукупність спеціалізованих підрозділів, взаємопов'язаних процесом прийняття та реалізації управлінських рішень.

Розглянемо вимоги, що доречно висувати до організації структури управління в готельно-ресторанному комплексі.

1. Здатність відображати зміст діяльності органу, основні елементи управління, цілі, методи, принципи, функції, етапи та стадії прийняття та реалізації рішення.

2. Гнучкість - здатність реагувати на зміни соціально-економічні та організаційно-технічні умови.

3. Мінімум часу проходження рішень, наказів, розпоряджень від вищого керівництва до безпосередніх виконавців.

4. Мінімум ступенів ієрархічної градації.

5. Організаційна структура повинна забезпечувати ефективний розподіл функцій по підрозділах - ланкам управління, виключати дублювання функцій на різних рівнях, припускати необхідність її постійного вдосконалення.

6. Відносна рівномірність навантажень на кожен підрозділ апарату управління, спряженість окремих ланок і ступенів, які повинні бути пов'язані між собою спільними цілями, вирішенням певних проблем, завдань.

На наш погляд, через сполучання щонайменше двох напрямів діяльності, важливою проблемою формування структури управління підприємств готельно-ресторанного бізнесу є створення структури в цілому, і її органів управління.

Структурні підрозділи органів управління необхідно об'єднати в такі групи:

1) керівництво - це фахівці, керівні усіма структурними підрозділами органу управління (керівник, його заступники, колегія);

2) галузеві структурні підрозділи, що керують відділами об'єкта управління;

3) функціональні структури підрозділу, які реалізують одну функцію управління;

4) допоміжні структури підрозділи, що забезпечують роботу органу управління.

Важливими ланками в представленій організаційній структурі є, наприклад, наявність наявності ділового центру і анімаційної служби в готелі. Адже більшість туристів в готелі - це ділові люди, які приїхали на один-два дні для вирішення питання по бізнесу, проведення переговорів, участі у виставках, конференціях, зборах, колегіях і т.д.

Завданням ділового центру є надання максимального набору технічного (телефон, факс, Internet) і матеріального сервісу (зал переговорів, особистий секретар, перекладач).



Завдання анімаційної служби є привернення уваги ділової людини у вільний час. Наприклад, надання стандартної програми відпочинку в готелях (боулінг, більярд, казино), а також формування інтересу у відвідувача до традиційних особливостей країни, місцевості, де він зупинився; залучення його до екскурсій тощо. Тобто наповнення перебування клієнта в готелі емоційною складовою - відчуттям відпочинку та приємного проведення часу.

Така організаційна структура, на наш погляд, є оптимальною для управління готельно-ресторанним та культурно-розважальним комплексом (-сами).

Отже управління в готельно-ресторанному комплексі фактично ґрунтується на загальних системних принципах. Його функції виступають як відособлені напрямки управлінської діяльності, що дозволяють здійснювати управлінський вплив у будь-якій діяльності. В них розкривається зміст управління як процесу, що відображає вид управлінської діяльності, посадові обов'язки, закріплені за певним структурним підрозділом або працівником конкретного органу управління.

Виходячи зі змісту виконуваних робіт, функції управління в готельно-ресторанному бізнесі класифікуються наступним чином:

- прогнозування і планування;
- організація роботи;
- координація і регулювання;
- активізація і стимулювання;
- контроль, облік і аналіз.

Особливу увагу щодо тенденцій розвитку менеджменту і адміністрування процесів готельно-ресторанного бізнесу привертають аспекти діджиталізації. Зокрема, просування продукту – готельно-ресторанних послуг на ринок здійснюється численними шляхами. Наразі пріоритетним напрямком є інтернет-технології. Зокрема, в цьому сенсі першим кроком є створення сайтів готелю й ресторану відповідно.

У сучасному світі число користувачів Інтернету зростає щодня. Логічно правильно побудований сайт готелю сприяє залученню нових клієнтів. Головними принципами побудови сайту є:

- логічно правильно побудована карта сайту,

- інформативність першої сторінки
- чи не перевантаженість текстом, банерами і т.д.,
- правильний підбір колірних схем, шрифтів, оформлення сторінок сайту,
- і найголовніше - можливість надання on-line бронювання або доставки їжі кур'єром у зручне для клієнта місце та у зручний для нього час, до речі, це дозволяє підвищити число відвідувачів, в тому числі й з інших країн.

Якість передання управлінської інформації багато в чому визначає ефективність системи управління. Отже, є зрозумілим, що без наявності комунікації неможливо домовитися про спільну мету, яка об'єднує групу людей. Саме наявність спільної мети лежить в основі будь-якої організації. Без комунікації, неможливе планування, організація, мотивація, контроль. Якщо суто технічні моменти передачі інформації не викликають особливих труднощів, то вибір найбільш зрозумілого і ефективного способу подання інформації за допомогою інтернет-ресурсів є цілком зрозумілим.

На практиці на підприємствах готельно-ресторанно сфери технологія бронювання найчастіше представлена простою системою прийому листів по електронній пошті і відповіді на ці листи. Однак вірним було б інтегрування систем on-line бронювання для чіткої та доступної роботи з потенційними клієнтами.

Не слід забувати про найголовніше в будь-якому бізнесі - про споживачів послуг, відпочиваючих - туристів. Вся індустрія гостинності працює на відвідувачів і для відвідувачів. На даний момент на світовому ринку попит породжує пропозицію, і постійальці впливають на розвиток готельних комплексів і розвиток їх інфраструктури. Сформувався новий тип споживачів, ознаками якого є наступні психо-поведінкові особливості:

- високий рівень інформованості;
- висока вимогливість до комфорту і якості послуг;
- індивідуалізм;
- екологізм свідомості (усвідомлення крихкості навколишнього середовища і її нерозривної єдності з людиною);
- спонтанність рішень;
- мобільність;

- фізична і розумова активність на відпочинку;
- прагнення отримувати від життя калейдоскоп вражень.

Пропонований перелік споживача сучасного - нового типу дозволить формувати соціально-культурні процеси в свідомості туриста на внутрішньому ринку і залучити іноземних гостей.

Тобто наразі ефективність системи менеджменту будь-якого підприємства готельно-

ресторанної індустрії багато в чому визначається не виробничими і фінансовими можливостями, а розташуванням, інтерактивністю і професіоналізмом кадрів в готельно-ресторанних і культурно-розважальних комплексах. І саме ці аспекти мають стати ключовими в підготовці менеджерів-адміністраторів як досвідчених фахівців з готельно-ресторанного бізнесу.

#### Список використаної літератури:

1. Балашова Е. А. Готельний бізнес. М., 2006.
2. Богалдін-Малих В.В. Маркетинг та управління у сфері туризму і соціально-культурного сервісу: туристичні, готельно-ресторанні та розважальні комплекси. М., 2004.
3. Бойко М.Г. Організація готельного господарства: підручник / М.Г. Бойко. К.: КНТЕУ, 2006. 448 с.
4. Кабушкін Н.І. Менеджмент готелів і ресторанів / Н. І. Кабушкін, Г. А. Бондаренко Мінськ, 2003.
5. Ляпіна І. Ю. Організація і технологія готельного обслуговування / І. Ю. Ляпіна. М., 2006.
6. Ляпіна І. Ю. Матеріально-технічна база та оформлення готелів і туркомплексів / І. Ю. Ляпіна., Т. Л. Ігнат'єва, С. В. Безрукова. М., 2004.
7. Мальська М.П. Ресторанна справа. Режим доступу: <https://westudents.com.ua/knigi/614-restoranna-sprava-malska-mp.html>
8. Основи готельно-ресторанної справи : навчальний посібник / Н. І. Данько, А. Ю. Парфіненко, П. О. Подлепіна, О. О. Вишнеvsька [за заг. ред. А. Ю. Парфіненка]. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017.
9. Прогресивні технології харчування та ресторанного бізнесу : дайджест. Вип. 17. [Електронний ресурс] / Нац. ун-т харч. технол., Наук.-техн. б-ка ; підгот. О. В. Олабоді. Київ, 2016. 18 с. Режим доступу: <http://library.nuft.edu.ua/inform/restoran.pdf>.
10. Роглев Х.П. Основи готельного менеджменту : навч. посіб. / Х.Й. Роглев. К. : Кондор. 2005. 408 с.

#### References:

1. Balashova E. A. (2006) Hotelnyi biznes. M.
2. Bohaldin-Malykh V.V. (2004) Marketynh ta upravlinnia u sferi turyzmu i sotsialno-kulturnoho servisu: turystychni, hotelno-restoranni ta rozvazhalni komplekxy. M.
3. Boiko M.H. (2006) Orhanizatsiia hotelnoho hospodarstva: pidruchnyk. K.: KNTEU, 448 p.
4. Kabushkin N.I., Bondarenko H. A. (2003) Menedzhment hoteliv i restoraniv. Minsk.
5. Liapina I. Yu. (2006) Orhanizatsiia i tekhnolohiia hotelnoho obsluhovuvannia. M.
6. Liapina I. Yu., Ihnatieva T. L., Bezrukova S. V. (2004) Materialno-tekhnichna baza ta oformlennia hoteliv i turkompleksiv.
7. Malska M.P. Restoranna sprava. URL: <https://westudents.com.ua/knigi/614-restoranna-sprava-malska-mp.html>
8. Danko N. I., Parfinenko A. Yu., Podlepina P. O., Vyshnevskya O. O. (2017) Osnovy hotelno-restorannoi spravy : navchalnyi posibnyk. [za zah. red. A. Yu. Parfinenka]. Kh. : KhNU imeni V. N. Karazina.
9. Prohresyvni tekhnolohii kharchuvannia ta restorannoho biznesu : daidzhest. Vyp. 17. [Online] / Nats. un-t kharch. tekhnol., Nauk.-tekhn. b-ka ; pidhot. O. V. Olabodi. Kyiv (2016). 18 p. URL: <http://library.nuft.edu.ua/inform/restoran.pdf>.
10. Rohliev Kh.P. (2005) Osnovy hotelnoho menedzhmentu : navch. posib. K. : Kondor, 408 p.

УДК: 351; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-88-93

Плотніченко С.Р., к.е.н., доцент

Вороніна Ю.Є., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Svitlasuk\_1979@ukr.net

## КОМУНІКАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ У РОБОТІ ПУБЛІЧНОЇ СЛУЖБИ

*Анотація:* Основа успіху ділової людини, яке б заняття вона не обрала, складається у створенні клімату співробітництва, довіри, уваги. Тому спілкування з людьми – це наука й мистецтво. Тут важливі не тільки природні здібності людини та її бажання спілкуватись, але й знання законів спілкування. Керівники повинні зрозуміти, що для успішної діяльності вони можуть і повинні навчитись орієнтуватись у психологічних підходах до партнерів, адекватно розуміти реальність, обирати такі способи ділового спілкування, які будуть сприяти успіху як у професійній діяльності, так і у житті.

Управлінці повинні звернути особливу увагу на те, що проблема спілкування є одною з найважливіших у житті ділової людини. Взаємодіючи з іншими людьми, сучасній людині необхідно знати основні правила етичної поведінки та спілкування для того, щоб ці контакти не призводили до конфліктів, не порушували соціальну рівновагу, а повсякденне ділове спілкування було гармонійним і корисним.

*Ключові слова:* Комунікація, зворотний потік інформації, самореалізація службовців, види ділового спілкування, некваліфікована комунікація, комунікативна діяльність.

**JEL code classification: M10, M19**

Plotnichenko S.R., PhD, Ass. Prof.,

Voronina Y.E., PhD, ass. prof.,

Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University

Svitlasuk\_1979@ukr.net

## COMMUNICATIVE ACTIVITY AND BUSINESS COMMUNICATION IN THE WORK OF THE PUBLIC SERVICE

*Abstract.* The manager is a special concentration of abilities and the ability to communicate and create conditions for the disclosure of personal potential of employees, now it is the essential bases of communication in the public service that are subject to revision. This is explained by the fact that the attitude of the actors of managerial communication to each other as objects of sometimes can very often lead to the demoralization of relations, depleted functioning, a formal approach to the profession. The basis of success of a business person, no matter what occupation he chooses, is to create a climate of cooperation, trust and attention. Therefore, communication with people is a science and an art. Here are important not only the natural abilities of man and his desire to communicate, but also knowledge of the laws of communication. Managers must understand that for successful activities they can and should learn to navigate in psychological approaches to partners, to adequately understand the reality, to choose such ways of business communication that will contribute to success both in professional activities and in life.

Managers should pay special attention to the fact that the problem of communication is one of the most important in the life of a business person. When interacting with other people, modern man needs to know the basic rules of ethical behavior and communication so that these contacts do not lead to conflicts, do not disturb the social balance, and everyday business communication was harmonious and useful.

Business communication ensures the effective realization of management goals, unites people into a single society, a single country, a single community with a single government, that is, it cements society. The purpose of the development of business communication is the formation of effective management relations in the work of public service.

*Key words:* Communication, reverse flow of information, self-realization of employees, types of business communication, unqualified communication, communicative activity.

**Постановка проблеми.** Оскільки за ва концентрація здібностей й умінь спілкування є важливими факторами успіху ділової людини, то важливо визначити умови для розкриття її потенціалу. Керівники повинні зрозуміти, що для успішної діяльності вони можуть і повинні навчитись орієнтуватись у психологічних підходах до партнерів, адекватно розуміти реальність, обирати такі способи ділового спілкування, які будуть сприяти успіху як у професійній діяльності, так і у житті.

особистого потенціалу співробітників, нині перегляду підлягають саме сутнісні основи спілкування на публічній службі. Це пояснюється тим, що ставлення дійових осіб управлінського спілкування один до одного як до об'єктів подекуди дуже часто може призводити до деморалізації відносин, вихлощеного функціонування, формального підходу до професії.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У зв'язку з цим актуальним пов'язано багато питань із залученням до управління державою кваліфікованих працівників, що зможуть швидко й ефективно подолати перешкоди у спілкуванні як з представниками вищих органів державної влади так і з громадянами. Дослідження явища управлінського ділового спілкування в роботі публічної служби, на основі соціально-психологічного наукового підходу, знайшли своє відображення в наукових працях як вітчизняних так і зарубіжних вчених Т. Василевської, Л. Воронько, Є. Кузьміна, М. Логунової, О. Оболенського, Л. Орбан-Лембрик, Л. Пашко, М. Пірен, О. Урбановича та ін.

**Формування цілей статті.** Мета статті полягає у вивченні комунікативної діяльності в роботі публічної служби, комплексному аналізі явища спілкування, дослідженні такого його різновиду як управлінське спілкування, вивченні функцій, впливу управлінського спілкування та ролі керівника в цьому, зокрема у робот публічної служби.

З метою докорінного виправлення існуючої ситуації, до всіх представників публічної влади слід підходити як до суб'єктів управлінської діяльності. Оскільки стиль спілкування вважається одним із найважливіших елементів управлінської культури, він обумовлюється як психологічними властивостями особистості, так і засвоєними нею нормами поведінки, як соціальними установками, так і ціннісними орієнтирами, в тому числі ОК відповідного публічного органу влади [1, с.53].

**Виклад основного матеріалу.** Як відомо, комунікація (лат. *communicatio*, від *communis* – “роблю спільним, пов'язую, спілкуюсь”) – спілкування, обмін думками, відомостями, ідеями – передбачає обмін інформацією між двома або більше сторона-

ми, на відміну від інформування, де потік інформації є єдинонаправленим.

Система спілкування суттєво впливає на клімат у колективі, роблячи його або теплим та доброзичливим, або ж холодним і байдужим. Зрозуміло, що від координації інформаційної, комунікативної взаємодії залежать не лише результати професійної діяльності, а й задоволення потреб та інтересів співробітників.

Загальновідомо, що управлінець – це професіонал, який, вмючи спілкуватися з іншими, максимально використовує ділове спілкування на користь справі. Саме тому управлінське спілкування доцільно розуміти як таку взаємодію керівника з людьми, в процесі якої він інформує сам, отримує інформацію від інших, коригує дії підлеглих, оцінює не лише їхню роботу, а й професійно значущі якості особистості [2, 62-65].

У будь-якому колективі існує два основні шляхи поширення формальної інформації, а саме: вертикальний (вгору / вниз за ієрархічними рівнями) та горизонтальний (між співробітниками одного рівня). Причому ефективність спілкування за цими напрямками різна. Так, за даними досліджень, ефективність спілкувань на горизонтальному рівні професійних відносин досягає 90 %. Така висока ефективність пояснюється, очевидно, тим, що співробітники одного рівня управління добре розуміють своїх колег, знають їхні проблеми, а отже здатні максимально ефективно й результативно використовувати потенціал ділового спілкування.

Спілкування, що відбувається по вертикалі ієрархічних відносин, менш ефективне. Пояснення цьому можна знайти у статусних відмінностях, що справляють значний фільтраційний вплив на спілкування як знизу вгору, так і згори вниз. Пригадаймо історію халіфа Аль-Рашида, який перевдягнувся бідняком та й пішов у народ, щоб дізнатися про його істинні думки. Він — типовий приклад ізоляції вищестоящого керівника.

Багато управлінців, до речі, надійно ізолювані від функціональних рівнів своєї організації. Саме цей факт є, частково, причиною того, що в начальства складається абсолютно нереальне уявлення про моральний стан, справжні погляди й проблеми підлеглих.

Дослідження спілкування по вертикалі показали, що лише 20–25 % інформації, яка виходить від керівника, досягає рівня службовців-виконавців, і правильно ними розуміється розуміють. Навіть важко повірити, хоча дослідження підтверджують цю інформацію, що службовці здатні ефективно виконувати роботу, реально володіючи лише 20–25 % призначеної для них інформації. Інакше кажучи, в чотирьох із п'яти випадків інформація до них просто не доходить або ж, доходячи, значно спотворюється. При цьому керівник середньої ланки управління, виходячи з кабінету вищестоящего керівника, виносить, як правило, не більш ніж 30–40 % інформації.

Зворотний потік інформації – від підлеглих до керівника – ще менш ефективний, оскільки начальником сприймається лише 10 % інформації. Цей факт можна пояснити кількома причинами. Спілкування знизу вгору, по-перше, утруднюється через бажання підлеглих здобути прихильність керівника, а тому повідомляють швидше приємну йому інформацію, а неприємну — проблеми чи й помилки — ні [3, с. 112-114]. Замовчуючи її, співробітники не хочуть привертати до себе уваги керівництва і бояться видатися в його очах безсилим у вирішенні складних питань. Тому стан справ у колективі бачиться начальству благополучнішим, ніж є насправді.

По-друге, здебільшого інформація, що направляється знизу вгору, сприймається не так уважно та серйозно, як та, що спускається донизу. Головна причина такого ігнорування полягає у психологічній незрілості представників керівної ланки. Відчуваючи безмежну втіху від свого статусу, що є джерелом чималого самовдоволення, вони вважають своїм правом не слухати інших, а особливо підлеглих. Внаслідок цього інформацію, що надходить знизу, вони розглядають, свідомо чи й підсвідомо, як виклик своєму посадовому статусу та своїй “абсолютній правоті в усьому” [4, с. 86].

Винні у спотворенні та перекручуванні інформації саме керівники вищої ланки управління, оскільки вони часто дотримуються хибної думки, нібито службовцям-виконавцям, і навіть управлінцям нижчого та середнього рівня, не обов'язково знати про

стан справ колективу в цілому. Вони впевнені в тому, що підлегли зобов'язані лише виконувати роботу, не ставлячи зайвих питань.

Дослідження свідчать, однак, про протилежне, адже таку загальну поінформованість публічні службовці ставлять на друге чи третє місце в переліку десяти найважливіших моральних факторів, які впливають на якість виконуваної ними роботи. Водночас, як правило, такий поінформованості самі керівники відводять останнє місце в переліку факторів, що визначають моральний стан працівників.

Ті управлінці, що оперативно інформують співробітників про поточні та стратегічні цілі організації і про те, яким чином внесок кожного з них сприятиме їх досягненню, скоріше всього будуть найменш схильні до “паралізуючого егоїзму”, який спричинюється вузьким розумінням керівником своїх комунікативних функцій.

Само собою зрозуміло, що ділове спілкування по вертикалі має здійснюватися як згори вниз, так і знизу вгору [5]. При цьому воно має відбуватися з якомога більшою кількістю контактів-розгалужень на горизонтальному рівні комунікації та базуватися на чітких, однозначних висловлюваннях та адекватній реакції на них.

Така самореалізація службовців — представників публічних органів влади, як носіїв певних професійних знань, умінь, навичок, так і індивідуальностей зі своїм багатим внутрішнім світом та особливостями, дозволить гармонізувати не лише внутрішнє спілкування (тобто в колективі співробітників), а й, що головне, зовнішнє, тобто спілкування найнятих чи обраних представників держави і громади з громадянами як головними споживачами адміністративних послуг.

Видами ділового спілкування, що визначають “якість” цієї міжособистісної комунікативної діяльності, визнано такі: усне та письмове спілкування, мову жестів. Безсумнівно, що всі вони важливі, однак, усе ж таки, для представника публічної влади найважливішими виступають навички безпосереднього міжособистісного спілкування, оскільки, як слушно зазначає Торнтон, основну проблему керівників можна виразити одним лише словом — комунікації.

Така прискіплива увага до розвитку навичок спілкування пояснюється дуже просто: 80 % свого робочого часу управлінці витрачають на вербальну (словесну) комунікацію. При цьому більшість з них, і наукові дослідження доводять це, вважають себе досить ефективними комунікаторами. До того ж, на їхнє глибоке переконання, проблема спілкування викликана не їх власною некомпетентністю, а недоліками їхніх співрозмовників, передусім з числа підлеглих службовців.

Так, наприклад, більшість учасників дослідження, в якому було опитано понад вісім тисяч американців, що працюють у сфері вищої освіти, бізнесу, оборони, охорони здоров'я та державного управління, вважали, що вони володіють навичками комунікації не гірше, а часто-густо і краще, ніж усі інші співробітники їхньої організації. Більшість опитаних була переконана, що проблеми спілкування, які виникали в їхній організації, були наслідком некомпетентності "решти співробітників" [6]. Інакше кажучи, практично всі вони погоджувалися, що навички міжособистісного спілкування є основною передумовою успіху управлінської діяльності, водночас більшість з них навіть не заду-

мувалися, що саме вони потребують розвитку власних комунікативних навичок.

У сучасному світі електронні засоби комунікації набувають безпрецедентного розвитку і значення, що свідчить про безупинну еволюцію інноваційних технологій у цій сфері. Однак у сфері міжособистісних відносин такий прогрес, на жаль, не спостерігається. Люди, як і раніше, ображаються одне на одного, обмінюються в'їдливими словами та й спілкуються досить-таки незграбно, забуваючи при цьому, що інтерперсональні аспекти комунікації охоплюють природу відносин між учасниками спілкування. Ось чому перепорою на шляху ефективного розповсюдження інформації є, на думку Голен, не відсутність можливостей для точного передавання повідомлень, а саме цей міжособистісний аспект комунікації.

Наслідком неефективної комунікації може стати взаємна неприязнь учасників комунікативного процесу, образи, небажання слухати одне одного, недовіра тощо [7]. Ці міжособистісні проблеми ведуть, у свою чергу, до загального обмеження інформаційних потоків, до зростання неточності повідомлень та неправильної інтерпретації їхнього змісту (рис. 1.)

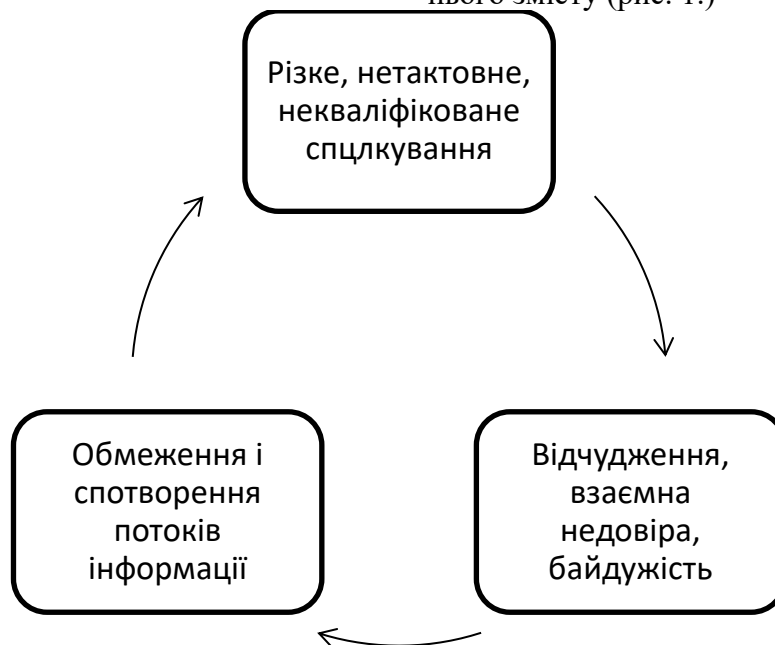


Рис. 1. Взаємозв'язок між некваліфікованою комунікацією та міжособистісними відносинами

Як висновок: міжособистісна комунікація набуває нині значимості одного з найважли-

віших видів управлінської діяльності. Найвні відмінності у стилях такого спілкування між

колегами, підлеглими, іншими людьми стають причиною непорозумінь, конфліктів, розчарувань і втрачених можливостей. Тому кожному керівнику, публічному службовцю і представнику місцевого самоврядування варто пам'ятати, що головна мета ділового спілкування полягає в досягненні взаємозацікавленого взаєморозуміння.

До того ж, таке спілкування виконує такі функції:

- Стимулювання колективного навчання й обміну знаннями, підтримання безперервного оновлення знань співробітників і досягнення прозорості.
- Заохочування в організації взаємної кооперації та розвитку у співробітників почуття спільної справи, спонування їх до результативної діяльності.
- Проголошення організаційних норм та цінностей, вплив на погляди й позиції підлеглих, розвиток у них розуміння значущості змін і вдосконалення.
- Розвиток таких навичок, як уміння ефективно слухати, розставляти пріоритети, планувати дії тощо.
- Надання й отримання дієвого зворотного зв'язку

Ділова комунікація публічної служби у системі державного управління – це сукуп-

ність технологій та прийомів взаємодії органів влади з народом (зв'язки з громадськістю) з метою встановлення правових ділових відносин в усіх сферах громадянського суспільства.

**Висновки.** Отже, професійна діяльність публічної служби передбачає наявність професійно-значущих комунікативних умінь і навичок здійснювати соціальну взаємодію, що забезпечують результативність та ефективність вирішення професійних завдань, встановлювати адекватні міжособистісні та конвенціональні стосунки в різних ситуаціях. Найважливішою умовою ефективності ділового спілкування публічної служби є знання ним власних комунікативних можливостей, рівня комунікативної компетентності. Відомо, що найчастіше на державну службу йдуть упевнені в собі люди, більшість з яких бажають професійного зростання.

Саме ділова комунікація й забезпечує ефективну реалізацію цілей управління, з'єднує людей в єдине суспільство, єдину країну, єдину громаду з єдиною владою, тобто цементує суспільство. Мета розвитку ділового спілкування – формування ефективних управлінських відносин у роботі публічної служби.

#### Список літератури:

1. Бронікова С.А., Кудрявцева, З.Ф., Плотницька І.М. Ділове спілкування: риторика та ораторське мистецтво в державному управлінні. - К., 2014.
2. Гудков Д.Г. Алгоритм сприйняття тексту та культурна комунікація. К, 2011.
3. Кеннеди Гэвин. Переговори. Полный курс / Г. Кеннеди. - М. : "Альпина Паблишер", 2013. - 392 с.
4. Колотілова Н.А., Сагач Г.М. Ділова риторика: мистецтво риторичної комунікації. - К., 2014.
5. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://www.essuir.sumdu.edu.ua>
6. Про доступ до публічної інформації [Електронний ресурс]: Закон України від 13 січня 2011 р. № 2939-VI. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2939/2011-%D0%B2%D1%80>
7. Про затвердження плану заходів щодо реалізації Концепції створення Національного контактного центру [Електронний ресурс]: Розпорядження КМУ від 02 березня 2016 р. № 182-р. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/182%D0%B2%D1%80>
8. Почепцов Г. Нові комунікативні можливості у сфері державного управління [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/8049>.
9. Публічне управління : термінол. слов. / уклад. : В. С. Куйбіда, М. М. Білинська, О. М. Петроє та ін. ; за заг. ред. В. С. Куйбіди, М. М. Білинської, О. М. Петроє. – Київ : НАДУ, 2018. – 224 с.
10. Публічне управління та адміністрування в умовах інформаційного суспільства: вітчизняний і зарубіжний досвід: монографія / За заг. ред. С.Чернова, В.Воронкової, В.Банеха, О.Сосніна, П.Жукаускаса, Й.Ввайнхардт, Р.Андрюкайтене; Запоріж. держ. інж. акад. – Запоріжжя: ЗДІА, 2016. – 606 с.
11. Сурмін Ю. П. Методологічні аспекти реформування державного управління в Україні [Електронний ресурс] / Ю. П. Сурмін. – Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej11/txts/10syppduu.pdf>.
12. Плотніченко С.Р. Операційний менеджмент в системі управління підприємством/ С.Р. Плотніченко// Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2016. - №1 (30).- 163 с., 59-61

13. Плотніченко С.Р. Зв'язки з громадськістю як позитивний імідж в органах влади./ С.Р. Плотніченко, К.В. Анатасова // Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2018. - №1 (30).- 163 с. С. 53-55.

14. Плотніченко С.Р. Етика менеджера в діловому спілкуванні./ С.Р. Плотніченко// Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2016. - №1 (30).- 163с.

**References:**

1. Bronikova S.A., Kudryavtseva, Z.F., Plotnitskaya I.M. (2014) Business communication: rhetoric and public speaking in public administration. K.
2. Gudkov D.G. (2011) Algorithm of text perception and cultural communication. K.
3. Kennedy Gavin (2013) Negotiations. Full course. M.: "Alpina Publisher", 392 p.
4. Kolotilova NA, Sagach GM Business rhetoric: the art of rhetorical communication. K., 2014.
5. Kosenko Yu. V. Fundamentals of the theory of speech communication URL: <http://www.essuir.sumdu.edu.ua>
6. About access to public information [Online]: Law of Ukraine of January 13. 2011 № 2939-VI. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2939/2011-%D0%B2%D1%80>
7. On approval of the action plan for the implementation of the Concept of creation of the National Contact Center [Online]: Order of the Cabinet of Ministers of March 2, 2016 2 182-r. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/182%D0%B2%D1%80>
8. Pocheptsov G. (2012) "New Communicative Opportunities in the Public Administration Sphere", available at: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/8049>.
9. Kuibida V.S., Bilynska M.M. and Petroie O.M. (2018), Publichne upravlinnia: terminolohichni slovnyk [Public Administration: a Terminology Dictionary], National Academy for Public Administration under the President of Ukraine, Kyiv, Ukraine.
10. Chernov S., Voronkova V., Banakh V., Sosnin O., Žukauskas P., Vveinhardt J. and Andriukaitienė R. (2016), Publichne upravlinnia ta administruvannia v umovakh informatsiinoho suspilstva: vitchyzniani i zarubizhnyi dosvid: monohrafiia [Public Administration and Management in the Conditions of the Information Society: National and Foreign Experience: a Monograph], Zaporizhzhia State Engineering Academy, Zaporizhzhia, Ukraine.
11. Surmin Yu.P., "Methodological Aspects of Public Administration Reforming in Ukraine", available at: <http://academy.gov.ua/ej/ej11/txts/10sydpu.pdf>.
12. Plotnichenko S.R. (2016) Operational management in the enterprise management system. *Collection of scientific works of TSATU (economic sciences)*. Ed. L.V. Sinyaeva. Melitopol: Publishing House Melitopol Printing House "Luxury", №1 (30), 163 p. pp. 59-61
13. Plotnichenko S.R., Anatasova K.V. (2018) Public relations as a positive image in government. *Collection of scientific works of TSATU (economic sciences) / Ed. L.V. Sinyaeva*. Melitopol: Publishing House Melitopol Printing House "Luxury", №1 (30), 163 p., pp. 53-55.
14. Plotnichenko S.R. (2016) Ethics of the manager in business communication. *Collection of scientific works of TSATU (economic sciences) / Ed. L.V. Sinyaeva*. Melitopol: Publishing house Melitopol printing house "Luxury". №1 (30), 163p



УДК: 659.3; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-94-99

Плотніченко С.Р., к.е.н., доцент

Шевчук О.Ю., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Svitlasuk\_1979@ukr.net

## ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОГО ІМІДЖУ ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ У PR

**Анотація.** Сьогодні, в умовах активного переходу суспільства від тоталітаризму до демократії, все більше людей стають економічно незалежними від держави, мають можливості для самоорганізації та автономії, стихійної діяльності та поведінки. В результаті ступінь непередбачуваності різко зростає. Особи, соціальні групи та організації (фірми, компанії) прагнуть чітко визначити можливі результати своїх обмінів з іншими людьми, організаціями та державними установами, тобто вони хочуть знати, що їх взаємодія є надійною, ефективною і чесною із організаціями, установами, лідерами. Для цільової аудиторії дуже важливий імідж компанії, організації, керівника та лідера з певними характеристиками.

**Ключові слова:** імідж, корпорація, образ корпорації, окомір, прес-конференція, стиль ділових відносин, стиль поведінки, особиста культура, прес-реліз, відносини фірми із засобами масової інформації.

**JEL code classification:** M14, M29

Plotnichenko S.R., PhD, Ass. Prof.,

Shevchuk E.Y., PhD, Ass. Prof.,

Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

Svitlasuk\_1979@ukr.net

## FEATURES OF CORPORATE IMAGE AND ITS USE IN PR

**Abstract.** Today, in the conditions of active transition of society from totalitarianism to democracy, more and more people become economically independent of the state, have opportunities for self-organization and autonomy, spontaneous activity and behavior. The development of new communicative forms and methods by public administration bodies and the availability of feedback from the public should contribute, on the one hand, to the formation of a positive corporate image of the government, and on the other - to support democratic transformations in society. Image is an image, reputation, qualitative characteristics of a leader, firm, leader and the nature of public attitude towards them. Vikentyev rightly notes: "Every object that is perceived by a person has a "color", a name, an image. There are no objects without an image. After all, the fact that it does not exist is also an image. " The higher the image of the corporation and its employees, the higher the efficiency of their activities.

As a result, the degree of unpredictability has increased sharply. Individuals, social groups and organizations (firms, companies) seek to clearly define the possible results of their exchanges with other people, organizations and government agencies, ie they want to know that their interaction is reliable, effective and honest with organizations, institutions, leaders. The image of the company, organization, leader and leader with certain characteristics is very important for the target audience.

Public relations are an integral part of the communicative process of public administration. They are an integral part of modern communication space, a type of communication technology for the application of corporate image.

**Key words:** image, corporation, image of corporation, eye gauge, press conference, style of business relations, style of behavior, personal culture, press release, relations of firm with mass media.

**Постановка проблеми.** Нове поле демократичного українського суспільства потребує та вимагає активної інформаційної політики з боку органів державної влади. Позитивний корпоративний імідж в демократичному суспільстві є одним з елементів

довіри населення до неї. Розробка нових комунікативних форм і методів органами державного управління та наявність зворотного зв'язку з громадськістю повинні сприяти, з одного боку, формуванню позитивного корпоративного іміджу влади, а з другого – під-

тримці населенням демократичних перетворень у суспільстві. Імідж — це образ, репутація, якісні характеристики лідера, фірми, керівника і характер ставлення до них громадськості. Вікентьев справедливо зазначає: «У кожного об'єкта, що сприймається людиною, є «забарвленість», ім'я, імідж. Об'єктів без іміджу немає. Адже те, що його немає, — теж імідж». Що вищий імідж корпорації та її працівників, то вища ефективність їхньої діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню методів оцінки іміджу і репутації підприємства приділили увагу такі науковці як І. Альошина [1], К. Бабич та І. Лахно [2], І. Важеніна [5], В. Вардеванян [6], Ю. Дайновський [7] к.е.н., доцент. Зазначені науковці в своїх дослідженнях торкнулись різних аспектів іміджеутворюючих чинників, які слід піддати оцінці з метою прийняття управлінських рішень щодо удосконалення діяльності підприємства в питаннях формування і підтримки високого позитивного іміджу [9], щодо комплексної системи оцінки іміджу здійснила Т. Примак [11].

**Формування цілей статті.** Метою статті є визначення структурних компонентів, інструментів і засобів у PR, що застосовують та використовують при формуванні, підтримки і просуванні корпоративного іміджу взагалі.

**Виклад основного матеріалу.** Метод публік рілейшнз як один з видів зв'язків з гро-

мадськістю в українському суспільстві та за кордоном використовується сьогодні переважно як технологія. Застосування PR необхідне, передовсім, для підвищення ефективності комунікативної діяльності органів державного управління, для створення принципово нових відносин між органами управління й громадськістю [8]. У журналістській та навчальній літературі можна знайти визначення та характеристики іміджу керівника, заступника міністра, міністра тощо. Однак насправді існує образ усієї структури, корпорації.

Корпорація - це сукупність людей, об'єднаних у конкретну організацію з метою спільної діяльності для реалізації своїх інтересів та завдань.

Імідж компанії - це навмисно сформований образ компанії, спрямований на здійснення емоційного та психологічного впливу на громадську думку, клієнтів, споживачів з метою просування та реклами.

Корпоративний імідж включає як кількісні, так і якісні ознаки. Це все зовнішній вигляд компанії, але є основні особливості - це постійний та оборотний капітал, рівень інновацій, комунікації, взаємовідносини з державними органами та інші, які не завжди видно, але вимагають певних досліджень стану компанії. Кожен елемент іміджу компанії має свою сутність та зміст, він створюється та розвивається за участю всіх працівників та системи зв'язків з громадськістю.



Рис. 1. Основні складові корпоративного іміджу

Формування корпоративного (корпоративного) стилю ґрунтується на таких принципах: принцип маркетингу, дотримання норм та норм міжнародного етикету, корпоративна етика, що об'єднує професійний обов'язок, гордість за місію компанії, благородство та гідність.

Фірмовий стиль - це насамперед внутрішнє обличчя компанії та якісні риси, які в ній формуються. Однак водночас саме про імідж компанії оцінюється за соціальним середовищем.

Інформаційний дизайн включає розробку знаків, бажано - розробку повноцінної системи графічних, зображувальних, словесних, звукових та інших символів компанії, перш за все, це назва компанії, її аббревіатура, емблема, музичний символ, шрифти, кольори, бланки, конверти, візитки тощо.

Архітектурний проект - це зовнішній вигляд будинку (або під'їзду), розташування будівель, їх планування. Тут важливо все: зовнішній вигляд фасаду, входу чи входу, дизайн та чистота входу та інші особливості.

Проект включає продуманий, логічно побудований дизайн інтер'єрів компанії, робочих місць та зон прийому. Йдеться не лише

про інтер'єр, меблі, обладнання, оргтехніку, а й про розташування інтер'єру, щоб відвідувачі чи нові співробітники могли легко пересуватися. Тому доцільно використовувати систему ідентифікаційних знаків, табличок, завдяки яким можна легко орієнтуватися по коридорах та приміщеннях компанії.

Відносини з державними органами значною мірою визначають імідж компанії від етапу її заснування до планування та виробництва продукції, організації потоку товарів до їх остаточного продажу, як вдома, так і за кордоном.

Взаємовідносини з державними органами, що забезпечують видачу акцизних зборів, дозволів, сертифікатів якості, підготовку документації, митне оформлення, податки, побудова необхідного банку інформації про стан ринку та інші завдання.

Взаємодія та співпраця компанії з державними установами, їх характер та рівень визначають місце та роль компанії не тільки на ринку, але й у суспільстві та державі, у міжнародних відносинах, тобто визначають важливі аспекти її іміджу.

Діловий стиль є важливою частиною іміджу компанії, згідно з яким гості, партнери,

клієнти та інші роблять висновки про фірмовий стиль організації. Він повинен включати такі характеристики, як обов'язковість, особисті інтереси, підзвітність, точність, ефективність тощо. Вони доводять надійність компанії та вселяють довіру до неї, її керівництва та фахівців.

Стиль поведінки визначає характер спілкування, а також дії окремих працівників компанії. Для корпоративного стилю важливі не тільки манери співробітників, а й способи вирішення конфліктів, непорозуміння між собою та клієнтами, почуття гумору, мовна культура, здатність чітко висловлювати свої думки та наміри, а також неформальна поведінка у робочий час, у ділових колах, компаніях тощо.

Особиста культура є найповнішим і в той же час невлотим виразом корпоративного стилю та іміджу компанії. Особиста культура менеджера, спеціалістів та працівників компанії визначається інтелектуальним рівнем, насамперед рівнем та характером освіти, кваліфікацією, темпераментом та особистим характером, елементами самоосвіти, самоорганізації та самодисципліни.

Відносини компанії зі ЗМІ будуються на основі ефективної взаємодії з ними, довіри, відкритості та взаємоповаги, тобто на основі методології синергії. Порушення або нехтування будь-яким із цих принципів може призвести до упередженості ЗМІ щодо певних особливостей та можливостей компанії, що негативно впливає на її імідж.

Тому фахівці зв'язків з громадськістю компанії повинні бути компетентними в галузі журналістики, редакторської роботи, радіо, телебачення, газет та журналів. Вони повинні вміти готувати матеріали на високому мовному, літературному та дизайнерському рівні. Для створення, підтримки та поліпшення іміджу компанії цілеспрямовано і неможливо ігнорувати будь-який елемент. Слід пам'ятати і керуватися тим, що імідж компанії є, з одного боку, умовою ефективних зв'язків з громадськістю, а з іншого - гарантією ефективної діяльності компанії.

Керівник компанії повинен бути лідером за будь-яких обставин. Природа лідерства полягає в усвідомленні того, що процес складних взаємодій між людьми в соціальних системах, їх спільних дій завжди вима-

гає певної організації та керівництва, заснованих на авторитарно уповноваженому нав'язуванні волі. Значення терміна "лідерство" включає такі характеристики:

- наявність загальнолюдської солідарності;
- наявність спільних інтересів та спільних цілей;
- перевагу носія влади в якості та владі.

Відповідальність є "провідною зіркою" політичних дій керівника, а поєднання пристрасті та відповідальності вимагає окомір.

Окомір - здатність лідера внутрішньо віддаватися впливовій реальності, дистанціюючись від людей і речей. Тобто, індикатор ока - це також обережність, розумна лідерська позиція в будь-якій справі.

Позиція М. Вебера щодо основних рис лідера є правильною і проникливою, і в кінцевому рахунку визначає позицію та роль лідера у формуванні іміджу компанії. Однак у сучасних умовах керівник повинен мати багато інших якісних характеристик, таких як високий інтелект, професійна компетентність, інноваційне мислення, схильність до соціальної активності, здатність генерувати ідеї, приймати правильні рішення та реалізувати їх, ряд правил і переконання з достатньою готовністю сприймати альтернативні думки, сильною волею, рішучістю, наполегливістю, непохитною вірою у правильність мети та шляхи її досягнення.

Історичний досвід та сучасний розвиток зв'язків з громадськістю переконливо свідчать, що основні та інші важливі риси керівника організації (компанії) безпосередньо впливають на формування та вдосконалення іміджу компанії та її просування в системі зв'язків з громадськістю через ці зв'язки.

Візуальна ідентифікація полягає не лише у створенні власного бренду, іміджу, стилю, а й у тому, як цей образ сприймається громадськістю, замовниками та державними установами, тому імідж компанії повинен рекламуватися, просуватись у певному напрямку, використовуватись в різних стосунках та взаємодії.

Добре розрекламований імідж компанії (компанії) допомагає їй виходити на нові ринки, знаходити угоди з місцевою владою, потенційними клієнтами та партнерами.

Найважливішу роль у просуванні та використанні іміджу компанії відіграють засоби масової інформації, які, використовуючи різні інструменти, методи та ритуали, пропонують та пояснюють громадськості, партнерам та клієнтам якісні особливості та можливість компанії.

Одним з основних засобів спілкування з журналістами є прес-реліз - повідомлення, підготовлене фахівцями зі зв'язків з громадськістю, що містить важливу інформацію для широкої аудиторії, наприклад, відкриття нового представництва або філії компанії з їхніми якісними характеристиками або випуск нової продукції, організація відкритих або закритих тендерів, прес-конференцій тощо.

Прес-реліз є ключовою складовою будь-якого плану зв'язків з громадськістю. Він повинен бути у формі інформативного повідомлення з інформацією, яка зацікавить аудиторів каналу, який його отримує, щоб він був корисний цільовій аудиторії в потрібний час.

