



ВІСНИК Бердянського університету менеджменту і бізнесу

науковий економічний
журнал

№ 4 (40)

2017

Редакційна колегія:

Л. І. Антошкіна, д-р екон. наук, професор (головний редактор); **В. Ф. Столяров**, д-р екон. наук, професор (заступник головного редактора); **Н. В. Рунчева**, д-р екон. наук, доцент (відповідальний секретар); **А. Л. Баланда**, д-р екон. наук, професор; **В. Ф. Беседін**, д-р екон. наук, професор; **А. С. Бритвенко**, канд. екон. наук, доцент; **О. Л. Горяча**, канд. екон. наук, доцент; **О. О. Добренко**, канд. екон. наук; **М. М. Ігнатенко**, д-р екон. наук, доцент; **А. Б. Качинський**, д-р техн. наук, професор; **Е. М. Лібанова**, академік НАН України, д-р екон. наук, професор; **В. М. Лич**, д-р екон. наук, професор; **О. В. Макарова**, д-р екон. наук, професор; **Ю. В. Макогон**, д-р екон. наук, професор; **В. М. Міхайленко**, д-р техн. наук, професор; **С. А. Навроцький**, д-р екон. наук, професор; **Г. В. Новицький**, д-р юрид. наук, професор; **Н. П. Новак**, д-р екон. наук, доцент; **Ю. І. Осенін**, д-р техн. наук, професор; **В. П. Пелішенко**, д-р екон. наук, професор; **О. Ю. Рудченко**, д-р екон. наук; **І. О. Сінгаєвський**, д-р екон. наук, професор; **Д. М. Стеченко**, д-р екон. наук, професор; **Г. І. Фролова**, канд. екон. наук, доцент; **О. Ю. Чубукова**, д-р екон. наук, професор; **К. М. Шило**, канд. екон. наук, доцент; **Ю. Ю. Юрченко**, д-р екон. наук, доцент; **Ігор Косір**, д-р екон. наук, професор; **Донат Єжи Межеєвський**, д-р екон. наук, професор; **Петер Терем**, канд. екон. наук.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації — серія КВ № 13894-2868Р

Науковий економічний журнал
«Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу»
внесено до переліку фахових видань України
(Наказ МОН України № 1528 від 29 грудня 2014 р.)

Матеріали друкуються українською, російською та англійською мовами

Засновник:

ВНЗ ТОВ «Бердянський університет менеджменту і бізнесу»

*Рекомендовано до друку вченою радою
ВНЗ ТОВ «Бердянський університет менеджменту і бізнесу»
(протокол № 5 від 22.11.2017 р.)*

Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен, географічних назв, назв підприємств, організацій, установ та іншої інформації несуть автори статей. Висловлені у цих статтях думки можуть не збігатися з точкою зору редакційної колегії і не покладають на неї ніяких зобов'язань. Переклади і передруки дозволяються лише за згодою автора та редакції.

Журнал заснований у 2008 році.

Виходить щоквартально.

АДРЕСА РЕДАКЦІЇ:

Україна, 71118, м. Бердянськ, вул Свободи, 117-А
Тел. 8 (06153) 6-48-54

© Бердянський університет менеджменту і бізнесу, 2017

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

<i>Величко Т. Г.</i> НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТА ЕФЕКТИВНІСТЮ ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ.....	9
<i>Горяча О. Л., Майоров Є. Ю., Коссе Н. Ф.</i> МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ЕКСПОРТУ ПШЕНИЦІ.....	13
<i>Княженко І. І., Меренчук К. В., Нікольченко І. О.</i> ПРОЕКТНО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЮ СИСТЕМОЮ УКРАЇНИ.....	18
<i>Міхов Л. І., Гуржій К. В., Жур В. В.</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	21
<i>Рунчева Н. В., Вороновська З. С., Дишкант А. О.</i> ЕКОЛОГІЧНА РЕНТА В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	25
<i>Юрченко Ю. Ю., Батрак С. В.</i> ДОРОЖНЄ КАРТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	29