Ефективним методом просування іміджу компанії є презентація як самостійна акція, організована та проведена фахівцями ЗЗГ спільно з керівництвом компанії з метою презентації компанії, її нових продуктів, досягнень та можливостей.

Рон Хофф підкреслює візуальний аспект презентації. Зокрема, він пише: «Кожна вистава стає все більше видовищем. Аудиторія сприймає все своїми очима, а вам, оратору, потрібно буде думати наочними образами».

З метою просування іміджу компанії використовується така форма роботи зі ЗМІ, а через них - з цільовою аудиторією, як прес-конференція.

Прес-конференція - це зустріч представників засобів масової інформації з бізнесом, суспільством, урядовими колами та керівництвом компаній та компаній з метою інформування громадськості про актуальні та детальні проблеми. Прес-конференція повинна бути продуманою та підготовленою.

По-перше, повинен бути визначений обсяг питань; по-друге, обміркувати та підготувати відповіді на можливі запитання з деякими ілюстраціями та обґрунтуванням; по-третє, підготуватися до можливих дискусій; по-четверте, підготовка заключного виступу для покращення іміджу компанії.

Багато інших форм і методів використовуються для просування та впровадження іміджу компанії, але всі вони, безумовно, пов'язані з використанням комунікацій та засобів масової інформації.

Формування позитивного та ефективного іміджу організації як одного з важливих напрямків PR-діяльності. Характеристика образу як спеціально побудованого маніпулятивного психічного образу. Формування позитивного ставлення як основна функція образу. Типологія образів: спрямованість проявів, емоційна спрямованість, цілеспрямованість PR-діяльності, ступінь раціональності сприйняття, зміст, функціональний напрямок. Описові та оцінювальні елементи іміджу організації.

**Висновки.** Механізм формування позитивного іміджу органів державного управління здійснюється завдяки функціонуванню електронних та друкованих ЗМІ. За допомогою цих каналів зв'язку органів державного управління і відбувається формування громадської думки, наповнення її певним змістом, від якого, значною мірою і залежить позитивний імідж державної влади. Інформаційна політика держави повинна спиратися на європейську модель відкритості й прозорості державного управління [8].

Паблік рилейшнз (зв'язки з громадськістю) виступають складовою частиною комунікативного процесу державного управління. Вони є невід'ємним елементом сучасного комунікативного простору, видом комунікативної технології застосуванні корпоративного іміджу.

#### Список літератури:

1. Балабанова Л.В. Маркетинг: підручник / Л.В. Балабанова. – ДонДУЕТ. – Донецьк, 2002. – 250 с.
2. Важеніна І.С. Імідж і репутація компанії / І.С. Важеніна. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.advertology.ru/index.php?name=News&file=article&sid=33727>.
3. Вардеванян В.А. Методи оцінки іміджу фірми та їх застосування / В.А. Вардеванян // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – 2010. – №2. – С. 45–49.

4. Дайновский Ю. Принципы формирования имиджа фирмы / Ю. Дайновский // Предпринимательство, хозяйство и право. – 2006. – №6. – С. 50–52.
5. Сагайдак М.П. Методичне забезпечення оцінки іміджу як складової внутрішнього маркетингу підприємства / М.П. Сагайдак [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://academy.gov.ua/NMKD/library\\_nadu/Avtoreferat/4f2b797b-8fa3-4a47-bb1e-8a37f89f2a81.pdf](http://academy.gov.ua/NMKD/library_nadu/Avtoreferat/4f2b797b-8fa3-4a47-bb1e-8a37f89f2a81.pdf)
6. Колосок С.В. Зв'язки з громадськістю у формуванні іміджу органів державного управління/ С.В. Колосок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/197268054.pdf>
7. Плотніченко С.Р. Операційний менеджмент в системі управління підприємством/ С.Р. Плотніченко// Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2016. - №1 (30).- 163 с. С. 59-61
8. Плотніченко С.Р. Зв'язки з громадськістю як позитивний імідж в органах влади./ С.Р. Плотніченко, К.В. Анатасова // Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2018. - №1 (30).- 163 с. С. 53-55.
9. Плотніченко С.Р. Етика менеджера в діловому спілкуванні./ С.Р. Плотніченко// Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2016. - №1 (30).- 163с.

**References:**

1. Balabanova L.V. (2002) Marketynh: pidruchnyk. *DonDUET. Donetsk*, 250 p.
2. Vazhenina IS Image and reputation of the company [Online]. URL: <http://www.advertology.ru/index.php?name=News&file=article & sid = 33727>.
3. Vardevanyan V.A. (2010) Methods for assessing the company's image and their application. Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute of KNTEU. №2, pp. 45–49.
4. Dainovsky Yu. (2006) Principles of formation of the company's image. Entrepreneurship, economy and law. №6, pp. 50–52.
5. Sagaidak M.P. Methodical support of image assessment as a component of internal marketing of the enterprise. URL: [http://academy.gov.ua/NMKD/library\\_nadu/Avtoreferat/4f2b797b-8fa3-4a47-bb1e-8a37f89f2a81.pdf](http://academy.gov.ua/NMKD/library_nadu/Avtoreferat/4f2b797b-8fa3-4a47-bb1e-8a37f89f2a81.pdf)
6. Kolosok SV Public relations in the formation of the image of public administration bodies. [Online]. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197268054.pdf>
7. Plotnichenko SR (2016) Operational management in the enterprise management system. Collection of scientific works of TSATU (economic sciences) / Ed. L.V. Sinyaeva - Melitopol: Publishing House Melitopol Printing House "Luxury". №1 (30), 163 p., pp. 59-61.
8. Plotnichenko S.R., Anatasova K.V. (2018) Public relations as a positive image in government. Collection of scientific works of TSATU (economic sciences) / Ed. L.V. Sinyaeva - Melitopol: Publishing House Melitopol Printing House "Luxury", №1 (30), 163 p., pp. 53-55.
9. Plotnichenko S.R. (2016) Ethics of the manager in business communication. Collection of scientific works of TSATU (economic sciences) / Ed. L.V. Sinyaeva - Melitopol: Publishing house Melitopol printing house "Luxury", 2016. - №1 (30) .- 163p.

УДК: [658.5:339.92](477); DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-100-105

Сурженко Н.В., к.е.н., доцент  
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

## МЕНЕДЖМЕНТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Анотація.* Автор проаналізував динаміку розвитку менеджменту зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств, всебічно дослідив організаційно-економічні аспекти та проблеми, визначив перспективи їх подальшого розвитку.

*Ключові слова:* менеджмент, зовнішньоекономічна діяльність, просторовий аспект зовнішньоекономічної політики, економічна спеціалізація, кластеризація, маркетингове дослідження, структурний аналіз.

**JEL code classification:** A19, D60

Surzhenko N.V., Ph.D., Ass. Prof.  
Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University

## MANAGEMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF DOMESTIC ENTERPRISES

*Abstract.* Formulation of the problem. Many different problems that each company faces cannot be solved without the help of modern professional management. The success of enterprises depends on the components of its effectiveness. This is especially true for enterprises seeking to operate in international markets, and foreign economic activity is becoming an important factor in international economic relations. It helps to strengthen the international competitiveness of enterprises in the world arena. Now a characteristic feature of the world economy is a significant complication of the conditions for conducting foreign economic activity. This happens primarily at the enterprise level. In these circumstances, one of the conditions for the existence of any enterprise in an unstable and competitive environment is integrated data management type of activity, therefore, the problematic regarding the management of foreign economic activity of the enterprise does not lose its relevance.

*Research results.* Summarizing the above, it should be noted that in modern economic conditions, the management of foreign economic activities of domestic enterprises should be based on planning the activities of the enterprise for the future. This can be achieved by organizing a planning system that promotes efficient and sustainable production. In Ukraine, there is a renewal of the economic policy of both internal and external spheres associated with the improvement of the mechanism for managing foreign economic activity. Ukraine seeks, on an equal basis with other countries of the world, to build its national system of foreign economic relations in order to switch to an innovative type of development, fully applies to enterprises in all spheres of the agro-industrial complex and has a significant impact on the development of relations between its enterprises.

*Conclusions.* The author analyzed the dynamics of the development of management of foreign economic activity of domestic enterprises, comprehensively investigated the organizational and economic aspects and problems, determined the prospects for their further development.

*Keywords:* management, foreign economic activity, spatial aspect of foreign economic policy, economic specialization, clustering, marketing research, structural analysis.

**Постановка проблеми.** Безліч різноманітних проблем, з якими стикається кожне підприємство, неможливо вирішити без допомоги сучасного професійного менеджменту. Від складових його ефективності залежить успіх діяльності підприємств. Особливо це стосується підприємств, що прагнуть працювати на міжнародних ринках, і зовнішньоекономічна діяльність стає важли-

вим фактором міжнародних економічних відносин. Вона сприяє посиленню міжнародної конкурентоспроможності підприємств на світовій арені. Зараз характерною рисою світової економіки є значне ускладнення умов ведення зовнішньоекономічної діяльності. Це відбувається переважно на рівні підприємств. За цих обставин однією з умов існування будь-якого

підприємства в нестабільному і конкурентному середовищі є комплексне управління даним

видом діяльності, тому проблематика стосовно менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства не втрачає своєї актуальності.

Питаннями розвитку менеджменту зовнішньоекономічної сфери присвячено роботи таких вітчизняних науковців, як О.П. Гребельник, О.А. Кириченко, А.А. Мазаракі та ін. Сьогодні недостатньо досліджені теоретичні аспекти менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства, не обґрунтовано шляхи підвищення його ефективності, тому деякі питання все ще залишаються недостатньо вивченими та потребують подальших наукових досліджень. Невирішеність багатьох проблем значною мірою пов'язана зі спеціалізацією і різноманітністю видів діяльності підприємств, які безпосередньо стосуються виходу підприємств на зовнішні ринки. Перелічені аспекти зумовлюють доцільність даного дослідження та визначають актуальність вибраної теми.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Менеджмент у широкому розумінні означає вплив на процес, об'єкт, систему для досягнення певних цілей. Для того щоб з'явилася необхідність у менеджері, потрібна організація, тобто група людей, діяльність яких слід координувати. У свою чергу для свідомого керування необхідний менеджеризм – спеціальна теорія управління, а щоб управління було ефективним, треба володіти мистецтвом керівництва. Теорія і мистецтво разом формують менеджмент.

Аналіз досліджень науковців вітчизняної економічної школи свідчить про наявність різних підходів до трактування цього поняття. Так, Кулініч І. визначає менеджмент як «управління, керівництво, а також як дирекцію, адміністрацію». В. Яковенко стверджує, що «суть менеджменту полягає в управлінні продуктивністю і персоналом». Н. Коломінський розглядає менеджмент із психологічного погляду як діяльність, спрямовану на створення в інших людей (підлеглих, партнерів, інших керівників) таких психологічних станів, якостей, які сприяють досягненню мети управління. Із соціально-психологічного погляду – це процес

взаємодії керівника з іншими людьми, у результаті якого забезпечується їх активна та скоординована участь у досягненні мети управління [3, 4, 11].

Існує багато значень терміну «менеджмент» у перекладі з англійської мови: управління; вміння володіти (чимось, наприклад інструментами, технологіями та ін.), вміння виконувати певну роботу; ставлення до людей; дирекція, штат тощо. Отже, тлумачення поняття «менеджмент» у науковій літературі є дуже широким.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасній науковій літературі не існує єдиного тлумачення поняття «менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Кожен автор дає своє визначення, яке залежить від власного розуміння зовнішньоекономічної діяльності та об'єкту здійснення господарської діяльності. Гребельник О. наголошує, що зовнішньоекономічна діяльність являє собою діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудовану на взаємовідносинах між ними, що має місце на митній території України та за її межами. Кириченко О.А. вважає, що сутність менеджменту зовнішньоекономічної діяльності полягає у комплексному дослідженні та моделюванні міжнародного середовища у поєднанні з налагодженою взаємодією всіх підрозділів і посадових осіб організації/установи в інтересах продуктивного досягнення визначених зовнішньоекономічних стратегій. Мазаракі А.А. дає таке визначення терміну «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» – це цілеспрямоване, системне управління зовнішньоекономічною діяльністю щодо забезпечення стабільного економічного зростання та підвищення як міжнародної, так і внутрішньої конкурентоспроможності підприємства в довгостроковій перспективі на основі більш повного використання зовнішніх (міжнародних) факторів економічного зростання. Швайка Л. наголошує, що зовнішньоекономічна діяльність є сукупністю відносин суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарювання, побудованих на принципах взаємної вигоди, еквівалентного обміну й дотримання положень міжнародного права. На думку Покровської В.В., зовнішньоекономічна діяльність –



це сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних та оперативно-комерційних функцій підприємства, пов'язаних із його виходом на зовнішній ринок та участю у зовнішньоекономічних операціях [5, 9, 11].

Серед різноманітних форм зовнішньоекономічної діяльності історично першою та переважаючою є міжнародна торгівля, тобто міжнародний обмін продуктами й послугами.

Просторовий аспект зовнішньоекономічної політики визначає дії держави по основних напрямках впливу на світову і вітчизняну економіку. За цією ознакою до складу зовнішньоекономічної політики держави входять зовнішньоторговельна, зовнішньоінвестиційна, валютна і митна політики держави. Класифікація зовнішньоекономічних зв'язків підприємств України представлена на рисунку 1.

Зовнішньоекономічна діяльність вітчизняних підприємств ототожнюється передусім зі здійсненням експортно-імпортних операцій, які можуть мати різні прояви і тенденції. У цьому зв'язку слід чітко розрізняти поняття виду та форми зовнішньоекономічних зв'язків, які здійснює підприємство.

Значне місце в зовнішньоекономічній діяльності посідають зовнішньоторговельні операції, які характеризуються великим розмаїттям, оскільки вони здійснюються за трьома абсолютно різними напрямками: товарним, наданням послуг та обміном продуктами інтелектуальної власності. Це дає підстави зазначити, що саме цей вид здійснення зовнішньоекономічної діяльності є найбільш перспективним для подальшого розвитку.

В Україні відбувається оновлення економічної політики як внутрішніх, так і зовнішніх сфер, пов'язаних з удосконаленням механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю. Україна прагне на рівні з іншими країнами світу побудувати свою національну систему зовнішньоекономічних зв'язків з метою переходу на інноваційний тип розвитку, що повною мірою стосується і підприємств усіх сфер агропромислового комплексу та має вагомий вплив на розвиток взаємовідносин між його підприємствами.

Аспекти менеджменту зовнішньоекономічної діяльності розглянемо на прикладі підп-

приємств Запорізької області. Запорізький край – один з найбільш економічно розвинених регіонів України, центр технологічного й інтелектуального потенціалу нашої держави.

Запорізька область сьогодні має низку конкурентних переваг, зокрема: освічений і креативний людський капітал, традиції промислового та сільськогосподарського виробництва, багаті природні та рекреаційні ресурси. Раціональне використання усіх цих переваг є запорукою прискореного розвитку економіки області та гарантією стабільного покращення якості життя населення.

Сучасні виклики глобального, національного та локального масштабів, з якими стикається регіон у процесі соціально-економічного розвитку, вимагають перегляду стратегічних пріоритетів на середньострокову перспективу.

Аналіз динаміки рівня ВВП на 1 особу Запорізької області свідчить про те, що регіон входить у 5-ку найкращих за даним показником в Україні. Економічну спеціалізацію Запорізької області сьогодні визначають сектори економіки, які мають найбільшу питому вагу за обсягом реалізації продукції та послуг. Домінуючу частку мають промисловість (64,26 %), оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів та мотоциклів (24,03 %), сільське, лісове та рибне господарство (4,94 %) та будівництво (1,76 %).

Загалом, три сектори економіки – промисловість, торгівля та сільське господарство – формують понад 93 % обсягів реалізації продукції та послуг в регіоні (в т.ч. промисловість – 64,26 %). Фактично Запорізька область є однією з п'яти областей України, економіка яких має найвищий рівень індустріалізації (> 60 %). З огляду на спеціалізацію регіону, актуальним є виявлення наявного потенціалу секторів економіки для посилення конкурентних позицій на міжнародних ринках, а також створення нових галузевих та міжгалузевих кластерів. Оцінки економічного потенціалу окремих видів діяльності економіки Запорізької області базується на рівні їх концентрації за показниками валової доданої вартості, кількості підприємств, зайнятості, обсягів реалізованої продукції.

Зокрема, потенційними секторами економіки Запорізької області для кластеризації (з урахуванням інтегрального показника концентрації ВЕД в регіоні) є: переробна промисловість, сільське господарство, оптова та роздрібна торгівля, а також енергетика.

Запорізька область належить до експорторієнтованих регіонів України, основу зовнішньої торгівлі якої складають товари. На їх долю припадає 94,9 % та 97,4 % експорту та імпорту відповідно. Область входить в п'ятірку лідерів за обсягами експорту товарів, в десятку за обсягами імпортованого товару. Протягом останніх років Запорізька область наростила свій експортний потенціал з 64,2 % до 78,4 % у ВДВ.

У структурі експорту товару основу склали недорогоцінні метали та вироби з них (61,8 % загального обсягу експорту товарів), механічні та електричні машини (15,2 %), продукти рослинного походження (6,5 %), жири та олії тваринного або рослинного походження (4,6 %), мінеральні продукти (3,7 %).

Триває диверсифікація експорту продукції в напрямку освоєння азійсько-африканського ринкового простору, частка якого становить майже 48,2 % – 1629,4 млн дол. США за обсягами експорту товарів на цьому ринку переважає Туреччина (12,8 %), Китай (6,1 %), Індія (3,5 %), Об'єднані Арабські Емірати (3,2 %), Єгипет (3,2 %). Стабільно розширюється й коло країн – торговельних партнерів області – до 162 країн світу.

У зовнішньоекономічній діяльності Запорізької області обсяг експорту товарів традиційно переважає над імпортом. В області діють 15 міжрегіональних угод про співробітництво з регіонами іноземних країн: Королівство Марокко, Білорусь, Республіка Болгарія, Грузія, Республіка Ірак, Казахстан, Китай, Словацька Республіка, Узбекистан). Щороку розробляється банк комерційних пропозицій запорізьких виробників та реєстр виставкових заходів з метою інформування зацікавлених іноземних бізнес-структур та пошуку партнерів для місцевих ділових кіл.

З метою розширення ринків збуту продукції підприємств регіону, збільшення кола іноземних партнерів, налагодження нових ділових контактів для збільшення обсягів

експорту проводяться бізнес-місії, виставкові заходи, презентації економічного та інвестиційного потенціалу серед потенційних партнерів за кордоном та під час зустрічей керівництва області з офіційними та бізнес-делегатами іноземних країн.

Водночас висока залежність економіки області від кон'юнктури світового ринку створює ризики у перспективі, зокрема існує ймовірність зниження обсягів експорту зважаючи на прогнозування поступового падіння світових цін на сировинні матеріали (які включають ціни на сільськогосподарську сировину і чорні метали).

Дослідження динаміки економічних показників розвитку Запорізької області дозволило зробити висновок, що поглиблення спеціалізації області на виробництві товарів з низькою доданою вартістю може призвести до зниження рівня інвестування в інноваційні процеси та дослідницьку діяльність підприємств. Водночас зростання частки металургії та зернових у експорті узалежнює регіон від кон'юнктури на світовому ринку сировинних товарів, що може мати сильні впливи на економіку регіону.

SWOT-аналіз соціально-економічного становища Запорізької області проведено з урахуванням тенденцій розвитку, виділених проблемних аспектів функціонування економіки, інфраструктури та соціальної сфери, динамічних змін у геополітичному становищі регіону, визначення можливих зовнішніх впливів та викликів. В основу SWOT-аналізу лягли висновки до розділів описово-аналітичної частини Стратегії, пропозиції, надані за результатами засідань тематичних робочих підгруп з розробки Стратегії регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 року.

Поглиблення спеціалізації області на виробництві товарів з низькою доданою вартістю може призвести до зниження рівня інвестування в інноваційні процеси та дослідницьку діяльність підприємств. Водночас зростання частки металургії та зернових у експорті узалежнює регіон від кон'юнктури на світовому ринку сировинних товарів, що може мати сильні впливи на економіку регіону.

Проведені дослідження дозволили запропонувати наступні пропозиції. Аналіз діяль-

ності ТОВ ВКФ «Мелітопольська черешня» та вивчення теоретичних аспектів стратегічного планування дали змогу здійснити вибір стратегії збільшення прибутковості підприємства. Ми з'ясували, що в сучасних несприятливих умовах підприємство має кошти, але їх недостатньо для зростання і покращення фінансового стану підприємства в цілому. На наступному етапі необхідно ставити мету забезпечення стійкого фінансового стану підприємства в середньостроковій перспективі, що виявляється в стабільному надходженні коштів від реалізації, достатньому рівні ліквідності активів, підвищенні рентабельності продукції до 3-5%. При цьому оцінюється можливість залучення додаткових внутрішніх джерел фінансування, припинення штрафних санкцій за прострочену кредиторську заборгованість, забезпечення достатньої кількості фінансових ресурсів для покриття нових поточних зобов'язань та поступове погашення боргів. Тому для ТОВ ВКФ «Мелітопольська черешня» доцільніше вибрати стратегію розвитку або стратегію стійкого зростання.

Покращення економічного стану підприємства пропонуємо здійснити за рахунок удосконалення організації та планування експорту підприємства. Вважаємо, що на підприємстві виникла необхідність створення структурної одиниці, яка б займалася розробкою політики експорту, контролем виконання експортних замовлень, підготовкою та укладанням зовнішньоторгівельних контрактів та іншими функціями. За рахунок впровадження заходу обсяги експорту ТОВ ВКФ «Мелітопольська черешня» зростуть і забезпечать зростання балансового прибутку на 7,76%.

Одним із рекомендованих заходів для збільшення обсягів експортної діяльності ТОВ

ВКФ «Мелітопольська черешня» та вирішення проблем щодо її розвитку є створення закордонного представництва.

Врахувавши результати маркетингових досліджень підприємства, перспективним для ТОВ ВКФ «Мелітопольська черешня» є ринок Польщі, тому підприємству доцільно створити закордонне представництво саме у цій країні. Перспективи виходу на ринок Польщі є: це перш за все нормативні документи, які прийняті між Україною та Польщею, а саме: Договір про співпрацю та співробітництво між Україною та Польщею. Варто зазначити, що представництво не буде окремою юридичною особою, а міжнародним відділом ТОВ ВКФ «Мелітопольська черешня». Досягнення зростання обсягів експорту черешні забезпечить зростання прибутку підприємства на 8,81%.

**Висновок.** Узагальнюючи вищевикладене необхідно відмітити, що в сучасних економічних умовах менеджмент зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств повинен базуватись на плануванні діяльності підприємства на перспективу. Досягти цього можна за допомогою організації системи планування, яка сприятиме ефективному і стійкому виробництву. В Україні відбувається оновлення економічної політики як внутрішніх, так і зовнішніх сфер, пов'язаних з удосконаленням механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю. Україна прагне на рівні з іншими країнами світу побудувати свою національну систему зовнішньоекономічних зв'язків з метою переходу на інноваційний тип розвитку, що повною мірою стосується і підприємств усіх сфер агропромислового комплексу та має вагомий вплив на розвиток взаємовідносин між його підприємствами.

#### Список літератури:

1. Баула О.В. Особливості формування стратегія зовнішньоекономічної діяльності підприємства в сучасному глобалізаційному просторі / О.В.Баула, А.В.Сачук // Матеріали за IX-а міжнародна научна практична конференція «Настоящи изследования и развитие - 2013». — Том 7. Икономики: София, «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2013. —С.64 -68. 2.
2. Волкова І.А. Методика аналізу експортно-імпортних операцій в діяльності підприємств/ І.А. Волкова, І.В. Гірчук// Вісник ЖДТУ. — 2013.- №3. — С. 53-55
3. Карпенко М.О. Удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства / М.О.Карпенко, О.В.Захарченко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. — 2014.- №26. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/486>. 4.
4. Кириченко О.А. Сучасна система управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства / О.А.Кириченко, К.Г. Ваганов //Механізм регулювання економіки. — 2015. - №1. [Електронний ресурс] — Режим доступу:

[http://mer.fem.sumdu.edu.ua/ua/2008\\_1.html](http://mer.fem.sumdu.edu.ua/ua/2008_1.html).

5. Кісь О.П. Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / О.П. Кісь; Харк. нац. екон. ун-т. — Х., 2015. — 21 с.

6. Ковтун О.Е. Удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві / О.Е. Ковтун // - 2014. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/2\\_KAND\\_2011/Economics/77855.doc.htm](http://www.rusnauka.com/2_KAND_2011/Economics/77855.doc.htm).

7. Коломієць І.Ф. Стратегія інтернаціоналізації в умовах глобалізації [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvntu/16\\_2/313\\_Kolomijec\\_16\\_2.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvntu/16_2/313_Kolomijec_16_2.pdf).

8. Косенко С.В. Теоретичні положення зовнішньоекономічної діяльності підприємства: визначення та класифікація / С.В.Косенко //Економіка та управління підприємствами – 2016. - №3. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Eupmbg/2016\\_3/Kosenko.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Eupmbg/2016_3/Kosenko.pdf)

9. Соколовська В.М. Формування експортного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання /В.М.Соколовська [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. – 2013. - №2. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1092>.

10. Стефаненко М.М. Методологічні заходи організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства / М.М.Стефаненко [Електронний ресурс] //Економіка фінанси, право. – 2012. - №8. - Режим доступу: [http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Efp/2012\\_8/1.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Efp/2012_8/1.pdf).

11. Сурженко Н.В. Роль менеджменту в інноваційній діяльності підприємства / Н.В. Сурженко [Електронний ресурс] //Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2020. - №2 (42) - Режим доступу: <http://feb.tsatu.edu.ua/science/scientific-publications/2-42-2020/rol-menedzhmentu-v-innovatsijnij-diyalnosti-pidpriyemstva/>

#### Reference:

1. Baula O.V. (2013) Features of the formation of the strategy of foreign economic activity of the enterprise in the modern globalization space. *Materials for IX-th international scientific practical conference "Real investigations and development - 2013"*. Volume 7. *Economics: Sofia, "Byal GRAD-BG" OOD*, pp. 64 -68. 2

2. Volkova I.A. (2013) The method of analysis of export-import operations in the activity of enterprises. *Journal of ZHDTU*. №3, pp. 53-55

3. Karpenko M.O. (2014) Improvement of the organization of foreign economic activity of the enterprise. *Problems of increasing the efficiency of the infrastructure*. №26. URL: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/486>.

4. Kirichenko O.A. (2015) Modern system of management of foreign economic activity of the enterprise. *Mechanism of regulation of economy*. № 1. URL: [http://mer.fem.sumdu.edu.ua/ua/2008\\_1.html](http://mer.fem.sumdu.edu.ua/ua/2008_1.html).

5. Kis O.P. (2015) Formation of the strategy of foreign economic activity of the enterprise: Author's abstract. dis Cand. econ Sciences: 08.06.01. *Hark nats econ un. X.*, 21 p.

6. Kovtun O.E. (2014) Improvement of organization of foreign economic activity at the enterprise. URL: [http://www.rusnauka.com/2\\_KAND\\_2011/Economics/77855.doc.htm](http://www.rusnauka.com/2_KAND_2011/Economics/77855.doc.htm).

7. Kolomiets I.F. Strategy of internationalization in the conditions of globalization URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvntu/16\\_2/313\\_Kolomijec\\_16\\_2.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvntu/16_2/313_Kolomijec_16_2.pdf).

8. Kosenko S.V. (2016) Theoretical positions of foreign economic activity of the enterprise: definition and classification. *Economy and management of enterprises*. №3. [URL: [http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Eupmbg/2016\\_3/Kosenko.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Eupmbg/2016_3/Kosenko.pdf)

9. Sokolovskaya VM (2013) Formation of the export potential of the enterprise in modern economic conditions. [Online]. *Effective economy*. No. 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1092>.

10. Stefanenko MM (2012) Methodological measures of the organization of foreign economic activity of the enterprise / M. M. Stefanenko [Electronic resource] // Economics of finance, law. - 2012. - No. 8. - Access mode: [http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Efp/2012\\_8/1.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Efp/2012_8/1.pdf).

11. Surzhenko N.V. (2020) The role of management in the innovative activity of an enterprise. [Online]. *Collection of scientific works of the Tavria state agrotechnological university (economic sciences)*. No. 2 (42) - URL: <http://feb.tsatu.edu.ua/science/scientific-publications/2-42-2020/rol-menedzhmentu-v-innovatsijnij-diyalnosti-pidpriyemstva/>

УДК: 005.95:331.103.244:658; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-106-113

Шевчук О.Ю., к.е.н., доцент  
elensheff1@gmail.com

Агеєва І.В., к.е.н., доцент

Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного  
age709@ukr.net

## АКТУАЛЬНІСТЬ SOFT SKILLS В ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ СПІВРОБІТНИКІВ ТА УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ КОМПАНІЇ

*Анотація.* В статті розглянуті поняття *soft skills* та *hard skills* та їх значущість для розвитку спеціаліста в професійній сфері. Надані ключові характеристики «м'яких» та «твердих» компетенцій. Проведений контент аналіз дефініцій «*soft skills*» у «*hard skills*», відмічені загальні та відмінні риси в підходах

*Ключові слова:* *soft skills*; *hard skills*; емоційна компетентність; розвиток персоналу; моделі *soft skills*; розвиток компетенцій.

**JEL code classification:** M14, L2, J24

Shevchuk Elena, Ph.D., Ass. Prof.,  
elensheff1@gmail.com

Ahieieva Iryna, Ph.D., Ass. Prof.  
age709@ukr.net

Dmytro Motorni TAVRIA State Agrotechnological University

## RELEVANCE OF SOFT SKILLS IN THE PROCESS OF PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF EMPLOYEES AND CHANGE MANAGEMENT OF THE COMPANY

*Abstract.* The article considers the concepts of *soft skills* and *hard skills* and their significance for the development of a specialist in the professional field. Key characteristics of "soft" and "hard" competencies are provided. The content analysis of definitions "soft skills" and "hard skills" is carried out, the general and distinctive features in approaches are noted. On the principle of indivisibility of hard and soft skills the specificity of training in business is built. Some companies rely on soft skills when recruiting, realizing that a person who can learn quickly will grasp the necessary skills on the fly. Other companies first focus on technical skills, realizing that a person will be able to develop soft skills in the process of work, performing tasks and implementing projects [2]. Each author considers and defines the concepts of "soft skills" and "hard skills" in their own way. But all definitions are partially interconnected, some of them are intertwined with each other. Soft skills are related to communication skills that are necessary for successful work in professional activities. Hard skills are the ability to perform certain tasks that can be clearly demonstrated. Currently, there are many models of soft skills, but they have not only differences but also similarities. For example, many researchers consider communication skills, decision-making, and time management to be mandatory elements of the model. Undoubtedly, the influence of the formed "soft skills" and "hard skills" and the constant development of soft and hard competencies for the successful achievement of goals, competent use of skills, knowledge and abilities in professional activities and to achieve competitiveness in the labor market.

*Keywords:* *soft skills*; *hard skills*; emotional competence; staff development; soft skills models; competence development.

**Постановка проблеми.** І сьогодні більшість людей вважає, що успіх у професійній діяльності залежить від рівня професіоналізму людини, наділеного низкою ключових якостей, таких як розуміння себе в професії,

знання посадових обов'язків, дисциплінованість, посидючість і ін. Проте сучасні тенденції вказують на те, що це вже застарілий міф. Сьогодні хороший фахівець - публічний фахівець, що вміє мобільно і інтегративно

визирати продуктивний спосіб взаємодії з навколишнім середовищем, що складається з безлічі елементів, динамічність зміни і перетворення яких залежать від ситуації занурення в неї. Часом людям, які прагнуть реалізувати себе в суспільстві, не вистачає не професіоналізму, а вміння бути ефективним комунікатором. З кожним роком роль soft skills в процесі професійного розвитку співробітників і розвитку компанії зростає, що відзначають не тільки дослідники, але і керівники великих компаній. Так само прискорюється і соціально-економічний розвиток, і, щоб встигати за всіма змінами, необхідно постійно розвивати компетенції, для того, щоб успішно досягати поставлених цілей, грамотно використовувати навички, знання і здібності в професійній діяльності і бути гідним конкурентом на ринку праці.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням проблем «м'яких» та «твердих» навичок в різний час займалися Власюк А., Гура Т., Добровська Л., Марушев А., Давидова В., Чуркіна М.А., Портланд Ю., Сосницька О., Татаурщикова Д., Шипілов В., Мортен Хансен, Тарп Твайла та інші.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є з'ясування ключових характеристик «м'яких» та «твердих» компетенцій, що є основою професійного розвитку співробітників та управління змінами компанії. Проведення контент аналізу дефініцій «soft skills» і «hard skills», виділення загальних та відмінних рис у підходах.

**Виклад основного матеріалу.** Оскільки в дослідженнях дуже часто можна спостерігати розмитість поняття «компетенції» та «навички» стосовно soft skills и hard skills, означимо та обґрунтуємо свою позицію за даним питанням. Всі дослідники, так чи інакше, розподіляють навички на дві групи: hard skills («тверді» навички) та soft skills («м'які» навички). Авторам статті ближче підхід до компетенції, як «до соціально-трудої характеристики, сукупності знань, умінь, навичок і професійно-важливих якостей, а також мотиваційних характеристик працівника, які мають емерджентний характер, що необхідний для успішного виконання роботи та відповідають вимогам посади і стратегічним цілям організації»[1]. Цілком очевидним продовженням даного визначення

є те, що «компетенція є характеристикою потенційної якості, що дозволяє практично всі елементи готовності персоналу до ефективної праці в заданій ситуації на робочому місці в трудовому колективі» [3]. Цим обумовлений авторський підхід до hard skills як до «твердих компетенцій» і soft skills як до «м'яких компетенцій». В подальшому, в інтеграції підходів наша позиція стосовно soft skills та hard skills незмінно буде ґрунтуватися на визначенні цих понять з позицій компетенцій. Для цього проведемо аналіз виникнення цих термінів, їх визначення і динамічних перетворень, виходячи з потреб, які диктують роботодавці до конкурентоспроможного працівника на сучасному ринку праці. Ця термінологія виникла за аналогією з англійськими термінами «hardware» - комп'ютерне залізо та «software» - програмне забезпечення. Комп'ютер, на перший погляд - це певний матеріальний об'єкт, який можна відчувати. Але головне в комп'ютері - програмне забезпечення, без якого неможлива робота пристрою. Те ж можна сказати і про навички. Начебто для успішної роботи потрібно володіти певним набором вузькопрофесійних навичок, які фахівці називають «твердими» навичками. Але практично завжди високої оплати і успішного кар'єрного росту домагаються не завжди найкращі у своїй області фахівці, а навпаки, люди, які володіють «м'якими» навичками, тому розглянемо детальніше soft skills компетенції [2].

Почнемо з визначення понять «знання», «вміння» і «навички». Як відомо, знання - це інформація про об'єктивну реальність, зафіксована в пам'яті людини і усвідомлено сприйнята. Навичка - це дія, яка формується завдяки повторення і характеризується високим ступенем освоєння. Це означає, що на рівні навички, людина, не замислюючись про те, що і як потрібно робити, діє «на автоматі». Уміння - це готовність самостійно і усвідомлено виконувати різні дії на основі отриманих знань, набутих навичок і життєвого досвіду. Значить, навичка - це здатність застосовувати свої знання в реальній ситуації, а вміння - це здатність вибирати навички творчо. Основна частина цих навичок використовується для досягнення поставлених цілей. У професійній сфері успіх людини на 85% залежить від м'яких компетенцій, і на

15% від жорстких, тому часто на співбесіді просять пройти тести або задають питання, які не мають практично нічого спільного з професійними навичками, властивими певної діяльності. Згідно з останніми дослідженнями, посилюється інтерес роботодавців до

«м'яких навичок», що становить 93%. Це можна пояснити зміною економіки та розвитком інформаційних технологій. Розглянемо, як трактують «м'які навички» різні автори (таблиця 1).

Таблиця 1

### Контент-аналіз дефініції «Soft skills»

Автор	Визначення
Татаурщикова Д.	Soft skills (англ. - «м'які навички») - це уніфіковані навички та особисті якості, які підвищують ефективність роботи і взаємодії з іншими людьми. До цих навичок відноситься: управління особистим розвитком, вміння надати першу допомогу, вміння грамотно управляти своїм часом, вміння переконувати, навик ведення переговорів, лідерство і т.д.
Сосницька О.	Soft skills - це комунікативні та управлінські таланти. До них відносяться вміння переконувати, лідирувати, управляти, робити презентації, знаходити потрібний підхід до людей, здатність вирішувати конфліктні ситуації, ораторське мистецтво - загалом, ті якості і навички, які можна було б назвати загальнолюдськими, а не ті, що притаманні людям певної професії [7].
Шипілов В.	Soft skills - це соціально-психологічні навички: комунікативні, лідерські, командні, публічні і інші, які можуть стати в нагоді в більшості життєвих ситуацій, пов'язані з тим, яким чином люди взаємодіють між собою [9]
Гайдученко Е., Марушев А.	Soft Skills – це навички, які допомагають швидко знаходити спільну мову з оточуючими, заводити і утримувати зв'язки, успішно доносити свої ідеї - бути хорошим комунікатором і лідером. Поняття «soft skills» пов'язано з тим, яким чином люди взаємодіють між собою, ці навички в рівній мірі необхідні як для повсякденного життя, так і для роботи
Давидова В.	soft skills («м'які навички») - розглядаються як набуті навички, які отримала людина, через додаткову освіту і свій особистий життєвий досвід і які вона використовує для свого подальшого розвитку в професійній діяльності. Ось чому ці навички так цінуються на робочому місці, а також при прийомі на роботу

Значимість soft skills підкреслюється сучасними дослідниками. Аналітики World Economic Forum склали прогноз, в якому позначили десять ключових компетенцій, які будуть затребувані в 2021 році [4]. Згідно з прогнозом, найбільш значимою компетенцією буде вміння вирішувати складні завдання. Другою за значимістю компетенцією є критичне мислення, а третьою - креативність. Після названих компетенцій слідує компетенція управління людьми, навички координації та взаємодії, емоційний інтелект, судження і прийняття рішень, клієнтоорієнтованість, вміння вести переговори і когні-

тивна гнучкість. Відзначимо, що всі перераховані вище компетенції відносяться до soft skills. Як було зазначено раніше, в науці на сьогоднішній день немає певної однозначного трактування терміна soft skills. Оксфордський словник визначає «м'які навички», як особисті якості людини, які роблять можливим взаємодіяти з іншими людьми більш ефективно і гармонійно [7]. Дослідники розглядають та визначають поняття «soft skills» через призму свого сприйняття та сфери наукових інтересів. Таким чином, м'які компетенції (soft skills) визначаються як соціально-трудова характеристика сукупності знань,

уміння, навичок і мотиваційних характеристик працівника в сфері взаємодії між людьми, вміння грамотно управляти своїм часом, вміння переконувати, ведення переговорів, лідерства, емоційного інтелекту, що володіють емерджентністю, необхідними для успішного виконання роботи та відповідають вимогам посади і стратегічним цілям організації, це характеристика потенційної якості, що дозволяє описати практично всі елементи готовності персоналу до ефективної праці в

заданій ситуації на робочому місці в трудовому колективі.

Моделі soft skills і їх складові. Наступним кроком нашого дослідження було з'ясування того факту, які саме м'які компетенції необхідно сформулювати, щоб стати конкурентоспроможними на ринку праці в сучасних умовах або бути конкурентоспроможним з точки зору розвитку кар'єри. Портланд Ю. виділяє ознаки, за якими можна з упевненістю сказати, що працівник має навички soft skills, вони представлені на рисунку 1 [3].

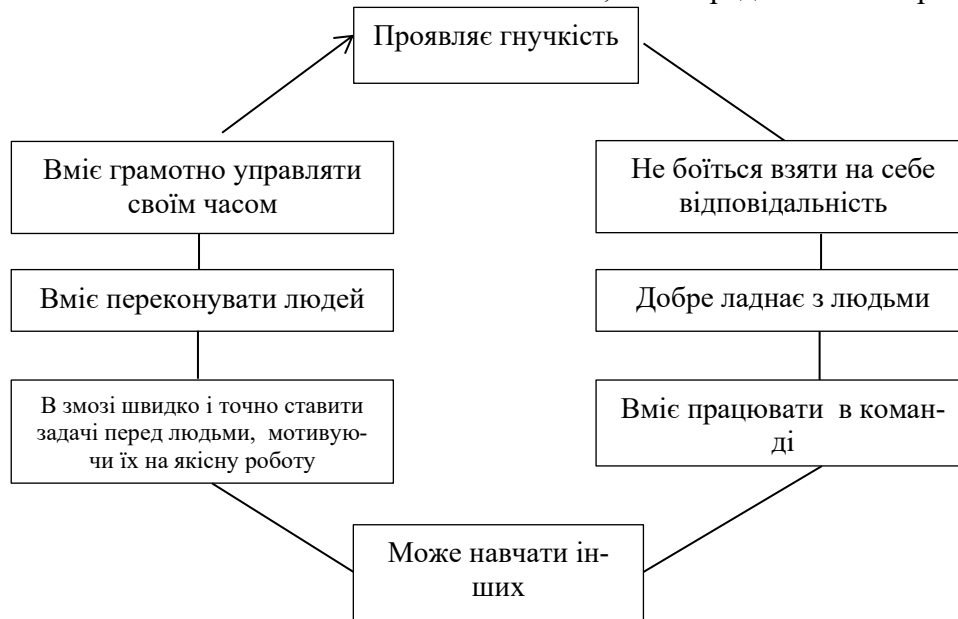


Рис.1. Ознаки працівника, що володіє навичками soft skills (за Портландом Ю.)

Несформовані навички «soft skills» можуть зруйнувати кар'єру будь-якого фахівця, який досконало володіє професійними навичками. Як правило, технічні навички завжди цінуються і вітаються, проте для підвищення посади треба володіти «м'якими навичками». Чим вище людина піднімається по кар'єрних сходах, тим більше кількості уніфікованих, тобто «м'яких навичок», йому необхідно використовувати [5]. «М'які» навички - це одне

з визначень емоційних компетенцій (емоційного інтелекту), без яких ніколи не досягти успіху ні в житті, ні в роботі. «Soft skills» відносяться в основному до життєвих навичок [8]. Soft skills компетенції - це компетенції, які складно наочно продемонструвати, перевірити і оцінити. До них відносяться навички комунікативні та управлінські. Приклади таких навичок можна розглянути на рисунку 2.



Встановлення відносин	Робота в команді	Слухання та розуміння співбесідника	Навички переконання
Проведення переговорів	Ораторське мистецтво	Проведення презентацій	Ведення дискусій
Рішення проблем	Рішення конфліктних ситуацій	Створення ефективних команд з врахуванням культурної різниці	Навчання інших
Мотивування	Лідерство	Прийняття рішень	

Рис. 2. Комунікативні та управлінські навички

Міхаель Альбрехт, глава підрозділу рекрутменту BMW Group, вважає, що найголовніше серед навичок soft skills - це вміння працювати в команді. У Мюнхені Інститут

Макса Планка виділяє наступні види «м'яких навичок», які найбільш важливі в сучасний час (рисунок 3) [6]:

Особистісна динаміка	Область міжособистісних відносин	Прагнення до успіху	Витривалість
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Почуття відповідальності</li> <li>• Прагнення до досягнень</li> <li>• Впевненість у собі</li> <li>• Висока мотивація</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Контактність</li> <li>• Об'єктивна самооцінка</li> <li>• Співчуття та співпереживання іншим людям</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Самовіддача</li> <li>• Мотивація до підтримання статусу</li> <li>• Схильність до систематизації</li> <li>• Ініціативність</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стійкість до критики</li> <li>• Стійкість до невдач</li> <li>• Позитивна емоційна установка</li> <li>• Твердість життєвої позиції</li> <li>• Задоволеність роботою</li> </ul>

Рис. 3. Види soft skills

Всі навички можна згрупувати в три категорії:

1. Спеціальні навички (hard skills);
2. Когнітивні здібності (аналітичне мислення);
3. Складові емоційного інтелекту.