ЕКОНОМІКА І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

<i>Бритвєнко А. С., Семенов А. В., Тулопов Д. В.</i> МАРКЕТИНГОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В АПК.....	34
<i>Новак Н. П., Кривець Ю. М., Постол А. А.</i> ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ШЛЯХОМ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА НА ЗАСАДАХ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	38
<i>Мармуль Л. О., Петренко В. С.</i> СТРАТЕГІЧНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ З ІНОЗЕМНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ В АГРАРНІЙ СФЕРІ ЕКОНОМІКИ	43
<i>Пилипенко К. А.</i> ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗМІЦНЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ	48
<i>Романюк І. А., Яровий В. Ф.</i> СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ТА ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ ЗАГАЛОМ	53
<i>Рунчева Н. В.</i> РОЗВИТОК АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ З ІНОЗЕМНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ.....	59
<i>Сільченко І. А., Архіпова В. М.</i> ПЛАНУВАННЯ ЯК ВИЗНАЧНА НЕОБХІДНІСТЬ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	63

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

<i>Гудзь П. В.</i> ТЕОРЕТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ПРАКТИЧНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ КЛАСТЕРНОЇ ПОЛІТИКИ В РЕГІОНІ	68
---	----

Пашкевич М. С., Фінагіна О. В.

ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ТЕРИТОРІЙ ЯК БАЗИС РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО СЕРЕДОВИЩА РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....	74
--	----

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Кірова Л. Л., Воробйов М. О.

КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПАТ «УКРСОЦБАНК» З ВИСУВАННЯМ ПОДАЛЬШИХ ШЛЯХІВ ЩОДО ЙОГО ФІНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕННЯ	79
--	----

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ І АУДИТ

Ігнатенко М. М.

ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ І ОРГАНІЗАЦІЙ В УМОВАХ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ.....	84
--	----

Мармуль Л. О., Коваль С. В., Круковська О. В.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНИХ СТАНДАРТИВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ.....	89
---	----

АНОТАЦІЇ	93
-----------------------	-----------

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ.....	96
-----------------------------------	-----------

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

<i>Величко Т. Г.</i> НАПРАВЛЕНИЯ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ И ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ.....	9
<i>Горячая О. Л., Майоров Е. Ю., Коссе Н. Ф.</i> МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ ЭКСПОРТА ПШЕНИЦЫ.....	13
<i>Княженко И. И., Меренчук К. В., Никольченко И. О.</i> ПРОЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ СИСТЕМОЙ УКРАИНЫ	18
<i>Михов Л. И., Гуржий К. В., Жур В. В.</i> СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ В УКРАИНЕ.....	21
<i>Рунчева Н. В., Вороновская З. С., Дышкант А. О.</i> ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ РЕНТА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ	25
<i>Юрченко Ю. Ю., Батрак С. В.</i> ДОРОЖНОЕ КАРТИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА.....	29

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

<i>Бритвенко А. С., Семенов А. В., Тулопов Д. В.</i> МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В АПК	34
<i>Новак Н. П., Кривец Ю. М., Постол А. А.</i> ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПУТЕМ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА НА ОСНОВЕ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ.....	38
<i>Мармуль Л. О., Петренко В. С.</i> СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ С ИНОСТРАННЫМИ ИНВЕСТИЦИЯМИ В АГРАРНОЙ СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ.....	43
<i>Пилипенко К. А.</i> ОРГАНИЧЕСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ УКРЕПЛЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ	48
<i>Романюк И. А., Яровой В. Ф.</i> СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕЛЬСКОГО ЗЕЛЕННОГО ТУРИЗМА И СФЕРЫ ТУРИЗМА В ЦЕЛОМ.....	53
<i>Рунчева Н. В.</i> РАЗВИТИЕ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ С ИНОСТРАННЫМИ ИНВЕСТИЦИЯМИ	59
<i>Сильченко И. А., Архипова В. М.</i> ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ОПРЕДЕЛЯЮЩАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	63

РАЗВИТИЕ ПРОДУКТИВНЫХ СИЛ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

<i>Гудзь П. В.</i> ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ В РЕГИОНЕ	68
--	----

Пашкевич М. С., Финагина О. В.

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ТЕРРИТОРИЙ КАК БАЗИС РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОЙ СРЕДЫ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ	74
--	----

ДЕНЬГИ, ФИНАСЫ И КРЕДИТ

Кирова Л. Л., Воробьев Н. А.

КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ПАО «УКРСОЦБАНК» С ПРЕДЛОЖЕНИЕМ ДАЛЬНЕЙШИХ ПУТЕЙ ЕГО ФИНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ.....	79
--	----

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

Игнатенко М. М.

ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ АВТОМАТИЗАЦИИ УЧЕТА И ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ	84
---	----

Мармуль Л. А., Коваль С. В., Круковская А. В.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ	89
--	----

АННОТАЦИИ	93
------------------------	----

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	96
----------------------------------	----

CONTENTS

ECONOMY AND MANAGEMENT OF NATIONAL ECONOMY

<i>Velichko T. G.</i> DIRECTIONS FOR IMPROVEMENT OF DEVELOPMENT AND EFFECTIVENESS OF INDUSTRIAL MARKETS.....	9
<i>Goryacha O. L., Mayorov Ye. Y., Kosse N. F.</i> MARKETING STRATEGIES FOR WHEAT EXPORT.....	13
<i>Knyazhenko I. I., Merenchuk K. V., Nikolchenko I. O.</i> PROJECT-ORIENTED APPROACH TO GOVERNMENT OF AGRICULTURAL SYSTEM OF UKRAINE.....	18
<i>Mihov L. I., Gurzhi K. V., Zhur V. V.</i> MODERN TRENDS OF DEVELOPMENT OF THE MARKET OF SERVICES OF UKRAINE.....	21
<i>Runcheva N. V., Voronovska Z. S., Dyshkant A. O.</i> ECOLOGICAL RENT IN AGRICULTURE	25
<i>Yurchenko Yu. Yu., Batrak S. V.</i> ROAD MAPPING AS INSTRUMENT OF STRATEGIC PLANNING OF DEVELOPMENT OF TOURISM.....	29

ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES

<i>Britvenko A. S., Semenov A. V., Tulopov D. V.</i> MARKETING INFORMATION SYSTEMS IN AGROINDUSTRIAL COMPLEX	34
<i>Novak N. P., Krivets Yu. M., Postol A. A.</i> INCREASING COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES BY DEVELOPMENT OF ORGANIC PRODUCTION ON THE BASIS OF DIVERSIFICATION OF ACTIVITY AND SOCIAL RESPONSIBILITY	38
<i>Marmul L. O., Petrenko V. S.</i> STRATEGIC POSITION OF ENTERPRISES WITH FOREIGN INVESTMENT IN AGRARIAN ECONOMIC SECTOR.....	43
<i>Pylypenko K. A.</i> ORGANIC MANUFACTURING AS A TOOL FOR FOOD SECURITY.....	48
<i>Romaniuk I. A., Yaroyvi V. F.</i> SOCIO-ECONOMIC EFFICIENCY OF THE FUNCTIONING OF ENTERPRISES OF AGRICULTURAL GREEN TOURISM AND THE FIELD OF TOURISM GENERAL.....	53
<i>Runcheva N. V.</i> DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES WITH FOREIGN INVESTMENTS	59
<i>Silchenko I. A., Arkhipova V. M.</i> PLANNING AS A VITAL NEED FOR THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ACTIVITIES OF ENTERPRISES	63

PRODUCT DEVELOPMENT AND REGIONAL ECONOMY

<i>Gudz P. V.</i> THEORETICAL JUSTIFICATION OF CLUSTER POLICY IN THE REGION.....	68
---	----

Pashkevych M. S., Finahina O. V.

FORMATION OF A POSITIVE IMAGE OF THE TERRITORIES AS A BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF THE BUSINESS ENVIRONMENT OF THE UKRAINE'S REGIONS	74
--	----

MONEY, FINANCE AND CREDIT

Kirova L. L., Vorobyov M. O.