Чим вище рівень управління, тим значніше роль здібностей, які пов'язані з емоційним інтелектом [8]. Щоб компанія успішно функціонувала, необхідно розвивати soft

skills у співробітників організації. Це потрібно, для того щоб поширити нові завдання до всіх рівнів категорій персоналу і, для того, щоб надихнути співробітників на ефективну роботу [4]. Шипілов В. виділяє чотири напрямки soft skills: базова комунікація, навички переконання і аргументації, навички планування та управління часом, лідерство і командна робота (таблиця 2).

Таблиця 2

Ідеальні прояви компетенцій за основними напрямками (за Шипіловим В.) [9]

Базова комунікація	Навички переконання та аргументації	Навички планування та управління часом	Лідерство та командна робота
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Поняття цілей кожної комунікації;</li> <li>- Уважне ставлення до свого співрозмовника;</li> <li>- Структурування наданої інформації: від проблеми до вирішення;</li> <li>- Підтримка зорового контакту зі співрозмовником;</li> <li>- Бесіда за принципом діалогу: задавання питань, слухання співрозмовника, і доречне коментування.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Осмислення точки зору співрозмовників і адекватне реагування на них;</li> <li>- Використання «невидимої» стратегії спору: робити так, щоб співрозмовник не помічав процесу переконання;</li> <li>- Приведення спілкування до компромісних або взаємовигідним рішенням.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розставлення пріоритетів для задач відповідно до їх важливості і терміновості; концентрації зусиль на найбільш важливому;</li> <li>- Регулярне і системне дотримання запланованого графіку;</li> <li>- Ефективне використання засобу для планування і розподілу часу (щоденник, outlook або гугл-календар та інше).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Робота в команді, перш ніж приступати до роботи, потрібно запропонувати колегам домовитися про цілі та норми спільної роботи, а також виступити ініціатором розподілу ролей;</li> <li>- Брати на себе роль організатора командної взаємодії: структурування роботи групи, активізація малоактивних колег.</li> <li>- Брати на себе нові проекти, цікаві завдання і виходити із зони комфорту</li> </ul>

Уніфіковані навички, тобто *soft skills*, на відміну від *hard skills*, потребують послідовної опрацювання ситуацій, які змушують людину приймати самостійні рішення. Звідси можна зробити висновок, що використан-

ня уніфікованих навичок набагато складніше, ніж професійне володіння *hard skills*.

Розглянемо протилежний кластер - кластер жорстких компетенцій «*Hard skills*» з точки зору декількох дослідників (таблиця 3).

Таблиця 3

### Контент-аналіз дефініції «*hard skills*»

Автор	Визначення
Татаурцикова Д.	<i>Hard skills</i> - це навички, пов'язані з технікою виконання, які можна наочно продемонструвати
Портланд Ю.	<i>Hard skills</i> - знання і вміння, які безпосередньо потрібні вам для роботи в компанії і безпосередньо відповідають її діяльності [3].
Канардов И.	<i>Hard skills</i> («хардскілз», англ. - «тверді навички») - технічні навички, пов'язані з виконуваною діяльністю в області формалізованих технологій: діловодство, логістика, метод сліпого друку, керування автомобілем, програмування та ін.
Клюковська А.	<i>Hard skills</i> - навички в області формалізованих технологій (фінанси, аудит, логістика, маркетинг і т.д.)
Давидова В.	<i>Hard skills</i> - це все навички, які пов'язані безпосередньо з ремеслом і тією діяльністю, якою займається людина].

Відштовхуючись від наведених вище визначень, можна зробити висновок, що *hard skills* - це здатність виконувати певні завдання; технічні навички, які можна продемон-

струвати наочно. *Hard skills* - це всі навички, безпосередньо пов'язані з тією діяльністю, якою на даний момент займається людина. Наприклад, якщо співробітник - програміст,

то для нього hard skills (тверді компетенції) - це все те, що пов'язано з програмуванням, а якщо людина працює на заводі, то hard skills навички - це його технічна діяльність, тобто це унікальні навички, які притаманні певній категорії професій. Людина згодом доводить свої дії до автоматизму, діючи за певним, вже знайомим шаблоном [7]. Таким чином, це ті навички, які роблять людину професіоналом у своїй діяльності і які можна без проблем продемонструвати керівництву. Hard skills прості для спостереження в повсякденному житті. Наприклад, бурильник на нафтовій вищці може не замислюючись розпові-

сти послідовність дій щодо обслуговування певної техніки на буровій. Його інструкції будуть схематичні, конкретні і послідовні. Ступінь освоєння навичок soft skills складно продемонструвати і перевірити. Отже, застосування soft skills можливо тільки при умінні використовувати різні моделі поведінки, розуміти загальні і власні інтереси, розставляти пріоритети і робити вибір. Освоєння цих навичок направлено на вироблення здатності бачити і розрізняти безліч варіантів ситуації. В таблиці 4 наведено порівняльні характеристики «Hard skills» і «Soft skills» [12].

Таблиця 4

### Порівняльні характеристики «Hard skills» и «Soft skills»

«Hard skills»	«Soft skills»
• Компетентність	• Компетенції
• Експертиза	• Цінності
• Технічні знання/кваліфікація	• Поведінковий паттерн, що релевантний діям
• Критичні в короткостроковій перспективі	• Критичні в довгостроковій перспективі
• Розвиток відбувається швидко	• Розвиток відбувається повільніше
• З меншими зусиллями та гарантованим результатом (при дотриманні базових критеріїв: мотивація, здатність до навчання та ін.)	• З великим зусиллям, досягнення бажаного рівня не гарантоване («межа» компетенцій, глибока інтеграція в структурі особистості)
• Практично не піддаються зворотному розвитку	• В специфічних умовах – схильні до зворотного розвитку

У кожній компанії потреба в тих чи інших навичках залежить від специфіки бізнесу. Наприклад, якщо компанії потрібно приділяти більше часу розвитку бізнесу, то менеджер повинен бути інноватором. Якщо це компанія, де необхідні швидкі зміни і прийняття рішень у кризовій ситуації, то тут потрібні навички кризового менеджера. Якщо ж в компанії все добре, необхідно просто контролювати процеси і чітко слідувати інструкціям, то необхідний адміністратор.

**Висновки.** Важливість двох укрупнених груп компетенцій можна оскаржити, так як hard відповідає на питання «Що потрібно робити?», А soft - відповідає на питання «Як це можна зробити найкращим чином?». На принципі неподільності hard і soft skills побудована специфіка навчання в бізнесі. Одні компанії при наборі співробітників роблять ставку на soft skills, розуміючи, що людина,

яка може швидко навчатися, буде схоплювати необхідні навички на льоту. Інші ж компанії спочатку акцентують увагу на технічних навичках, розуміючи, що soft skills людина зможе розвинути в процесі роботи, виконуючи завдання і реалізуючи проекти [2]. Кожен автор розглядає і визначає поняття «soft skills» і «hard skills» по-своєму. Але всі визначення між собою частково пов'язані, деякі з них переплітаються один з одним. Soft skills пов'язані з комунікативними навичками, які необхідні для успішної роботи в професійній діяльності. Hard skills - це здатність виконувати певного роду завдання, які можна наочно продемонструвати. В даний час існує безліч моделей soft skills, однак вони мають не тільки відмінності, але і схожість. Так, наприклад, багато дослідників відносять до обов'язкових елементів моделі комунікативні навички, прийняття рішень і

тайм-менеджмент. Безсумнівним залишається факт впливу сформованих «soft skills» і «hard skills» і постійного розвитку м'яких і твердих компетенцій для успішного досягнення поставлених цілей, грамотного використання навичок, знань і здібностей у професійній діяльності та для досягнення конкурентоспроможності на ринку праці.

#### Список літератури:

1. Гоулман, Д. Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта / Д. Гоулман, Р. Бояцис, Э. Макки; пер. с англ. - 3- изд. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2018. - 301 с.
2. Зінченко А.Г., Саприкіна М.А. Навички для України 2030: погляд бізнесу. Київ, 2016. 36 с.
3. Портланд, Ю. Что такое soft skills и почему они так важны для карьеры? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dnevnyk-uspeha.com/rabota-ikarera/chto-takoe-soft-skills-i-pochemu-oni-tak-vazhnyi-dlya-kareryi.html> (Дата обращения: 11.12.2016).
4. Милевски И. Личностное развитие успешного человека. Принципы soft skills – гибких навыков человека. – URL: [ecouniver.com](http://ecouniver.com), 2020.
5. Meyer, B.B. Emotional intelligence: A theoretical overview and implications for research and professional practice in sport psychology / B.B. Meyer, T.B. Fletcher // Journal of Applied Sport Psychology. - 2017. - №19. - P. 1-13.
6. Мортен Хансен. Коллаборация. Как перейти от соперничества к сотрудничеству / Мортен Хансен // Издательство: Манн, Иванов и Фербер. Серия книг МИФ. Бизнес, 2019, 288 с.
7. Сосницкая, О. SOFT SKILLS: мягкие навыки твердого характера [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://best.ru/ru/blog/13> (Дата обращения: 11.12.2016).
8. Тарп Твайла. Привычка работать вместе. Как двигаться в одном направлении, понимать людей и создавать настоящую команду/Тарп Твайла // Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2017, 208 с.
9. Шипилов, В. Перечень навыков soft-skills и способы их развития [Электронный ресурс]. Режим доступа [http://www.cfin.ru/management/people/dev\\_val/softskills.shtml](http://www.cfin.ru/management/people/dev_val/softskills.shtml) (Дата обращения: 11.12.2016).
10. Del Carpio, Ximena, Olga Kupets, Noël Muller, and Anna Olefir. 2017. Skills for a Modern Ukraine. Overview booklet. World Bank, Washington, DC. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO.

#### References:

1. Houlman, D. (2018) *Emotsiyne liderstvo: Mystetstvo upravlinnya lyud'my na osnovi emotsiynoho intelektu* [Emotsiyne liderstvo: Mystetstvo upravlinnya lyud'my na osnovi emotsiynoho intelektu] / D. Houlman, R. Boyatsis, E. Makki; textbook per. z anhl. - 3 vyd. - M.: Al'pina Biznes Buks, 301 p.
2. Zinchenko, A.H., Saprikina, M.A. (2016) *Navychky dlya Ukrayiny 2030: pohlyad biznesu*, Kyiv, 36 p.
3. Portland, Y. (2016) *Shcho take soft skills i chomu vony tak vazhlyvi dlya kar'yery?* URL: <http://dnevnyk-uspeha.com/rabota-ikarera/chto-takoe-soft-skills-i-pochemu-oni-tak-vazhnyi-dlya-kareryi.html>.
4. Milevs'kyi, I. (2020) *Osobystisnyy rozvytok uspishnoyi lyudyny. Pryntsypy soft skills - hnuchkykh navychok lyudyny* / Milevs'kyi I. URL: [ecouniver.com](http://ecouniver.com).
5. Meyer, B.B., Fletcher, T.B. (2017) *Emotional intelligence: A theoretical overview and implications for research and professional practice in sport psychology*. Journal of Applied Sport Psychology, №19, pp. 1-13.
6. Morten, Khansen (2019). *Kolaboratsiya. Yak pereyty vid supernystva do spivpratsi* [Kolaboratsiya. Yak pereyty vid supernystva do spivpratsi] / Morten Khansen // textbook - Vydavnytstvo: Mann, Ivanov i Ferber. Seriya knyh MIF. Biznes, 288 p.
7. Sosnyts'ka, O. (2016) *SOFT SKILLS: m'yaki navychky tverdoho kharakteru* URL: <http://be-st.ru/ru/blog/13>.
8. Tarp, Tvayla. (2017) *Zvychka pratsyuvaty razom. Yak rukhatysya v odnomu napryamku, rozumity lyudey i stvoryuvaty spravzhnyu komandu*. textbook - Vydavnytstvo: Mann, Ivanov i Ferber, 208 z.
9. Shipilov, V. (2016) *Perechen' navykov soft-skills i sposoby ikh razvitiya* / Shipilov V. URL: [http://www.cfin.ru/management/people/dev\\_val/softskills.shtml](http://www.cfin.ru/management/people/dev_val/softskills.shtml) (Data obrashcheniya: 11.12.2016).
10. Del Carpio, Ximena, Olga Kupets, Noël Muller, and Anna Olefir. (2017). *Skills for a Modern Ukraine*. / Del Carpio, Ximena, Olga Kupets, Noël Muller, and Anna Olefir. Overview booklet. World Bank, Washington, DC. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO.

УДК: 657.62; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-114-120

Ярчук А.В., к.е.н., ст. викладач  
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного  
yarchuklina@gmail.com

## РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ПРИ УХВАЛЕННІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

*Анотація.* У статті розглянуто особливості та роль економічного аналізу в сучасному світовому економічному просторі. Визначено методологічний підхід до створення інформаційної бази. Зазначено існуючі особливості проведення економічного аналізу в сучасних умовах. Приділено увагу проблемам економічного аналізу на рівні підприємства та держави. Визначено основні напрями аналітичних досліджень у різних сферах діяльності економіки.

*Ключові слова:* економічний аналіз, інформація, завдання економічного аналізу, об'єкти економічного аналізу, організація економічного аналізу, предмет економічного аналізу, інформаційне забезпечення аналізу.

**JEL code classification: M19**

Yarchuk A. V., Ph.D., Sen. Lect.  
yarchuklina@gmail.com  
Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University

## THE ROLE OF ECONOMIC ANALYSIS IN SUBSTANTIATION OF MANAGERIAL DECISIONS

*Abstract.* The article is devoted to the substantiation of theoretical provisions and development of measures to improve the organization and methodology of economic analysis of the business entity and assessing the quality of its information support. The peculiarities and role of economic analysis in the modern world economic space are considered. The methodical approach to the creation of an information base is determined. Indicated on the peculiarities of conducting economic analysis in modern conditions. Attention is paid to the theoretical aspects of economic analysis on micro and macro level. The main directions of analytical research in various spheres of economic activity are considered. The tasks of economic analysis of the entity's activities are given. The content of analytical information is specified; The role of economic analysis in the process of adopting managerial decisions through the determination of the type of economic analysis was substantiated due to the systematization of its results on each stage of decision-making. The content of the organization of economic analysis and its theoretical justification, which is to formulate four components - staffing, information, methodological, technical support is determined. The directions of improvement of the quality of information provision of economic analysis are allocated in terms of clarifying the list of components of economic information to ensure a single approach to interpreting the elements of the input and output information in the analysis system. The requirements for analytics are systematized to assess the possibility of a specialist to carry out analytical procedures and ensure the proper completeness and reasonableness of economic analysis.

*Keywords.* Economic analysis, information, economic analysis, objectives of economic analysis, objects of economic analysis, organization of economic analysis, subject of economic analysis, information provision analysis.

**Постановка проблеми.** Неодмінною умовою успішного функціонування підприємства є прийняття рішень, спрямованих на ефективне управління виробництвом. Для ефективного управління кожний керівник має користуватися повною інформацією про поточну діяльність підприємства та пошук можливостей для її підвищення. Крім контролю за підприємницькою діяльністю необхідно постійно контролювати дотримання чинних Законів України, під дію яких потрапляє під-

приємство в сучасних умовах господарювання. Це залежить від економічних умов, в яких працює підприємство, кон'юнктури ринку, податкового законодавства тощо. Враховуючи роль різних документів, які складає економічний відділ, зона відповідальності його співробітників є значною. Саме від ефективності аналізу напряму залежить високий економічний ефект діяльності підприємства. Достовірність прогнозів/розрахунків має бути на найвищому рівні. Проблема по-

лягає в тому, що більшість підприємців, які зіткнулися з перешкодами у своїй діяльності, не зважають на необхідність економічного аналізу. На підприємствах відсутні кваліфіковані економісти, які могли б аналізувати основні показники діяльності підприємства, пропонувати можливі шляхи виходу з кризових ситуацій. Таким чином, на всіх стадіях управління виробництвом економічний аналіз є особливим видом діяльності управлінського персоналу і важливою функцією управління. Зміст аналізу полягає в отриманні аналітичної інформації щодо стану і результатів діяльності підприємства та його підрозділів, величини, характеру і причин відхилень у діяльності підприємства, визначенні резервів виробництва. Необхідність вирішення зазначених питань та їх вплив на розвиток економічної діяльності підприємств обумовлює актуальність теми статті.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема економічного аналізу займається багато економістів та науковців, зокрема, В.І. Захарченко, В.М. Івахненко, В.О. Мец, Є.В. Мних, А.Ф. Павленко, які приділяють основну увагу теоретичному підходу до проблем, з якими може зіткнутися підприємство. Вивченням проблем методики економічного аналізу та їх практичним впровадженням присвятили свої праці Н.С. Барабаш, Ф.Ф. Бутинець, Л.Л. Єрмолович, І.П. Житна, З.М. Зав'ялова, В.В. Ковальов, Т.М. Ковальчук, Л.І. Кравченко, І.Д. Лазаришина, М.В. Мельник, О.В. Олійник, Г.В. Савицька, В.К. Савчук, В.І. Стражев, С.К. Татур, І.Д. Фаріон, Ю.С. Цал-Цалко, В.О. Шевчук, С.І. Шкарабан, М.Г. Чумаченко та ін.

Не применшуючи ролі проведених наукових досліджень, необхідно відмітити відсутність методики проведення внутрішньогосподарського економічного аналізу в нових умовах розвитку економіки, а також вимог до економістів, які проводять економічний аналіз.

**Формулювання цілей статті.** Мета статті полягає у визначенні ролі економічного аналізу в сучасних умовах господарювання, що склалися в Україні, визначення способів і шляхів протидії кризовим явищам на підприємстві. Об'єктом дослідження є система економічного аналізу діяльності суб'єктів господарювання України. Предметом дослід-

ження є сукупність теоретико-методичних і організаційно-практичних засад економічного аналізу діяльності суб'єктів господарювання у кризовому середовищі.

**Виклад основного матеріалу.** Економічний аналіз — це система способів вивчення за даними обліку, звітності, нормативних планів та інших джерел інформації результатів і стану господарської діяльності, можливих варіантів її поліпшення для оцінювання і контролю виробництва, обґрунтування управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності роботи підприємств, їхніх підрозділів, об'єднань і формувань [6].

У наш час економічний аналіз перетворився на одну з важливих функцій управління виробництвом. Він відіграє провідну роль при виробленні та обґрунтуванні управлінських рішень.

Зважаючи на поставлені завдання і мету, якої прагнуть досягнути на різних етапах управління, можна сформулювати основне завдання аналізу, яке полягає у виявленні резервів підвищення ефективності господарської діяльності порівняно з досягнутим рівнем, збільшення обсягів виробництва продукції та підвищення її якості, поліпшення використання виробничих ресурсів і зниження собівартості продукції, підвищення рентабельності і збільшення прибутку господарства.

В залежності від етапів управління завдання економічного аналізу в управлінні підприємством є різним. Перед прийняттям рішення інформація, отримана у результаті економічного аналізу, має дозволити оцінити ступінь використання засобів і позиції підприємства на ринку й ефективність господарювання. Роль економічного аналізу на етапі реалізації прийняття рішень повинна полягати у наданні інформації про неправдивість і порушення в діяльності стосовно прийнятих за основу порівнянь (минулий період, стан, прийнятий за зразок, плановий стан, стан в подібних підприємствах). Інформація, яка отримується в результаті економічного аналізу, повинна також дозволити здійснювати дії, що коригують процес управління відповідно до прийнятих раніше положень. Таким чином, економічний аналіз забезпечує науково-економічне обґрунтування прийняття управлінських рішень [9].

При проведенні економічного аналізу від-

бувається всебічна оцінка досягнутого рівня виконання планів господарської діяльності підприємством в цілому та його структурними підрозділами; визначення базових показників планування виробничої діяльності окремих підрозділів та підприємства в цілому на майбутній період; здійснення контролю виконання планів та намічених заходів; виявлення впливу різних факторів на показники господарської діяльності аналізованого підприємства, вивчення причин відхилень від запланованих завдань; виявлення додаткових резервів господарської діяльності, не використаних під час їх виконання; підготовка аналітичних матеріалів для опрацювання і прийняття управлінських рішень; контроль за поліпшенням економічної роботи підприємства; узагальнення результатів аналізу, формулювання висновків і пропозицій щодо використання отриманих результатів. Вирішення зазначених завдань сприяє удосконаленню управління виробництвом, виконанню планів і підвищенню ефективності діяльності підприємства.

Зміст економічного аналізу зумовлений характером суспільного ладу, формами власності й відображає основні риси економіки на конкретному етапі її розвитку. Характерною рисою аналізу господарської діяльності до перебудови економіки була оцінка виконання плану, встановленого державою. Зараз на аналіз економічної діяльності підприємства впливають зовнішні фактори, зокрема, конкурентне середовище. У результаті цього завдання аналізу трансформуються за рахунок введення нових прийомів і способів, що дозволяє враховувати вплив зовнішніх факторів [8].

Предметом економічного аналізу, як галузі наукових знань, є удосконалення і розвиток його методики. Практична цінність економічного аналізу полягає у визначенні стану суб'єкта господарювання і розробці ефективних напрямів впливу на управлінські рішення.

Роль економічного аналізу на етапі реалізації прийняття рішень повинна полягати у наданні інформації про неправдивість і порушення в діяльності по відношенню до прийнятих за основу порівнянь. Під час аналізу економічні показники порівнюються з показниками минулих періодів, інших підп-

приємств, нормативними та плановими даними; визначаються позитивні та негативні величини впливу факторів на показники, що аналізуються, з'ясовуються причини їх зміни; формулюються висновки і пропозиції.

Інформація, яка надається в результаті економічного аналізу, повинна також дозволяти здійснювати дії по коригуванню процесу управління відповідно до прийнятих раніше положень. Однак, зазначена інформація не може бути безпосередньо використана органами управління для розробки рішень. Вона не дає можливості осмислити стан і розвиток господарських явищ і процесів, не дозволяє оцінити резерви виробництва, розробити заходи щодо перспективних напрямків діяльності підприємства. Ці та інші задачі управління вирішує економічний аналіз, який на підставі первинних даних та спеціальних прийомів дозволяє отримати таку інформацію, таку систему показників, яка може безпосередньо застосовуватися в управлінні виробництвом. Таким чином, економічний аналіз забезпечує науково-економічне обґрунтування прийняття управлінських рішень [3].

Для з'ясування ролі економічного аналізу в управлінні виробництвом важливо враховувати так званий аспектний підхід при виробленні та прийнятті управлінських рішень. Суть його полягає у тому, що при опрацюванні управлінських рішень ураховуються різні аспекти: політичний, соціальний, психологічний, правовий, організаційний, економічний, ринковий та ін. Економічний аналіз є джерелом інформації переважно економічного аспекту, який є провідним. Його необхідно враховувати при прийнятті будь-якого державного і господарського рішення на всіх рівнях управління виробництвом.

Потреба у проведенні економічного аналізу виникає на таких стадіях прийняття рішень, як попереднє вивчення господарських явищ і процесів, аналіз реального стану діяльності господарства, вибір варіантів господарських процесів, оцінювання відповідності економічного аспекту в опрацьованих варіантах рішень іншим аспектам управління, узагальнення результатів аналізу, обґрунтування управлінських рішень.

До основних функцій управління належать: планування, організація, оперативне

регулювання, контроль, матеріальне і моральне стимулювання процесу виробництва. Здійснення кожної із зазначених вище функцій управління зумовлює необхідність мати достовірну, своєчасну і всебічну економічну інформацію щодо господарської діяльності і передбачає глибоке її вивчення, підготовку й прийняття оптимальних управлінських рішень [10].

На окремих стадіях управління сільськогосподарським підприємством, його підрозділом або іншим господарством за допомогою економічного аналізу вирішуються різні завдання. До найважливіших стадій управління виробництвом, на яких прийняття управлінських рішень зумовлює необхідність у проведенні аналізу господарської діяльності, належать: розробка, обґрунтування і прийняття програмних завдань підприємства; організація виробництва й оперативне управління процесом здійснення намічених завдань; підсумкове (по закінченні року) оцінювання досягнутих результатів.

На першій стадії управління дані економічного аналізу є основою для прийняття планових управлінських рішень. Для цього вивчають усі сторони економіки господарства, його ресурси і можливості щодо подальшого розвитку, виявляють внутрішні резерви для їх використання у майбутньому періоді. На цій стадії аналіз передуює складанню планів і проводиться шляхом порівняння даних минулого року і попередніх років з даними інших підприємств і середніми даними по групі однотипних підприємств.

Обґрунтування програмних завдань є початковим найважливішим етапом опрацювання і прийняття рішень в управлінні виробництвом. Планові управлінські рішення стосуються програмних перспективних і поточних організаційно-господарських завдань, визначаючи головний напрям і основні параметри господарської діяльності підприємства. Вони впливають на економіку господарства протягом тривалого часу, тому зміст цих рішень на стадії планування та їх обґрунтованість значною мірою визначають результати господарювання. На другій стадії управління забезпечується виконання поточних планів підприємства та його підрозділів [2].

Управління підприємством потребує на-

лежного поточного контролю виробничої діяльності, який проводять за допомогою аналізу виконання програмних завдань господарства. Такий аналіз здійснюють систематично впродовж року, при цьому аналізують усі сторони виробничо-фінансової діяльності господарства, його структурних виробничих підрозділів. Систематичний аналіз виконання планових завдань є ефективним засобом контролю виробництва лише тоді, коли його результати враховуються в оперативному управлінні при підбиванні підсумків роботи та визначенні матеріального і морального стимулювання працівників господарства.

Економічний аналіз, як і планування, організація, облік, контроль, координація (регулювання), мотивація є функцією управління. Як функція управління, економічний аналіз орієнтований насамперед на оцінку виконання зобов'язань і стану підприємства, виявлення і реалізацію резервів виробництва і, що найголовніше, на обґрунтування управлінських рішень [1].

Прийняттю будь-якого рішення повинні передувати аналітичні розрахунки, тому кожен економіст повинен бути добре обізнаний в теорії і особливо в методології економічного аналізу [11].

У відповідності до тлумачного словника економісти — це спеціалісти у галузі економіки, економічних наук, однак на практиці їх можна характеризувати як професіоналів, що вивчають, яким чином суспільство розподіляє різні обмежені ресурси, зокрема такі, як земля, трудові ресурси, сировина, різне обладнання тощо, для того, щоби виробляти товари і надавати послуги [8].

Пошук грамотного економіста є пріоритетною задачею кожного керівника. Саме від професіоналізму, чесності і скрупульозності цього співробітника багато в чому залежатиме подальша доля підприємства. Кваліфікованому спеціалісту необхідно уміти орієнтуватися в різних видах законодавства, в першу чергу, громадянському і трудовому. Компетентність економіста-аналітика означає наявність необхідної підготовки, достатніх знань, умінь і досвіду для виконання конкретної роботи. Рівень компетенції робітників напряму впливає на ефективну діяльність підприємства, тому проблема підви-



щення компетентності робітників у цій сфері є надзвичайно актуальною.

Необхідно зазначити, що, по-перше, ні одній людині не під силу завчити весь обсяг нормативної документації, а по-друге, це і не є необхідним, оскільки інформація постійно застаріває. Тому хороший економіст-аналітик обов'язково має уміти користуватися довідково-правовими системами і швидко знаходити ті норми, які йому потрібні для вирішення конкретного питання в даний момент.

Перелік необхідних для економіста відомостей напряму залежить від багатьох факторів. Це і сфера діяльності підприємства, і кількість співробітників у ньому, і участь іноземних інвесторів, і суміщення основних обов'язків з функціями інших співробітників тощо

До трудових обов'язків економіста-аналітика входить керівництво веденням обліку і складанням звітності; робота з документами, призначеними для передачі звітності до контролюючих органів; контроль за оформленням первинної документації; участь в проведенні економічного аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства тощо. Робота економіста-аналітика — це частіш за все монотонна рутинна з багаторазовим повторенням типових дій, які потребують постійної концентрації й високого рівня організованості. Необхідний набір якостей для гарного спеціаліста — це чесність, старанність, математичний склад розуму [14].

Економісти вивчають різні економічні категорії на рівні окремих підприємств. Для цього економісти проводять спостереження і дослідження, збирають і аналізують одержані дані, здійснюють моніторинг економічних тенденцій і розробляють прогнози. Для одержання необхідних даних стосовно витрат на енергопостачання, курсів обміну валют, циклів ділової активності, податків, рівня безробіття тощо ними розробляються спеціальні методи і процедури. Наприклад, для проведення спостережень можуть застосовуватись різні методи вибіркового аналізу, а для розробки прогнозів використовуватись методи математичного моделювання. Крім цього, важливою складовою роботи економістів є підготовка звітів (з таблицями и графіками),

якість яких сприяє показу результатів проведених досліджень.

Практика підтверджує, що за допомогою економічного аналізу можна дати повну характеристику об'єкта управління; результати економічного аналізу служать цілям управління як засіб обґрунтування управлінських рішень і одночасно як засіб контролю за їх виконанням. Накопичені за допомогою економічного аналізу знання про закономірності розвитку об'єкта дослідження сприяють підвищенню ефективності виробництва, поповнюють систему знань науки управління.

Аналіз виконання планів підприємства проводять за кінцевими результатами господарського року. Річний аналіз передбачає проведення всебічної та об'єктивної оцінки кінцевих результатів діяльності підприємства в цілому а його виробничих підрозділів. При цьому виявляють недоліки у роботі за минулий рік. Підсумковий аналіз по закінченні року втрачає характер оперативного контролю, однак його аналітичні результати можуть бути використані для поліпшення господарської діяльності у майбутньому періоді [13].

Отже, на всіх стадіях управління виробництвом економічний аналіз є особливим видом діяльності управлінського персоналу і важливою функцією управління. Зміст аналізу полягає в отриманні на основі даних плану, обліку, звітності тощо аналітичної інформації щодо стану і результатів діяльності підприємства та його підрозділів, величини, характеру і причин відхилень у діяльності об'єктів, що вивчаються, резерви виробництва [6].

Для пошуку управлінських рішень, що якнайкраще відповідали б завданням досягнення високої ефективності виробництва у ринкових умовах, необхідно проводити комплексне наукове дослідження не лише існуючого стану господарської системи та її підсистем, а й можливих результатів їхньої діяльності при різних варіантах комплексного поєднання важливих факторів виробництва.

**Висновки.** В ситуації, що склалася сьогодні в Україні, роль економічного аналізу значно зростає, особливо в умовах виникнення кризових явищ на підприємстві, коли саме завдяки проведенню комплексного економічного аналізу вдається визначити при-

чини кризи та розробити і обґрунтувати можливі шляхи виходу з неї. Сучасний економічний аналіз дає можливість запроваджувати на підприємстві системи комп'ютерного аналізу основних показників діяльності підприємства, але недоліком є те, що в Україні така практика проведення економічного аналізу ще не знайшла широкого розповсюдження.

Під час проведення економічного аналізу основну увагу необхідно приділяти пошуку резервів підвищення ефективності діяльності підприємства шляхом більш детального аналізу основних показників виробничої діяльності. Як завершальний етап економічної роботи на підприємстві, економічний аналіз комплексно охоплює всі інші елементи цієї роботи і є надійним інструментом для економічного обґрунтування управлінських рішень.

Процес прийняття рішень свідчить про значну роль економічного аналізу в його обґрунтованості, особливо на етапі оцінки і аналізу варіантів, який дозволяє відібрати найкращий варіант для подальшого порівняння результатів з поставленою задачею (метою). При цьому задачею аналізу є правильне обґрунтування мети і системи обмежень для кожного варіанта управлінських рішень, відбір оптимального варіанта.

Отже, багатогранність економічних явищ (процесів), особливо в сучасних умовах, висуває нові вимоги до економічного аналізу. В ринкових умовах економічний аналіз повинен бути орієнтований не на пояснення фактичного стану підприємства за даними періодичної звітності, а служити джерелом обґрунтування управлінських рішень.

#### Список літератури:

1. Цигилик І.І. Економічний аналіз - основний чинник підвищення ефективності підприємницької діяльності // Актуальні проблеми економіки. - 2003. - №7. - С. 90-91.
2. Захарченко В.І. Економічний аналіз процесів ринкової трансформації багатостадійних промислово-територіальних систем // Актуальні проблеми економіки. - 2004. - №6. - С. 33-35.
3. Мних Є.В. Сучасний економічний аналіз: питання методології та організації // Бухгалтерський облік та аудит. - 2006. - №1. - С. 59.
4. Мних Є. В. Економічний аналіз у системі антикризового управління підприємством // Бухгалтерський облік і аудит. - №6. - 2007. - С. 33- 37
5. Агапова А. Економічний аналіз в управлінні діяльністю суб'єктів господарювання // Економічний аналіз. - №5. - 2010. - С. 44-47.
6. Бажовська Г., Попович П. Роль економічного аналізу у підвищенні ефективності діяльності підприємства в ринкових умовах // Економічний аналіз. - №4. - 2009. - С. 158-161.
7. Мискін Ю. Основи поділу економічного аналізу на фінансовий та управлінський // Наука молода. - №11. - 2009. - С. 186-190.
8. Шкарабан С., Лазаришина І. Теоретичні засади економічного аналізу в умовах становлення ринкових відносин в Україні // Економічний аналіз. - №3. - 2008. - С. 9-13.
9. Шурпенкова Р. К. Організація економічного аналізу на підприємстві // Вісник НБУ. - №6. - 2009. - С. 38-45.
10. Олійник О.В., Райковська Т. Управлінський аналіз: виділення надуманого напрямку чи необхідність? // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. - 2006. - №3 (37). - С.137-144
11. Мошенський С.З., Олійник О.В. Економічний аналіз: Підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. / За ред. д.е.н., проф., Заслуженого діяча науки і техніки України Ф.Ф. Бутинця. - 2-ге вид., доп. і перероб. - Житомир: ПП "Рута", 2007. - 704с.
12. Ораевская Г.А. Анализ хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий / Г.А. Ораевская. - М. : Экономика, 1980. - С. 4.
13. Івахненко В.М. Курс економічного аналізу : [навч.метод посіб. для самост. вивч. дисц.] / В.М. Івахненко. - К. : КНЕУ, 2000. - С. 3.
14. Економічний аналіз : [навч. посіб.] / М.А. Болюх, В.З. Бурчевський, М.І. Горбатюк [та ін.] ; за ред. акад. НАНУ М.Г. Чумаченко. - К. : КНЕУ, 2003. - 556 с.
15. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства : [навч. посіб.] / Г.В. Савицька. - К. : Знання, 2007. - 668 с.

#### Reference:

1. Tsyhylyk I.I. (2003) Ekonomichnyi analiz - osnovnyi chynnyk pidvyshchennia efektyvnosti pidpriemnytskoi diialnosti. *Aktualni problemy ekonomiky*. №7, pp. 90-91.
2. Zakharchenko V.I. (2004) Ekonomichnyi analiz protsesiv rynkovoї transformatsii bahatostadiinykh promyslovo-terytorialnykh system. *Aktualni problemy ekonomiky*. №6, pp. 33-35.

3. Mnykh Ye.V. (2006) Suchasnyi ekonomichniy analiz: pytannia metodolohii ta orhanizatsii. *Bukhhalterskyi oblik ta audyt.* №1, pp. 59.
4. Mnykh Ye. V. (2007) Ekonomichniy analiz u systemi antykrizovoho upravlinnia pidpriemstvom. *Bukhhalterskyi oblik i audyt.* № 6, pp. 33- 37
5. Ahapova A. (2010) Ekonomichniy analiz v upravlinni diialnistiu subiektiv hospodariuvannia. *Ekonomichniy analiz.* №5, pp. 44-47.
6. Bazhovska H., Popovych P. (2009) Rol ekonomichnoho analizu u pidvyshchenni efektyvnosti diialnosti pidpriemstva v ryn-kovykh umovakh. *Ekonomichniy analiz.* №4, pp. 158-161.
7. Myskin Yu. (2009) Osnovy podilu ekonomichnoho analizu na finansovy ta upravlinskyi. *Nauka moloda.* №11, pp. 186-190.
8. Shkaraban S., Lazaryshyna I. (2008) Teoretychni zasady ekonomichnoho analizu v umovakh stanovlennia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. *Ekonomichniy analiz.* №3, pp. 9-13.
9. Shurpenkova R. K. (2009) Orhanizatsiia ekonomichnoho analizu na pidpriemstvi. *Visnyk NBU.* №6, pp. 38-45.
10. Oliinyk O.V., Raikovska I.T. (2006) Upravlinskyi analiz: vydilennia nadumanoho napriamu chy neobkhdnist? *Visnyk ZhDTU. Ekonomichni nauky.* No3 (37), pp. 137-144
11. Moshenskyi S.Z., Oliinyk O.V. (2007) Ekonomichniy analiz: Pidruchnyk dlia studentiv ekonomichnykh spetsialnostei vyshchykh navchalnykh zakladiv. / Za red. d.e.n., prof., Zasluzhenoho diiacha nauky i tekhniky Ukrainy F.F.Butyntsia. 2-he vyd., dop. i pererob. *Zhytomyr: PP“Ruta”,* 704 p.
12. Oraevskaia H.A. (1980) Analiz khoziaistvennoi deiatelnosti selskokhoziaistvennykh predpriiatyi. *M. : Ekonomyka,* p. 4.
13. Ivakhnenko V.M. (2000) Kurs ekonomichnoho analizu : [navch. metod posib. dlia samost. vyvch. dysts.]. *K. : KNEU,* 2000, p. 3.
14. Ekonomichniy analiz : [navch. posib.] / M.A. Boliukh, V.Z. Bur-chevskyi, M.I. Horbatiuk [ta in.] ; za red. akad. NANU M.H. Chumachenko (2003). *K. : KNEU,* 556 p.
15. Savytska H.V. (2007) Ekonomichniy analiz diialnosti pidpriemstva : [navch. posib.]. *K. : Znannia,* 668 p.

# ЕКОНОМІКА

УДК: 338.48; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-121-127

Демко В.С., викладач  
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

## ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ СТВОРЕННЯ ЕКСКУРСІЙНОГО ПРОДУКТУ В СФЕРІ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ

**Анотація.** В статті досліджено основні мотиватори та демотиватори екологічного туризму в Україні. Визначено, що для стимулювання екологічного туризму потрібно об'єктивувати туристичний потенціал визначивши основні бізнес можливості території. Сформовано принципи та напрямки мотивації господарювання в сфері екологічного туризму. Запропоновано авторське бачення туристично-екскурсійних маршрутів для розвитку та популяризації території з використанням бізнес-потенціалу регіону.

**Ключові слова:** туристичний продукт, екскурсійний маршрут, бізнес-потенціал, екологічний туризм, мотивація господарювання.

**JEL code classification: M19**

Demko V.S., Lecturer  
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

## FEATURES OF MOTIVATION FOR CREATION OF EXCURSION PRODUCT IN THE FIELD OF ECOLOGICAL TOURISM

**Abstract.** Every year the number of people willing to rest in an ecologically clean area in the most natural conditions increases. The article examines the main motivators and demotivators of ecological tourism in Ukraine. It is determined that to stimulate ecological tourism it is necessary to objectify the tourist potential by identifying the main business opportunities of the territory. The principles and directions of motivation of management in the field of ecological tourism are formed. The author's vision of tourist-excursion routes for development and popularization of the territory with use of business potential of the region is offered.

**Conclusions.** Ecological tourist and excursion products have a high business potential for community development. Effective use of such potential should combine intellectual, educational, creative, natural-geographical, economic, financial, infrastructural, socio-cultural opportunities of a certain territory, combining ecological development of green tourism and economic activity in the field of ecological tourism. Due to the specifics of these areas of management and the complex socio-economic situation in Ukraine, it is necessary to stimulate the development of ecological development in tourism. It should be carried out on the basis of territorial concentration and motivation of the population to manage in the field of ecological tourism with increasing powers of local authorities. Motivational approaches should be implemented by combining the basic principles of targeted support with balancing the need for deregulation, which will ensure transparent economic activity in the field of ecotourism and allow it to be institutionalized as an important factor in the welfare of the rural population in Ukraine.

**Keywords:** tourist product, excursion route, business potential, ecological tourism, motivation of management.

**Постановка проблеми.** Розширення видів економічної діяльності та посилення впливу місцевого самоврядування на процес ефективної диверсифікації підприємницької діяльності в сфері туризму залишається надзвичайно важким, оскільки трансформація регіональної туристичної системи, яка спо-

нує до акумулювання туристичних та економічних ресурсів на макрорівні з максимальним використанням природно-ресурсного потенціалу, вимагає підвищення рівня рентабельності послуг, подолання залежності малих господарств від впливу негативних явищ інституційного середовища.

Ризики пандемії Covid-2019 внесли суттєві корективи щодо прибутковості туристичної галузі, однак для деяких видів туризму вони навпаки розкривають нові можливості, адже такі переваги як відпочинок на відкритому повітрі в екологічних місцях, усамітнення, уникнення місць масових скупчень людей залишається головним способом реалізації потреб рекреації і туризму. Реалізація таких пріоритетів відпочинку можливе при розвитку екологічного, зеленого, сільського туризму.

З кожним роком кількість охочих відпочити в екологічно чистій місцевості у максимумно природних умовах збільшується. Тобто, екологічний, зелений туризм має усі шанси створити гідну конкуренцію добре розвиненим комфортабельним туристичним комплексам та готелям; сприяти розвитку туристичної інфраструктури у сільських місцевостях; підвищити рівень зайнятості і добробуту сільських мешканців.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні та практичні аспекти екологічного туризму у соціально-економічному розвитку територій, його значення для світової економіки, враховуючи сучасні світові тенденції глобалізації та інтернаціоналізації, розглядають у своїх дослідженнях Г. Білецька [1], М. Коллегаєв [2], К. Ніколаєв [5, 6], С. Новицька [7], І. Халімовська [11]; бізнес-потенціал розвитку екологічного туризму, окреслення проблем та перспектив його розвитку на національному та міжнародному рівнях розглядають В. Демко [2], М. Іліїна [3], Дж. Премович, А. Болевич, С. Вуйович, Л. Арсіч, З Мілічевич [8], В. Жук, С. Василюшин, К. Утенкова, О. Ковалова, В. Ярова, І. Сколотій, Л. Кірющина [12].

**Мета статті** – висвітлення основних мотиваторів та демомотиваторів розвитку екологічного туризму в Україні, визначення принципів та напрямків стимулювання господарської діяльності в сфері екологічного туризму, запровадження туристичних та екскурсійних маршрутів в процес мотивації господарювання екологічного туризму.

**Основні результати дослідження.** Екологічний туризм у сучасних економічних умовах здатний допомогти малим населеним пунктам України вижити, оскільки саме вони своєю специфічністю притягують екотуристич-

тів [1, с. 247]. Реформа децентралізації дала змогу багатьом об'єднаним територіальним громадам розпочати активний процес покращення стану соціальної інфраструктури. Наступним етапом має бути посилення інвестиційних пріоритетів їхніх стратегій розвитку, де залежно від природних та історико-культурних особливостей сільські громади можуть визначати пріоритет сільського зеленого, зокрема екологічного туризму.

Складність мотивації екологічного туризму в Україні обумовлена:

- непослідовністю державної політики у реалізації стратегічних завдань розвитку різних видів економічної діяльності, в тому числі туристичної;
- постійним браком бюджетних коштів, бюрократією в процедурах їхнього отримання;
- низьким рівнем інституційної довіри бізнесу і населення до влади та її управлінських ініціатив;
- демомотивацією бізнесу прозорої діяльності, що необхідна за умов участі у програмах підтримки з бюджетних фінансуванням.

Незважаючи на те, що перелік демомотиваторів екологічного туризму в Україні є не значним, поступове його зменшення можливе за умов реалізації наступних заходів:

- вибору окремого ареалу як взірця державної підтримки через регіональні і локальні механізми співфінансування для розвитку екологічного туризму – позитивно, якщо це буде в індустріальному регіоні з задовільним рівнем використання природного й історико-культурного потенціалу та розташуванням іміджевого об'єкту, навколо якого буде розбудовуватись мережа еко-суб'єктів (об'єкту природно-заповідного фонду);
- посиленої технологічної підтримки проєктів екологічного туризму в межах обраного ареалу задля підвищення їх конкурентоспроможності і привабливості для іноземного туриста;
- надання більших повноважень місцевим органам державної влади у стимулювання екологічного туризму з можливістю акумуляції податкових навантажень на рівні місцевих бюджетів;
- залучення громадських об'єднань до бізнес-ініціатив, так як до нині в більшості кризових ситуацій саме самоорганізація бізнесу

і населення дозволила вирішити гострі ситуації й мобілізувати необхідне ресурсне забезпечення.

Таким чином, для українських реалій прийнятною є *територіальна концентрація стиmuлювання екологічного туризму* з наближеністю значущих природних й історико-культурних об'єктів, а також національних парків [4, с. 105]. Територіальна концентрація дозволить *об'єктивувати туристичний потенціал*. Мається на увазі, що облік туристичних потоків буде здійснюватися через відвідуванням конкретних природних чи історико-культурних об'єктів. Моніторинг кількості відвідувань дасть змогу оцінювати ситуацію щодо розвитку екологічного туризму в цілісній економічній та інфраструктурній системі регіону (поселення) [12]. З іншого боку, моніторинг буде основою для вимірювання рівня навантаження на природні й історико-культурні об'єкти, формувати інформаційно-аналітичний супровід їх екологічної паспортизації.

Щодо мотивації господарювання в сфері екологічного туризму, окрім стимулюючого інструментарію актуальним є також дерегуляційний. На наше переконання, розвиток екологічного туризму в Україні не потребує надмірних преференцій. Важливою є дерегуляція підприємництва (мінімальне втручання держави), а також активна промоція можливостей діяльності у даній сфері. Креативний потенціал населення України за таких умов має всі шанси реалізувати себе в екологічному туризмі як одній з найбільш перспективних сфер на світовому туристичному ринку. Екологічний туризм в Україні має стати важливим компонентом економічного добробуту родини кожного сільського господаря, для чого необхідна тісна співпраця органів державного та місцевого самоврядування,

громадських організацій і господарств [5, с. 109, 6].

Мотивація господарювання в сфері екологічного туризму має базуватись на програмно-цільовому підході з одночасним балансуванням принципів дерегуляції (рис. 1). У випадку ефективної підтримки господарювання в сфері екологічного туризму такі суб'єкти будуть схильні до діяльності в офіційному сегменті ринку, що є актуальним завданням для розвитку сфери послуг в Україні у цілому.

Основними напрямками дерегуляції господарювання стануть такі заходи:

- ✓ Реалізація регіональних і локальних цільових програм фінансування екологічного туризму;
- ✓ Проведення тренінгів для місцевих жителів з метою формування базових підприємницьких, екологічних і туристичних знань щодо потенціалу господарювання в сфері екологічного туризму;
- ✓ Податковий стимулюючий інструментарій (пільги, канікули, інформаційні підтримка звітності й аудиту);
- ✓ Кредитний стимулюючий інструментарій (кредити під низькі відсотки з державними і муніципальними гарантіями);
- ✓ Промоція результатів діяльності суб'єктів екологічного туризму, об'єктів, на основі яких формуються їхні послуги;
- ✓ Часткове відшкодування витрат на використання ресурсоощадних, екологічно чистих технологій у місцях перебування туристів;
- ✓ Підтримка страхових програм відшкодування збитків від стихійних лих і катастрофічних природних явищ як додаткових гарантів стабілізації бізнесу та інвестиційних вкладень.



Рис. 1. Засадничі принципи мотивації господарювання в сфері екологічного туризму

Джерело: авторська розробка

Для мотивації господарювання в сфері екологічного туризму мають розроблятися *взірцеві екскурсійні маршрути* з відповідною спеціалізацією. Вони слугуватимуть наочним прикладом пропозиції такого екскурсійного продукту, який поєднує в собі культурні, рекреаційні, екскурсійно-пізнавальні особ-

ливості з спрямуванням на екологічне виховання. Рекомендовано використовувати *авторські розробки екскурсійних маршрутів для конкретної території*, для прикладу пропонуємо розглянути територіальні можливості Запорізької області (таблиця 1).

Таблиця 1

**Приклад авторського екскурсійного маршруту екологічної спеціалізації, розробленого для Мелітопольського району, Запорізької області**

№	Назва структурного компонента	Приклад оформлення
1	Територіальний компонент	Екскурсійний продукт Мелітопольщини
2	Назва екскурсійного компоненту	«Енергія чотирьох стихій»
3	Мотиваційний компонент	Втомилася від стрімкого темпу життя? Немає реальної можливості поєднати приємне з корисним? Бажаєш зупинити час і відчувати себе частиною живої природи? Відчувати себе володарем стихій... Наша пропозиція саме для тебе! Запрошуємо вас пірнути в атмосферу загадкової природи, відчувати енергію сонця, цілющу силу джерельної води, південного степового вітру, рекреаційних земель Мелітопольського краю.

4	Анотація екскурсійного компоненту	«Енергія чотирьох стихій» - це екскурсійний маршрут для турів вихідного дня, призначений для активного населення, школярів старших класів та студентів, яка реалізується в природних парках Мелітопольського району Запорізької області, мальовничих місцях Таврійського степу, із зануренням в енергетику українського «Stonehenge» та відпочинком на землях скіфів та амазонок.
5	Завдання та можливості екскурсійного компоненту	Авторська екскурсійно-анімаційна програма Спілкування та фотографування з дикими тваринами Екопрогулянки по заповідним місцям Омивання тіла цілющою джерельною водою Здорове аутентичне харчування півдня України, знайомство з аутентичною еко кухнею; Сплав по річці Молочній Тематична фото сесія на фоні природного ландшафту Таврійського степу; Тепла атмосфера дружнього спілкування, психічне та емоційне врегулювання вашого організму.
	Місце реалізації екскурсійного компонента	Запорізька область, Мелітопольський район та місто Мелітополь
	ВАРТІСТЬ екскурсійного компонента	на 1 особу 300 грн.
	Програма екскурсійного компонента	9.00 – Зустріч гостей в дворі ТДАТУ ім. Дмитра Моторного, трансфер; 10.00 - Відвідування та екскурсія до страусіної ферми «Страус-ЮГ», фотографування з дикими тваринами; 12.00 - трансфер до с. Терпіння; 12.30 - Відвідування Цілющих джерел, с. Терпіння; 13.00 - Трансфер до с. Тихонівка; 13.30 – Обід в сільській зеленій садибі «Перлина Степу» с. Тихонівка (традиційне еко-меню півдня України); 15.00 - Відвідування НІАЗ «Кам'яна могила», екскурсія; 17.00 – трансфер до м. Мелітополь, комунікація з гостями, відгуки та коментарі по туристичному маршруті.



Додаткові послуги екскурсійного компонента		<p>1. Екскурсія містом Мелітополь «Етно край» за програмою:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. площа Перемоги,</li> <li>2. Парк культури та відпочинку ім. Максима Горького, театралізована екскурсія «Південний ЕКСПРЕС »</li> <li>3. Центр караїмської культури – музей Інтеркультурного міста, майстер-клас із виготовлення караїмського пиріжка з м'ясом «Ет Аяклак», тематична розважальна програма «Джамаат»</li> </ol> <p>2. Велосипедна екскурсія «В пошуках Скіфського золота»;</p> <p>3. Сплав по річці Молочній від зеленої садиби «Перлина Степу» с. Тихонівка до НІАЗ «Кам'яна могила»</p> <p>4. Вечірня розважальна програма «Вечорниці»;</p> <p>5. Відвідування Центру караїмської культури – музей Інтеркультурного міста, майстер-клас із виготовлення караїмського пиріжка з м'ясом «Ет Аяклак».</p> <p>6.</p>
Бонус екскурсійного компонента		Сплав на байдарках по р. Молочна Пізнавальні майстер-класи та цікаві групові завдання

Джерело: авторська розробка

Отже, екологічні *туристично-екскурсійні продукти* мають високий бізнес-потенціал для розвитку громад. Ефективне використання такого потенціалу має поєднувати інтелектуальні, освітні, креативні, природно-географічні, економічні, фінансові, інфраструктурні, соціально-культурні можливості визначеної території, поєднуючи екологічний розвиток зеленого туризму та економічну діяльність у сфері екологічного туризму. У силу специфіки даних сфер господарювання та складної соціально-економічної ситуації в Україні, необхідне державне стимулювання процесів екологічного розвитку в

туризмі. Воно має здійснюватися на засадах територіальної концентрації і мотивації населення до господарювання в сфері екологічного туризму з збільшенням повноважень місцевих органів державної влади. Мотиваційні підходи мають реалізовуватись з поєднанням засадничих принципів цільової підтримки з балансуванням до необхідності дерегуляції, що забезпечить прозору економічну діяльність у сфері екологічного туризму та дасть змогу його інституціоналізувати як вагомий чинник добробуту сільського населення в Україні.

#### Список літератури:

1. Білецька Г. А. Розвиток екотуризму як засіб економічного зростання Хмельницької області / Г. А. Білецька // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №10. – Т 2. – С. 245–247.

2. Демко В.С. Бізнес-потенціал екологічного туризму: перспективи розвитку для України та Європейського Союзу. Том I збірника доповідей у вигляді статей XIV Міжнародної конференції «Стратегія якості у промисловості і освіті». Упорядники: Хохлова Т.С., Ступак Ю.О. – Дніпро-Варна, 218. – 396 с.
3. Ільїна М. Теоретичні проблеми дослідження сільських територій як цілісних соціологічних, екологічних та економічних систем. *Економіка природокористування та охорони навколишнього середовища*, 4 (28), - 2014. С. 112-115.
4. Коллегаєв М. Ю. Сучасний розвиток екологічного туризму в національних парках України / М. Ю. Коллегаєв // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. – 2018. – Вип. 58–59. – С. 102–107.
5. Ніколаєв К. Д. Екологізація та розвиток сільського зеленого туризму в Україні: монографія / К. Д. Ніколаєв. – Київ : Видавництво НПУ імені М. П. Драгоманова, 2016. – 153 с.
6. Ніколаєв К. Д. Збалансоване природокористування на прикладі екологізації туристичної галузі / К. Д. Ніколаєв, К. О. Бабікова // Вісник КДПУ імені Михайла Остроградського. Випуск. – 2009. – № 5(58). Частина 1. – С. 117–120.
7. Новицька С. Р. Екологічний туризм як пріоритетний напрямок сталого розвитку туристичної сфери / С. Р. Новицька // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Сер. : Географія. – 2013. – № 2. – С. 164–169.
8. Премович, Дж., Болевич, А., Вуйович, С., Арсич, Л., Мілічевич, З. (2013). Глобальні екологічні проблеми та стійкий туристичний розвиток, *Екологія*, 70, 305-310.
9. Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року : Закон України № 2697-VIII від 28.02.2019 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19#Text>
10. Трусова Н.В., Чернявська Т.А., Пасієка С.Р., Грановська В.Г., Пристемський О.С., Демко В.С. (2020). Інноваційна кластеризація регіону в умовах підвищення конкурентних позицій підприємств туристично-рекреаційного напрямку. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 31 (3), 1126–1134. <https://doi.org/10.30892/gtg.31326-549>
11. Халімовська І. В. Екологічний туризм як чинник розвитку сучасного суспільства / І. В. Халімовська // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2016. – Вип. 67. – С. 89–96.
12. Zhuk, V. M., Vasylyshyn, S. I., Utenkova, K. O., Kovalova, O. V., Yarova, V. V., Skolotiy, I. V., & Kiryushina, L. Y. (2021). The accounting improvement of ecological activity and agroecosystems conservation. *Ukrainian Journal of Ecology*, 11(1), 209-217.

#### References:

1. Biletska G.A. (2010) Development of ecotourism as a means of economic growth of Khmelnytsky region. *Bulletin of Khmelnytsky National University*. №10. Т 2, pp. 245–247.
2. Demko VS (2018) Business potential of ecological tourism: development prospects for Ukraine and the European Union. Volume I of the collection of reports in the form of articles of the XIV International Conference "Quality Strategy in Industry and Education". Compilers: Khokhlova TS, Stupak Yu.O. - Dniro-Varna, 218. - 396 p.
3. Ilyina M. (2014) Theoretical problems of research of rural areas as integral sociological, ecological and economic systems. *Economics of Nature Management and Environmental Protection*, 4 (28), - 2014. P. 112-115.
4. Kollegaev M. Yu. (2018) Modern development of ecological tourism in national parks of Ukraine. *Pedagogy of formation of creative personality in higher and general education schools*. - 2018. - Vip. 58–59, pp. 102–107.
5. Nikolaev KD (2016) Ecologization and development of rural green tourism in Ukraine: monograph. Kyiv: MP Drahomanov National Pedagogical University Publishing House, 153 p.
6. Nikolaev KD, Babikova K.O. (2009) Balanced nature management on the example of greening the tourism industry. *Bulletin of the Mykhailo Ostrogradsky State Pedagogical University*. Output. - 2009. - № 5 (58). Part 1, pp. 117–120.
7. Novytska SR (2013) Ecological tourism as a priority area of sustainable development of the tourism sector. *Scientific notes of Ternopil National Pedagogical University named after Volodymyr Hnatyuk*. Ser. : Geography. № 2, pp. 164–169.
8. Premovich, J., Bolevich, A., Vuyovich, S., Arsich, L., Milichevich, Z. (2013). Global environmental problems and sustainable tourism development, *Ecology*, 70, pp. 305-310.
9. On the Basic Principles (Strategy) of the State Environmental Policy of Ukraine for the period up to 2030: Law of Ukraine № 2697-VIII of 28.02.2019 [Online]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19#Text>
10. Trusova, N.V., Cherniavska, T.A., Pasieka, S.R., Hranovska, V.Hr., Prystemskyi, O.S., & Demko, V.S. (2020). Innovative clustering of the region in the context of increasing competitive positions of the enterprises of the tourist-recreational destination. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 31(3), 1126–1134. <https://doi.org/10.30892/gtg.31326-549>
11. Khalimovska IV (2016) Ecological tourism as a factor in the development of modern society / IV Khalimovska // *Humanitarian Bulletin of the Zaporozhye State Engineering Academy*. Vip. 67, pp. 89–96.
12. Zhuk, V. M., Vasylyshyn, S. I., Utenkova, K. O., Kovalova, O. V., Yarova, V. V., Skolotiy, I. V., & Kiryushina, L. Y. (2021). The accounting improvement of ecological activity and agroecosystems conservation. *Ukrainian Journal of Ecology*, 11(1), 209-217.

# ЕКОНОМІКА

УДК: 338.486; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-121-129

*Захарченко О.Г., к.е.н., доцент,  
olena.zakharchenko@tsatu.edu.ua*

*Бакіна Т.В., к.е.н., доцент,  
tatiana.bakina@tsatu.edu.ua*

*Почерніна Н.В., к.е.н., доцент  
nataliia.pochernina@tsatu.edu.ua*

*Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного*

## ПРОГНОЗ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

**Анотація.** В статті проаналізовані основні показники розвитку туризму в Україні, зокрема обсяги капіталовкладень, динаміку доходу від надання туристичних послуг, загальний вклад туризму в ВВП. Проведено структурний аналіз динаміки туристичних потоків України за 2013-2019 роки. Виявлена суттєва перевага виїзного туризму порівняно з внутрішнім туризмом. Побудовано регресійну модель, яка відображає залежність між кількістю внутрішніх туристів та такими факторними ознаками як: транспортний пасажирообіг, середній рівень заробітної плати та кількість туристичних агенцій.

**Ключові слова:** ринок туристичних послуг, внутрішній туризм, пасажирообіг, кореляційно-регресійна модель, прогноз.

**JEL code classification:** F47, L83

*Zakharchenko O.G., PhD, Ass. Prof.,*

*Bakina T.V., PhD, Ass. Prof.,*

*Pochernina N.V., PhD, Ass. Prof.*

*Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University*

## FORECAST OF DEVELOPMENT OF TOURIST SERVICES IN THE UKRAINIAN DOMESTIC MARKET

**Abstract.** In a pandemic, the economy must adapt to new conditions in order to minimize the risks that arise. One of the areas of the economy that is most affected by the pandemic is travel and tourism (T&T). If at the beginning of the XXI century tourism showed high indicators of development, then in 2020 the T&T sphere approached the limit of survival, according to many experts' estimates. An effective way to preserve the country's tourism potential under these conditions is to develop domestic tourism. This research aims to analyze the development indicators of the tourism sector in Ukraine and assess the prospects for the development of the domestic tourist services market based on a correlation and regression model.

An analysis of the main indicators of tourism development in Ukraine is presented in the article. In particular, these are such indicators as the volume of capital investments, the dynamics of income from the provision of tourist services, and the total contribution of tourism to GDP. A structural analysis of the dynamics of tourist flows in Ukraine for 2013-2019 was carried out. A significant advantage of outbound tourism in comparison with domestic tourism was revealed. A regression model was constructed. This model reflects the relationship between the number of domestic tourists and such factor characteristics as: transport passenger turnover, average salary level and the number of travel agencies. The inverse relationship between the dynamics of the number of domestic tourists and the number of travel agencies was revealed. It was concluded that it would be advisable for the state to encourage small forms of management in the tourism industry, which are focused on creating tourist products of local significance. A direct relationship between the average salary, passenger traffic and the number of domestic tourists was proved. The calculated forecast indicates the possibility of increasing the number of domestic tourists in Ukraine in 2020 by 6%, in 2021 by 6%, in 2022 by 5%.

Priority means and instruments of state regulation in the field of Ukrainian T&T were defined in order to stimulate the development of small forms of management. Among such means and instruments: the creation of specialized institu-

tions capable of coordinating tourism activities in the direction of implementing Sustainable Development Goals; public-private partnership; inter-municipal cooperation; the creation of tourism clusters; the latest financial means, including crowdfunding; information support and IT infrastructure and others. Attention was focused on the need to develop such promising types of Tourism for small businesses as: event, sports and recreation, environmental, gastro-nomic, wine, agricultural tourism, etc.

**Keywords:** tourism services market, domestic tourism, passenger turnover, correlation and regression model, forecast.

**Постановка проблеми.** Ринок послуг в Україні має велике значення для національної економіки. Туризм – є важливою складовою сфери послуг країни і на-сьогодні туристичний бізнес розглядається як найбільш перспективний напрям у вирішенні соціальних проблем, забезпечуючи створення додаткових робочих місць, зростання зайнятості та підвищення добробуту населення країни.

В багатьох країнах сфера туризму є відокремленою галуззю економіки. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), міжнародного неурядового громадського об'єднання з учасників індустрії туризму і подорожей внесок туризму у світовий ВВП в 2019р склав розмірі 8,9 трильйона доларів США (10,3% світового ВВП). Так, наприклад, в Макао на туризм припадає 91,3% ВВП, на Мальдівах - 56,6%, на Багамських островах - 43,3% ВВП [ 9]. Україна не відноситься до країн з розвиненою туристичною сферою, але країна має всі передумови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, однак суттєво програє в конкурентній боротьбі, відстаючи від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг. Поява пандемії в світі негативно вплинула на економіки всіх країн світу. Туризм є одним із тих секторів всесвітньої економіки, який в період з 11 березня 2020 по теперішній час, страждає найбільше у зв'язку з обмеженнями на пересування, внаслідок пандемії.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемами розвитку туристичної галузі, в тому числі і на світовому рівні займається досить багато науковців та практиків. Вітчизняні науковці Сущенко О.А., Касенкова К. В. Опанащук Ю.Я. та інші акцентують свою увагу, головним чином, на проблемах розвитку туристичної галузі та туристичного бізнесу в Україні в напрямку розробки маркетингових стратегій та рекламних кам-

паній для формування єдиного іміджу та створення бренду туристичної фірми, бренду міста, країни [6, 14]. Для передбачуваності сфери туризму у прийнятті рішень використовуються прогнози. Прогнозуванню розвитку туристичної галузі приділяється багато уваги як вітчизняними так і світовими науковцями. Так, Lijie Yin розробив прогноз туристичного потоку для нових районів сільського туризму Китаю з допомогою гравітаційної моделі [2]. В дослідженнях Yishuo Zhang, Gang Li, Birgit Muskat and Rob Law запропоновано підвищити точність прогнозування туристичного попиту за допомогою методу декомпозиції штучного інтелекту [4]. Іноземні дослідники Anyu Liu , Vera Shanshan Lin, Gang Li ,and Haiyan Song вивчали опубліковані прогнози Азіатсько-Тихоокеанської туристичної асоціації PATA та ними визначено фактори впливу на точність прогнозів, а саме, це горизонт прогнозування, коливання ВВП, коливання прибуваючих туристів, методи прогнозування та інші [1]. Науковці Long Wen , Chang Liu, Haiyan Song, and Han Liu дослідили ефективність вдосконаленої моделі MIDAS (модель MIDAS-SARIMA) з гнучкістю до врахування сезонної та несезонної динаміки ARMA в прогнозуванні щомісячного прибуття туристів до Гонконгу з Китаю [3].

Проблеми розвитку та прогнозування туристичної галузі України стали предметом багатьох досліджень науковців. І. С. Благун, Г. В. Лещук, М. В. Кифор проводили прогнозування розвитку туристичного бізнесу з побудовою прогностичної моделі оцінки туристичних потоків з урахуванням фактору адитивної сезонності на прикладі Івано-Франківської області [5]. Орлова В.В. зазначає, що є фактори невизначеності та ризику які потрібно враховувати в прогнозуванні і вони суттєво впливають на ефективність прогнозу [8]. Малков Д.І. прогнозував тенденції розвитку туристичного бізнесу за до-

помогою часових трендів порівнюючи Україну з Польщею [7]. В дослідженнях Шелемєтьєвої Т.В. по моделюванню та прогнозуванню розвитку туризму в Україні була визначена регресійна пряма залежність внеску туризму у ВВП України від підвищення рівня народжуваності і середньомісячної пенсії та обернена залежність від чисельності населення 16-59 років та часу [15].

На підставі ретельного аналізу публікацій, встановлено, що у вітчизняних дослідженнях на сучасному етапі не достатньо приділено уваги прогнозуванню туристичних потоків з використанням сучасного інструментарію економетричного моделювання, в тому числі з боку внутрішнього попиту. Враховуючи стрімкі зміни сучасного світу, туристичного бізнесу та фактор пандемії розроблені прогнози втрачають свою актуальність, тому необхідність оновлення та удосконалення наукових досліджень постійно зростає.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є проведення аналізу основних показників розвитку туристичної галузі в Україні за період з 2013-2019 рр. та визначення факторів впливу на кількість внутрішніх туристів за допомогою кореляційно-регресійного аналізу, а також розробка прогнозу кількості внутрішніх туристів на 3 роки.

**Методи дослідження.** Методологічну базу нашого дослідження сформовано з використанням математичних методів для економіки туристичного бізнесу, наукових праць, розробок і публікацій вчених та економістів, які досліджували туристичну галузь на вітчизняному та міжнародному ринку. Дослідження ґрунтується на системному підході до вивчення ситуації на сучасному ринку туристичних послуг. Авторами статті використано економіко-статистичні методи: абстрактно-логічного (при визначенні сучасних проблем та перспектив розвитку туристичних послуг на внутрішньому ринку України); середніх і відносних величин та рядів динаміки (при аналізі стану галузі туризму в Україні); екстраполяції (при визначенні прогнозних рівнів показників); кореляційно-регресійного аналізу (при визначенні тісноти зв'язку між певними групами показників та подальшому прогнозуванні); графічного (при

наочному зображенні економічних явищ і процесів у часі з урахуванням прогнозу).

**Результати дослідження.** Здійснюючи ґрунтовне дослідження розвитку туристичної галузі України за останні сім років можна визначити основні тенденції та особливості її функціонування. В нашому дослідженні використано показники, які сформовані Державною службою статистики в Україні та світовим атласом даних [10, 13]. Згідно з даними таблиці 1 за період з 2013 по 2019 роки в країні відбулось зростання капіталовкладень в туристичну галузь в 2,12 рази. Так, скорочення кількості екскурсійних бюро в 2014р. в 3,2 рази, кількості колективних засобів розміщення в 1,12 рази, кількості туристичних агентств в 1,3 рази зумовлено кризовими економічними та політичними умовами та збройним конфліктом. За період з 2014р. по 2019р. поступово відбулось відновлення кількості суб'єктів господарювання туристичної галузі. Якщо порівнювати з рівнем 2013р. в 2019р. спостерігається зростання колективних засобів розміщення на 4%, збільшилась кількість сільських зелених садиб на 38%, що зумовлено певною підтримкою на законодавчому рівні. Кількість туристичних агенств та екскурсійних бюро з 2015р. по 2019р. мають зростаючу тенденцію. Дослідниками не визначено чітких тенденцій в динаміці пасажирообігу в країні. Чисельність населення України за аналізований період зменшилась на 3,6 млн. чол. і складає 41,9 млн. чол. Темпи зростання середньої заробітної плати склали в 2016р. 24%, в 2019р. – 18% відповідно, так само спостерігається тенденція зростання доходів від надання туристичних послуг в 2016р. – 21%, в 2019р. – 18% відповідно. Зростання грошових показників зумовлено, в першу чергу, про наявність інфляційних імпульсів та про деяке пожвавлення туристичної сфери. В 2015р. доходи від туристичних послуг зросли на 80%, в подальшому відбувається постійне зростання, але меншими темпами росту за рік. Загальний вклад туризму в ВВП України складає в 2019р. 5,2%, що є найменшим значенням за весь досліджуваний період.

Таблиця 1. Динаміка основних показників розвитку туристичної галузі за період 2013-2019 рр. в Україні

	Показники	Роки						
		2013	2014 <sup>1</sup>	2015 <sup>1</sup>	2016 <sup>1</sup>	2017 <sup>1</sup>	2018 <sup>1</sup>	2019 <sup>1</sup>
1	Капіталовкладення в туристичну галузь, тис.євро	173,1	151,8	167,0	212,6	279,4	321,9	367,4
2	Кількість турагентів (фіз та юр. осіб), од	4032	3069	2547	2803	2802	3565	3903
3	Кількість екскурсійних бюро, од	477	149	135	151	169	199	223
4	Кількість колективних засобів розміщення, од	5138	4572	4341	4256	4115	4719	5335
5	Кількість зелених садиб, од	285	233	235	375	377	383	392
6	Пасажирообіг, млрд.пас.км	128,3	106,3	97,0	102,2	99,4	104,4	107,2
7	Середній рівень заробітної плати, євро	99,1	105,7	127,4	157,4	215,7	269,2	318,7
8	Чисельність населення країни, млн	45,5	42,9	42,8	42,6	42,4	42,2	41,9
9	Дохід від надання туристичних послуг, тис.євро	15634,0	12864,9	23100,0	27966,3	31856,7	36934,7	43500,6
10	Загальний вклад туризму в ВВП України, тис.євро	3379,6	2653,9	3246,0	3941,3	5070,9	5593,2	6161,0
11	Загальний вклад туризму в ВВП України,%	7,6	5,5	5,4	5,4	5,6	6,4	5,2
12	Кількість в'їзних туристів, тис ос	232	17	15	35	39	76	87
13	Кількість виїзних туристів, тис. ос	2519	2085	1647	2061	2290	4024	5525
14	Кількість внутрішніх туристів, тис. ос	537	323	357	453	477	457	520

Джерело: \*складено автором за даними [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

<sup>1</sup>Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції

Аналіз структури кількості туристів показує орієнтацію туристичних агентств переважно на виїзних туристів. Так кількість в'їзних туристів в Україну в 2013р. різко зменшилась в 13,6 рази у зв'язку з політичними та військовими подіями в країні. В 2019 році ситуація не набагато покращилась - до України в'їхало лише 37,5% іноземних туристів від рівня 2013р. Отже, Україна є переважно імпортером туристичних послуг. Кількість виїзних туристів за аналізований період збільшилась в 2,2 рази і склала 5,5 млн. осіб, що є 13% від чисельності населення України. Кількість внутрішніх туристів в 2019р. 520 тис. осіб, що складає 8,6% всіх туристів України. Населення України воліє до виїзного туризму, але динаміка кількості внутрішніх туристів з 2014р. стабільно зростаюча, що дає стимули для розвитку внутрішнього туризму.

Наші дослідження підтверджуються висновками експертів EBRD, що пов'язана з

туризмом економіка в Україні залежить здебільшого від внутрішнього туризму, а також внутрішньої складової виїзного туризму. При цьому в'їзний потік із-за кордону формує трохи більше третьої частини усієї економіки національного туризму. Для порівняння: у середньому частка в'їзного туризму в загальній сумі туристичних витрат у країнах ЄС складає 90 %8 [11].

Отже, наслідки пандемії COVID-19 мають бути не такими болючими як в інших європейських країнах, оскільки обсяг міжнародної туристичної складової України в загальній економіці туризму є набагато меншою [11].

Метою нашого подальшого дослідження була побудова моделі множинної регресії для визначення факторів впливу на кількість внутрішніх туристів України. Проведемо кількісний аналіз за допомогою програми Eviews та представлених даних у таблиці 1. Було підбрано і обраховано декілька варіа-

нтів кореляційно-регресійних моделей і обрано модель з найбільш значимим тісним зв'язком між змінними та результативною ознакою.

Для використання змінних в моделі було проведено перевірку стаціонарності рядів за допомогою тесту Діккі-Фуллера в програмному забезпеченні, всі ряди є стаціонарними. Для підвищення значущості обраних змінних

з результативною ознакою проведено логарифмування рядів та визначено умовні позначення змінних (таблиця 2).

Отже, оптимізована кореляційно-регресійна модель залежності логарифму кількості внутрішніх туристів від логарифму середньої заробітної плати в країні, логарифму пасажирообігу та логарифму кількості туристичних агентств представлена на рис.1.

Таблиця 2. Умовні позначення моделі

п/н	Змінна	Умовна одиниця	Умовні позначення	Логарифм змінної в EViews
1	Кількість внутрішніх туристів	тис.ос.	TUR	TURL
2	Середній рівень заробітної плати	грн	ZP	ZPL
3	Пасажирообіг	млрд.пас.км	PP	PPL
4	Кількість турагентів (фіз та юр. осіб)	од.	A	A2

\* Розрахунки авторів

Dependent Variable: TURL  
Method: Least Squares  
Date: 10/03/20 Time: 13:36  
Sample (adjusted): 2013 2019  
Included observations: 7 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ZPL	0.821881	0.087911	9.348989	0.0026
PPL	5.993984	0.705323	8.498213	0.0034
A2	-18.09463	2.781839	-6.504557	0.0074
C	15.73802	2.184123	7.205646	0.0055
R-squared	0.980038	Mean dependent var		12.99420
Adjusted R-squared	0.960076	S.D. dependent var		0.190086
S.E. of regression	0.037981	Akaike info criterion		-3.407906
Sum squared resid	0.004328	Schwarz criterion		-3.438814
Log likelihood	15.92767	Hannan-Quinn criter.		-3.789929
F-statistic	49.09564	Durbin-Watson stat		2.486539
Prob(F-statistic)	0.004759			

Рис.1. Кореляційно-регресійна модель кількості внутрішніх туристів

\* Розрахунки авторів

Отримана модель у вигляді рівняння регресії має наступний вигляд:

Substituted Coefficients:

=====

$$TURL = 0.82188 * ZPL + 5.99398 * PPL - 18.09463 * A2 + 15.74$$

Отримана модель є адекватною, про що свідчить рівень Prob, який менше 5%, та тіснота зв'язку підтверджена коефіцієнтом детермінації на рівні 0,98. Так, згідно отриманого рівняння регресії бачимо пряму залежність кількості внутрішніх туристів від зростання середньої заробітної плати та пасажирообігу. Зростання на 0,8% середньої

заробітної плати і на 6% пасажирообігу в країні збільшуватиме кількість внутрішніх туристів на 1%. А зростання кількості туристичних агентств негативно впливає на кількість внутрішніх туристів, що пов'язано з міжнародною орієнтацією туристичних агентств.

Графік регресії наочно демонструє адекватність моделі, тобто лінія модельних даних логарифма кількості внутрішніх туристів

розташована дуже близько до лінії фактичних даних (рис.2).

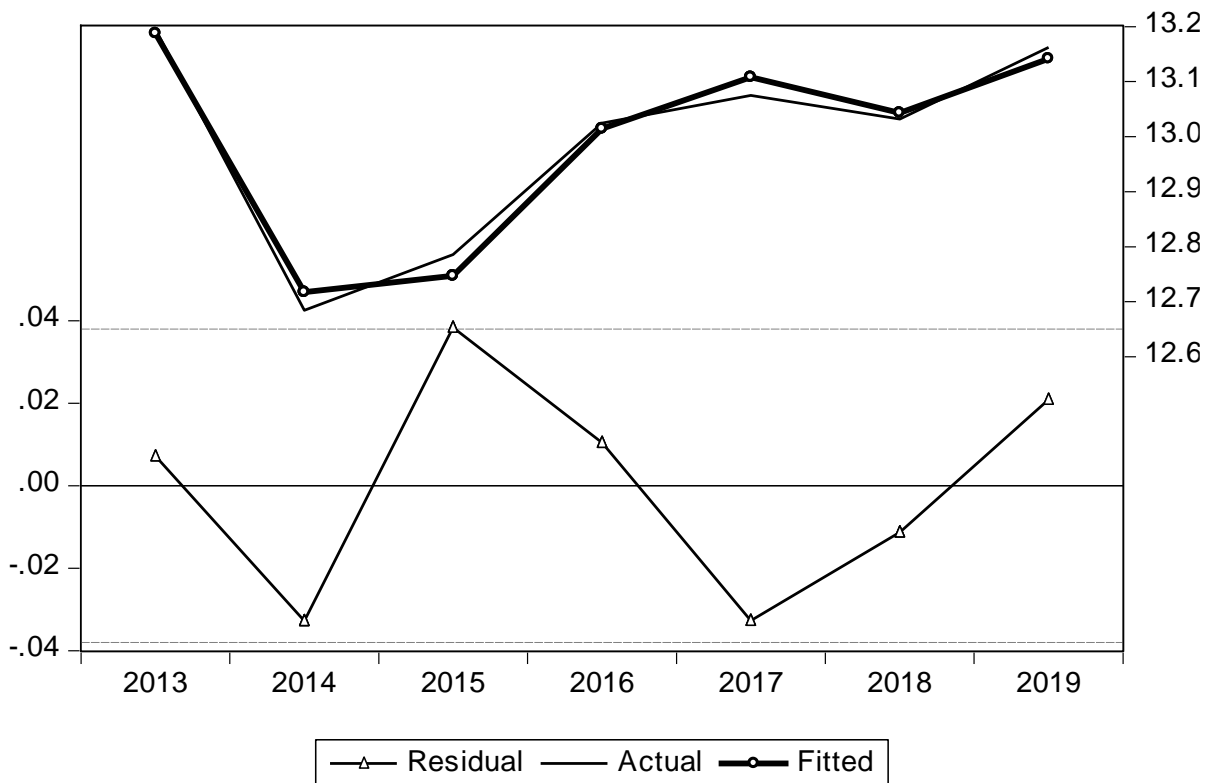


Рис.2. Графік кореляційно-регресійної моделі кількості внутрішніх туристів  
\* Розрахунки авторів

В програмному забезпеченні Eviews була проведена перевірка розрахованої моделі на відсутність гетероскедастичності за допомогою тестів Вайта та відсутність автокореляції за допомогою тесту Бройша-Годфрі. Тобто, в моделі постійна дисперсія випадкових помилок, що підтверджує ефективність оцінок, отриманих за допомогою методу найменших квадратів. отже, модель є адекватною з певним рівнем точності.

Подальші розрахунки в програмі на основі отриманої кореляційно-регресійної моделі

дали змогу побудувати прогноз на найближчі три роки.

З урахуванням карантинних обмежень в найближчі роки буде відбуватися скорочення кількості виїзних туристів до критично малих значень, що дає змогу передбачити зростання кількості внутрішніх туристів, особливо тих які розраховують на VIP-обслуговування. Такі умови вимагають від туристичної сфери стрімкого розвитку і відповідних сервісних умов, а також більш широкого асортименту туристичних продуктів.



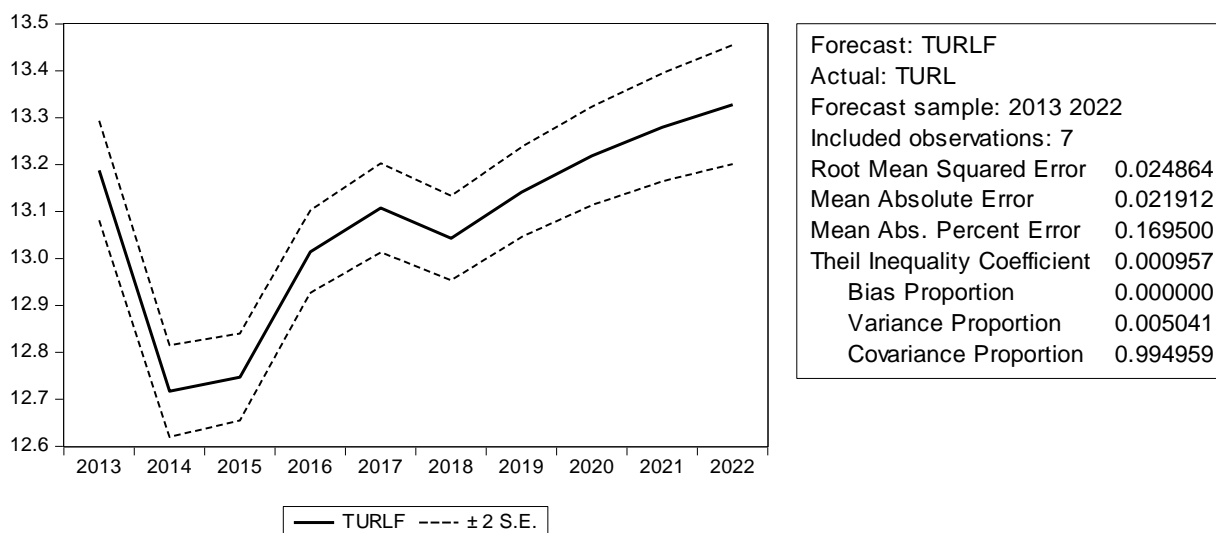


Рис.3. Прогноз на 2020 – 2022 рр. кількості внутрішніх туристів за кореляційно-регресійною моделлю.

\* Розрахунки авторів

Згідно розрахованих по моделі значень кількості внутрішніх туристів (таблиця 3) спостерігаємо зростання їх зростання за песимі-

стичним прогнозом до 541 тис. осіб, оптимістичним 697 тис. осіб в 2022р.

Таблиця 3. Модельні та прогнозні значення внутрішніх туристів України за 2013-2022 р.

Роки	Кількість внутрішніх туристів за моделлю		Залишки моделі	Песимістичний прогноз внутрішніх туристів		Оптимістичний прогноз внутрішніх туристів	
	TURL	Осіб		TURL	Осіб	TURL	Осіб
2013	13,19	533722,18	0,11	13,08	480003,96	13,29	593452,12
2014	12,72	333486,60	0,10	12,62	302388,12	12,82	367783,34
2015	12,75	343613,27	0,09	12,65	313219,39	12,84	376956,48
2016	13,01	448861,88	0,09	12,93	411021,52	13,10	490185,99
2017	13,11	492816,10	0,09	13,01	448174,98	13,20	541903,76
2018	13,04	461975,07	0,09	12,95	422296,56	13,13	505381,73
2019	13,14	509655,59	0,10	13,05	462988,39	13,24	561026,65
2020	13,22	550487,66	0,10	13,11	495716,14	13,32	611310,86
2021	13,28	585114,57	0,12	13,16	521446,01	13,39	656557,06
2022	13,33	614072,81	0,13	13,20	540894,41	13,45	697151,62

\* Розрахунки авторів

Розроблений прогноз щодо збільшення кількості внутрішніх туристів в Україні за оптимістичним сценарієм передбачає зростання в 2020 році на 9%, в 2021 р. на 7%, в 2022 р. на 6%. Отже, можна передбачити, що найближчі три роки українці обиратимуть власну країну для відпочинку. Так, за спостереженнями одного з телефонних операторів

України "Vodafone Україна" влітку 2020 року вже на популярних морських курортах України середньодобовий трафік склав 20ТБ і 13 ТБ відповідно, що на 37% і 55% більше в порівнянні з минулим 2019 роком [12].

**Висновки.** Україна має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього туризму. Це підтверджують такі аргументи:

наявність історичних пам'яток культури, наявність санаторно-курортних закладів, мінерально-лікувальні води, кліматичні умови, наявність різних природно-кліматичних зон. Позитивні наслідки розвитку внутрішнього туризму: зростання економіки регіону і країни; створення нових робочих місць; розвитку готельного та курортного бізнесу; збільшення доходів сільського населення завдяки розвитку сільського туризму, що надає можливість зберегти українські традиції та звичаї, розвивати туризм усіх видів.

Таким чином, туристична галузь України на протязі останніх 7 років була орієнтована на виїзний туризм. Так в 2019р. 91% всіх туристів України, це ті які відвідують інші країни. Вклад туризму в ВВП України є незначним порівняно з розвиненими країнами світу і складає 5,2% (2019р) саме з причин нерозвиненості внутрішнього та в'їзного туризму. За допомогою кореляційно-регресійної моделі була визначена пряма залежність кількості внутрішніх туристів від пасажирообігу і середньої заробітної плати. Тобто, удосконалення транспортної інфраструктури, підвищення рівня середньої заробітної плати та переорієнтація туристичних агентств на реалізацію внутрішнього туристичного продукту стимулюватиме внутрішній туризм. За нашими прогнозами в 2022р. максимальна кількість внутрішніх туристів складе 697 тис. осіб, що є на 34% більше фактичної кількості 2019 року. Але таке зростання для нашої країни не є остаточним, при загальній чисельності населення в 41,9 млн. чол туристична індустрія може залучати більшу кількість споживачів і не лише вітчизняних.

Туристична галузь України потребує значної активізації за допомогою інструментарію та засобів державного регулювання. В умовах пандемії необхідним є створення спеціалізованих інституцій, здатних координувати туристичну діяльність у напрямі реалізації Цілей Сталого Розвитку; розвиток державно-приватного партнерства та міжмуніципального співробітництва; створення туристичних кластерів; провадження новітніх фінансових засобів, у тому числі краунфандинг; підсилення інформаційної підтримки та розвитку ІТ-інфраструктури тощо. Поштовхом розвитку внутрішнього туризму є розширення перспективних і сучасних видів туризму, таких як: подієвий, спортивно-оздоровчий, екологічний, гастрономічний, винний, аграрний туризм тощо.

Туристична галузь України потребує значної активізації за допомогою інструментарію та засобів державного регулювання. В умовах пандемії необхідним є створення спеціалізованих інституцій, здатних координувати туристичну діяльність у напрямі реалізації Цілей Сталого Розвитку; розвиток державно-приватного партнерства та міжмуніципального співробітництва; створення туристичних кластерів; провадження новітніх фінансових засобів, у тому числі краунфандинг; підсилення інформаційної підтримки та розвитку ІТ-інфраструктури тощо. Поштовхом розвитку внутрішнього туризму є розширення перспективних і сучасних видів туризму, таких як: подієвий, спортивно-оздоровчий, екологічний, гастрономічний, винний, аграрний туризм тощо.

#### Список літератури:

1. Anyu Liu, Vera Shanshan Lin, Gang Li, and Haiyan Song. Ex Ante Tourism Forecasting Assessment. Journal of Travel Research. November, 2020: 1–18
2. Lijie Yin (2020) Forecast without historical data: objective tourist volume forecast model for newly developed rural tourism areas of China, Asia Pacific Journal of Tourism Research, 25:5, 555-571
3. Long Wen, Chang Liu, Haiyan Song, and Han Liu. Forecasting Tourism Demand with an Improved Mixed Data Sampling Model Journal of Travel Research. March, 2020: 1–18
4. Yishuo Zhang, Gang Li, Birgit Muskat and Rob Law. Tourism Demand Forecasting: A Decomposed Deep Learning Approach. Journal of Travel Research. June, 2020: 1–17
5. Благун І. С. Прогностична модель оцінки туристичних потоків з урахуванням фактора адитивної сезонності на прикладі Івано-Франківської області [Електронний ресурс] / І. С. Благун, Г. В. Лещук, М. В. Кифор // Проблеми економіки. - 2019. - № 4. - С. 250-256. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Рекон\\_2019\\_4\\_33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Рекон_2019_4_33)
6. Косар Н. Дослідження розвитку туризму в умовах кризи / Н. Косар, Н. Кузьо // Актуальні проблеми економіки. - 2016. - №2 (176), С. 115-125
7. Малков Д. І. Прогнозування розвитку туристичного та харчового бізнесу України та Польщі [Електронний ресурс] / Д. І. Малков // Бізнес Інформ. - 2019. - № 9. - С. 152-160. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2019\\_9\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2019_9_23)
8. Орлова В. В. Особливості розробки прогнозів розвитку туристичної галузі. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2012. № 8 (1). С. 223–227.
9. Офіційний сайт Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC) / - Режим доступу: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>
10. Офіційний сайт Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
11. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні (Оновлення до документу «дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні»). URL: [http://www.ntoukraine.org/covid19\\_ua.html](http://www.ntoukraine.org/covid19_ua.html) (дата звернення: 21.01.2021).
12. Сайт інформаційного агенства Ітерфакс-Україна. URL: <https://interfax.com.ua/news/telecom/673327.html> (дата звернення: 21.01.2021).
13. Світовий атлас даних. Світова та регіональна статистика. URL: <https://knoema.ru/atlas/topics/Туризм>
14. Сущенко О. А., Касенкова К. В. Територіальний брендинг як інструмент розвитку туристично-рекреаційного комплексу. Економічні інновації. 2019. Том 21. Вип. 2 (71). С. 139-149.