COMPLEX ANALYSIS OF THE FINANCIAL AND ECONOMIC STATUS OF UKRSOTSBANK PJSC UNDERLINE THE FUTURE WAYS ON ITS FINANCIAL SANITATION	79
--	----

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Ignatenko M. M.

FORMATION OF INFORMATION SECURITY OF ENTERPRISES AND ORGANIZATIONS IN THE CONDITIONS OF AUTHORIZATION OF ACCOUNTING AND FINANCIAL STATEMENTS.....	84
---	----

Marmul L. O., Koval S. V., Krukovska O. V.

PERSPECTIVES FOR DEVELOPING NATIONAL STANDARDS OF ACCOUNTING AND FINANCIAL STATEMENTS.....	89
---	----

SUMMARIES	93
------------------------	-----------

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS	96
--	-----------

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 338.012

Т. Г. Величко

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТА ЕФЕКТИВНІСТЮ ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ

Анотація. У статті здійснено аналіз особливостей галузевих ринків та проблем їх розвитку в Україні. Обґрунтовано критерії та наведено їх класифікацію з метою підвищення ефективності. Відповідно до виявлених особливостей охарактеризовано напрями удосконалення управління розвитком та підвищення ефективності галузевих ринків. Вони стосуються оптимізації транзакційних витрат, вертикальної інтеграції підприємств та державного регулювання ринків і підтримки вітчизняних товаровиробників. У перспективі удосконалення управління також буде здійснюватися за допомогою ринкових та державних інститутів.

Ключові слова: галузеві ринки, підприємства, розвиток, ефективність, транзакційні витрати, вертикальна інтеграція, державне регулювання, удосконалення, управління.

Summary. The article analyzes peculiarities of branch markets and problems of their development in Ukraine. The criteria are justified and their classification is presented in order to increase efficiency. In accordance with the revealed features, the directions of improvement of management of development and increase of efficiency of the branch markets are described. They concern optimization of transaction costs, vertical integration of enterprises and state regulation of markets and support of domestic commodity producers. In the future, improvements in governance will also be carried out with the help of market and state institutions.

Key words: sectorial markets, enterprises, development, efficiency, transaction costs, vertical integration, state regulation, improvement, management.

Постановка проблеми. Важливим завданням сучасного стану розвитку національної економіки є відродження внутрішнього ринку як головного чинника економічного зростання. Базовими у ринкових системах є галузеві ринки, які виступають складовою частиною всіх типів ринку. Сталий розвиток економіки України у середньо- та довгостроковій перспективі можливий за умови ефективного їх функціонування. Це зумовлено тим, що саме на них формуються грошові доходи домогосподарств, підприємств, органів державної влади, задовольняється їх платоспроможний попит на вітчизняні та імпортовані товари, послуги. На зовнішньому ринку суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності отримують доходи від експорту продукції, які, у кінцевому підсумку, спрямовуються на внутрішнє споживання. Тому їх всебічне дослідження з метою удосконалення управління розвитком є актуальним, має теоретичне і практичне значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У дослідження розвитку управління та підвищення ефективності галузевих ринків значний внесок

зробили як зарубіжні, так і вітчизняні науковці. Зокрема, заслуговують на увагу праці таких вчених, як Р. Коуз, О. Вільямсон, Дж. Робінсон, М. Уотерсон, У. Дж. Баумоль, Дж. Стіглер, А. І. Ігнатюк, Т. О. Осташко та інших. Проте окремі напрями розвитку управління ефективністю галузевих ринків з урахуванням сучасного стану та проблем функціонування вітчизняних підприємств розкрито недостатньо. Так, дослідження галузевих ринків в умовах посилення конкуренції вимагає пошуку нових підходів щодо створення сприятливих умов у їхньому розвитку, оптимізації рішень у сфері системного управління, співпраці державних органів управління і підприємницьких структур.