15. Шелеметьєва Т. В. Моделювання та прогнозування розвитку туризму в Україні в умовах трансформації національної економіки [Електронний ресурс] / Т. В. Шелеметьєва // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2019. - Вип. 26(1). - С. 131-136. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg\\_2019\\_26\(1\)\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_26(1)_27)

**References:**

1. Anyu Liu , Vera Shanshan Lin , Gang Li ,and Haiyan Song. Ex Ante Tourism Forecasting Assessment. Journal of Travel Research. November, 2020: 1 –18
2. Lijie Yin (2020) Forecast without historical data: objective tourist volume forecast model for newly developed rural tourism areas of China, Asia Pacific Journal of Tourism Research, 25:5, 555-571
3. Long Wen , Chang Liu, Haiyan Song , and Han Liu. Forecasting Tourism Demand with an Improved Mixed Data Sampling Model Journal of Travel Research. March, 2020: 1 –18
4. Yishuo Zhang, Gang Li, Birgit Muskat and Rob Law Tourism Demand Forecasting: A Decomposed Deep Learning Approach. Journal of Travel Research. June, 2020: 1 –17
5. Blagun I.S. (2019) Proghnostychna modelj ocinky turystychnykh potokiv z urakhuvannjam faktora adytyvnoji sezonnosti na prykladi Ivano-Frankivskoji oblasti [Prognostic model of estimating tourist flows taking into account the factor of additive seasonality on the example of Ivano-Frankivsk region]. Problems of economy [Electronic resource], no. 4, 250-256 pp. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon\\_2019\\_4\\_33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2019_4_33)
6. Kosar N. (2016) Doslidzhennja rozvytku turyzmu v umovakh kryzy [Research of tourism development in a crisis Actual problems of economy]. Actual problems of economy, vol. 2, no. 176, 115-125 pp.
7. Malkov D.I. (2019) Proghnozuvannja rozvytku turystychnogho ta kharchovogho biznesu Ukrainy ta Polshhi [Forecasting the development of tourism and food business in Ukraine and Poland]. Business Inform [Electronic resource], no 9, 152-160 pp. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2019\\_9\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2019_9_23)
8. Orlova V.V. (2012) Osoblyvosti rozrobky proghnoziv rozvytku turystychnoji ghaluzi [Features of development of forecasts of tourist branch development]. Current problems of economic development of the region, vol. 8, no.1, 223–227pp.
9. Official website of the World Tourism and Travel Council (WTTC). Available at: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>
10. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>
11. The COVID-19 pandemic and its implications for the tourism sector in Ukraine (Update to the document “Roadmap for Competitive Tourism Development in Ukraine”). Available at: [http://www.ntoukraine.org/covid19\\_ua.html](http://www.ntoukraine.org/covid19_ua.html) (access date: 21.01.2021).
12. Website of the Interfax-Ukraine news agency. Available at: <https://interfax.com.ua/news/telecom/673327.html> (access date: 21.01.2021).
13. World data atlas. World and regional statistics. Available at: <https://knoema.ru/atlas/topics/ Tourism>
14. Sushchenko O.A., Kasenkova K.V. (2019) Terytorijnyj brendynggh jak instrument rozvytku turystychno-rekreatijnogho kompleksu [Territorial branding as a tool for the development of tourist and recreational complex]. Economic innovations, vol. 21, no. 2 (71), 139-149pp.
15. Shelemetyeva T.V. (2019) Modeljuvannja ta proghnozuvannja rozvytku turyzmu v Ukraini v umovakh transformaciji nacionalnoji ekonomiky [Modeling and forecasting of tourism development in Ukraine in terms of transformation of the national economy]. Scientific Bulletin of Uzhgorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy [Electronic resource], vol. 26, no. 1, 131-136 hh. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg\\_2019\\_26\(1\)\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_26(1)_27)

УДК 631.115.1 323.325 (477); DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-137-146

Збарський В.К., д. е. н., професор,  
Збарська А.В., к.е.н., доцент  
Національний університет біоресурсів і природокористування України

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ

**Анотація.** Наведена оцінка сучасного стану, тенденцій та основних напрямів подальшого розвитку фермерських господарств України. Доведено, що зростання кількості фермерських господарств в Україні пов'язане із легалізацією бізнесу та державною підтримкою фермерської діяльності; агробізнес навіть в невеликих і середніх масштабах стає рентабельним, і частина позитивної динаміки викликана органічним приростом кількості фермерських господарств. Виявлена відсутність кардинальних змін у їх динаміці; визначені основні чинники, що гальмують розвиток фермерських господарств в державі. Основні проблеми функціонування фермерських господарств, що вимагають вирішення у правовому полі: недосконалість механізму довгострокового кредитування та оподаткування фермерських господарств; недостатність розмірів земельних наділів для ведення ефективного господарювання, відсутність проектів землеустрою щодо еколого-економічного обґрунтування сівозмін та впорядкування угідь; велика кількість документів, необхідних для отримання державної допомоги. Встановлено, що для підвищення конкурентоспроможності фермерських господарств інвестиційна діяльність має охоплювати впровадження інвестицій у модернізацію виробництва. Обґрунтована необхідність розвитку фермерських господарств як однієї з головних умов соціально-економічного розвитку сільських територій та збереження продовольчої й екологічної безпеки держави.

**Ключові слова:** малі форми господарювання, менеджмент, фермер, конкурентоспроможність, ефективність.

**JEL code classification: Q12**

Zbarsky V. K., Doctor of Economics, Professor,  
Zbarska A. V., PhD, Ass. Prof.  
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

## FEATURES OF UKRAINE FARMS DEVELOPMENT

**Abstract.** The study of such concepts as "farming", "competitiveness of business structures", "agribusiness", etc. remains relevant. Unresolved problem of unification of categories that reflect the dynamics of development of business entities in the agricultural sector. In determining the structure of farming and substantiating a new approach to the characteristics of this category, the analysis of different points of view of agricultural economists plays a decisive role. Determining the features of the current state of farms will make it possible to determine the main directions and factors of development that allow it to accelerate, or conversely restrain in the event of an increase in their total or individual impact.

The estimation of the current state, trends and main directions of further development of Ukrainian farms is presented. It is proved that the growth of the number of farms in Ukraine is related to the legalization of business and state support for farm activity; agribusiness even on a small to medium scale becomes profitable, and part of the positive dynamics is caused by an organic increase in the number of farms. The absence of radical changes in their dynamics is revealed. Identified the main factors hampering the development of farms in the state. To the main problems of functioning of farms, which require a solution in the legal field: the imperfection of the mechanism of long-term lending and taxation of farms; lack of land parcels for efficient management, lack of land management projects regarding ecological and economic justification of crop rotation and landscaping; a large number of documents required for state aid. It has been established that in order to increase the competitiveness of farms, investment activity should cover the introduction of investments in the modernization of production. The necessity of development of farms as one of the main conditions of social and economic development of rural territories and preservation of food and ecological safety of the state is substantiated.

**Key words:** *small forms of management, entrepreneurship, farming, development, competitiveness, efficiency.*

**Постановка проблеми.** Нині актуальним залишається дослідження таких понять як „фермерське підприємництво”, „конкурентоспроможність підприємницьких структур”, „агробізнес” тощо. Невирішена проблема уніфікації категорій, які відображають динаміку розвитку суб’єктів підприємницької діяльності в аграрній сфері. У визначенні ж структури фермерського підприємництва і обґрунтуванні нового підходу до характеристики названої категорії, аналіз різних точок зору вчених-економістів аграрників відіграє чи не визначальну роль. Визначення особливостей сучасного стану фермерських господарств дасть змогу визначити основні напрями і чинники розвитку, що дозволяють його прискорити, або навпаки стримати у разі збільшення їх сукупного чи індивідуального впливу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні та практичні аспекти становлення і розвитку фермерських господарств, особливості їх функціонування в сучасних умовах та перспективи розвитку фермерства як складової аграрного підприємництва досліджували економісти-аграрники: В. П. Горьовий, В. К. Збарський, М. Й. Малік, В. Я. Месель-Весляк, М. І. Кісіль, М. М. Кропивко, Ю. О. Лупенко, М. В. Савка, П. Т. Саблук, М. Г. Шульський та ін.

При визначенні сутності фермерського підприємництва як економічної категорії, деякі дослідники виключають можливість його характеристики з точки зору організаційно-економічних відносин [5, 7, 12]. На їх думку, сутнісна оцінка фермерських господарств зводиться лише до відносин власності на землю.

Такий висновок вимагає осмислення, оскільки в розумінні сутності явища слід виходити із його дійсного джерела. Якщо оцінювати фермерське підприємництво лише з позицій відносин власності на землю, то імпульсом його розвитку визнається певна форма привласнення. Однак, фермерські господарства можуть пропонувати сільськогосподарські товари на ринку, але при цьому не бути власниками засобів виробництва. Різні форми власності опосере-

дкуюються організаційно-економічними відносинами, які сприяють розвитку малих, середніх і великих ферм.

**Власні дослідження.** Фермерське господарство, як організаційна форма господарювання за комплексом ознак схоже до інших сільськогосподарських підприємств, однак вирізняється порівняно з ними меншими обсягами господарської діяльності. Фермерському укладу притаманні усі характерні ознаки сільськогосподарського виробництва, які обумовлюються складністю, різноманітністю, непередбачуваністю і, безумовно, певним ризиком у процесах виробництва, зберігання, переробки та збуту продукції. Фермерство – це не стільки форма організації праці, виробничий осередок, скільки сфера життєдіяльності селянина, його спосіб життя, який включає види професійної діяльності, форми становлення ділових відносин і контактів у процесі виробництва і реалізації продукції, спосіб мислення та психології селянина, його соціальне становище і статус. Фермерське господарство – тип сільськогосподарського підприємства, що діє на основі підприємництва, передбачає безпосередньо самостійну систематичну діяльність власника, який, володіючи матеріальними ресурсам і землею, на власний розсуд і ризик здійснює діяльність з виробництва, виконання робіт, надання послуг з метою отримання прибутку [10, 14].

Отже, у визначенні поняття фермерство як форми організації виробництва товарної сільськогосподарської продукції є різні тлумачення. Тут немає єдності у визначенні зазначеного формулювання. Зокрема, окремі вчені-економісти вважають цю організаційно-правову форму господарювання на землі другорядною.

Для фермерського підприємництва принципове значення мають відносини власності на землю, а також передумовами його становлення виступають – поділ праці, спеціалізація, концентрація і комбінування виробництва. Це їх критеріальна ознака, на основі якої вони входять в предмет дослідження економічної науки.

У роботах окремих дослідників фермерське підприємництво зводиться до особливого виду економічної активності, яка базується на самостійній ініціативі, відповідальності і інноваційній ідеї фізичних осіб.

Процес становлення фермерського підприємництва і складових його суб'єктів не може бути відсунутим на другорядний план. Це засвідчує необхідність стабілізації відносин виробництва сільськогосподарської продукції і її доставки споживачу завдяки використанню формальних інститутів, що сприяють розвитку фермерських господарств. Їх не слід відносити до однієї групи з адміністративними методами, реалізація яких за рахунок прямого державного впливу на економічних суб'єктів має, як правило, негативні наслідки, які проявляються на макро-, мезо- і мікрорівнях.

На різних рівнях міжгалузевих відносин, фермерське підприємництво зазнає різних видів витрат, мінімізація яких обумовлює його ефективність. На етапі формування засобів виробництва формуються затрати виробництва сільськогосподарської продукції, на стадії ринкового обміну між фермерськими господарствами і їх партнерами – виникають трансакційні витрати, на рівні взаємовідносин фермерів з органами державної влади – складаються організаційні витрати.

Формування трансакційних витрат обумовлюється відносинами виробництва і купівлі-продажу на відкритих ринках, так як у реальній економіці будь-який акт обміну є джерелом певних витрат. Дані затрати характеризуються як витрати збору і обробки інформації, витрати, пов'язані з веденням фермерами переговорів і прийняттям рішень, а також з контролем і юридичним захистом виконання того чи іншого контракту.

Міжгосподарські відносини фермерських господарств характеризуються двома типами витрат, які відображають специфіку їх ринкової і виробничої діяльності. Причому, сукупні витрати індивідуальних і сімейних ферм зростають на величину трансакційних і організаційних витрат по мірі концентрації і комбінування виробництва. В процесі розвитку фермерського підприємництва, при використанні засобів виробництва, вони доповнюються виробничими витратами по забезпеченню функціонування суб'єктів підприєм-

ницької діяльності в галузях рослинництва і тваринництва.

Звідси випливає, що в процесі трансформації фермерського підприємництва в систему агробізнесу інституціональний попит формують суб'єкти приватної власності на землю і майно з метою мінімізації витрат, які виникають при відсутності названого інституту. При цьому, величина трансакційних витрат виступає не лише показником міри недосконалості ринків, але й вираженням витрат відсутності інституту приватної власності. У зв'язку з чим, пропозицію цього інституту доцільно відобразити через витрати по його формуванню і реалізації.

У параметрах економіки, стимулювання розвитку фермерських господарств забезпечує їх трансформацію в організаційно-управлінську структуру агробізнесу. Індивідуальні і сімейні ферми самоорганізуються у виробничо-комерційні формування, сукупність яких являє собою чітко виражену частину системи міжгосподарських відносин. Таким чином, фермерське підприємництво стає перехідною формою до агробізнесу, який опосередковує взаємозв'язок сільського господарства, промисловості і торгівлі.

Узагальнюючи вищевикладене, можна зробити висновок про те, що фермерське підприємництво самореалізує економічні відносини суб'єктів товарного виробництва в результаті спеціалізації, концентрації і комбінування виробництва для мінімізації виробничих, трансакційних і організаційних витрат. З метою реалізації названої задачі використовуються економічно ефективні фермерські господарства, які є конкурентоспроможними по відношенню до інших сільськогосподарських товаровиробників.

Ефективність дрібних господарств і крупних виробничо-комерційних структур проявляється в результаті їх функціонування на практиці. І якщо будь-яка форма економічної організації тривалий час існує, то вона є ефективною, оскільки в процесі конкурентної боротьби виживають сильніші, адаптовані до ринку інститути.

Таким чином, фермерське підприємництво, на наш погляд, правомірно розглядати як вільне економічне господарювання в галузях рослинництва і тваринництва, яке здійснюється фермерами, дає змогу їм одержувати

дохід, достатній для виробництва конкурентоспроможної продукції.

Можливість надання умов, які сприяють розвитку матеріально-технічної бази, оновленню і реконструкції виробничих потужностей фермерських господарств, впровадженню прогресивних технологій і гарантії збуту готової продукції є передумовами формування і розвитку фермерського підприємництва. Налагодження виробничих контактів з господарствами різних форм власності забезпечує включення цих підприємств в систему відносин виробництва, розподілу, обміну і споживання сировини або готової продукції сільського господарства.

Виробничо-господарська самостійність суб'єктів, які включаються в дану систему за допомогою інституту договору, не роз'єднує, а консолідує індивідуальні і сімейні ферми у відтворювальній структурі агробізнесу, посилюючи конкурентоспроможність кожної з них. В умовах ринку технологічна єдність продавця і покупця забезпечується через договір, який являє собою організаційно-економічний спосіб узгодження виробництва і споживання. У даному випадку договір виступає такою інституціональною формою ринкових зв'язків, яка забезпечує участь економічно і юридично самостійних фермерських господарств в єдиному відтворювальному процесі.

**Результати досліджень.** Таким чином, наші дослідження свідчать, що *фермерське підприємництво* характеризується ефективністю діяльності індивідуальних і сімейних ферм, органічним зв'язком виробництва, переробки і реалізації продуктів при мінімізації витрат з метою досягнення ними конкурентоспроможності продукції і ведення розширеного відтворення.

Ми переконані, що визначення фермерського підприємництва, як системи виробничо-комерційного господарювання, ґрунтується на його аналізі в якості відтворювальної структури. Оскільки дана структура існує у середовищі саморозвиваючих відносин, вона характеризується здатністю саморегулювання. І дійсно, виробництво товарів сільськогосподарського походження здійснюється у постійно повторюваному відновленні в умовах єдиного технологічного циклу при стимулюючому впливі з боку держави. На осно-

ві функціональних зв'язків між галузями, які виробляють сировину, переробляють її і постачають готову продукцію споживачу, формуються різні види фермерського підприємництва. Як показано на рис.1, до них відносяться: виробниче, комерційне і консультативне підприємництво в межах функціонування фермерських господарств.

Традиційно підприємництво в аграрній сфері характеризується як система, яка включає галузі, що обслуговують сільське господарство, власне сільське господарство і переробну промисловість. Ми пропонуємо включати ще один елемент – сферу маркетингу, як показник затрат упакування, зберігання і доставки фермерської продукції до споживача.

Проте, система економічних відносин між суб'єктами фермерського підприємництва, яка виникає в процесі виробництва і доведення сільськогосподарської продукції до споживача, ще не у повній мірі розкриває його внутрішні властивості. Для обґрунтованої характеристики досліджуваної категорії слід усвідомити відношення зазначеного бізнесу до інших ринкових форм. Взаємозалежність фермерського підприємництва і агробізнесу підкреслює об'єктивний характер товарно-грошових відносин, відображає суспільно-історичне явище. Звідси агробізнес можна ототожнювати з новою формою міжгосподарських зв'язків, які встановлюються з приводу задоволення індивідуальних потреб у продукції сільського господарства, і ставити знак рівності між агробізнесом і фермерським підприємництвом.

З метою обґрунтування економічної сутності фермерського бізнесу, а також визначення залежності фермерських господарств від їх конкуренто-спроможності, представляється логічним використовувати історико-генетичний метод дослідження передумов формування і розвитку інституту підприємництва в сільському господарстві (рис.1). В межах натурального обміну у формі промислів, землеробства і тваринництва появляються перші елементи галузевої структури підприємництва в аграрній сфері. З моменту виникнення ремесла, яке було прототипом промисловості, в умовах общинного способу ведення господарської діяльності, землеробство забезпечується засобами виробництва,

за допомогою яких сільськогосподарська продукція аграрного походження сировина трансформується у перероблений



Рис. 1. Види фермерського підприємства

Зростання виробництва тваринницької продукції вимагає міжгалузевої взаємоув'язки, збільшення обсягів виробництва кормів, а також введення в їх виробництво процесів переробки і зберігання. Внаслідок виділення землеробства і ремесла у самостійні галузі виробництва, формуються передумови до утворення системи відносин виробництва засобів праці, сільськогосподарського виробництва, переробки, розподілу і споживання продуктів в межах громади. В умовах натурального господарства сфера переробки тваринницької сировини опосередковує відносини його виробництва і споживання в одному технологічному процесі.

Активізація участі промисловості в виробництві продукції рослинництва і тваринництва для одержання готових до споживання продуктів харчування і непродовольчих ви-

робів характеризує об'єктивно необхідний процес. Незважаючи на те, що сільське господарство базується на ручній праці виробників без механічної обробки землі, організація виробництва, розподілу, обміну і споживання сільськогосподарської продукції набуває системного характеру.

Індивідуальні селянські господарства поступово трансформуються у формування, які поєднують товарне виробництво з домашнім промислом. Окремі технологічні операції в організаційно-економічному відношенні ув'язуються в ланцюжку послідовних стадій виробництва сільськогосподарських продуктів [5].

З метою забезпечення товарності продукції сільського господарства підсобні приміщення селянських дворів переобладнуються у підрозділи, які виконують функції її збері-



гання і переробки. Маючи вихід на ринок і користуючись послугами домашньої промисловості, виробники вилучають не лише необхідний продукт для себе і своїх сімей, але й додатковий – для індивідуальних споживачів. Шляхом біологічної індустрії суб'єкти підприємництва в аграрній сфері забезпечують збільшення обсягів сільськогосподарського виробництва і доставку готової продукції до місця її споживання.

Існуючі форми земельної ренти, спочатку – продуктової, а потім – грошової, сприяють активізації підприємницької діяльності в сільському господарстві. Забезпечуючи доставку додаткового продукту власникам землі, виробники переробляють більшу частину рослинницької і тваринницької сировини за допомогою виробничого споживання засобів виробництва. Відправляючи готову продукцію на ринок, який досить часто знаходиться на великій відстані від сільської місцевості, виробники прагнуть забезпечити її максимальне зберігання і відповідний товарний вигляд.

Разом з тим, ряд авторів пов'язує становлення підприємництва в сільському господарстві з виникненням маркетингу і розвитком індустріальних технологій в сільськогосподарському виробництві. На їх думку, початок формування підприємницької діяльності в аграрній сфері покладено у зв'язку з розширенням можливостей застосування маркетингу на внутрішньому ринку [9].

Таке трактування, на наш погляд, є не зовсім вірним, оскільки введення маркетингового обслуговування в сільськогосподарському виробництві та інших поєднаних з ним галузях відображає лише частину загального технологічного процесу в системі агробізнесу. Воно вказує, головним чином, на стан матеріально-технічної бази суб'єктів підприємницької діяльності. Використання маркетингу і впровадження досягнень забезпечує перетворення сільськогосподарської праці в різновидність індустріальної, але не впливає на активізацію підприємництва в галузях рослинництва і тваринництва.

Внаслідок підвищення індивідуальних потреб фермерське підприємництво трансформується у складову частину системи агробізнесу, що сприяє збільшенню обсягів сільськогосподарського виробництва. Виробниче

споживання машин фермерськими господарствами підвищує стійкість міжгалузевих відносин і розвиває процес відтворення в галузях рослинництва і тваринництва. Залучення промисловості до виробництва продовольчих товарів дає змогу підприємцям одержувати більший прибуток, завдяки впровадженню безвідходних технологій і своєчасній доставці продукції споживачу, в необхідному йому вигляді, у зручний для нього час та місце [9].

Використовуючи постійний зв'язок із сектором маркетингу системи агробізнесу та на основі точного обліку даних, фермерські господарства розвивають взаємодію відносин виробництва із відносинами обміну. Поєднання інформації, що надходить до фермерів із сфери обміну з виробництвом, побудоване на систематичному маркетинговому аналізі попиту і своєчасній зміні пропонованого асортименту товарів, народжує нові та більш складні міжгалузеві зв'язки. Внаслідок поділу праці і галузевої диференціації, функціональна структура фермерського підприємництва доповнюється комерційною діяльністю.

Зазначений процес характеризується доцільністю розвитку виробничо-комерційного виду фермерського підприємництва для впорядкування взаємозв'язків між частинами цілого і новими елементами ринкової системи, які виникнуть на основі поглиблення спеціалізації і концентрації виробництва. При дослідженні цього закономірного явища слід розрізняти критеріальні риси агробізнесу і підприємництва в сільському господарстві на основі їх міжкатегоріального аналізу. Перш за все, ці категорії не є однопорядковими, оскільки сутнісною ознакою системи агробізнесу виступає об'єднання галузей, пов'язаних між собою цільовим призначенням. Її критеріальна особливість полягає в тому, що агробізнес відображає процес, спрямований на реалізацію не одиничної, а системної задачі.

Система, як обумовлена економічною доцільністю єдності складових частин, має більшу стійкість, ніж її частина чи сукупність елементів цілого. Характерними ознаками системи є цілісність, завершеність і упорядкованість взаєпоповнюючих одна одну підсистем. На відміну від завершенної відтво-

ривальної структури агробізнесу, фермерське підприємництво є відкритим і таким інститутом виробничої діяльності фермерських господарств, що динамічно розвивається.

Як форма міжгосподарських зв'язків, фермерське підприємництво сприяє підвищенню ступеня концентрації капіталу і зростанню економічної ефективності товарного виробництва. Обумовленість підприємницької діяльності фермерів поділом праці і ускладненням функціональної структури, вказує на доцільність використання економічних інструментів державного забезпечення його конкурентоспроможності [6].

Разом з тим, однією з основних передумов формування інституту фермерського підприємництва є відносини приватної власності на засоби виробництва. Безумовно, власність, як передумова будь-якого виробництва, а також ефективність, як його цільова спрямованість, є характерними рисами будь-якого підприємництва, в тому числі і сільськогосподарського. Однак, основою формування інституту фермерського підприємництва є приватна власність на землю і майно індивідуальних підприємців. Перехід від матеріальної основи критеріального визначення бізнесу в сільському господарстві до закріплення пріоритету за відносинами власності на результати сільськогосподарського виробництва включає у його сферу виробничу, комерційну, в тому числі і посередницьку діяльність.

До економічної основи функціонування іншої сфери фермерського підприємництва відноситься також і усупільнена форма власності, яку представляють партнерства, фер-

мерські кооперативи, корпорації і асоціації. В силу цього, приватна власність, у її різних формах, виступає передумовою становлення і розвитку фермерського підприємництва в державах з економікою ринкового типу.

Проте, в сучасній економіці виробництво і реалізація сільськогосподарської продукції можуть організовуватися не власниками засобів виробництва, а орендарями чи менеджерами. При цьому, для фермерів-виробників відносини оренди мають лише тимчасове значення, що дозволяє забезпечувати організацію виробництва, розподілу, обміну і споживання сільськогосподарської сировини на простій відновлювальній основі [7].

Оскільки підприємництво є важливим фактором виробництва в ринковій економіці, організація бізнесу в сільському господарстві передбачає використання переважно приватної форми власності, яка сприяє залученню капіталу в галузі переробки та торгівлі з подальшим спрямуванням інвестицій в аграрну сферу для поглиблення її спеціалізації (рис.2) [5].

Розробка оптимальних варіантів структури виробництва розвитку фермерського господарства показує, що воно може бути описано (формалізовано) як складна імовірнісна і динамічна система, яка утворює сукупність функціональних (технологічна, економічна, соціальна) і організаційних (за формою власності і правовим статусом, розміром та характером діяльності) підсистем.

Функціональні підсистеми виражають сутність, а організаційні – форму їх функціонування.

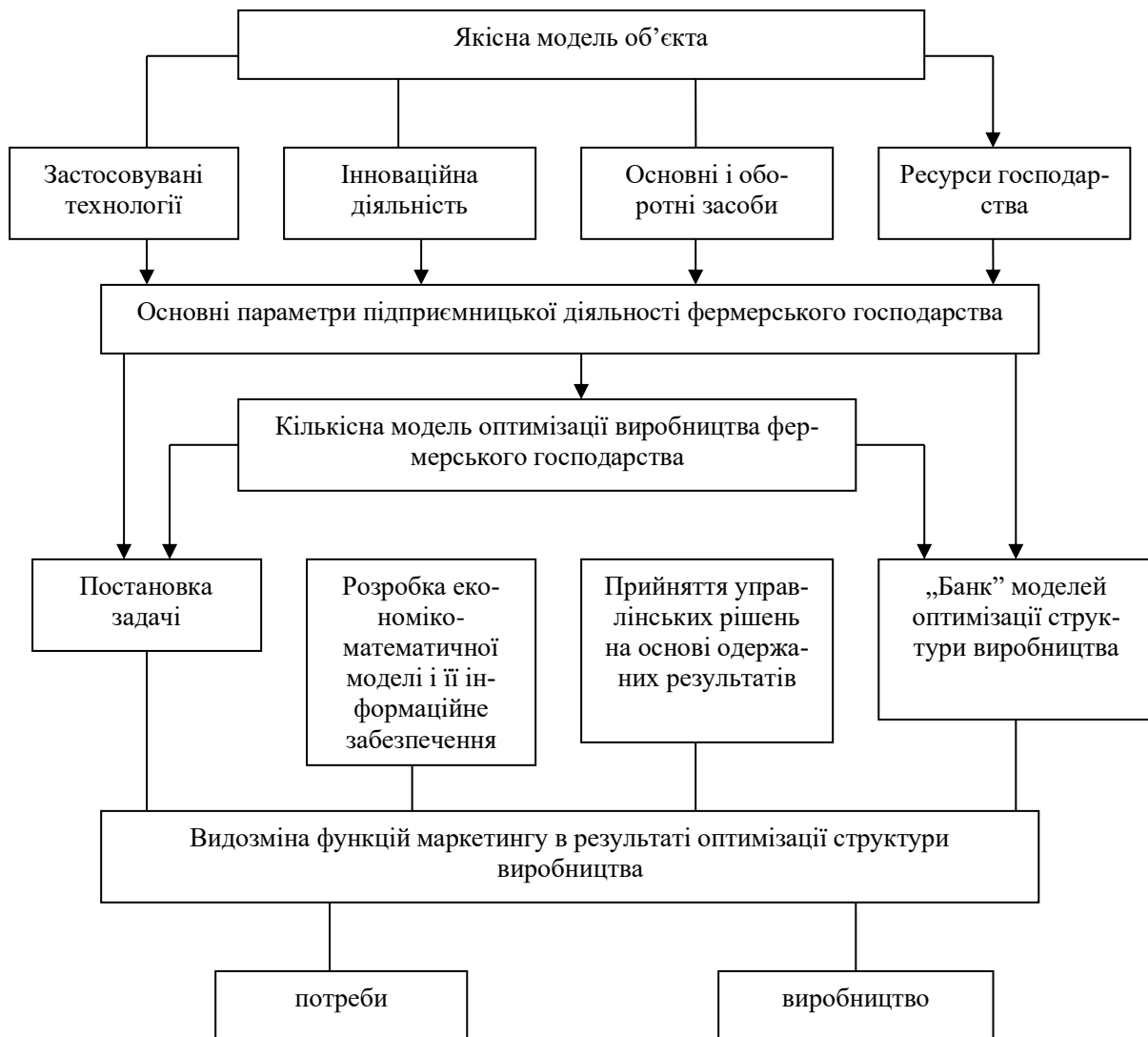


Рис.2. Модель підприємницької діяльності фермерського господарства

Розроблені функціональні моделі формування оптимальної структури і розмірів виробництва фермерських господарств методами оптимізації є основою планування ресурсів виробництва і бізнес-планування [8].

Це пов'язано з тим, що нова економічна ситуація ставить перед фермерами ряд задач, що раніше ними не розглядалися. Серед найважливіших задач, що постають перед фермерами в сучасних умовах, можна виділити:

- підвищення конкурентної боротьби на внутрішньому і зовнішньому ринках;
- необхідність вирощувати продукцію відповідно до кон'юнктури ринку, а не за довгостроковими перспективними планами;
- необхідність оперативного прийняття управлінських рішень у складній економічній і проблемній ситуаціях;

- зміцнення зв'язків між постачальниками, виробниками і споживачами.

На основі цього при математичному моделюванні сільськогосподарського виробництва ферми необхідно враховувати зворотні зв'язки:

відшкодування витрат, приріст основних засобів, відтворення родючості ґрунтів і трудових ресурсів, тощо.

Тобто, фермерське підприємництво характеризується такими ознаками: ефективною діяльністю фермерських господарств; органічним зв'язком виробництва, переробки і реалізації продуктів аграрної сфери при мінімізації затрат з метою забезпечення конкурентоздатності індивідуальних і сімейних ферм, фермерських кооперативів і корпорацій. Воно розвивається в системі соціально-економічних і організаційно-економічних

відносин, що складаються між суб'єктами секторів системи агробізнесу.

Характеристика фермерського підприємництва з точки зору економічної ефективності виробництва, базується на його дослідженні як ринкової форми господарювання сільгосптоваровиробників. Враховуючи той факт, що така форма існує в системі ринкових відносин, що саморозвиваються, вона характеризується здатністю до саморозвитку. Проте, в умовах перехідної економіки виробництво товарів сільгоспвиробництва може мати перспективу стійкого розвитку при активній економічній підтримці з боку держави. Через використання його економічних інструментів упорядковується відтворювальна основа фермерського підприємництва, що базується на функціональних зв'язках між галузями, які виробляють сировину, переробляють її та поставляють готову продукцію споживачеві [10].

Ускладнення інтеграційних процесів трансформує фермерів у технологічно та економічно замкнуте ціле, яке є відкритим для реалізації факторів, що підвищують системну ефективність. У їх якості виступають інструменти державного впливу на підвищення рівня конкурентоспроможності фермерських господарств, що опосередковують стійкий зв'язок між виробництвом сировини в необхідних кількостях, своєчасною та якіс-

ною її переробкою і доведенням продовольчих товарів до місця споживання.

Завдяки цьому фермерське підприємництво набуває загальноринкових рис, які сприяють підвищенню економічної ефективності виробництва товарної продукції. Його обумовленість поділом праці і супровід концентрацією сільськогосподарського виробництва у взаємодії із загальними ринковими формами виражають ряд рис і взаємозалежностей, що повторюються. Ці необхідні причинно-наслідкові зв'язки дозволяють вважати фермерське підприємництво економічною категорією, пов'язаною з процесом забезпечення конкурентоспроможності фермерів-виробників.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Визначення фермерського підприємництва однією з основних форм ринкового господарювання в аграрній сфері опосередкує найважливіший методологічний висновок про його функціонування як складової частини відтворювальної структури агробізнесу. Оскільки дана форма існує в параметрах системи, що саморозвивається, її характеризують адекватні риси, що полягають в здатності фермерських господарств самостійно забезпечувати свою конкурентоспроможність, але на базі певних інституційних умов.

#### Список літератури:

1. Закон України —Про фермерське господарство // [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/973-15>.
2. Сокол О. Соціальні фактори становлення і функціонування селянських (фермерських) господарств / О. Сокол // Економіка України. 1995. № 3. С. 49-52.
3. Економічний довідник аграрника / За ред. Ю. Я. Лузана, П. Т. Саблука. Київ : Преса України, 2003. 108 с.
4. Шульський М. Г. Фермерство: проблеми становлення і розвитку: монографія / М. Г. Шульський. Львів, 2004. 392 с.
5. Збарський В. К. Становлення та розвиток малих форм господарювання сільських поселень: монографія / В. К. Збарський. Київ: НАУ-ДАКККІМ, 2004. 312 с.
6. Малік М. Й. Сільськогосподарська кооперація як складова аграрної реформи / М. Й. Малік // Проблеми кооперації в сільському господарстві. Львів, 1995. С. 82-84.
7. Месель-Веселяк В. Я. Розвиток форм господарювання в аграрному виробництві : автореф. дра екон. наук / В. Я. Месель-Веселяк. Київ: 2005. 45 с.
8. Кісіль М. І. Теоретико-методологічні та практичні аспекти формування ефективності інвестицій фермерських господарств / М. І. Кісіль, В. О. Іванченко // Економіка АПК. 2012. № 7. С. 55-62.
9. Майовець Є. Й. Аграрне підприємництво в Україні : монографія / Є. Й. Майовець. Львів: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2006. 428 с.
10. Савка М. В. Становлення та розвиток фермерських господарств / Інноваційна економіка. Наук.-виробн. журнал. 2017. № 5-6. С.107-112.

11. Концепція розвитку фермерських господарств та сільськогосподарської кооперації на 2018–2020 рр., схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 13.09.2017 р. № 664-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/664-2017-%D1%80>.

12. Дудник О.С. Перспективи розвитку фермерства в Україні. Економіка АПК. 2016. № 3. С. 92–97.

13. Порядок використання коштів, передбачених у державному бюджеті для надання фінансової підтримки розвитку фермерських господарств, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 07.02.2018 р. №106 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/106-2018-%D0%BF>.

14. Яворська Т.І. Державна підтримка фермерських господарств: сучасні реалії. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2013. № 4. С. 250–254.

#### **References:**

1. The Verkhovna Rada of Ukraine (2003), The Law of Ukraine —On farm enterprise dated 19.06.2003 №973-IV, available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/973-15>.

2. Sokol, O. (1995), —Social factors of the formation and functioning of peasant (farmer) farms II, The economic of Ukraine, no. 3, pp. 49-52. 3. Luzan, Yu.Ya., Sabluk, P.T. (Eds.) (2003), Economichnii dovidnyk ahrarynka [Economic guide to agrarians], The press of Ukraine, Kyiv, Ukraine, 108 p.

4. Shulskyi, M.H. (2004), Fermerstvo: problemy stanovlenia i rozvytku [Farming is a problem of formation and development], monograph, Lviv, Ukraine, 392 p.

5. Zbarskyi, V.K. (2004), Stanovlennia ta rozvytok malykh form hospodariuvannia silskykh poselen [Formation and development of small forms of management of rural settlements], monograph, Kyiv, Ukraine, 392 p.

6. Malik, M.Y. (1995), —Agricultural cooperation as a component of agrarian reform II, Problems of cooperation in agriculture, Lviv, Ukraine, pp. 82-84.

7. Masel-Veseliak, V.Ya. (2005), —Development of forms of management in agrarian production II, Thesis abstract of Dr. Econ. Sc., Kyiv, Ukraine, 45 p.

8. Kisil, M.I. and Ivanchenko, V.O. (2012), —Theoretical and methodological and practical aspects of the formation of the efficiency of investments of farms II, The economy of AIC, no. 7, pp. 55-62.

9. Maiovets, Ye.Y. (2006), Ahrame pidpriemnytstvo v Ukraini [Agrarian entrepreneurship in Ukraine], monograph, Publish centre. LNU named after.

10. Savka M.V. THEORETICAL BASES OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF FARMING ECONOMIES / Innovative economy / Scientific and Production journal. № 5-6. P.107-113.

11. Kontseptsiiia rozvytku fermerskykh hospodarstv ta silskohospodarskoi kooperatsii na 2018–2020 rr., skhvalena rozporiadzhenniam Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 13.09.2017 r. № 664-r. [Concept of development of farms and agricultural cooperation]. Elektronnyi resurs. Rezhym dostupu: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/664-2017-%D1%80>. [in Ukrainian].

12. Dudnyk O.S. (2016). Perspektyvy rozvytku fermerstva v Ukraini. [Prospects for the development of farming in Ukraine]. Ekonomika APK. 3, 92–97. [in Ukrainian].

13. Poriadok vykorystannia koshtiv, peredbachenykh u derzhavnomu biudzheti dlia nadannia finansovoi pidtrymky rozvytku fermerskykh hospodarstv, zatverdzhenyi postanovoiu Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 07.02.2018 r. №106. [The procedure for using funds provided for in the state budget to provide financial support to the development of farms, approved by the decision of the Cabinet of Ministers of Ukraine]. Elektronnyi resurs. Rezhym dostupu: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/106-2018-%D0%BF>. [in Ukrainian].

14. Yavorska T.I. (2013). Derzhavna pidtrymka fermerskykh hospodarstv: suchasni realii. [State support of farms: modern realities]. Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnogo ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky). 4, 250–254. [in Ukrainian].

УДК: 338.48; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-147-153

Кальченко С.В., д.е.н, проф.  
Попова Т.В., к.е.н., доц.

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

## ІНСТИТУЦІЙНА ПРИРОДА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ АСПЕКТІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

*Анотація.* За сучасних умов зростає значущість сфери рекреаційних послуг як фактору сприяння соціально-економічного розвитку на національному та регіональному рівнях. Окремо треба зазначити, що галузева специфіка цих видів діяльності передбачає не тільки використання елементів навколишнього середовища, культурних об'єктів тощо в якості ключових складових процесу співпраці із клієнтом, а й дотримання відповідних правил та норм щодо їхнього застосування. Зазначені обставини позитивно впливають на процеси сталого розвитку територіальних громад, регіонів та країни в цілому. Метою даної статті є дослідження теоретичних та методологічних аспектів економічної діяльності суб'єктів сфери сільського зеленого туризму як елементів інституційного середовища на загальнонаціональному та регіональному рівнях. В ході дослідження було проаналізовано змістовну частину Положеннями загальнонаціональної Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Доведено об'єктивність тенденцій інституціоналізації представників туристичної галузі як невід'ємного елемента адаптації національної економічної моделі до стандартів постіндустріального суспільства. Обґрунтовано логічність послідовність «інституція» - «інститут», коли традиції та звичаї людського суспільства з часом знаходять свою функціональну реалізацію у вигляді відповідного соціально-економічного утворення. Обґрунтовано необхідність інституціоналізації суб'єктів господарювання, зайнятих в сфері сільського зеленого туризму як запоруки їхнього подальшого ефективного функціонування.

*Ключові слова:* сільський зелений туризм, соціальна ефективність, інститут, інституція, сталий розвиток.

**JEL code classification: L83; R29**

Kalchenko S.V., Doctor of Economics, prof.  
Popova T.V., Ph.D., Assoc.

Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

## INSTITUTIONAL NATURE OF SOCIO-ECONOMIC ASPECTS OF THE FUNCTIONING OF RURAL GREEN TOURISM

*Abstract. Introduction.* Under modern conditions, the importance of recreational services as a factor in promoting socio-economic development at the national and regional levels is growing. Increasing the level of entrepreneurial activity in the fields of tourism and hotel and restaurant business has a positive effect on the level of employment of the local population, improving incomes, restraining depopulation processes and more. It should be noted that the industry specifics of these activities include not only the use of elements of the environment, cultural sites, etc. as key components of the process of cooperation with the client, but also compliance with relevant rules and regulations for their application. These circumstances have a positive impact on the processes of sustainable development of territorial communities, regions and the country as a whole. The purpose of this article is to study the theoretical and methodological aspects of economic activity of rural green tourism entities as elements of the institutional environment at the national and regional levels. Results. During the study, the content of the Regulations of the National Strategy for Tourism and Resorts for the period up to 2026 was analyzed. The objectivity of the tendencies of institutionalization of the representatives of the tourist branch as an integral element of the adaptation of the national economic model to the standards of the post-industrial society is proved. The logic of the sequence "institution" - "institution" is substantiated, when the traditions and customs of human society eventually find their functional realization in the form of a corresponding socio-economic formation. Conclusions. The article highlights the theoretical, methodological and practical aspects of the activities of rural green tourism entities in the system of institutional relations. The study proves the institutional nature of the field of recreational services as those aimed at meeting the basic needs of man as a biological being and a member of society. An analysis of the evolution of tourism and its transformation into a form of entrepreneurial activity

as a result of the interaction of socio-economic institutions. Institutional aspects of conducting recreational activities are formulated. The necessity of institutionalization of business entities engaged in the field of rural green tourism as a guarantee of their further effective functioning is substantiated.

**Keywords:** rural green tourism, social efficiency, institute, institution, sustainable development.

**Постановка проблеми.** За сучасних умов зростає значущість сфери рекреаційних послуг як фактору сприяння соціально-економічного розвитку на національному та регіональному рівнях. Підвищення рівня підприємницької активності в галузях туристичного та готельно-ресторанного бізнесу позитивно впливає на рівень зайнятості місцевого населення, поліпшення рівня доходів, стримує процеси депопуляції тощо. Окремо треба зазначити, що галузева специфіка цих видів діяльності передбачає не тільки використання елементів навколишнього середовища, культурних об'єктів тощо в якості ключових складових процесу співпраці із клієнтом, а й дотримання відповідних правил та норм щодо їхнього застосування. Зазначені обставини позитивно впливають на процеси сталого розвитку територіальних громад, регіонів та країни в цілому.

Разом із цим слід відмітити, що переважна більшість суб'єктів господарювання даних напрямків сфери послуг відносяться до малого чи середнього бізнесу або ж взагалі не бажають за потрібне офіційно ідентифікувати власний правовий статус. Зі свого боку представники державних інститутів, декларуючи наміри щодо готовності сприяння розвитку даної категорії суб'єктів господарювання, фактично здійснюють їх у незначній мірі. Певним чином це можна пояснити недостатнім розумінням соціально-економічної сутності самих господарств, а також тих процесів, трендів та тенденцій, які є актуальними для макроекономічного простору.

Мова йде зокрема про необхідність створення належного інституційного середовища для забезпечення ефективного функціонування сучасних форм економічної діяльності на засадах сталого розвитку та соціальної відповідальності. Для галузей сфери рекреаційних послуг це є особливо актуальним, враховуючи специфіку потреб, на задоволення яких сконцентрована підприємницька активність її складових.

**Аналіз останніх досліджень і публіка-**

**цій.** Теоретичні та практичні засади функціонування сільського зеленого туризму як складової національної сфери рекреаційних послуг знайшли своє відображення в працях Д.В. Грибової, Н.Андрєєвої, Ю.Гринчук та ін. Специфіка організації економічної діяльності в сфері сімейного бізнесу в цілому та в напрямку сільського зеленого туризму розглядалася в роботах О.В. Чаянова, О.М. Челінцева, В. Валентинова та ін. Разом із цим, на нашу думку, потребують подальшого дослідження питання, пов'язані із дослідженням сучасного стану та оцінкою перспектив подальшого функціонування сфери сільського зеленого туризму, враховуючи специфіку здійснення економічної діяльності в системі інституційних відносин.

**Мета статті** – дослідження теоретичних та методологічних аспектів економічної діяльності суб'єктів сфери сільського зеленого туризму як елементів інституційного середовища на загальнонаціональному та регіональному рівнях.

**Основні результати дослідження.** Положеннями загальнонаціональної Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року зокрема передбачається формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі [3].

Слід зазначити, що важливе місце в процесі її реалізації займають процеси саморегулювання діяльності суб'єктів туристичного бізнесу. На даний момент існуюча статистична звітність відображає функціонування представників даного галузевого напрямку досить приблизно. Більше того, контролювати відповідну діяльність в системі особистих

селянських господарств є практично неможливим.

Враховуючи дані обставини, в межах згаданої вище Стратегії пропонуються заходи щодо суттєвої лібералізації здійснення рекреаційної діяльності. Зокрема пропонується скасування ліцензування туроператорської діяльності і впровадження альтернативного механізму ефективного регулювання діяльності туроператорів та інших суб'єктів туристичного ринку, скасування обов'язкової та заохочення добровільної категоризації готелів та аналогічних засобів розміщення[3].

Даний факт лише підтверджує висновок щодо об'єктивності тенденцій інституціоналізації представників туристичної галузі як невід'ємного елементу адаптації національної економічної моделі до стандартів постіндустріального суспільства. Слід зазначити, що в даних умовах базовим фактором, який визначає рівень ефективності функціонування галузей та видів діяльності з продукцією з високою доданою вартістю, є ефективне використання інформаційних ресурсів. В процесі вирішення нагальних організаційно-технологічних проблем формально-бюрократична складова мінімізується за рахунок створення міжінституційних об'єднань.

Слід зазначити, що на даний час існують певні неузгодженості щодо трактування дефініцій «інститут» та «інституція», викликані не тільки різними науковими поглядами представників наукової спільноти, а й взагалі думкою щодо доцільності використання двох термінів і можливості застосування лише одного поняття. На нашу думку, логічною є послідовність «інституція» - «інститут», коли традиції та звичаї людського суспільства з часом знаходять свою функціональну реалізацію у вигляді відповідного соціально-економічного утворення (родина, релігійна організація, бізнес-структура, злочинне угруповування тощо).

Ми погоджуємося із думкою Д.В. Грибової, яка вказує на той факт, що основою рекреаційної діяльності є базові традиції людського суспільства, пов'язані із необхідністю забезпечення розвитку спільноти в біологічному та соціальному аспектах. В подальшому, із ускладненням характеру соціально-економічних відносин, появою відповідних

формальних та неформальних утворень виникли організаційні передумови для персоніфікації туризму як окремої галузі [1].

Сучасний характер розвитку рекреаційної галузі як складової національної економіки значною мірою обумовлюється не тільки специфікою самого способу надання послуг, а й впливом комплексу зовнішніх факторів. Аналізуючи інституційну природу рекреації, нами приймалися до уваги наступні аспекти.

1. Об'єктивний характер необхідності відновлення затраченої енергії як обов'язкова умова забезпечення функціонування людини в біологічному, соціальному та економічному аспектах. Оформлення задоволення рекреаційних потреб у вигляді відповідних оздоровчих послуг спостерігається вже в ранніх цивілізаціях. Згадування про намагання видатних осіб того часу в будь-який спосіб оздоровитися (омолодитися) можемо знайти як у національних епосах, так і в історичних хроніках Древньої Індії та Китаю, Древнього Риму тощо. Враховуючи той факт, що рекреаційні послуги не відносилися до групи товарів першої необхідності, можливість їхнього отримання мав відносно незначний відсоток осіб.

2. Поєднання зростання доходів більшості населення із домінуванням стандартів «суспільства загального добробуту». За сучасних умов відбувається підвищення рівня добробуту переважної частини людства. Згідно закону Енгеля, даний факт обумовлює зростання попиту на продукцію, яка не відноситься до товарів першої необхідності, зокрема рекреаційні послуги. Також слід зазначити, що в переважній більшості розвинених країн світу національна економічна модель продовжує існувати у відповідності до принципів «держави загального благоденства», в межах якої зокрема здійснюється активне стимулювання населення до участі в процесі споживання матеріальних та духовних благ. Даний факт позитивно впливає на процес диверсифікації сфери послуг, в т.ч. і її рекреаційної складової.

3. Практична реалізація моделі «соціальної держави» в розвинених країнах світу, формування відносин соціального партнерства між урядовими інститутами, підприємницькою спільнотою та населенням (громади, суспільні організації тощо). Дана систе-



ма, яка отримала назву «трипатризм», передбачає зокрема добровільний характер з боку підприємницьких структур щодо прийняття на себе зобов'язань по забезпеченню життєдіяльності власних співробітників на засадах сталого розвитку. Одним з наслідків практичної реалізації даної концепції є підвищення загального рівня соціальних стандартів, в т.ч. в сфері надання рекреаційних послуг.

4. Зростання активності малих форм господарювання як засобу само зайнятості населення (особливо в сільській місцевості).

Слід зазначити, що важливість зеленого туризму як фактору сприяння соціально-економічного розвитку України підкреслюється наявністю даної складової у відповідних державних проєктах на загальнонаціональному та регіональному рівнях. Разом із цим треба відмітити, що ступінь реального

втілення декларованих проєктів дотепер залишається низьким. За даними національного громадського об'єднання «Спілка зелених садіб України», близько 75% усіх господарств, які надають відповідні послуги, знаходяться у причорноморській зоні, а також у карпатському регіоні. В цілому має місце експлуатація існуючих природно-кліматичних умов, а створення нових туристичних об'єктів відбувається досить повільно.

Дана проблема, на нашу думку, обумовлюється недостатнім рівнем інституціоналізації зеленого туризму в системі економічних відносин України. Забезпечення ефективного функціонування даної галузі являє собою тривалий поетапний процес, в основі якого знаходяться трансформації міжінституційних відносин (рис.1).

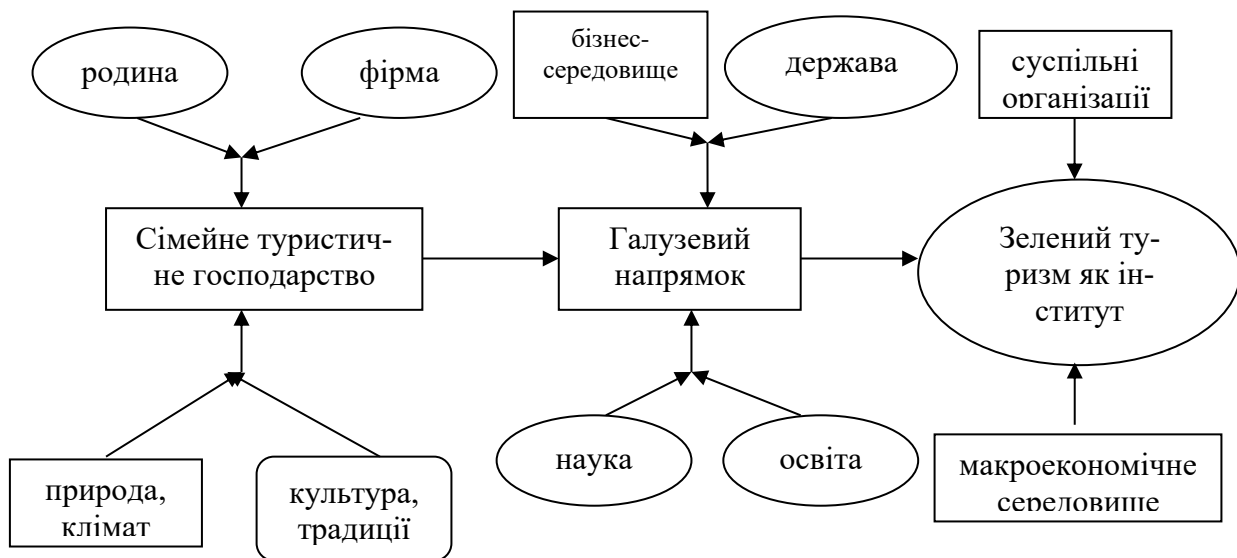


Рис. 1 – Інституційна еволюція сільського зеленого туризму\*

\*Джерело: Авторська розробка

Запорукою успішної діяльності сімейного господарства в сфері зеленого туризму на початковій стадії функціонування є успішне поєднання складових двох базових інститутів: родина та фірма. Кожен з них відповідним чином визначає принципи діяльності даної господарської одиниці. З одного боку, кінцевим результатом її діяльності має бути максимальне задоволення потреб родини як соціальної одиниці (а не максимізація прибутку). Разом із цим в процесі функціонування

повинен зберігатися принцип відшкодування затрат ресурсів, земельних, матеріальних і трудових. Важливу роль у визначенні безпосередньо форми на виду надання туристичних послуг відіграє існуюче культурне інституційне середовище (діючі традиції, місцеві звичаї тощо), а також характер природного оточення (клімат, рельєф, специфіка місцевості).

Однак на даному етапі функціонування мова йде лише про самовиживання конкрет-

ної господарської одиниці. Для її економічної діяльності характерна певна хаотичність, низький ступінь прогнозованості, що є неприпустимим для розглядання розвитку зеленого туризму з позицій національної економіки. Саме тому другим етапом еволюційного становлення, на нашу думку, має бути перетворення окремих регіональних туристичних об'єднань та одноосібних господарств в єдину систему надання специфічних рекреаційних послуг.

Даний галузевий напрямок, по-перше, повинен зайняти власне місце в національній системі суспільного поділу праці. По-друге, у відповідності до вимог постіндустріальної інформаційної економіки має бути не тільки науково обґрунтоване моделювання різних господарських ситуацій, а й вирішення кадрового питання. В цьому аспекті слід зазначити, що одним з наслідків реформи вищої школи в Україні стала фактична ліквідація єдиних зрозумілих освітніх стандартів. Введення абстрактної дефініції «компетенція» із мінімальною прив'язкою до конкретних навчальних дисциплін створило проблеми як для навчальних закладів, так і для осіб, що мали намір скористатися освітніми послугами.

Певною мірою знижує напругу по даному питанню створення регіональних кластерних утворень за участю науково-навчальних центрів та представників бізнес-середовища. Таким чином, саме співпраця наукових та бізнесових кіл дозволяє сформувати зелений туризм як самостійний галузевий напрямок. При цьому слід зазначити, що і підприємницькі об'єднання, і представники вищої школи мають набувати форм суспільних інститутів, визначаючи власні цілі в соціально-економічному середовищі, формуючи певну індивідуальну систему ціннісних орієнтирів.

Остаточне набуття інституційного статусу для сфери зеленого туризму, на нашу думку, є можливим в процесі інтеграції її представників в систему регіональних та загальнонаціональних соціально-економічних відносин, але не як підприємців-одноосібників, а й елементів єдиного рекреаційного конгломерату. В даному випадку мова не йде про наявність монопольного зговору. Мається на увазі формування аналогічних поглядів на принципи надання послуг в сфері зеленого

туризму. Сюди слід відносити не тільки правила співпраці із клієнтами, а й особливості застосування культурної спадщини, етичність використання тих чи інших історичних пам'яток в підприємницькій діяльності тощо.

Останній факт обумовлює обов'язковий характер співпраці суб'єктів зеленого туризму із суспільними організаціями соціального, культурного та економічного спрямування. Важливою складовою соціально-економічного інституту є відповідність загальносвітовим стандартам ведення бізнесу у відповідній сфері. Це, в свою чергу, передбачає адаптацію власних правил надання послуг до існуючих норм. Слід відмітити, що в сфері українського зеленого туризму вже створено публічну систему класифікації зелених садиб, причому перелік надання рекреаційних послуг щодо конкретного господарства є доступним для потенційного клієнта.

Таким чином процес, інститутціоналізації сфери сільського зеленого туризму має об'єктивний характер і відповідає тенденціям та трендам, які притаманні економікам більшості розвинених країн світу та передбачають принципові зміни у характері взаємовідносин між представниками бізнесового середовища, місцевих громад та органів державної влади на загальнонаціональному та регіональному рівнях. Зокрема підприємницькі структури за сучасних умов мають не лише сплачувати податки та дотримуватися умов чинного законодавства щодо належного використання наявного ресурсного потенціалу (робоча сила, навколишнє середовище тощо).

Мова йде про добровільне прийняття на себе соціальних функцій щодо участі у місцевих соціальних проектах, трансформації принципів здійснення кадрової політики та ін. Реалізація концепції сталого розвитку має всеохоплюючий характер, а тому дотримання її принципів є зобов'язанням усіх учасників соціально-економічних відносин. Разом із цим суб'єкти підприємницької діяльності отримують право офіційно впливати на державну економічну політику в межах даного регіону, приймаючи участь у формуванні витратної частини місцевого бюджету та отримуючи певні преференції абсолютно легальним шляхом.

В результаті процес інтеграції суб'єктів малого бізнесу до вирішення нагальних регіональних проблем соціального розвитку набуває належного економічного стимулювання. Це є особливо актуальним для сільських громад, де дотепер легалізація підприємницької активності господарств сімейного типу відбувається досить повільно. В цьому аспекті слід наголосити на високий ступінь привабливості сільського зеленого туризму як форми альтернативної самозайнятості селянських домогосподарств.

**Висновки.** В статті висвітлено теоретичні, методологічні та практичні аспекти діяльності суб'єктів сільського зеленого туризму в системі інституційних відносин.

В процесі дослідження доведена інституційна природа сфери рекреаційних послуг як таких, що спрямовані на задоволення базових потреб людини як біологічної істоти та члена соціуму. Проведено аналіз еволюції туристичної діяльності та перетворення її у форму підприємницької активності в результаті взаємодії соціально-економічних інститутів. Сформульовано інституційні аспекти ведення рекреаційної діяльності. Обґрунтовано необхідність інституціоналізації суб'єктів господарювання, зайнятих в сфері сільського зеленого туризму як запоруки їхнього подальшого ефективного функціонування.

#### Список літератури:

1. Грибова Д.В. Развитие туристического бизнеса в Украине: теория, методология, практика: монография. Мелітополь. Люкс., 2020. 416 с.
2. Закон України «Про особисте селянське господарство» № 742 від 15.05.2003р. URL: <http://konesh.ru/zakon-ukrayini-pro-osobiste-selyanseke-gospodarstvo-stranica-4.html> (дата звернення 6.09.2019).
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України № 168-р від 16.03.2017 р. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення 8.04.2020).
4. Чаянов А.В. Природа крестьянского хозяйства и земельный режим. Труды Всерос. съезда Лиги аграрных реформ. 1918. М. С.4-5.
5. Челинцев А.Н. Теоретические основания организации крестьянского хозяйства. Харьков. 1919. 178с
6. Andryeyeva N., Nezdoyminov S., Martyniuk O. (2018). «Green» infrastructure of the economy of recreational nature use. *Baltic Journal of Economic Studies Vol. 4, No. 4. pp6-13* DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-4-6-13>
7. Grynchuk J., Romaniuk I. (2018). Development of rural green tourism in the regions of Ukraine on the basis of European integration. *Baltic Journal of Economic Studies Vol. 4, No. 4, pp 100-105* DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-4-100-105>
8. Mishenin, Y., Valentynov, V., Maslak, O., Koblianska, I. (2017) Modern transformation in small-scale agricultural commodity production in Ukraine. *Marketing and management of innovation, 4, 358–366.*
9. Lina Pilelienė, Viktorija Grigaliūnaitė (2019). Elaboration of holistic tourist satisfaction index model for Lithuania. *Baltic Journal of Economic Studies Vol. 5, No. 4. pp 17-24* DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2019-5-4-17-24>
10. Remeikienė, R., Gasparėnienė, L. (2017). Green farming development opportunities: the case of Lithuania. *Oeconomia Copernicana, 8(3), 401–416.* doi:10.24136/oc.v8i3.25
11. Szyja, P. (2016). The Role of the State in Creating Green Economy. *Oeconomia Copernicana, 7(2), 207-222.* DOI: <http://dx.doi.org/10.12775/OeC.2016.013>
12. Stankova, M., Tsvetkov, T., & Ivanova, L. (2019). Tourist development between security and terrorism: empirical evidence from Europe and the United States. *Oeconomia Copernicana, 10(2), 219–237.* doi: 10.24136/oc.2019.011

#### References:

1. Hrybova D.V. (2020) Rozvytok turystychnoho biznesu v Ukraini: teoriya, metodolohiya, praktyka: monohrafiya. [Development of tourist business in Ukraine: theory, methodology, practice: monograph]in Ukrainian.
2. Zakon Ukrayiny «Pro osobyste selyans'ke hospodarstvo» [The Law of Ukraine «On Personal Peasant Farming»] 2003. № 742. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (accessed 4 September 2019).
3. Rozporyadzhennya Kabinetu Ministriv Ukrayiny « Stratehiya rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku » [Stratehiya rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku «Strategy development of tourism and resorts for the period up to 2026»] 2017. № 168-p. Available at: <http://konesh.ru/zakon-ukrayini-pro-osobiste-selyanseke-gospodarstvo-stranica-4.html> (accessed 8 April 2020).
4. Chayanov, A. V (1918) Priroda krest'yanskogo khozyaystva i zemel'nyy rezhim [The nature of the farm and land regime] [in Russian].
5. Chelintsev A.N. (1919) Teoreticheskiye osnovaniya organizatsii krest'yanskogo khozyaystva [Theoretical foundations of the organization of peasant farming]. [in Russian].
6. Andryeyeva N., Nezdoyminov S., Martyniuk O. (2018). «Green» infrastructure of the economy of recreational nature use. *Baltic Journal of Economic Studies Vol. 4, No. 4. pp6-13* DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-4-6-13>
7. Grynchuk J., Romaniuk I. (2018). Development of rural green tourism in the regions of Ukraine on the basis of European integration. *Baltic Journal of Economic Studies Vol. 4, No. 4, pp 100-105* DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-4-100-105>

8. Mishenin, Y., Valentynov, V., Maslak, O., Koblianska, I. (2017) Modern transformation in small-scale agricultural commodity production in Ukraine. *Marketing and management of innovation*, 4, 358–366.
9. Lina Pilelienė, Viktorija Grigaliūnaitė (2019). Elaboration of holistic tourist satisfaction index model for Lithuania. *Baltic Journal of Economic Studies Vol. 5, No. 4. pp 17-24* DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2019-5-4-17-24>
10. Remeikienė, R., Gasparėnienė, L. (2017). Green farming development opportunities: the case of Lithuania. *Oeconomia Copernicana*, 8(3), 401–416. doi:10.24136/oc.v8i3.25
11. Szyja, P. (2016). The Role of the State in Creating Green Economy. *Oeconomia Copernicana*, 7(2), 207-222. DOI: <http://dx.doi.org/10.12775/OeC.2016.013>
12. Stankova, M., Tsvetkov, T., & Ivanova, L. (2019). Tourist development between security and terrorism: empirical evidence from Europe and the United States. *Oeconomia Copernicana*, 10(2), 219–237. doi: 10.24136/oc.2019.011

УДК 339.54.012.435; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-154-165

**Карпенко А.В.**, д.е.н., доцент,  
професор кафедри економіки та митної справи  
karpenko.a.v2@gmail.com

**Пустовіт Ю.А.**,  
upustovit10@gmail.com  
Національний університет «Запорізька політехніка»

## ОСВІТНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ АКТИВІВ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УКРАЇНІ

**Анотація.** У статті розглянуто особливості функціонування системи освіти в Україні. Зазначено про лідерство розвинених країн світу за рахунок інтелектуальних активів населення. Визначено сучасні проблеми в системі освіти та основні чинники, що спричиняють їх виникнення. Охарактеризовано освітні умови в Україні та їх вплив на формування інтелектуальних активів населення. Запропоновано узагальнення думок щодо розуміння освітніх умов. Проведено порівняння з особливостями політик інших країн світу, стосовно використання освіти у формуванні інтелектуальних активів, як провідного фактору економічного зростання. Надано пропозиції щодо покращення освітніх умов в Україні та розвитку інтелектуальних активів населення.

**Ключові слова:** інтелектуальні активи, освітні умови, людський потенціал, населення, освіта, економічне зростання.

**JEL code classification:** E62, F42, F52, F62

**Andrii Karpenko**, D. Sc. in Economics, Ass. Prof.,  
Professor of economics and customs department  
karpenko.a.v2@gmail.com

**Yuliia Pustovit**,  
upustovit10@gmail.com  
National University «Zaporizhzhia Polytechnic»

## EDUCATIONAL CONDITIONS FOR THE FORMATION OF INTELLECTUAL ASSETS OF HUMAN POTENTIAL IN UKRAINE

**Abstract.** The article considers the peculiarities of the functioning of the education system in Ukraine. It is noted about the leadership of the developed countries of the world at the expense of intellectual assets of the population. The current problems in the education system and the main factors that cause them are identified. The educational conditions in Ukraine and their influence on the formation of intellectual assets of the population are characterized. The generalization of opinions on the understanding of educational conditions is offered. A comparison is made with the features of policies of other countries, regarding the use of education in the formation of intellectual assets as a leading factor in economic growth. Proposals for improving educational conditions in Ukraine and the development of intellectual assets of the population are provided.

The generalization of the main categories related to the formation of educational conditions is performed. The main provisions of the legislation on the formation and implementation of educational conditions in Ukraine are revealed. The current trends of the world economy related to the main features of the educational system are identified.

The comparison of stimulation of work of pedagogical workers and cost of training is executed. It is determined that today in Ukraine the development of the educational environment is characterized by negative trends. At all educational levels, from preschool to higher, there is a reduction in both quantitative and qualitative indicators. The educational system of Ukraine is negatively perceived in society today, which, along with the lost prestige of the teaching profession and low wages, does not encourage its qualitative changes.

It is substantiated that the intellectual assets of the population are a set of different elements of human potential that develop and improve throughout life, through the prism of education, culture, level of education and motivation to learn and are reflected in the intellectual activity of individuals. They are the key to economic growth of the world's leading countries, because they are capable of accumulation and self-reproduction, unlike other resources of production. The formation of intellectual assets of the population is conditioned by educational conditions, which reflect the synthesis of

*the peculiarities of the education system, the conditions of access to knowledge and the direct quality of the implementation of educational programs. Currently, there are a number of problems in Ukraine related to each of these components. Therefore, the joint efforts of government agencies at different economic levels, the educational and scientific community, business and the public in agreeing on the main priorities and directions of creating favorable educational conditions can further ensure the development of intellectual assets of the population.*

**Keywords:** *intellectual assets, educational conditions, human potential, population, education, economic growth.*

**Постановка проблеми.** Провідні країни світу для формування та розвитку конкурентних переваг й утримання власних лідерських позицій у глобальній економіці використовують стратегії інноваційного розвитку. Вони ґрунтуються на створенні такого середовища, яке сприяє розвитку людського потенціалу, особливо його інтелектуальних активів, що визначають переваги у світовому лідерстві. Для формування та розвитку інтелектуальних активів людського потенціалу необхідно створювати сприятливі освітні умови та вдосконалити освітнє середовище, що визначатиме інноваційний розвиток економіки. Тому дослідження освітніх умов формування інтелектуальних активів людського потенціалу є своєчасним і актуальним для України.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам вивчення інтелектуальних активів людини особливу увагу приділяють чимало вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких: К. Бредлі, Е. Брукінг, О. Бутнік-Сіверський, Н. Іванова, О. Кендюхов, А. Колот, Л. Лукічева, О. Наумчук, В. Пономаренко, П. Салліван та ін. Питання впливу освітнього середовища на розвиток особистості та його моніторингу висвітлили у роботах: А. Артюхіна, Н. Бодровська, Ю. Громико, О. Іванок, В. Новіков та ін. Проте залишаються недостатньо вивченими основні чинники освітнього середовища, що визначають формування інтелектуальних активів людського потенціалу.

**Метою дослідження** є вивчення стану освітніх умов в Україні, їхнє порівняння з іноземною практикою та розробка рекомендацій щодо формування й розвитку інтелектуальних активів людського потенціалу.

**Виклад основного матеріалу.** Рівень економічного зростання будь-якої країни, починаючи з ХХ століття, залежить, в першу чергу, від найголовнішого ресурсу, одночасно суб'єкту й об'єкту праці – людини. На-

самперед, приймаються до уваги її інтелектуальні активи, у вигляді знань, умінь, навичок, здібностей, які формуються під впливом чинників освітнього середовища. Саме за допомогою цих складових, приблизно 80% ВВП провідних країн світу забезпечується часткою нових знань. Це підтверджує ключову роль людського потенціалу в соціально-економічному розвитку [1; 2, с. 67-68].

Незважаючи на велику кількість підходів до визначення людського потенціалу, більша частина науковців підкреслює особливе значення саме інтелектуальної складової, вивчення якої дозволяє виділити інтелектуальні активи. Поняття «інтелектуальні активи» можна узагальнити як вид унікального ресурсу, який є невичерпним і здатним до самовідтворення, вільний для законної комерційної передачі та при правильному використанні дозволяє підвищити прибуток підприємства, сприяє розвитку економіки в цілому. Інтелектуальні активи людського потенціалу – це окремі елементи людського потенціалу, які поступово накопичуються і трансформуються з самого народження людини в процесі її виховання, культурного розвитку і залучення до здорового способу життя, отримання освіти і професійного навчання, а також інтелектуальні результати діяльності людини. Інтелектуальні активи людського потенціалу розглядаються як когнітивні, емоційні та креативні компетентності, оскільки мають нематеріальну природу, а також результати його інтелектуальної діяльності (нематеріальна і матеріальна форма) [1, с. 55].

У сучасних умовах визнається, що для реалізації ефективних соціально-економічних реформ, найважливішим чинником є система інтеграції знань у господарські системи всіх економічних рівнів. Це, в свою чергу, потребує організації сукупності заходів щодо мотивації людського потенціалу до розвитку, особливо його інтелектуальної частини. Передусім, вони передбачають збільшення обсягів інвестування й організаційного вдоско-

налення освітніх умов, заохочення до навчання та фінансове виховання, що мають прищеплюватися з дитинства й вдосконалюватися протягом життя. У цьому контексті вища освіта є критичним фактором в інноваційній діяльності та розвитку людського капіталу, якому належить центральна роль у

забезпеченні розвитку економіки знань [3].

Відсутність у науковій літературі однозначного визначення «освітніх умов» обумовило зробити певне логічне узагальнення понять, що пов'язані зі здобуттям освіти в цілому.

Таблиця 1

## Трактування основних категорій, що визначають освітні умови в Україні

Поняття	Визначення
Освіта – це...	- цілеспрямована пізнавальна діяльність людей з отримання знань, умінь та навичок або щодо її вдосконалення; процес і результат засвоєння особистістю певної системи наукових знань, практичних умінь та навичок і пов'язаного з ними того чи іншого рівня розвитку її розумово-пізнавальної і творчої діяльності, а також морально-естетичної культури, які визначають соціальне обличчя та індивідуальну своєрідність цієї особистості [4].
	- основа інтелектуального, духовного, фізичного і культурного розвитку особистості, її успішної соціалізації, економічного добробуту; запорука розвитку суспільства, об'єднаного спільними цінностями і культурою, та держави [5].
	- процес та результат засвоєння індивідом систематичних знань, вмінь та навичок, розвиток розуму та почуттів, формування світогляду й пізнавальних інтересів [6].
	- соціальний інститут, за допомогою якого передаються й втілюються базові культурні цінності та цілі розвитку суспільства [7].
	- суспільно-організований, нормований процес та результат невинної передачі через покоління соціально значущого досвіду, який в онтогенному плані становлення особистості є її генетичною програмою та соціалізацією [6].
Система освіти – це...	- сукупність навчально-виховних і культурно-освітніх закладів, наукових, науково-методичних і методичних установ, науково-виробничих підприємств, державних і місцевих органів управління освітою та самоврядування в галузі освіти, які згідно з Конституцією та іншими законами України здійснюють освіту і виховання громадян [8].
	- соціальні інститути, які здійснюють цілеспрямовану підготовку молодого покоління до самостійного життя в сучасному суспільстві; соціальні інститути, які включають систему установ дошкільної, шкільної, середньої спеціальної, вищої і додаткової освіти, здобувають державний статус системи освіти в країні [7].
	- це об'єднання незалежних програм і інститутів в цілісну систему, що забезпечує як формальну, так і неформальну освіту [5].
Доступність освітніх послуг – це...	- право вибору на певних умовах будь-якого типу вищого навчального закладу [9].
	- сукупність реальних умов забезпечення рівних можливостей для здобуття освіти індивідами, незалежно від їхнього економічного становища [10].
	- створення рівних можливостей для здобуття освіти та розширенні можливості для тих груп населення, які традиційно обмежені в ньому [11].
Освітня програма – це...	- (освітньо-професійна, освітньо-наукова чи освітньо-творча) – система освітніх компонентів на відповідному рівні вищої освіти в межах спеціальності, що визначає вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, перелік навчальних дисциплін і логічну послідовність їх вивчення, кількість кредитів Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи, необхідних для виконання цієї програми, а також

	очікувані результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач відповідного ступеня вищої освіти [12].
	- перелік освітніх компонентів і логічна послідовність їх вивчення, вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, а також очікувані результати, якими повинен оволодіти здобувач відповідного ступеня та кваліфікації [13].
	- єдиний комплекс освітніх компонентів (предметів вивчення, дисциплін, індивідуальних завдань, контрольних заходів тощо), спланованих і організованих для досягнення визначених результатів навчання [5].

Загалом, «система освіти» складається з усіх освітніх закладів, які здійснюють навчання та виховання громадян, чітко структурована (дошкільна, повна загальна середня, позашкільна, спеціалізована, професійна (професійно-технічна), фахова передвища, вища (початковий, бакалаврський, магістерський, освітньо-науковий/освітньо-творчий рівні), освіта дорослих (у т.ч. післядипломна), освіта, а також самоосвіта) [5].

Функціонування системи освіти забезпечує держава. Відповідно до статті 53 Конституції України: держава забезпечує доступність і безоплатність дошкільної, повної загальної середньої, професійно-технічної, вищої освіти в державних і комунальних навчальних закладах; розвиток цих структурних рівнів та різних форм навчання; надання державних стипендій та пільг учням і студентам [14]. Усі незаконні відмови в зарахуванні до навчального закладу, а також вимагання надання коштів передбачають кримінальну відповідальність.

Кожна людина реалізує своє право на освіту впродовж всього життя, використовуючи різні її види (формальна, неформальна, інформальна) [5] за певними освітніми програмами, які мають відповідати сучасним стандартам якості та потребам ринку праці взагалі. Доступність усіх форм і типів освітніх послуг поділяється на економічну (фінансові витрати) та фізичну (досяжність освіти або за допомогою відвідування навчального закладу, що знаходиться на розумному географічному віддаленні, або шляхом отримання доступу до сучасних технологій) складові [9].

Використовуючи вищевказане, можна припустити, що «освітні умови» – це комплексне поняття, яке узагальнює в собі особливості системи освіти (її структуру та рівні,

рисні закладів освіти), умови доступності до освітніх послуг та освітніх програм, які надають можливість здобувати базові та профільні знання, слугують інструментом формування необхідного для реалій сьогодення типу мислення та моральних цінностей суспільства.

Формування інтелектуальних активів населення забезпечується освітнім середовищем, вплив на яке здійснює не лише держава, а й приватні підприємства, фонди, меценати, спонсори, домогосподарства. В Україні обов'язковою є лише формальна шкільна освіта, інші – за бажанням. Проте, для отримання освіти, як середньої, так і вищої, необхідним є факт усвідомлення її ролі в житті людини та бажання самовдосконалюватися. На це впливає економічна стабільність і розуміння затребуваності отриманої спеціальності, культура нації, умови життєдіяльності та забезпеченість доходами домогосподарств тощо. Але різкі зміни в соціальному середовищі, які притаманні Україні, неодмінно супроводжуються кризовими явищами, що привносять дезорганізацію у психічній діяльності людини відповідно до мінливості вимог часу, знижують продуктивність різних видів діяльності та порушують процес адаптації в суспільстві загалом [15].

Сьогодні в Україні розвиток освітнього середовища характеризується негативними тенденціями. На всіх освітніх рівнях, починаючи з дошкільного та закінчуючи вищою, відбувається скорочення закладів освіти та осіб, які навчаються в них. Зокрема, з 1990 року до 2019 р. кількість дошкільних навчальних закладів зменшилась на 40%, а число місць та користувачів в них – на 49%, що спричинено переважно процесами депопуляції населення та звуженого його відтворення. Проте, частка дітей дошкільного віку, які



відвідують дитячі садки, наразі, має найвищі показники за всю історію незалежності України (61% у 2018 р.). «Популярність» таких освітніх закладів обумовлюється потребою батьків вихованців відводити більше часу на заробіток коштів тощо. Логічним є те, що в разі недобору дошкільнят на всі «вакантні місця», утримувати дані заклади стає дуже невигідно та недоречно. Саме зменшення народжуваності та несприятливі соціально-економічні умови для цього, поповнення старшої вікової групи (яка потребує більшої частини видатків із державних бюджетів), а також недостатнє фінансування з інших джерел (власники, батьки або опікуни, фізичні та юридичні особи), суттєві корупційні прояви та монополізація ринків стали причиною поточної бідності значної частини населення. Це, в свою чергу, негативно позначається на збагаченні інтелектуального капіталу нації (зокрема, інтелектуальних активів), адже завдяки дошкільнім закладам освіти у кожної людини розвиваються навички комунікації, розкриваються природні здібності та, зрештою, зміцнюється імунітет. Якраз сформованість комунікативної компетенції у випускників закладів дошкільньої освіти є важливою умовою успішної їх адаптації до навчання у Новій українській школі, яке відбувається під час парної, групової та колективної взаємодії з використанням ігрових та проєктних технологій [16].

За 1990-2019 рр. кількість закладів загальної середньої освіти скоротилась на 30%, а учнів у них – на 40%; випускників, які здобули базову та повну загальну середню освіту зменшилась відповідно на 49% і 51%, а вчителів – на 18%. У закладах професійної (професійно-технічної) освіти, кількість яких зменшилась на 42%, чисельність учнів зменшилась на 62%, осіб, прийнятих на навчання – на 66% і випускників – на 67%. Схожа ситуація характерна і для коледжів, технікумів та училищ, кількість яких скоротилась на 54%, осіб, які там навчаються – на 77%, прийнятих – на 80%, а випускників – на 78%.

За 2020 рік стало зрозуміло, що в українській системі освіти є дуже багато прогалин. Перш за все, до них слід віднести неготовність освітньої сфери до переходу на дистанційне навчання. Окрім недосконалості та незрозумілості онлайн-сервісів для користу-

вачів, постало питання відсутності необхідного для навчання та отримання інформації обладнання, і, навіть, Інтернету. Можна побачити, що сьогодні використання дистанційних форм освіти здійснюється неповноцінно (ціль є, а засоби її досягнення – відсутні). Незважаючи на те, що навчально-методичними центрами Міністерства освіти і науки України велика увага приділяється створенню електронних підручників, посібників, навчальних курсів для спеціальностей, презентацій проблема їх розробки і застосування в навчальному процесі залишається актуальною [17]. Не допомагає навіть той факт, що українські ІТ-технології мають високу конкурентоспроможність на міжнародній арені (це свідчить про незацікавленість державних та приватних інвесторів у залученні таких спеціалістів до розробки інновацій для вдосконалення освітнього процесу взагалі). На додаток, варто відмітити некомпетентність деяких педагогів у викладанні своїх предметів у такий спосіб (та роботі з інтерактивними технологіями взагалі). Також, до «списку пробоїв» зараховується швидкість та незрозумілість реформ, які підкреслюються несвоєчасністю виконання та відсутністю ресурсів для цього (необхідність зміни підручників та методів викладання, які відповідатимуть якісним вимогам сучасності тощо) [18].

Попередню проблему ускладнює наступна – суттєве розшарування суспільства за платоспроможністю, що спричиняє різний доступ до закладів освіти, інформаційних систем та заходів саморозвитку (люди з фізичними та/або розумовими вадами; малозабезпечені сім'ї; жителі віддалених від міст населених пунктів тощо). З цим виникає питання щодо нещодавно введеної інклюзивної освіти, яка передбачає закриття спеціалізованих навчальних закладів та розподіл учнів з особливими потребами у звичайні класи. Крім того, що в середньостатистичних школах не передбачено необхідного обладнання (яке встановлюватиметься по факту прийняття дитини до закладу освіти, а, скоріше за все, із запізненням і деякими проблемами), персонал освітніх закладів і школярі не мають змоги психологічно підготуватися та отримати допомогу за потребою (до того ж позначається нетолерантність населення вза-

галі, відсутність усвідомлення даного поняття та його важливості).

Не менший дискомфорт викликає відсутність шкіл і класів для національних меншин в Україні. На це впливають недостатня кількість необхідного персоналу та незацікавленість у фінансуванні таких проєктів державними структурами й приватними організаціями [18].

До вищезгаданого доречно додати й низьку заробітну плату вчителів та викладачів, яка негативно впливає на рівень їхнього життя, унеможлиблює особистісний та професійний розвиток. Останній пункт – дуже важливий для підвищення кваліфікації, розширення бази знань та збереження робочого місця. Для прикладу, посадовий оклад молодого вчителя (станом на вересень 2020 р.) складає 4050 грн, вчителя I категорії – 5051 грн, вчителя / викладача вищої категорії у закладах професійної та фахової передвищої освіти – 5385 грн. Загалом, ставка заробітної плати працівників закладів освіти варіюється від 2225 до 10035 грн, залежно від тарифного розряду [19; 20; 21]. Крім того, у освітньому процесі для ефективного спілкування

необхідно мати певні знання у сфері паралінгвістики, щоб підсилювати вербальні процеси комунікації невербальними для більшого впливу на взаємини учасників комунікативно-мовленнєвого процесу, формування довірливих міжособистісних взаємин, відкритість та щирість комунікантів; розуміти вербальні повідомлення; підсилювати емоційну насиченість висловлювань; підтримувати психологічну близькість [22].

Щоб хоч якось підвищити престиж професії, законодавством передбачено додаткові виплати за класне керівництво, перевірку зошитів та вислугу років, проте не призначено соціальне страхування, як в інших країнах світу. Все це позначається на якості викладання та освіти загалом, адже в разі відсутності мотивації, низької оплати праці, психологічного напруження педагогів, дуже важко ділитися знаннями з учнями (яких, з кожним роком, все складніше зацікавити власним предметом).

Для кращого розуміння серйозності проблеми необхідно розглянути орієнтовні середні оклади вчителів та мінімальну заробітну плату в різних країнах світу (табл. 2).

Таблиця 2

### Середня заробітна плата вчителів та мінімальна заробітна плата в різних країнах світу

Країна	Середня заробітна плата вчителя	Мінімальна заробітна плата в країні
Україна	\$224/місяць (від 01.01.2021)	222 \$/місяць (6000 грн, від 01.01.2021)
Польща	\$825/місяць	\$744/місяць
Іспанія	\$2390	\$1325/місяць
Японія	\$5200	\$1455
Німеччина	\$4315	\$1820
Китай	\$1000	\$166 – 465
США	\$4800	\$1160
Мексика	\$600	\$140

Джерело: складено на основі [23-29]

Отже, українські вчителі отримують одну з найнижчих зарплат серед колег у світі та не забезпечені, наприклад, повним медичним обслуговуванням, як китайські, не можуть взяти річну відпустку, як ізраїльські, не мають додаткових виплат за спілкування з батьками або проведення батьківських зборів, як американські. Наразі, Міністерством освіти і науки України пропонується внести змі-

ни до Закону України «Про освіту», де тривалість робочого тижня для педагогічних працівників не повинна перевищувати 36 годин (на сьогодні це 40 годин) [30]. Для порівняння, в Німеччині та Польщі педагоги працюють не більше 27 годин на тиждень, у Мексиці – 23. Приблизно скільки ж часу, як і наші викладачі, в стінах шкіл проводять китайські, американські та іспанські. Попри

зазначене, вітчизняні спеціалісти не повинні надавати батькам письмовий звіт про навчання їхніх дітей, як у Німеччині та Великобританії, починати кар'єрний шлях у глибоких країнах, як у Китаї, та, врешті-решт, їхній заробіток не варіюється від регіону викладання [29].

На протигагу всім попереднім змінам, кількість університетів, академій та інститутів зросла на 89%, студентів у них – на 43%, прийнятих – на 43%, а випускників – на 144%. Збільшилась чисельність аспірантів і докторантів на 89% та 121% відповідно [31]. Тобто, в Україні характерним є скорочення кількості всіх закладів освіти та їх випускників, окрім вищої. Відповідно в економіці відбувся значний перекид у потребі спеціалістів з професійною (професійно-технічною) освітою та навичками, чисельність яких значно зменшилась. При цьому масовість вищої освіти та невисока її вартість призвели до погіршення якості підготовки та формально до неї відношення. Також, на сьогодні, відмічаються дуже гостро проблеми, які пов'язані з недосконалістю механізмів взаємодії освіти та ринку праці [32].

Незважаючи на відносно низьку ціну за навчання, порівняно з іншими країнами світу, фінансова спроможність вітчизняних домогосподарств не завжди відповідає їй. Це залежить від самого закладу та його статусу, регіону країни та середньої заробітної плати в ньому (у м. Київ, на кінець 2020 р. – 21,8 тис. грн, у Київській та Рівненській областях – 14,3 тис. грн, в інших регіонах – від 10,9 до 13 тис. грн) [33]. Що ж до вартості навчання, то в столичних ЗВО воно коштуватиме від 20 до 71 тис. грн, а в інших містах – від 13 тис. грн. (без урахування вартості проживання, харчування, проїзду тощо). Крім того, згідно з постановою Кабінету Міністрів України, з 1 вересня 2020 року для вступників на найбільш популярні спеціальності (38 із 121) контрактне навчання коштуватиме не менш як 60% вартості утримання бюджетних місць (у 2021 р. – 70%, у 2022 р. – 80%). Наразі, останні обходяться країні, в середньому, в 44 тис. грн, тоді як за одного «контрактника» отримує 16,5 тис. грн. Таке рішення МОН України орієнтоване на компенсацію коштів

університетам за дисбаланс між видатками й надходженнями за навчання; підвищення якості освіти, за рахунок вдосконалення обладнання, лабораторій, а також збільшення заробітної плати та запровадження премій для викладачів, залучення «запрошених» спеціалістів тощо; зменшення кількості працівників на ринку праці, послуги яких не затребувані [34]. Такі дії мають супроводжуватися викоріненням корупції у освітній системі, вищій мотивації молоді до навчання тощо.

Загалом українська освіта – доступніша, ніж в багатьох державах світу (проте, варто брати до уваги платоспроможність населення та рівень життя у країні) (табл. 3). Так, для іноземців в Україні освітні послуги обійдуться набагато дешевше, ніж «рідні», з урахуванням інших витрат (дешевше проживання в «студмістечку» (кампусі), ніж оренда житла). У Німеччині проживання обійдеться в \$ 260-630 на місяць (+ \$ 240 за комунальні виплати), в Австралії – \$ 950 – 1350 (+\$ 165), у США – \$ 500-1500 (+ \$ 1 000 – 1 500), у Канаді – \$ 400 (+ \$300). Харчування в цих же країнах коштуватиме приблизно \$ 200-300 на місяць [35].

Варто відмітити, що іноземні системи освіти дозволяють мінімізувати фінансові витрати. Так, в деяких країнах Європи, таких як Австрія, Чехія, Німеччина, Франція, Італія та Норвегія навчання державною мовою обійдеться майже безкоштовно (не враховуючи вартість проживання, харчування, студентських зборів, медичної страховки тощо). У швейцарських інститутах туризму та готельного бізнесу щорічне стажування, яке триває 4-6 місяців, оплачується в розмірі \$ 2 500 на місяць. У багатьох університетах Голландії та Франції існує схожа система: стажування один або два рази за програму, яке дозволяє заробляти від \$ 500 до \$ 1 500 на місяць. Окрім компенсації до 35% витрат, студенти отримують досвід роботи, з яким у них будуть безперечні переваги серед конкурентів у працевлаштуванні, можливість отримання стипендії, працюючи в бібліотеці чи ресторані «вищу», або виступаючи як спортсмен чи музикант від нього [36]. Проте, це можливо лише після початку навчання.

Таблиця 3

**Вартість навчання за кордоном та витрати на проживання**

Країна	Річна вартість навчання	Річна вартість проживання
Україна	Від 350 до 2 100 € (\$420-2500)	Від 150 € (\$ 180)
Польща	Державні ВНЗ	Від 300 € (\$ 360)
	Приватні ВНЗ	
Австрія	800 € (\$ 960)	Приблизно 10 000 € (\$12 000), + харчування
Німеччина	Безкоштовно в державних університетах, оплачуються студентські збори	
Франція	Бакалаврат – 500 € (\$ 600), магістратура – 900 € (\$1 100)	Залежить від місця навчання
Італія	Від 500 € (\$ 600)	Менше, ніж в багатьох європейських країн
Угорщина	Від 2 000 € (\$ 2 400)	
Чехія	Безкоштовно в державних університетах (чеською мовою); приблизно 2 000 € (\$ 2 400) , (англійською мовою)	
Норвегія	Безкоштовно в державних університетах, реєстраційний збір – 100 € (\$ 120)	Близько 15 000 € (\$18 100)
США	Державні ВНЗ	\$ 8 530 (€ 7 100)
	Приватні ВНЗ	
Канада	\$ 6 100 (€ 5 100)	\$ 6 910 (€ 5 700)
Великобританія	\$ 10 210 (€ 8 500)	\$ 8 780 (€ 7 300)
Австралія	\$ 5 970 (€ 5 000)	\$ 6 040 (€ 5 000)
Нова Зеландія	\$ 5 580 (€ 4 600)	\$ 5 520 (€ 4 600)

Джерело: складено на основі [35]

В Україні сьогодні важливо переглянути систему освіти коледжів і технікумів. У багатьох країнах освітні програми для цих закладів розробляються (переглядаються) у тісній співпраці з промисловими та громадськими колами, які відповідають сучасним потребам, і, як наслідок, дозволяють пропонувати затребувані спеціальності на ринку праці. Сертифікати й дипломи, які видають коледжі – визнаються на рівні з університетськими. Чимало з них мають відповідні угоди з університетами та видають дипломи університетів-партнерів. Все це надає можливість отримати якісну освіту за меншу вартість (приблизно в 1,5 рази, порівняно з університетами) [36]. В Україні ж технікуми, училища, коледжі мають дуже низьке сприйняття у суспільстві, де вважається важливою переважно (формально) вища освіта.

Дана ситуація ускладнюється різким введенням Болонської системи освіти (з 2005 р.), замість поетапного, що спричинило багато непорозумінь між студентами та викладачами, стосовно нарахування балів і вибору дисциплін. Вона передбачає адаптацію нав-

чальних систем різних країн світу до єдиного поділу наукових ступенів, що супроводжуються додатком до диплома, щоб забезпечити можливість працевлаштування за кордоном. Проте, фактично, в Україні є декілька проблем з її повноцінним впровадженням: недостатня обізнаність студентів у кредитній системі (кількісній оцінці навчальних досягнень); неможливість самостійного вибору дисциплін (через відсутність викладачів або методичних розробок для викладання; нестачі приміщень тощо); «застарілість» предметів для сучасних ринкових умов; об'єднання загальних та профільних предметів, як на рівні бакалаврату, так і магістратури [37].

Тож, наразі, в Україні є велика кількість людей з вищою освітою, які або працюють не за профілем, або не мають належної мотивації, бо здобували її «для батьків». Вся ця частка населення – інтелектуальні активи нації, які вчасно не змогли обрати необхідну спеціальність, або «взяти перерву» для роздумів над цим, і неспроможні розкрити весь свій творчий та інтелектуальний потенціал

зараз (переважно, через присвячення часу роботі, побуту тощо).

Розширення переліку вимог, пов'язаних із задачею ДПА та ЗНО створили додаткові бар'єри для молоді та їх батьків. Однак майже вся система освіти з низьким рівнем оплати праці викладачів (вчителів) та корумпованістю стала не готовою повноцінно задовольняти ці запити. Як наслідок якість освіти знизилась на всіх рівнях і виник платний сервіс з приватної підготовки молоді до іспитів.

Отже, тривалі та непослідовні реформи в освітній сфері України сьогодні переважно є незрозумілими для населення, а його низька фінансова спроможність не дозволяє отримувати якісні освітні послуги. В таких умовах розвиток інтелектуальних активів є значно ускладненим та суттєво обмеженим.

Для вирішення наявних проблем та подальшого їх запобігання, варто розробляти стратегічні заходи розвитку освітньої системи, за участю державних структур, приватних підприємств, громадськості, фондів і спонсорів, яка передбачатиме соціально-економічні трансформації, зокрема, поліпшення якості освітніх умов. Вони виступають інструментом формування та розвитку інтелектуальних активів нації, які є запорукою її процвітання. Передусім, це стосується зростання платоспроможності та рівня життя населення, що позитивно впливатиме на розширене його відтворення (шляхом створення нових робочих місць; залучення вітчизняних науковців до вдосконалення національного виробництва, виведення їхніх проєктів на міжнародні ринки тощо). Зазначене, в свою чергу, дозволить зберегти низку наявних робочих місць, у тому числі в закладах освіти. Також, варто звернути увагу на спрощення та вдосконалення онлайн-сервісів, забезпечення населення рівними умовами доступності освітніх послуг, через надання техніки (наприклад, малозабезпеченим сім'ям) та проведення Інтернету (у віддалені від районних центрів населені пункти). Адже візуалізація будь-якого об'єкту реального світу, а в окремих випадках навіть створення засобами різних графічних комп'ютерних програм і спеціалізованих пристроїв, сприятиме ліпшому викладу та засвоєнню інформації [38]. На додаток до

цього, слід зауважити, що введення інклюзивної освіти має повноцінно передбачити в навчальних закладах наявність необхідного обладнання, а також запровадження сеансів психологічної допомоги дітям з обмеженими можливостями, їхнім батькам; підготовку персоналу і учнів загальноосвітніх закладів до роботи в нових умовах (можна скористатися прикладом шкіл Великобританії, де постійно організовують різноманітні благодійні заходи; нерідко діти займаються соціальною роботою). Це дозволить прищепити відповідні моральні цінності та повагу до оточуючих. Крім того, необхідно попіклуватися про представників національних меншин на теренах України, створивши для них спеціальні класи, або навіть школи, щоб у подальшому ці громадяни проявили бажання залишитися саме тут. Вирішення проблем якості освіти, а також багатьох інших, має ґрунтуватися на формуванні гідних умов праці та заробітної плати викладачів. Як видно з наведених даних, середній рівень окладу педагогів в Україні є дуже низьким, що свідчить про невисокий статус самої професії в суспільстві, демотивацію її представників (та зародження бажання зміни роду діяльності на більш прибутковий), обмежені можливості професійного та особистісного самовдосконалення, зокрема навчання роботі з інтерактивними технологіями.

Для вдосконалення освітньої системи в Україні доречно запозичити окремі елементи закордонної практики. У канадській системі освіти неприпустимі публічні зауваження дитині, а її оцінки – конфіденційні, що дозволяє виховувати у підростаючого населення звичку працювати на якість, а не на кількість балів, без зайвого порівняння з однолітками та нав'язування певних комплексів. Загальна освіта починається з підготовчих класів для дітей 4-5 років, а в середній та старшій школі навчання поділяється на блоки – у кожному семестрі вивчається лише 4 предмети. У Фінляндії, крім цього, для кожного учня складають індивідуальний план навчання та розвитку, що дозволяє виконувати на уроках завдання різної складності; хлопців та дівчат не розділяють по групам на заняттях з технологій, що допомагає їм всесторонньо розвивати власні навички та привчає поважати працю інших. У США учнів

щороку перерозподіляють у нові класи, всі навчаються за індивідуальними планами. У Німеччині, хоча й немає єдиної освітньої програми для всіх регіонів країни, проте всі учні вже з четвертого класу відвідують заняття зі статевого виховання. У Франції можливо перейти на клас вище (або нижче) за навчальні досягнення, а в Австралії, на додачу, існує система заохочень у вигляді сертифікатів за добре виконану роботу. Особливість системи освіти в Новій Зеландії – у щорічній зміні класом кабінету, що допомагає створювати дружню атмосферу в школах. В Ізраїлі, навіть у разі неплатоспроможності родини учня, останнього не мають права відсторонити від занять та позакласної активності [37]. Отже, виділивши позитивні моменти в навчальних процесах інших держав, можна впровадити нові та корисні зміни в освітній системі України, що буде близьке нашому менталітету та цінностям, підвищить якість освіти.

**Висновки.** Підбиваючи підсумки, варто зазначити, що інтелектуальні активи населення країни – це сукупність різних елемен-

тів людського потенціалу, що розвиваються та вдосконалюються протягом життя, через призму виховання, культури суспільства, рівня освіти й мотивації до навчання та відображаються в результатах інтелектуальної діяльності індивідуумів. Вони виступають запорукою економічного зростання провідних країн світу, адже здатні до накопичення та самовідтворення, на відміну від інших ресурсів виробництва. Формування інтелектуальних активів населення обумовлюється освітніми умовами, які відображають синтез особливостей системи освіти, умов доступності здобуття знань і безпосередньо якості реалізації освітніх програм. Наразі, в Україні є ряд проблем, що пов'язані з кожною зазначеною складовою. Тому саме об'єднання зусиль владних структур на різних економічних рівнях, освітньо-наукової спільноти, бізнесу та громадськості в узгодженні основних пріоритетів і напрямів формування сприятливих освітніх умов здатне в подальшому забезпечити розвиток інтелектуальних активів населення країни.

#### Список літератури:

1. Карпенко А. В. Розвиток інтелектуальних активів людського потенціалу: теорія та практика: монографія. Запоріжжя: ФОРМ В. В. Мокшанов, 2018. 510 с.
2. Карпенко А. В. Інтелектуальні активи: етимологія поняття та місце в національній інноваційній системі. *Економіка і організація управління*. 2017. № 4. С. 65-80.
3. Несторенко Т. П. Цінність вищого образования для індивіда. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 3(3). С. 171-174. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu\\_ekon\\_2015\\_3\(3\)\\_35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_3(3)_35)
4. Освіта. Право на здобуття освіти. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B0>
5. Закон України «Про освіту». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>
6. Зайченко І. В. Поняття і сутність змісту освіти. Педагогіка. URL: [https://pidru4niki.com/12580426/pedagogika/zmist\\_zagalnoyi\\_osviti](https://pidru4niki.com/12580426/pedagogika/zmist_zagalnoyi_osviti)
7. Освіта як спосіб входження людини у світ науки і культури. Реферат. URL: <https://ru.osvita.ua/vnz/reports/psychology/29246/>
8. Система освіти України, її структура. URL: <http://www.info-library.com.ua/books-text-4033.html>
9. Освітня політика в контексті визначальних характеристик цивілізаційного процесу. Принцип освітньої політики в Україні. Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова. 2013. URL: <https://studfile.net/preview/5604093/page:2/>
10. Суркова Г. Проблеми доступності вищої освіти в Україні. URL: [nauka.zinet.info/10/surkova.php](http://nauka.zinet.info/10/surkova.php)
11. Кремень В. Г. Освіта і наука в Україні – інноваційні аспекти. Стратегія. Реалізація. Результати. К.: Грамота. 2005. 448 с.
12. Закон України «Про вищу освіту». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/page#Text>
13. Освітні програми. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». URL: <https://kpi.ua/regulations-2-2>
14. Конституція України. Розділ II: права, свободи та обов'язки людини та громадянина. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA%96-%D0%B2%D1%80#Text>
15. Лисенкова І. П. Індивідуальний підхід у роботі з дітьми молодшого шкільного віку з когнітивними порушеннями. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Психологія»: збірник наукових праць*. Острог: Вид-во НаУОА. 2018. Вип. 6. С. 21-26.
16. Миськова Н. М. Формування комунікативної компетенції дітей дошкільного віку в умовах закладу дошкільної освіти. *Інноваційна педагогіка: зб. наук. праць*. 2020. Випуск 24. Том 1. С. 244–247
17. Алексеева Г. М. Актуальні питання фізико-математичної освіти: збірник наукових праць. Сум. держ. пед. ун-т імені А.

С. Макаренка. Суми : ВВП «Мрія», 2014. Вип. 3. С.184-191.

18. Андрущенко А. В. Актуальні проблеми освіти і науки в українських реаліях. ВСЕОСВІТА. 2018. URL: <https://vseosvita.ua/library/aktualni-problemi-osviti-i-nauki-v-ukrainskih-realiah-12228.html>

19. Посадові оклади (тарифні ставки) педагогічних, науково-педагогічних та наукових працівників закладів освіти і науки на 2020, 2021 та 2022 рік. Заробітна плата. URL: <http://www.zarplata.co.ua/?p=8832>

20. Зарплата вчителя. Чому потрібна реформа оплати праці. Наукова українська школа. URL: <https://nus.org.ua/articles/zarplata-vchytelya-chomu-potribna-reforma-oplaty-pratsi/>

21. Про підвищення оплати праці працівників установ, закладів та організацій бюджетної сфери. Постанова Кабінету Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/750-2020-%D0%BF#Text>

22. Березовська Л. І. Засоби комунікації у професійній діяльності соціального працівника. Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету. 2020. Вип. 2. С. 6-13. URL: <http://znp.udpu.edu.ua/article/download/212046/212096>

23. Зарплаты Японии по профессиям. URL: <https://migrantvisa.ru/zarplata/srednjaja-zarplata-v-japonii/>

24. Минимальная и средняя зарплата в Испании. URL: <https://hochusvalit.com/ispaniya/zarplata-v-ispanii#ggl-4>

25. Зарплаты в Германии: минимальные и средние зарплаты в Германии по профессиям, таблицы зарплат в 2021, 2020 году. URL: <https://ru-geld.de/salary/>

26. Сколько можно заработать в Мексике. Emigranto. URL: <https://emigranto.ru/strany-ameriki/meksika/zarplata-v-meksike.html>

27. Средняя зарплата учителей в США. URL: <https://visasam.ru/emigration/canadausa/zarplata-uchitelya-v-usa.html#:~:text=>

28. Минимальная и средняя зарплата в США. URL: <https://take-profit.org/statistics/wages/united-states/>

29. Сколько зарабатывают учителя в разных странах. URL: <https://osvitoria.media/ru/experience/skolko-zarabatyvayut-uchytelya-v-raznyh-stranah/>

30. Робочий працівників: правові аспекти. Профспілка працівників освіти і науки України. URL: <https://pon.org.ua/dokumenty/podii/2583-robochij-chas-pedagogichnix-pracivnikiv-pravovi.html>

31. Демографічна та соціальна статистика. Освіта. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

32. Ступак О. Ю. Характеристика соціального становища молоді в Україні. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*. 2020, Вип. 1 (94). С. 223-231. <http://domtpnsu.snu.edu.ua/index.php/Domtp/article/view/128>. DOI: 10.33216/2220-6310-2020-94-1-223-231.

33. Средняя месячная зарплата по регионам Украины в 2020 г. Минфин. URL: <https://index.minfin.com.ua/labour/salary/average/2020/>

34. Вартість контрактного навчання має відповідати фактичним витратам університету – уряд ухвалив постанову про індикативну собівартість. Міністерство освіти і науки України. 2020. URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/vartist-kontraktного-navchannya-maye-vidpovidati-faktichnim-vitratam-universitetu-uryad-uhvaliv-postanovu-pro-indikativnu-sobivartist>

35. Вартість навчання за кордоном та витрати на проживання. URL: <https://mojaedukacija.com/cina-navchanna-za-kordonom>

36. Образование в Европе. URL: <https://academiconsult.ru/obrazovanie-v-evrope>

37. Що не так з болонською системою в Україні. Студвей. URL: <https://studway.com.ua/bologna-system/>

38. Бучківська Г. Використання інформаційно-комунікаційних технологій у процесі художньо-трудової діяльності майбутніх учителів початкових класів. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Педагогіка*. Тернопіль: Вид. відділ ТНПУ, 2018. № 1. С. 39–46. URL: <http://nzp.tnpu.edu.ua/article/view/138484>

39. Боровік Л.В. Інновації – основний метод активізації інвестиційних процесів у сільському господарстві. Міжнародний науково – практичний журнал *Фінансовий простір*. 2020. №1 (37), с. 8 – 15. <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/index.php/fp/article/view/749>

40. Sherman M., Samchynska Y., Sikelinda M., Yurzhenko A. Formation of Digital and Research Competences in the Training of IT Professionals in a Modern University. *Information Technologies in Education*. 2020. № 44. P. 18-30.

41. Тарануха О.М., Амеліна Н.К., Клименко І.С. Тенденції розвитку ринку консалтингових послуг в Україні. *Економіка та управління на транспорті*. Київ: НТУ. 2017. випуск 4. стор.129-134 <http://publications.ntu.edu.ua/eut/2017-04/129-135.pdf>

#### References:

1. Karpenko A. V. (2018) Rozvytok intelektualnykh aktyviv liudskoho potentsialu: teoriia ta praktyka: monohrafiia. Zaporizhzhia: FOP V. V. Mokshanov, 510 p.

2. Karpenko A. V. (2017) Intelektualni aktyvy: etymolohiia poniattia ta mistse v natsionalnii innovatsiinii systemi. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*. № 4, pp. 65-80.

3. Nestorenko T. P. (2015) Tsennost vyssheho obrazovanyia dlia yndyvyda. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnogo universytetu. Ekonomichni nauky*. № 3(3), pp. 171-174. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu\\_ekon\\_2015\\_3\(3\)\\_35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_3(3)_35)

4. Osvita. Pravo na zdobuttia osvity. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B0>

5. Zakon Ukrainy «Pro osvitu». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>

6. Zaichenko I. V. Poniattia i sutnist zmistu osvity. *Pedahohika*. URL: [https://pidru4niki.com/12580426/pedagogika/zmist\\_zagalnoyi\\_osviti](https://pidru4niki.com/12580426/pedagogika/zmist_zagalnoyi_osviti)

7. Osvita yak sposib vkhodzhennia liudyny u svit nauky i kultury. Referat. URL: <https://ru.osvita.ua/vnz/reports/psychology/29246/>

8. Systema osvity Ukrainy, yii struktura. URL: <http://www.info-library.com.ua/books-text-4033.html>

9. Osvitnia polityka v konteksti vyznachalnykh kharakterystyk tsyvilizatsiinoho protsesu. Pryntsyp osvითnoi polityky v Ukraini. Natsionalnyi pedahohichnyi universytet im. M. P. Drahomanova. (2013) URL: <https://studfile.net/preview/5604093/page:2/>
10. Surkova H. Problemy dostupnosti vyshchoi osvითy v Ukraini. URL: [nauka.zinet.info/10/surkova.php](http://nauka.zinet.info/10/surkova.php)
11. Kremen V. H. (2005) Osvითa i nauka v Ukraini – innovatsiini aspekty. Stratehiia. Realizatsiia. Rezultaty. K.: Hramota, 448 p.
12. Zakon Ukrainy «Pro vyshchu osvითu». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/page#Text>
13. Osvითni prohramy. Natsionalnyi tekhnichnyi universytet Ukrainy «Kyivskiy politekhnichnyi instytut imeni Ihoria Si-korskooho». URL: <https://kpi.ua/regulations-2-2>
14. Konstytutsiia Ukrainy. Rozdil II: prava, svobody ta oboviazky liudyny ta hromadianyna. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA96-%D0%B2%D1%80#Text>
15. Lysenkova I. P. (2018) Indyvidualnyi pidkhid u roboti z ditmy molodshoho shkilnogo viku z kohnityvnymy porushenniamy. Naukovi zapysky Natsionalnogo universytetu «Ostrozka akademiia». Seriia «Psykhohohiia»: zbirnyk naukovykh prats. Ostroh: Vyd-vo NaUOA. Vyp. 6, pp. 21-26.
16. Myskova N. M. (2020) Formuvannia komunikatyvnoi kompetentsii ditei doshkilnogo viku v umovakh zakladu doshkilnoi osvითy. Innovatsiina pedahohika: zb. nauk. prats. Vypusk 24. Tom 1, pp. 244–247
17. Alikseeva H. M. (2014) Aktualni pytannia fizyko-matematychnoi osvითy: zbirnyk naukovykh prats. Sum. derzh. ped. un-t imeni A. S. Makarenka. Sumy : VVP «Mriia». Vyp. 3, pp.184-191.
18. Andrushchenko A. V. Aktualni problemy osvითy i nauky v ukrainskykh realiakh. VSEOSVITA. 2018. URL: <https://vseosvita.ua/library/aktualni-problemi-osvითi-i-nauki-v-ukrainskikh-realiah-12228.html>
19. Posadovi oklady (taryfni stavky) pedahohichnykh, naukovo-pedahohichnykh ta naukovykh pratsivnykiv zakladiv osvითy i nauky na 2020, 2021 ta 2022 rik. Zarobitna plata. URL: <http://www.zarplata.co.ua/?p=8832>
20. Zarplata vchytelia. Chomu potribna reforma oplaty pratsi. Naukova ukrainska shkola. URL: <https://nus.org.ua/articles/zarplata-vchytelya-chomu-potribna-reforma-oplaty-pratsi/>
21. Pro pidvyshchennia oplaty pratsi pratsivnykiv ustanov, zakladiv ta orhanizatsii biudzhetnoi sfery. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/750-2020-%D0%BF#Text>
22. Berezovska L. I. (2020) Zasoby komunikatsii u profesiinii diialnosti sotsialnogo pratsivnyka. Zbirnyk naukovykh prats Umanskoho derzhavnogo pedahohichnogo universytetu. Vyp. 2, pp. 6-13. URL: <http://znp.udpu.edu.ua/article/download/212046/212096>
23. Zarplaty Yaponyy po professiyam. URL: <https://migrantvisa.ru/zarplata/srednjaja-zarplata-v-japonii/>
24. Mynymalnaia y sredniaia zarplata v Yspanyy. URL: <https://hochusvalit.com/ispaniya/zarplata-v-ispanii#ggl-4>
25. Zarplaty v Hermanyy: mynymalnye y srednye zarplaty v Hermanyy po professiyam, tablytsy zarplat v 2021, 2020 roku. URL: <https://ru-geld.de/salary/>
26. Skolko mozjno zarabotat v Meksyke. Emigranto. URL: <https://emigranto.ru/strany-ameriki/meksika/zarplata-v-meksike.html>
27. Sredniaia zarplata uchyteliv v SShA. URL: <https://visasam.ru/emigration/canadausa/zarplata-uchytelya-v-usa.html#:~:text=:text=>
28. Mynymalnaia y sredniaia zarplata v SShA. URL: <https://take-profit.org/statistics/wages/united-states/>
29. Skolko zarabatyvaiut uchytelia v raznykh stranakh. URL: <https://osvითoria.media/ru/experience/skolko-zarabatyvaiut-uchytelya-v-raznyh-stranah/>
30. Robochiy pratsivnykiv: pravovi aspekty. Profspiika pratsivnykiv osvითy i nauky Ukrainy. URL: <https://pon.org.ua/dokumenty/podii/2583-robochij-chas-pedahohichnykh-chas-pedagogichnix-pracivnikiv-pravovi.html>
31. Demohrafichna ta sotsialna statystyka. Osvითa. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
32. Stupak O. Yu. (2020) Kharakterystyka sotsialnogo stanovyshcha molodi v Ukraini. Dukhovnist osobystosti: metodohohiia, teoriia i praktyka. 2020, Vyp. 1 (94), pp. 223-231. <http://domtpsnu.snu.edu.ua/index.php/Domtp/article/view/128>. DOI: 10.33216/2220-6310-2020-94-1-223-231.
33. Sredniaia mesiachnaia zarplata po rehyonom Ukrainy v 2020 h. Mynfyn. URL: <https://index.minfin.com.ua/labour/salary/average/2020/>
34. Vartist kontraktynoho navchannia maie vidpovidaty faktychnym vytratam universytetu – uriad ukhvalyv postanovu pro indykativnu sobivartist. Ministerstvo osvითy i nauky Ukrainy. (2020) URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/vartist-kontraktynogo-navchannya-maye-vidpovidati-faktichnim-vitratam-universitetu-uryad-uhvaliv-postanovu-pro-indykativnu-sobivartist>
35. Vartist navchannia za kordonom ta vytraty na prozhyvannia. URL: <https://mojaedukacija.com/cina-navchanna-za-kordonom>
36. Obrazovanye v Evrope. URL: <https://academconsult.ru/obrazovanie-v-evrope>
37. Shcho ne tak z bolonskoiu sistemoiu v Ukraini. Studvei. URL: <https://studway.com.ua/bologna-system/>
38. Buchkivska H. (2018) Vykorystannia informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii u protsesi khudozhno-trudovoi diialnosti maibutnykh uchyteliv pochatkovykh klasiv. Naukovi zapysky Ternopilskoho natsionalnogo pedahohichnogo universytetu imeni Volodymyra Hnatiuka. Seriia: Pedahohika. Ternopil: Vyd. viddil TNPU. № 1, pp. 39–46. URL: <http://nzp.tnpu.edu.ua/article/view/138484>
39. Borovik L.V. (2020) Innovatsii – osnovnyi metod aktyvizatsii investytsiinykh protsesiv u silskomu hospodarstvi. Mizhnarodnyi naukovy – praktychnyi zhurnal Finansoviy prostir, №1 (37), pp. 8 – 15. URL: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/index.php/fp/article/view/749>
40. Sherman M., Samchynska Y., Sikelinda M., Yurzhenko A. (2020) Formation of Digital and Research Competences in the Training of IT Professionals in a Modern University. Information Technologies in Education. № 44, pp. 18-30.
41. Taranukha O.M., Amelina N.K., Klymenko I.S. (2017) Tendentsii rozvytku rynku konsaltnykh posluh v Ukraini. Ekonomika ta upravlinnia na transporti. Kyiv: NTU. vypusk 4, pp. 129-134 <http://publications.ntu.edu.ua/eut/2017-04/129-135.pdf>



# МАРКЕТИНГ

УДК: 631.155.2:658.6(4); DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-166-174

*Марчук А.О., асистент,  
marchuk\_asya@ukr.net*

*Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного*

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ДИТЯЧОЇ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

*Анотація.* У статті сформована підсумкова модель поведінки споживача молока та молочної продукції для дітей. Проаналізований увесь асортимент дитячих продуктів харчування як вітчизняних, так й іноземних виробників, які найчастіше батьки купують своїм дітям, особливо у віці до 3-ьох років. Зроблена оцінка місця купівлі молочної продукції, а також виділено перелік критеріїв, що мають вагоме значення на вибір батьків під час покупки як молочного, так і будь-якого іншого виду продукту. Також було визначено головні засади обов'язкового інформ-контенту упаковки молочної продукції для дітей, на які батьки найбільше звертають уваги.

*Ключові слова:* маркетингові дослідження, модель поведінки споживачів, ринок молока та молочної продукції, анкета, респонденти, дитяче харчування, опитування.

**JEL code classification: M31, F16**

*Marchuk A.O., assistant,  
Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University*

## PECULIARITIES OF THE FORMATION OF THE CONSUMER BEHAVIOR MODEL OF CHILDREN'S DAIRY PRODUCTS

*Abstract.* Today, the market of milk and dairy products is quite mature and full, but every year the shelves of supermarkets are increasingly saturated with a range of dairy products. And here the key points for their successful implementation are the loyalty of consumers, or rather, customers - parents, to a particular brand, which is expressed in a balanced decision and analysis of differences in such criteria as price, composition, naturalness and taste. It is advisable to analyze in more detail the main motives for buying dairy products by parents and highlight the features of consumer modeling in the domestic market of baby products, not only under the influence of gastronomic traditions of our country, but also the formation of parental consciousness in nutrition, education "sober" attitude to healthy and healthy food.

The article forms the final model of consumer behavior of dairy products for children. It analyzes the entire range of children's products, which parents most often buy for their children, especially under the age of 3 years. The place of purchase of dairy products for children, as well as children's consumption of milk and dairy products was assessed. A list of criteria that are very important for parents' choice when buying dairy products and any other type of product was identified. Based on the results of the study, it was determined what kind of information should be on the packaging of products for children and which consumers pay more attention to. A comparison of sales promotion methods for baby food products was conducted, and the main sources of information that parents trust and from which they learn news about the addition to the range of baby food products were identified. According to the results of the survey, we found out what kind of information is needed on the packaging of products for the safe and healthy consumption of milk and dairy products by young children.

*Key words:* marketing research, consumer behavior model, milk and dairy products market, questionnaire, respondents, baby food, surveys.

**Постановка проблеми.** На сьогоднішній досить зрілим і наповненим, проте з кожним час ринок молока та молочної продукції є роком прилавки супермаркетів все більше

насичуються асортиментом молочної дитячої продукції. І тут ключовими моментами для їх успішної реалізації стає саме лояльність споживачів, а точніше, покупців – батьків, до певного бренду, що виражена у зваженому рішенні та аналізі відмінностей таких критеріїв як ціна, склад, натуральність і смак. Звичайно, що у 2021 році реклама, просування товару та правильне позиціонування бренду в Інтернет-просторі також мають значну роль під час вибору того чи іншого продукту харчування, особливо для дітей. Тому буде доцільно більш докладно проаналізувати основні мотиви купівлі молочної дитячої продукції батьками та виокремити особливості формування моделі споживачів на вітчизняному ринку дитячої молочної продукції не лише під впливом гастрономічних традицій нашої країни, але й становленням батьківської свідомості у харчуванні, вихованні «тверезого» відношення до здорової та корисної їжі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Особливості та проблематику функціонування ринку молока і молочної продукції в Україні розглядали Н. С. Белінська, Т. В. Куліш, Л. І. Михайлова, П. Т. Саблук, а дослідженнями ринку дитячої продукції займалися А. С. Коноваленко, Е. В. Медведенко, Т. А. Говорушко, Е. В. Булгакова, І. З. Должанський, А. А. Воронін.

Але разом з тим, проблеми виживання підприємств молокопереробної галузі та забезпечення населення молочної продукції, особливо дітей, залишається актуальним і донині.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є поведінка споживачів на ринку

молока та молочної продукції для дитячого харчування.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Для формування моделі поведінки споживача було використано один із найпопулярніших методів маркетингових досліджень – анкетування, яке було проведено серед населення м. Мелітополь і найближчих регіонів протягом періоду листопад-лютий 2019-2020 рр. Як свідчать статистичні дані на той період, населення міста становить 152 тис. осіб. Так як, молочні продукти є першорядними і можливо доцільно було б прийняти за генеральну сукупність все населення міста, але об'єктом дослідження є дитячі молочні продукти, і відповідно, споживачами є діти, а покупцями продукції – їх батьки. Довірчий інтервал (похибка) складає 5%, довірча ймовірність - 95%. При таких даних, вибірка становитиме 351 осіб. Об'єкт репрезентативною квотною вибірки склав 224 респондента за соціальними, гендерними та віковими параметрами.

Більшістю опитаних є жінки - 200 осіб (89,29%), так як найчастіше саме матері, бабусі та сестри купують продукти харчування для всієї родини. Ця ж основна частина опитуваних знаходиться в межах вікової категорії - 25-40 років (89,29%), із яких більшість є працівниками держслужби - 80 респондентів (21,5%), також домогосподарками - 16 респондентів (8%), перебувають у декретній відпустці - 43 респондента (21,5%), які проживають у міській місцевості (табл. 1).

Таблиця 1

### Підсумкова модель поведінки споживача на ринку дитячої молочної продукції

№	Параметри	Респондент, %
1.	Стать	Жіночий (89,3)
2.	Вік:	25-40 л. (80,5)
3.	Рід занять (соціальний клас):	Держслужбовець (80); Домогосподарка (16); У декретній відпустці (43)
4.	Місце проживання	м. Мелітополь
5.	Головні чинники при виборі молочної продукції для дітей	✓ натуральність (79,55); ✓ корисність (64,8); ✓ склад (53,3).

6.	Частота придбання молочної продукції	1-2 рази на тиждень
7.	Точка придбання молочної продукції	Універсам / супермаркет (78,8)

Джерело: складено автором на основі власних маркетингових досліджень.

Позитивну тенденцію показали відповіді на питання про важливість складання правильного раціону їжі для дітей – 83% відповідей респондентів показали, що батьки досить уважно ставляться до хар-

чування своїх дітей, при чому як 81,7% жінок, так і 88,9% чоловіків. Але 14% «Не замислювався» несуть у собі загрозу в недотриманні правильного догляду за дитиною та її здоров'ям ще з дитячих років.



Рис.1 – Розподіл респондентів щодо купівлі продукції дитячого харчування, %

Джерело: складено автором на основі власних маркетингових досліджень.

Як свідчать дані за рис. 1, саме молочні продукти найчастіше (81,7%) батьки купують для своїх дітей різного віку. На другому місці йдуть овочеві та фруктові соки (70,8%), третє посідають каші цільнозернові (50,8). Також, як показують дослідження, саме ці три позиції серед іншої продукції дитячого харчування найчастіше зустрічаються у родин, де кількість дітей від трьох і більше.

Приблизно 45% усіх респондентів майже щоденно купують хлібобулочні вироби разом із кондитерською продукцією, а от м'ясні та ковбасні вироби (36,7%) батьки купують декілька разів на тиждень.

Фруктові (75%) та м'ясні (50%) пюре мають найбільшу популярність у батьків, діти яких віком до 6 місяців, як і спеціальні м'ясні консерви.

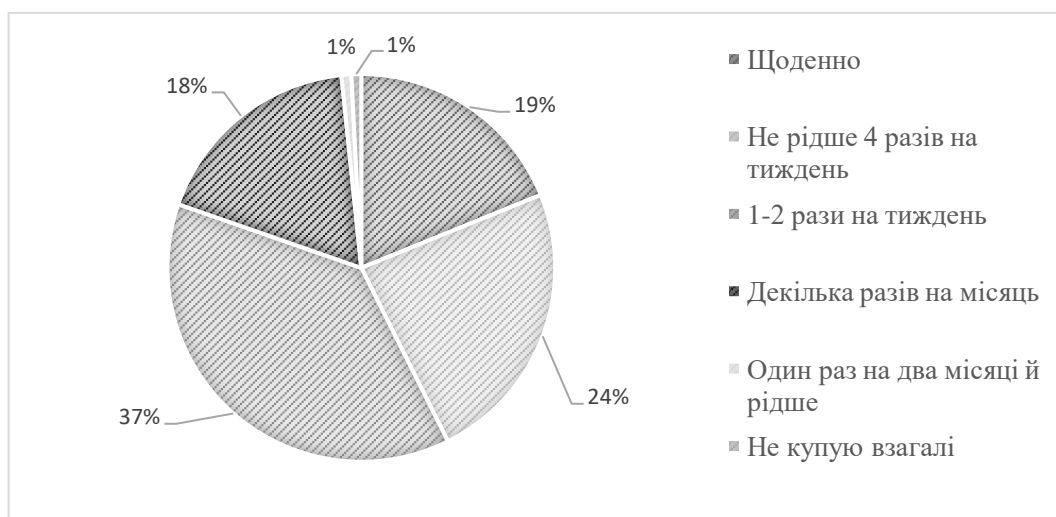


Рис.2 - Оцінка місця купівлі молочної продукції для дітей

Джерело: складено автором на основі власних маркетингових досліджень.

При визначенні частоти придбання молочної продукції, з'ясували, що 37,7% всіх опитаних респондентів (жінки - 35,6%) купують дитяче молоко або ж інші молочні продукти дитячого харчування 1-2 разів на тиждень, 23,8% - не рідше 4 раз в тиждень, майже 19% купують щодня, а 18% - тільки кілька разів на місяць; 0,8% респондентів купують своїм дітям молочну продукцію рідше двох місяців, і стільки ж відмовляються від неї на постійній основі. Якщо узагальнити, то частота покупки молочних продуктів безпосередньо залежить не тільки від кількості дітей в сім'ї, але так само і від можливостей сімейного бюджету.

На питання «Де Ви найчастіше купуєте продукцію для своєї дитини?» майже 79,5% респондентів дали відповідь «універсам/супермаркети», із яких саме чоловіча частина становить 83,3%. Так само, за підрахунками, у супермаркеті купують продукти батьки тих дітей, яким уже більше 6 місяців.

Що досить цікаво, одночасно і чоловіки (76,9%), і жінки (72,2%) обрали критерій натуральності продукції найбільш значущим й важливим. Також, за

результатами опитування, саме такими факторами керуються батьки дітей абсолютно різного віку та не залежно від того, до якого соціального класу відноситься їх родина. Лише 45,1% з усіх респондентів цікавляться, чи призначена дана продукція саме дітям і для якої вікової категорії, ще менше - 31,1% усіх опитуваних звертає увагу на його гіпоалергенність.

Як демонструють результати опитування, батьки найчастіше купують саме йогурт (77,9%), дитяче молоко (70,5%), сир (54,9%), кефір (47,5%), і що дивно, вершкове масло (майже 50%). Популярність йогурту, у порівнянні з іншими молочними продуктами, обумовлена низкою певних причин:

- ✓ найчастіше це яскрава упаковка з персонажами з улюблених мультфільмів, героями народних казок;

- ✓ форма упаковки завжди зручної форми, що дозволяє вживання продукту в будь-якому місці, неодноразово (захисна кришка) і за допомогою допоміжних засобів (ложечка, трубочка);

- ✓ товарна лінійка найбільш численна на смакові варіації і додаткові інгредієнти.

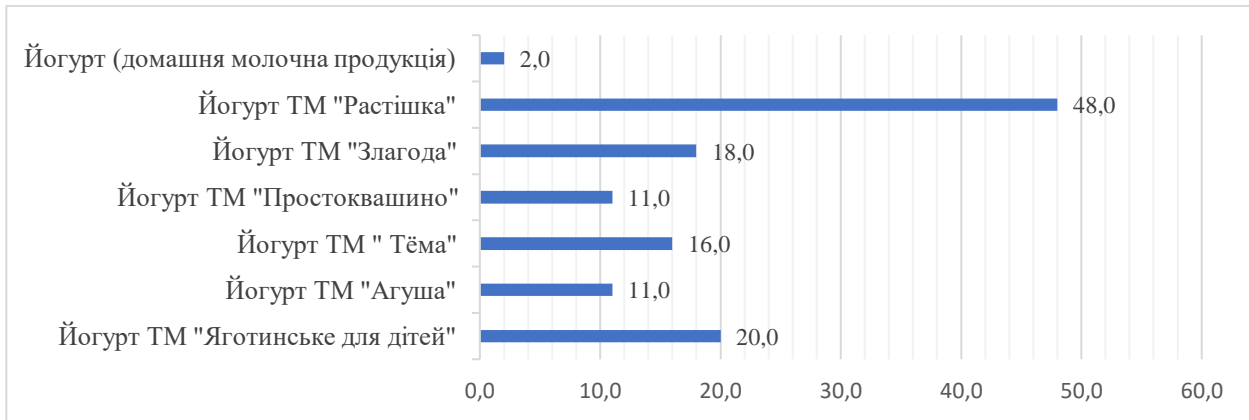


Рис. 3 – Оцінка споживання основних молочних продуктів дітьми  
Джерело: складено автором на основі власних маркетингових досліджень.

Результати дослідження на рис. 3 щодо вживання дітьми йогурту різних брендів демонструють, що найпопулярнішою торговою маркою цього молочного продукту (48%) стає саме «Растішка». На другому місці йогурт «Яготинське для дітей», натомість ТМ «Злагода» підтримало близько 16% респондентів. ТМ «Простоквашино» та «Агуша» отримали однакові результати від батьків (11%), і лише 2% усіх опитуваних купують йогурт від фермерів на стихійних ринках.

Так само 30% респондентів вказало, що їм традиційно прийнято купувати молоко власного виробництва від фермерів на стихійних ринках, адже воно відрізняється високим вмістом жирності і є натуральним продуктом. Дослідження виявили, що пастеризоване молоко ТМ «Злагода» користується популярністю у 100% жінок віком від 18 до 24 років, в більшій мірі домогосподарок з 42,6% опитуваних респондентів. Позиціями нижче знаходиться ТМ «Яготинське для дітей» (26,2%) і ТМ «Простоквашино» (23,0%).

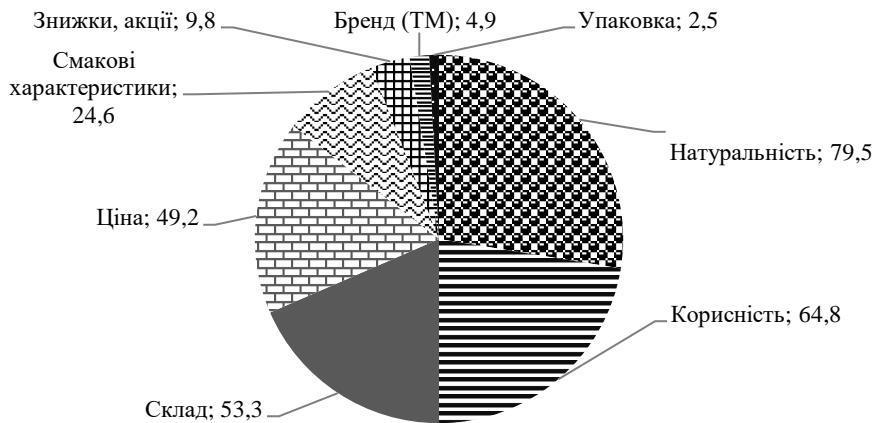


Рис. 4 - Оцінка критеріїв, які найбільш впливають на вибір під час покупки будь-якого молочного продукту харчування для дітей.

Джерело: складено автором на основі власних маркетингових досліджень.

Дані на рис.4 наголошують, що натуральність (79,5%), корисність (64,8) і склад (53,3%) - саме ці три критерії максимально впливають на вибір того чи іншого молочного продукту для дитячого харчування, і тільки потім ціновий фактор (49,2%) визначає, чи підходить даний про-

дукт для покупки респонденту чи ні. Знижки та акції привертають лише 9,8% усіх опитаних. Пояснюється це тим, що у батьків виникають асоціації характерно того, що товар не зовсім придатний до вживання для дітей, так як найбільш часто на прилавках супермаркетів і магазинів зі

знижкою розташовується саме ті продукти харчування, у яких термін придатності або закінчився, або підходить до завершення, або ж є інші похибки (заводський брак, пошкоджена упаковка тощо.).

Як показують результати дослідження, на дату і час виробництва батьки звертають найчастіше увагу (80,3%). Так само наявність інформації про склад продукції (65,6%), його терміни та умови зберігання (55,7%) важливо для батьків обох статей, але ось що стосовно вікових обмежень (34,4%), то тут велику відповідальність, як показали дані, виявляють саме чоловіки. Дивує показник 11,5%, що свідчить про, що з 224 опитаних осіб лише 26 респондентів вибирають продукцію за популярністю бренду. Це означає, що у

підприємства-виробника продукції комплекс маркетингових комунікацій у повному обсязі ефективно інтегрований в усі сфери діяльності споживчого ринку, що і обумовлює значимість побудова певної поведінкової моделі споживача, в даному випадку, у сфері молочної продукції для дітей.

За рис. 5 бачимо, що батьки під час вибору продуктів харчування для своїх дітей роблять акцент на товарах, що продаються «два за ціною одного» (39,1%). Також безкоштовні зразки та дегустація товарів-новинок (30,4) мають значний інтерес з боку покупців, натомість вирізні купони та поєднання різних продуктів мають лише 20% підтримки серед опитаних респондентів.

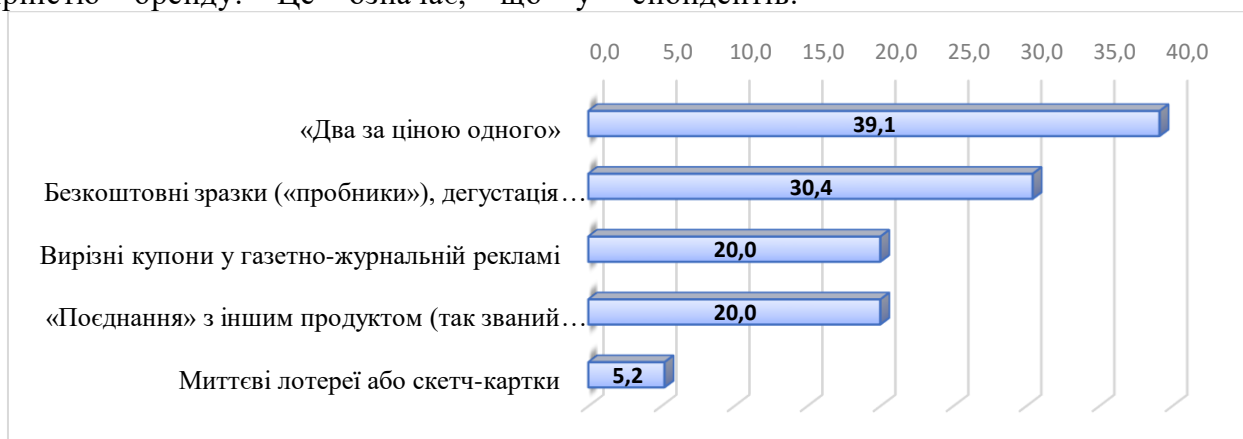


Рис. 5 – Оцінка методів стимулювання збуту на продукцію дитячого харчування.

Джерело: складено автором на основі власних маркетингових досліджень.

Стосовно упаковки молочної продукції, пропонувалось покупцям дати відповідь на те, яких саме інформативних компонентів не вистачає для кращої обізнаності про продукт, а також для його безпечного та корисного споживання дітьми і збільшення лояльності з боку цільової аудиторії.

Натомість, 41,4% респондентів дали відповідь про недостатню обізнаність щодо вікових обмежень споживання дітьми молочною продукцією, при чому саме чоловіки (62,5%) становили більшість у цьому питанні. 40,5% покупців відмітили відсутність інформації з уточненнями щодо вживання продукту за наявністю певних захворювань у дітей або особливостей

здоров'я (непереносимість лактози). 29,3% батьків виокремили саме зручність у застосуванні упаковкою під час годування дітей, адже цей процес може відбуватися як за комфортних домашніх, так і за екстремальних дорожніх умов, на вулиці під час прогулянки, відвідання дитячих закладів та різних культурних заходів.

19% зауважили, що для них важлива наявність адреси для зворотного зв'язку у непередбачуваних ситуаціях, а також присутність на упаковці молочної продукції QR-коду, що дає доступ до повної інформативної бази щодо виробника, країни походження, контактів, технологій виробництва, відгуків споживачів та повного асортименту торгової марки. Акції та бла-

годійні заходи цікавлять підтримують 12,1% із загальної кількості опитаних, натомість схеми для транспортування продукту та його зберігання потрібні лише 8,6% покупців. Наявність прикладів правильного застосування продукту або його використання під час приготування інших страв підтримали 14,7% респондентів.

Нами було проаналізовано, наскільки батьки та родичі звертають увагу на вікові обмеження дітей щодо вживання молочної продукції. Для дітей віком до 6 місяців за рекомендаціями ВООЗ [1], грудне молочко матері є найкориснішим та максимально безпечним для харчування. Різні молочні продукти вводяться поступово та після досягнення дитиною шестимісячного віку, а саме: сиркові продукти, молочні каші, сирки. Що стосується коров'ячого молока, то його починають давати дітям із восьми місяців, і навіть за особливими випадками – не раніше одного року. Молочні продукти можна вводити поступово по досягненню дитиною шестимісячного віку (каші, сирки, сиркові продукти), а молоко – не раніше восьмимісячного віку (за де-

якими рекомендаціями — не раніше року), яке має бути ультрапастеризоване (і до 3-х років включно), повністю адаптоване до дитячого організму, випускатися лише під спеціальними торговими марками, що мають напрямок дитячого харчування та жирністю до 2 років — 3,2%-3,5%, а після – можна давати знежирене.

Як показують дані з рис. 6, то лише 39,3% батьків звертають увагу на вікові обмеження (із яких 43,3% – жінки та 16,7% – чоловіки), що зазначені або на упаковці молока й іншого молочного продукту, або на сайті торгової марки. При цьому зауважують, що таким чином слідкують за безпекою харчування своїх дітей. 38,5% опитуваних (37,5% – жінки та 44,4% – чоловіки) не завжди можуть прочитати інформацію про певні вікові обмеження, підвищуючи відсоток небезпечних випадків, що можуть статися зі здоров'ям малечі. 17,2% час від часу звертають на інформацію про те, з якого віку давати певну продукцію дітям, і майже 4,9% це не роблять взагалі, при тому з них 11,1% чоловіків і тільки 3,8% жінок.



Рис.6 – Акцентування уваги покупців про вікові обмеження вживання дітьми молочної продукції.

Джерело: складено автором на основі власних маркетингових досліджень.

Тому виробникам треба максимально покращити споживчі обізнаність щодо правил вживання будь-якої продукції для дитячого харчування, інформуючи батьків через рекламні ролики на телебаченні, радіо, блогерів із відповідною цільовою аудиторією, якісний та корисний контент

на Інтернет-сайтах, сторінках у соціальних мережах виробників дитячої продукції, форумах та інформаційних платформах щодо батьківської та урядової організації харчування дітей у як за домашніх умов, так і дошкільних навчальних закладах.

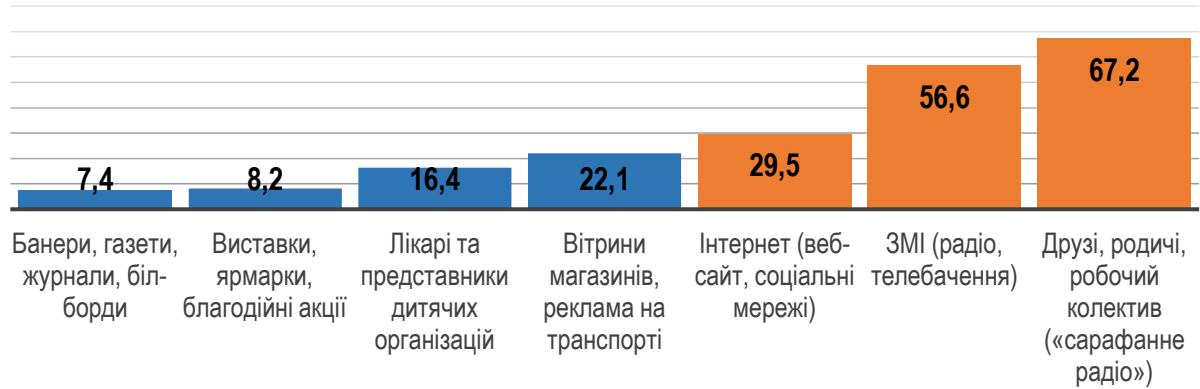


Рис. 7 – Розподіл респондентів щодо вибору джерел інформації про новинки молочної продукції для дитячого харчування.

Джерело: складено автором на основі власних маркетингових досліджень.

Важливим є питання для виробників молока та молочної продукції, звідки саме споживачі дізнаються про новинки дитячої молочної продукції. На рис. 7 бачимо, що 67,2% респондентів саме за допомогою «сарафанного радіо» (порад друзів, родичів, колег на роботі) отримують новини про появу нових продуктів брендів відомих, 56,6% дізнаються про це зі ЗМІ (радіо, телебачення); 29,5% опитуваних – зі сторінок у соціальних мережах, сайтів, Інтернет-платформ, форумів тощо. 7,4% респондентів отримують інформацію про новинки в асортименті улюблених торгових марок із газет, журналів та друкованих випусків товару зі знижками у мережі «АТБ», «Сільпо», «Дзеркальний» та інші.

Рівень зростання чи зменшення обсягів реалізації товарів (послуг) залежить саме від того, чи вірні комунікаційні заходи використовує компанія, оскільки серед споживачів кожна із них користується певним ступенем довіри.

**Висновки.** Анкетування допомогло зробити нам наступні висновки та окреслити модель споживача на ринку молока та молочної продукції для дитячого харчування, яким, безсумнівно, є дитина від 6 місяців (рідше – 4-6х) до 6 років, а от покупцем – найчастіше жінки:

✓ від 25 до 40 років із двома дітьми, які знаходяться в декретній відпустці або є держслужбовцями;

✓ купують товари у супермаркетах та звертають увагу на органічність, корисність та склад продукту, адже досить прискіпливо ставляться до планування щоденного раціону харчування для своєї сім'ї;

✓ щотижня для своїх дітей купують молоко та молочну продукцію, овочеві й фруктові соки та пюре, а також різні хлібопекарські вироби;

✓ звертають увагу на позначку «гіпоалергенний продукт» та вікові обмеження вживання дитячих продуктів і найчастіше обирають дитячу молочну продукцію за популярністю бренду («Яготинське для дітей» та «Злагода»);

✓ із обережністю ставляться до знижок на молоко, адже це викликає в них асоціації щодо продукції з простроченим терміном або ненатуральним складом, заохочують акції по типу «два за ціною одного» та цінують повну інформативність упаковки щодо споживання, зберігання та застосування дитячих продуктів;

✓ обирають товари для дітей за порадами подруг або колег з роботи, а також опираючись на отриману інформацію з новин із ЗМІ та під час пошуку на Інтернет-сайтах.



**Список літератури:**

1. Должанський І. З. Аналіз ринку дитячого харчування України / І.З. Должанський, Г.О. Вороніна // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. – 2010. – №1 (82). – С. 82 – 89.
2. Жук В. И. Модели поведения потребителей на рынке товаров и услуг // *Экономика и банки*. Полесский государственный университет, г. Пинск, Республика Беларусь. – 2008. – №2. – С. 26 – 30.
3. Коноваленко А. С. Бренд-менеджмент виробників продукції дитячого харчування // *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. – 2019. – № 1 (39). С. 260 – 267.
4. Куліш Т.В. Дослідження конкурентних позицій ПП «Олком» на локальному ринку молока та молочних продуктів // *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. – 2017. – № 3 (35). – С. 80 – 85.
5. Майборода Г. О. Теоретичні основи функціонування брендів // *Економіка, фінанси, облік, менеджмент і право: актуальні питання і перспективи розвитку: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції*. Полтава, 22 червня 2019 р. Ч.3. – С. 31 – 33. [Електронний ресурс] : <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/11542>
6. Малигіна В. Д. Маркетингове середовище підприємств продуктів дитячого харчування в Україні / В. Д. Малигіна, І. А. Оносова, О. В. Булгакова // *Вісник ДНУ економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського*. – 2013. – № 4 (60). – С. 91 – 101.
7. Сенів Р. В. Особливості використання маркетингу на ринку молока // *Науковий вісник ЛНУВМБТ ім. С.З. Гжицького*. – 2014. – Том 16. – № 3 (60). – С. 200 – 209.
8. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження. Практичний аспект : навч. посібник. / А. О. Старостіна – К.: «Вільямс», 2000. – 262 с.
9. Статистичні дані. Населення міста Мелітополя. [Електронний ресурс] / – Режим доступу до ресурсу: <https://clck.ru/V3Sf7>
10. Dunn, J., Brunner, T., Legeza, D., Konovalenko, A., & Demchuk, O. (2018). Factors of the marketing macro system effecting children's food production. *Economic Annals-XXI*, –170 (3-4) – 49-56.

**References:**

1. Dolzhansky I. Z., Voronina G.O. (2010) Analiz rynku dytyachoho kharchuvannya Ukrayiny. Marketing and Management Innovation. no. 1 (82), pp. 82 – 89.
2. Zhuk V. I. (2008) Modeli povedeniya potrebiteley na rynke tovarov i uslug. Economy and banks. Polesie State University, Pinsk, Republic of Belarus. no. 2, pp. 26 – 30.
3. Konovalenko A. S. (2019) Brend-menedzhment vyrobnykiv produktsiyi dytyachoho kharchuvannya. Collection of scientific works of the Tavriya State Agrotechnological University (economic sciences). no. 1 (39), pp. 260 – 267.
4. Kulish T.V. (2017) Doslidzhennya konkurentnykh pozytsiy PP «Olkom» na lokal'nomu rynku moloka ta molochnykh produktiv. Collection of scientific works of the Tavriya State Agrotechnological University (economic sciences). no. 3 (35), pp. 80 – 85.
5. Mayboroda G. O. (2019) Teoretychni osnovy funktsionuvannya brendiv. Economics, Finance, Accounting, Management and Law: current issues and prospects: a collection of abstracts of the international scientific-practical conference. Poltava, June 22, 2019. no 3, pp. 31 - 33.
6. Maligina V. D. (2013) Marketingove seredovishche pidpriemstv produktiv dityachogo harchuvannya v Ukraini. V. D. Maligina, I. A. Onosova, O. V. Bulgakova Visnik DNU ekonomiki i torgivli im. M. Tugan-Baranovs'kogo. no № 4 (60). pp. 91 - 101.
7. Seniv R. V. (2014) Osoblivosti vikoristannya marketingu na rynku moloka. Naukovij visnik LNUVMBT im. S.Z. Gzhic'kogo.no № 3 (60). pp. 200 - 209.
8. Starostina A.O. (2000). Marketing researches. Practical aspect. Viliams, p. 262.
9. Statistichni dani. Naseleennya mista Melitopolya. [Elektronnyj resurs] / Rezhim dostupu do resursu: <https://clck.ru/V3Sf7>
10. Dunn, J., Brunner, T., Legeza, D., Konovalenko, A., & Demchuk, O. (2018). Factors of the marketing macro system effecting children's food production. *Economic Annals-XXI*, no.170 (3-4), pp. 49 - 56.

УДК: 338.462:640.4; DOI: 10.31388/2519-884X-2021-43-175-180

*Шквиря Н.О., к.е.н., доцент*

*natashkw1807@gmail.com*

*Арестенко Т.В., к.е.н., доцент*

*Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного*

*tatyana.arestenko@gmail.com*

## МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

*Анотація.* В даній статті представлені результати маркетингового дослідження поведінки споживачів готельних послуг. Визначено переваги потенційних споживачів готельних послуг, виявлено найбільш значущі чинники споживчої задоволеності для українського ринку готельних послуг, обґрунтовано перспективні напрями розвитку діяльності підприємств готельного бізнесу. Проведення множинного лінійного регресійного аналізу для виявлення найбільш значущих чинників споживчої задоволеності

*Ключові слова:* маркетингові дослідження, поведінка споживачів, анкетування, ринок готельних послуг, готельні послуги.

**JEL code classification: C38, E27, F10, F14, F17**

*Shkvyria N.O., PhD in Economics, Associate Professor*

*natashkw1807@gmail.com*

*Arestenko T.V., PhD in Economics, Associate Professor*

*tatyana.arestenko@gmail.com*

*Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University*

## MARKETING RESEARCH OF CONSUMER BEHAVIOR OF HOTEL SERVICES

*Abstract. Problem definition.* The activity of hotel service manufacturers is aimed at the needs of consumers, starting from the development of the appearance and content of services, and ending with a comprehensive development strategy in the market. Reliable knowledge of what the consumer needs and what motives influence his decision when choosing hotel services, provides hotel service providers with a successful operation in an unstable market environment.

*Research results.* The article presents the results of marketing research on the behavior of consumers of hotel services. The advantages of potential consumers of hotel services are determined. It was found that the defining criteria for the quality of hotel services are cleanliness in the room, reception and registration, level of security, friendly service and technical equipment in the room. It is established that the defining criteria for the quality of hotel catering are the variety of menus, speed of service and taste of food and beverages. The segmentation of consumers of hotel services by the degree of satisfaction. To identify the most significant factors of consumer satisfaction, multiple linear regression analysis using the following variables: dependent variable "overall hotel satisfaction", independent variables "satisfaction with the organization of booking", "satisfaction with food and drink", "satisfaction with the price-quality ratio". Weaknesses of development of the market of hotel services of Ukraine are substantiated. The consumer satisfaction index is calculated, which means the average perception of the quality of hotel services by consumers.

*Conclusions.* It is established that to increase the effectiveness of hotels, it is advisable to use a marketing strategy focused on the consumer of hotel services. To achieve satisfaction of consumers of hotel services it is necessary not only to monitor the quality of services provided, but also to implement marketing approaches to doing business. A set of well-chosen methods of service quality management allows you to organize the activities of hotels so that all the subjects of the hotel services market will benefit: a satisfied consumer, hotel staff and profitable hotel service manufacturers.

*Key words:* marketing research, consumer behavior, questionnaires, hotel services market, hotel services.

**Постановка проблеми.** Розуміння покупців і споживчої поведінки є ключовими факторами підприємства успіху на ринку. Маркетинг - метод вибудовування тривалих відносин з покупцями, ключовий напрямок для залучення споживачів [4]. Максимізація прибутку вважається фундаментальним завданням для ведення бізнесу, а покупець є ключовим джерелом прибутку. Отже, щоб досягти конкурентної переваги, підприємство повинно на перше місце ставити свого клієнта, дії якого залежать від споживчої поведінки [13].

Діяльність виробників готельних послуг націлена на потреби споживачів, починаючи з розробки зовнішнього вигляду і змісту послуг, і закінчуючи комплексною стратегією розвитку на ринку. Достовірне знання того, що необхідно споживачеві і які мотиви впливають на його рішення при виборі готельних послуг, забезпечує виробникам готельних послуг успішне функціонування в умовах нестабільного ринкового середовища [6]. Досконале розуміння поведінки споживача і задоволення його потреб, дозволить виробникам готельних послуг досягти популярності і впізнаваності на ринку, оскільки ключовою фігурою в цій сфері завжди залишається споживач, який характеризується індивідуальним мотивом вибору готелю.

Знання про те, чому і як споживачі купують готельні послуги, допомагає виробникам послуг зрозуміти, як саме вони могли б модернізувати наявні послуги, які типи готельних продуктів потрібні ринку, як переконати споживачів купувати пропоновані їм блага. По суті, аналіз поведінки споживачів допомагає готелям, як залучити споживачів і прямо вплинути на прибуток підприємства [3].

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Сучасні вітчизняні та зарубіжні праці з поведінки споживача включають роботи В. Армстронга, Ф. Котлера, А. Войчак, С. Ілляшенко, Т. Куліш, Н. Малхотри, В. Полторак, А. Старостіної, А. Федорченко та інших.

Проблеми розвитку ринку готельних послуг в умовах зростаючих вимог споживачів і посилення нестабільності маркетингового середовища розглядалися в працях К.Ладиченко, Л. Шульгіної, Л. Іванової, А.

Капліної, Г. Довгаля, Ю. Давидової, В. Сеніної, Г. Кравчук.

Незважаючи на істотний внесок вчених в розробку теми дослідження, необхідно відзначити, що дані дослідження переважно якісні і не забезпечують необхідного ступеня формалізації і агрегування процесу споживчої поведінки, достатнього для його комплексного аналізу та об'єктивного прогнозування. Це пояснюється тим, що багатокомпонентний процес поведінки споживача якісно складний і не може бути перетворений в кількісні параметри без істотної втрати. Все це визначило необхідність проведення даного дослідження.

**Формулювання цілей статті.** Метою дослідження є узагальнення і аналіз моделі поведінки споживачів готельних послуг з метою виявлення ефективних інструментів і технологій маркетингового впливу на них.

Для досягнення поставленої мети поставлено наступні наукові завдання: визначення переваг потенційних споживачів готельних послуг, виявлення найбільш значущих чинників споживчої задоволеності для українського ринку готельних послуг, обґрунтування перспективних напрямків розвитку діяльності підприємств готельного бізнесу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Джерела інформації, що формують систему оцінки задоволеності споживачів готелів, включають в себе: анкетування, інтерв'ювання, спостереження, експертна оцінка, інформація, що надходить від персоналу готельного підприємства, що взаємодіє зі споживачами, скарги гостей.

Важливим елементом в цій послідовності дій є вимір ступеня задоволеності споживача, так як саме результати вимірювання дозволяють встановити, наскільки в дійсності споживач задоволений послугою, наданої підприємством. А найбільш ефективним способом проведення збору інформації для оцінки задоволеності споживача є анкетування споживачів [9].

Оцінка ступеня задоволеності споживачів якістю готельних послуг є процесом, що включає наступні етапи [6]:

1) підготовчий - передбачає складання переліку критеріїв готельних послуг і розробку бланка анкети для проведення опитування;

2) проведення оцінки ступеня задоволеності споживача;

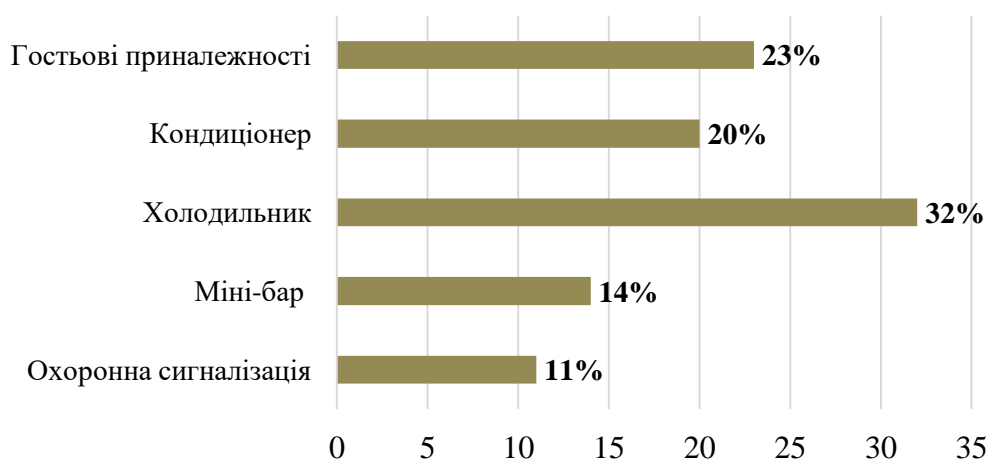
3) обробка, аналіз і оформлення результатів оцінки.

З метою виявлення споживчих переваг і поведінки при споживанні готельних послуг було проведено опитування споживачів послуг у формі анкетування. В якості методу дослідження обрано кількісний метод - формалізоване опитування. Генеральна сукупність дослідження - споживачі готельних послуг старше 18 років. Випадковим чином було вибрано 7 виробників готельних послуг, анкети заповнювалися їхніми клієнтами як безпосередньо при особистому контакті з персоналом готелів, так і через електронний сервіс збору даних. Нами було опитано 127

респондентів, в якості яких виступили споживачі готельних послуг.

В результаті дослідження було виявлено яким джерелам інформації надають перевагу споживачі при пошуку готелю: 31% респондентів віддають перевагу рекламі або займаються пошуком інформації самостійно, 21% - користуються послугами агентств, 17% - користуються рекомендаціями знайомих.

За результатами опитування було встановлено, який з атрибутів номера на думку споживачів, є обов'язковим, адже у кожного гостя різні очікування від виробників готельних послуг, хтось керується минулим досвідом, а хтось стандартами або особистими перевагами (рисунок 1).



**Рис. 1. Розподіл відповідей споживачів готельних послуг щодо найбільш важливих атрибутів номера, %**

*Джерело: побудовано автором на основі власних досліджень*

За результатами дослідження було виявлено, що для 28% респондентів визначальним критерієм якісного обслуговування виступає чистота в номері, для 22% - прийом і реєстрація, 19% - рівень безпеки, 16% - доброзичливе обслуговування, 15% - технічне оснащення в номері (рисунок 2).

Аналіз дослідження критеріїв якості надання послуг харчування готелями показав, що основними критеріями є різноманітність меню – 29%, швидкість сервісу – 26% та смакові якості страв і напоїв – 21%.

Респонденти оцінювали як загальну задоволеність готелем, так і задоволеність окремими компонентами послуги. За ступенем задоволеності готелем в цілому респонденти були розділені на чотири групи:

- незадоволені відвідувачі, оцінки загальної задоволеності готелем не перевищують 5 балів за десятибальною шкалою (24%);
- байдужі відвідувачі - 5-7 балів (18%);
- задоволені відвідувачі - 8-9 балів (37%);
- абсолютно задоволені відвідувачі - 10 балів (21%).



Рис. 2. Результати дослідження критеріїв якості послуг проживання, що надаються в готелях, %

Джерело: побудовано автором на основі власних досліджень

Найбільший відсоток респондентів (59%) абсолютно задоволені процедурою бронювання через Інтернет. У свою чергу, найменший відсоток абсолютно задоволених респондентів спостерігається за критерієм «співвідношення «ціна - якість», в той час як, згідно з результатами проведеного дослідження, цей критерій є одним з визначальних при виборі готелю.

Проведене дослідження підтвердило наявність зв'язку між задоволеністю та лояльністю клієнтів. З ростом задоволеності відвідувачів зростає ймовірність того, що вони

повернуться в готель в майбутньому і будуть готові рекомендувати його.

Для виявлення найбільш значущих чинників споживчої задоволеності був проведений множинний лінійний регресійний аналіз з використанням наступних змінних: залежна змінна «загальна задоволеність готелем», незалежні змінні «задоволеність організацією бронювання», «задоволеність їжею і напоями», «задоволеність співвідношенням «ціна - якість». Отримане рівняння регресії має такий вигляд.

$$Y=0,855+0,380x_1+0,491x_2+0,162x_3,$$

де  $x_1$  - задоволеність співвідношенням «ціна - якість»;

$x_2$  - задоволеність їжею і напоями;

$x_3$  - задоволеність організацією бронювання.

Проведене дослідження підтвердило наявність взаємозв'язку задоволеності з лояльністю споживачів (з ростом задоволеності відвідувачів зростає ймовірність того, що клієнти повернуться в готель в майбутньому (поведінкова лояльність) і рекомендуватимуть його (емоційна лояльність).

За результатами анкетування споживачів готельних послуг було визначено індекс споживчої задоволеності. Для його розрахунку пропонується оцінити очікуваний рівень десяти запропонованих складових роботи

виробників готельних послуг за п'ятибальною системою; якість наданих послуг готелями, також за п'ятибальною шкалою.

Індекс споживчої задоволеності, в цілому склав 71,6%, що є середнім показником сприйняття якості готельних послуг споживачами, але одночасно з цим, індекс вказує на те, що не всі групи споживачів повністю задоволені, тобто якість готельних послуг вимагає поліпшення.

Таким чином, проведене дослідження дозволило зробити наступні висновки:

- нижче очікуваного споживачами рівня, тобто не повністю їх задовольняють і викликають негативний емоційний настрій, такі складові готельних послуг: зустріч при заїз-

ді; робота кондиціонерів в номерах; чистота в номерах; вміст міні-бару; компетентність і професіоналізм персоналу;

- найбільш повне задоволення споживачам принесли (тобто досягли бажаного рівня) такі складові готельних послуг, як: надання послуг по організації конференцій і WI-FI в холі і номерах готелів;

- перевищили очікування гостей послуги з привабливою якістю, наступні позиції: доступ в Інтернет; робота ресторану і барів; загальний зовнішній вигляд готельних підприємств.

Аналіз даних отриманих в результаті оцінки якості готельних послуг дає підстави стверджувати, що досліджувані готелі володіють достатніми людськими ресурсами для виробництва якісного продукту, а також виробниками готельних послуг використовується система моніторингу споживчої задоволеності, що вказує на орієнтацію виробництва на споживачів. Ці висновки, в свою чергу, дозволяють зробити твердження, в тому, що керівники готелів, планують діяльність в довгостроковій перспективі і, тому зацікавлені у виробництві якісних послуг.

В результаті маркетингового дослідження визначили слабкі сторони розвитку ринку готельних послуг України:

- обмежене число готелів, що відповідають міжнародним стандартам;

- низька присутність міжнародних готельних мереж;

- недоліки в матеріально-технічній оснащеності готелів, слабе впровадження інноваційних технологій в роботу готелів, менеджмент, підготовку персоналу, завищена тарифна політика;

- середня якість мовної підготовки різних груп співробітників в сфері гостинності;

- обмежений обсяг туристичної інформації та перекладацьких центрів.

Необхідно відзначити, що сьогодні варто інвестувати в мобільні сервіси, креативно підходити до рекламних кампаній і більш щільно спілкуватися з гостями онлайн. Крім того, грамотне управління даними соціальних мереж і наповнення власного сайту надають підприємствам готельного сервісу можливість отримати цінну інформацію про поліпшення кожного аспекту готельних підприємств, що, в свою чергу, допоможе підвищити «відданість» клієнтів і принесе додатковий прибуток.

**Висновки.** Таким чином, на підставі результатів комплексного аналізу споживчих переваг і оцінки якості готельних послуг, пропонує готелями України, і застосовуваних інструментів маркетингу було встановлено, що для підвищення результативності їх функціонування на ринку готельних послуг доцільно використовувати стратегію маркетингу, орієнтовану на споживача готельних послуг. Для досягнення задоволеності споживачів готельних послуг необхідний не тільки моніторинг якості послуг, що надаються, а й впровадження маркетингових підходів ведення бізнесу. Несистемне застосування окремих елементів маркетингу дискредитує цей метод ведення бізнесу. Сукупність правильно підібраних методів управління якістю послуг дозволяє організувати діяльність готелів так, що у вигаді залишаться всі суб'єкти ринку готельних послуг: задоволений споживач, персонал готелів і отримують прибуток виробники готельних послуг. Однак не тільки вибір маркетингових стратегій розвитку дозволяє готельним підприємствам підвищити якість послуг, що надаються споживачам, зайняти лідируючі позиції на ринку, але і визначення ефективної системи маркетингових комунікацій у сфері готельних послуг

#### Список літератури:

1. Арестенко Т.В. Планування рекламної кампанії сучасного підприємства. *Збірник наукових праць ТДАТУ(економічні науки)*. 2018.№2(37). С. 63–69
2. Арестенко Т.В., Арестенко В.В. Перспективні напрями розвитку ринку маркетингових досліджень у системі SOCIAL MEDIA MARKETING. *Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка»*. Тернопіль, 2017. №1-2 [67]. С. 109 – 113.
3. Капліна А.С. Методичний підхід до оцінки якості готельних послуг. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2016. №1 (38). С.168 -173.
4. Куліш Т.В. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень. *Формування ринкової економіки: зб. наук. праць*. Київ: КНЕУ, 2011. Ч. 2. С. 142– 149. – Режим доступу: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/1157/Kulich.pdf?sequence=1> (дата звернення: 20.02.2020).

5. Куліш Т.В. Стратегічне маркетингове планування діяльності підприємств із використанням матричних методів. *Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки)*. 2012. № 2(18). С. 64–51.
6. Ладиченко К. Управління відносинами готельних підприємств зі споживачами: проблеми та перспективи розвитку. *Маркетинг в Україні*. 2007. №3. С.45-48.
7. Олексенко Р. І., Краскова І. О., Поліщук М. М.. Функції та роль маркетингу в сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка*. 2011. № 11. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2011\\_11\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_11_21). (дата звернення: 17.02.2020).
8. Шквиря Н.О. Застосування методу портфельного аналізу в стратегічному маркетингу підприємства. *Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти*: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 16-18 жовт. 2019 р. Херсон: ФОР Вишемирський В.С., 2019. С. 421-424.
9. Шквиря Н.О. Інформаційне забезпечення інноваційних рішень на засадах маркетингу. *Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки)*. Мелітополь: Люкс, 2013. № 2(22). С. 288-294.
10. Шквиря Н.О. Розробка товарної стратегії підприємства. *Економічна аналітика: сучасні реалії та прогностичні можливості*: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 19 квіт. 2019р. Київ: КНЕУ, 2019. С. 67-71.
11. Шквиря Н.О. Сутність та особливості маркетингового планування конкурентоспроможності продукції. *Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки)*. 2016. № 3(32). С.164–170.
12. Шквиря Н.О., Сокіл Я.С. Маркетингове дослідження поведінки споживачів на ринку соків. *Економіка та підприємництво*. 2015. № 34-35. С. 341-349.
13. Шквиря Н.О., Сокіл Я.С. Маркетингові дослідження як інструмент визначення стратегічних напрямків розвитку підприємства. *Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки)*. Мелітополь: Люкс, 2020. № 2 (42). С. 214-219.

#### **References:**

1. Arestenko T.V. (2018) Planuvannya reklamnoyi kampaniyi suchasnogo pidpriyemstva [Planning an advertising campaign of a modern enterprise]. Collection of scientific works of TDATU (economic sciences). no. 2(37), pp. 63-69.
2. Arestenko T.V., Arestenko V.V. (2017) Perspektivni napryami rozvitku rinku marketingovih doslidjen u sistemi SOCIAL MEDIA MARKETING [Perspective directions of market research market development in the SOCIAL MEDIA MARKETING system]. *Naukovo-virobnichii jurnal «Innovaciina ekonomika»*. Ternopil, no. 1-2 (67) , pp. 109-113.
3. Kaplina A.S. (2016) Metodichnij pidhid do ocinki yakosti gotelnih poslug [Methodical approach to assessing the quality of hotel services] *Naukovij visnik Poltavskogo universitetu ekonomiki i torgivlii*. no. 1 (38) , pp.168-173.
4. Kulish T.V. (2011) Marketingovi doslidjennya yak osnova priinyattya upravlinskih rishen [Marketing research as a basis for managerial decision making] *Formuvannya rinkovoi ekonomiki [Formation of market economy] vol. 2* , pp. 142-149. Available at: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/1157/Kulish.pdf?sequence=1> (accessed 20 February 2020)
5. Kulish T.V. (2012) Strategichne marketingove planuvannya diyalnosti pidpriyemstv z vikoristanniam matrichnih metodiv [Strategic marketing planning of enterprises using matrix methods]. Collection of scientific works of TDATU (economic sciences). no. 2(18), pp. 46-51.
6. Ladichenko K. (2007) Upravlinnya vidnosinami gotelnih pidpriemstv zi spojivachami: problemi ta perspektivi rozvitku [Management of relations of hotel enterprises with consumers: problems and prospects of development] *Marketing v Ukraini [Marketing in Ukraine]*, no. 3 , pp. 45-48.
7. Olexsenko R.I., Kraskov I.O., Polishchuk M.M. (2011) Funkcii ta rol marketingu v suchasni umovah gospodaryuvannya [Functions and role of marketing in modern economic conditions] *Efektivna ekonomika [An efficient economy] (electronic journal)*, no. 11. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2011\\_11\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_11_21) (accessed 17 February 2020)
8. Shkviyrya N.O. (2013) Informaciine zabezpechennya innovaciinih rishen na zasadah marketing [Information support of innovative solutions on the basis of marketing] *Zbirnik naukovih prac TDATU : ekonomichni nauki, Melitopol: Lyuks*, no. 2(22) , pp. 288-294.
9. Shkviyrya N.O. (2019) Rozrobka tovarnoi strategii pidpriemstva [Development of enterprise product strategy] *Ekonomichna analitika: suchasni realii ta prognostichni mozhlivosti (Ukraine, Kiev, April 19, 2019)*, Kiev: KNEU, pp. 67-71.
10. Shkviyrya N.O. (2019) Zastosuvannya metodu portfel'nogo analizu v strategichnomu marketingu pidpriemstva [Application of the method of portfolio analysis in strategic marketing of the enterprise] *Problemi i tendencii rozvitku suchasnoi ekonomiki v umovah integraciinih procesiv: teoretichni ta praktichni aspekti (Ukraine, Kherson, October 16-18, 2019)*, Kherson: FOP Vishemirskii V.S., pp. 421-424.
11. Shkviyrya N.O., Sokil Y.S. (2015) Marketingove doslidjennya povedinki spojivachiv na rinku sokiv [Marketing research on consumer behavior in the juice market] *Ekonomika ta pidpriemnictvo [Economics and entrepreneurship]*, no. 34-35 , pp. 341-349.
12. Shkviyrya N.O., Sokil Y.S. (2020) Marketingovi doslidzhennya yak instrument viznachennya strategichnih napryamkiv rozvitku pidpriemstva [Marketing research as a tool for determining strategic directions of enterprise development]. *Zbirnik naukovih prac TDATU: ekonomichni nauki, Melitopol: Lyuks*, no. 2(42) , pp. 214-219.
13. Shkviyrya N.O. (2018) Sutnist ta osoblivosti marketingovogo planuvannya konkurentospromozhnosti produkciyi [The essence and features of the marketing planning of products the competitiveness]. Collection of scientific works of TDATU (economic sciences). no. 3(32), pp. 164-170.

**Вимоги до статей, що друкуються  
у “Збірнику наукових праць Таврійського державного  
агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)”**

Збірник призначений для фахівців, які цікавляться теоретичними та прикладними проблемами економіки, фінансів і кредиту, обліку і аудиту, менеджменту та маркетингу мікро-, мезо- та макрорівня національної та міжнародної економіки. Збірник надає можливість вченим та здобувачам наукових ступенів провести публічну апробацію, а науковій спільноті – ознайомитися з останніми результатами досліджень теоретичних і прикладних проблем національної та міжнародної економіки.

Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) включений до Переліку наукових фахових видань України, є науковим виданням, в якому можуть бути опубліковані основні результати дисертаційних робіт (наказ МОН №1328 від 21.12.2015 р.). Відповідно до Порядку формування Переліку наукових фахових видань України (наказ МОН України від 15 січня 2018 року № 32) Збірнику присвоєно категорію «Б», що затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 02.07.2020 № 886.

Збірник виходить до 4 разів на рік. Останні дати подання статей:

№1 – до 1 березня; №2 – до 1 травня; №3 – до 1 жовтня; №4 – до 1 грудня.

**Для участі у формуванні збірника наукових праць необхідно подати:**

**1. Електронний варіант статті**, оформлений відповідно до наведених нижче вимог, виконаний у редакторі MS Word.

**2. Рецензію доктора наук** (за тематикою статті) – для авторів без вченого ступеня. Відсканований документ повинен містити підпис рецензента, засвідчений печаткою установи, в якій він працює.

**3. Файл із відомостями про автора** (прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання, посада, місце роботи, поштова адреса для пересилання авторського примірника, контактні телефони, адреса електронної скриньки) та інформацією про кількість примірників і необхідність поштової пересилки.

**4. Електронні копії анотації англійською мовою** у форматах *jpeg* (сканована копія) та *doc* (у редакторі MS Word), завірену професійним перекладачем або викладачем англійської мови зі знанням економічної термінології.

**5. Електронну копію платіжних документів** (оплата здійснюється після прийняття позитивного рішення щодо друку статті).

Пакет перерахованих вище матеріалів надсилається на електронну скриньку:  
sp\_tsatu@tsatu.edu.ua, ivanvd@ukr.net

**Структура статті:**

**1. Індекс УДК.**

**2. Прізвище та ініціали автора.**

**3. Відомості про автора** – науковий ступінь, вчене звання, посада та місце роботи автора (повністю без абревіатур), e-mail.

**4. Назва статті** (до десяти слів).

**5. Анотація мовою статті** (від 300 до 500 знаків)

**6. Ключові слова** мовою статті (не менше шести слів або словосполучень).

**7. Код JEL Classification.**

**8. Прізвище та ініціали автора (англійською).**

**9. Відомості про автора (англійською)** – науковий ступінь, вчене звання, посада та місце роботи автора (повністю без абревіатур), e-mail.

**10. Назва статті (англійською).**



**11. Розширена анотація англійською мовою** (від 1600 до 1800 знаків) містить наступні розділи: постановка завдання, результати дослідження, висновки

**12. Ключові слова (англійською).**

**13. Текст** у структурованому вигляді із виділенням наступних елементів:

**13.1 Постановка проблеми** (постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями);

**13.2 Аналіз останніх досліджень і публікацій** (аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття);

**13.3 Формулювання цілей статті** (постановка завдання);

**13.4 Виклад основного матеріалу** (виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів);

**13.5 Висновки** (висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку).

**14. Список використаних джерел** (мовою оригіналу). Бібліографічний опис літературних джерел оформлюється згідно з ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання»

**15. Список використаних джерел в романській абетці (транслітерація) – References, оформлений відповідно до вимог APA (<http://www.apastyle.org>).**

16. Вказати назву рубрики, в якій має бути надрукована стаття – відповідає назві однієї з наукових спеціальностей галузі знань "Соціальні та поведінкові науки", "Управління та адміністрування":

**051 – Економіка;**

**071 – Облік і оподаткування;**

**072 – Фінанси, банківська справа та страхування;**

**073 – Менеджмент;**

**075 – Маркетинг;**

**076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність.**

**Технічні вимоги до оформлення статті:**

- Приймаються статті, написані однією із трьох мов: українською, російською, англійською.
- Назва файлу зі статтею – прізвище автора.
- Формат сторінки – А4.
- Поля з усіх боків – 2 см.
- Всі сторінки мають бути у книжковій орієнтації.
- Обсяг статті – не менше 10 друкованих сторінок.
- Окремі елементи статті:
  - Індекс УДК - Times New Roman, 12, напівжирний, вирівнювання ліворуч, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;
  - Прізвище та відомості про автора (авторів) - Times New Roman, 12, курсив, вирівнювання праворуч, інтервал – 1,0;
  - Порожній рядок;
  - Назва статті - Times New Roman, 16, великими літерами, напівжирний, вирівнювання по центру, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;
  - Порожній рядок;
  - Анотація та ключові слова - Times New Roman, 10, курсив, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 1,25 см;
  - Порожній рядок;
  - Код JEL Classification - Times New Roman, 12, напівжирний, вирівнювання ліворуч, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;

- Прізвище та відомості про автора (англійською) - Times New Roman, 12, курсив, вирівнювання праворуч, інтервал – 1,0;
- Порожній рядок;
- Назва статті (англійською) - Times New Roman, 16, великими літерами, напівжирний, вирівнювання по центру, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;
- Порожній рядок;
- Анотація та ключові слова (англійською) - Times New Roman, 10, курсив, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 1,25 см;
- Порожній рядок;
- Текст статті - Times New Roman, 14, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,5, абзацний відступ – 1,25 см, назви підпунктів виділяються напівжирним шрифтом;
- Порожній рядок;
- Список використаних джерел – Times New Roman, 10, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0,5 см, слова "Список використаних джерел" виділяються напівжирним шрифтом;
- Порожній рядок;
- Список використаних джерел (англійською) - References – Times New Roman, 10, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0,5 см;

- Оформлення таблиць:

*Таблиця 1*

**Назва таблиці**


- Оформлення ілюстрацій:

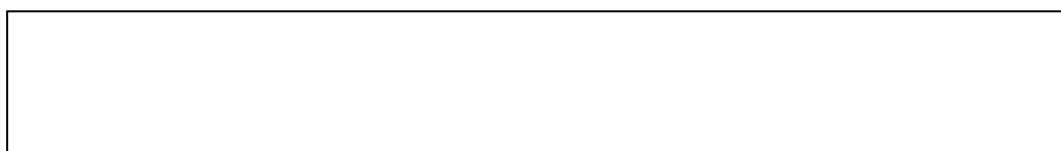


Рис. 1. Назва рисунку.

- Формули виконуються за допомогою вбудованого редактора формул MS Word і нумеруються з правого боку:

Формула (1)

- Абзаци позначати тільки клавішею "Enter", не застосовувати пробіли або табуляцію (клавіша "Tab").
- Посилання на літературу в тексті необхідно давати в квадратних дужках, наприклад, [3, с. 35; 8, с. 56-59], в яких перша цифра вказує порядковий номер джерела в списку літератури, а друга – відповідну сторінку в цьому джерелі; одне джерело (зі сторінкою) відокремлюється від іншого крапкою з комою.
- Всі статистичні дані мають бути підкріплені посиланнями на джерела.
- Всі цитати мають закінчуватися посиланнями на джерела.
- Кількість джерел у списку літератури повинна складати не менше 10 (з них не менше 4 іноземних).

Редакція може відхилити статтю, якщо:

- ✓ відсутній повний пакет супровідних документів;
- ✓ оформлення статті не відповідає зазначеним вище вимогам;
- ✓ тематика статті не відповідає профілю видання;
- ✓ назва статті не відповідає змісту;
- ✓ стаття написана на низькому науковому рівні;
- ✓ матеріали повністю або частково публікувались раніше в інших виданнях або
- ✓ подані до розгляду редакціям інших журналів;
- ✓ стаття повністю або частково чужа (автор вчинив плагіат);
- ✓ порушена в статті проблема втратила актуальність.

Автори несуть відповідальність за точність наведених у статті термінів, прізвищ, даних, цитат, статистичних матеріалів тощо.

Усі матеріали, що надсилаються для публікації, проходять рецензування.

Рішення про публікацію статті приймає редколегія.

Рукописи, які відхилила редакційна колегія, авторам не повертаються.

Редакція залишає за собою право скорочувати, правити текст і змінювати назву статті.

Сподіваємося на плідну співпрацю!

Редакційна колегія Збірника наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)

Контактні дані:

Адреса: 72315, Україна, Запорізька область,

м. Мелітополь, пр-т Б. Хмельницького, 18,

Таврійський державний агротехнологічний університет,

Факультет економіки та бізнесу.

тел. (0619) 42-32-01 – Ортіна Анна Володимирівна