Метою статті є визначення напрямів удосконалення управління підвищенням ефективності та розвитком галузевих ринків у нестійких умовах господарювання і з використанням інститутів державного регулювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. У науковій літературі галузеві ринки розглядаються як сукупність відносин між продавцями, що за-

© Т. Г. Величко, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Величко Т. Г. Напрями удосконалення управління розвитком та ефективністю галузевих ринків / Т. Г. Величко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 9–12.

References (APA):

Velichko, T. G. (2017). *Napriamy udoskonalennia upravlinnia rozvytkom ta efektyvnistiu haluzevykh rynkiv* [Directions for improvement of development and effectiveness of industrial markets]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 9–12 (in Ukr.).

ймаються однаковим видом діяльності і створюють однаковий за цільовим призначенням товар, та покупцями, які формують попит на цей продукт, з приводу купівлі-продажу цього економічного блага. Їх систематизують за різними ознаками, найпоширенішою з яких є об'єкт обміну. За об'єктом обміну всі галузеві ринки є різними, проте вони можуть бути порівняні між собою за обсягом обороту продукції у вартісному виразі, а також за динамікою розвитку.

Тому вказаний спосіб систематизації галузевих ринків широко використовується в економічній теорії, практичній роботі органів влади, господарській діяльності підприємств для характеристики товароруку певного виду продукції в національній економіці. На основі об'єкта обміну галузеві ринки об'єднуються у видові групи: ринки товарів кінцевого споживання (споживчі, інвестиційні товари); послуг; ринки виробничих ресурсів (трудових, первинних і оброблених природних, інвестиційних, інформаційних ресурсів) [1, с. 21].

Основною ознакою щодо виокремлення різних видів галузевих ринків на практиці є класифікація видів економічної діяльності, продукції та послуг. У першій із них класифікаційною ознакою є вид діяльності, що визначається виробничим процесом, типом сировини, її обробки і технології виробництва, характером виробленої продукції та наданих послуг, напрямками використання продукції та послуг. Характерною ознакою класифікації є те, що один і той же код мають багато об'єктів (табл. 1).

Структура галузевого ринку, як вже зазначалося, характеризується чисельністю і розподілом продавців та покупців, рівнем диференціації, наявністю або відсутністю бар'єрів входження на ринок нових фірм, рівнем вертикальної інтеграції підприємств, ступенем диверсифікації виробництва фірми. Для її оцінки використовуються такі індикатори, критерії й показники: концентрації, серед яких загальний рівень активності великих корпоративних підприємств, рівень домінування на ринку одного або декількох продавців, рівень монопольної влади, масштаби підприємств, крива концентрації, індекси концентрації діяльності, товарів і ресурсів; види та рівень бар'єрів входження на ринок нових підприємств; рівень спеціалізації й диверсифікації підприємств за товарними лініями та послугами; рівень горизонтальної та вертикальної інтеграції підприємств; рівень конкуренції та конкурентоспроможності підприємств.

Характерною ознакою сучасних галузевих ринків в Україні є слабкість ринкових інститутів, неефективність наявних механізмів державного регулювання соціально-економічних процесів, розвиток тіньових, віртуальних і фіктивних господарських відносин [2, с. 46]. Тому в управлінні їх удосконаленням та підвищенні ефективності важливим є врахування усього комплексу макроекономічних (темпи економічного зростання, рівень інфляції, безробіття, параметри монетизації еко-

Таблиця 1

Класифікація галузевих ринків

Ознаки класифікації	Види ринків
Вид діяльності	Визначаються за КВЕД
Сектор економіки	— ринки первинного сектору (видобувного, сировинного); — ринки вторинного сектору (обробного); — ринки третинного сектору (інфраструктурного); — ринки четвертинного сектору (розподільчо-обмінного); — ринки п'ятинного сектору (соціально-управлінського)
Охоплення території	— глобальні; континентальні; міжнародні; — національні; регіональні; міжрегіональні; — місцеві; локальні
Рівень конкуренції	— конкурентні ринки; — ринки природної монополії; — ринки з індивідуальним домінуванням — ринки з колективним домінуванням
Реагування на стадії економічного циклу	— ринки стабільного розвитку; — ринки циклічного розвитку
Привабливість щодо інвестицій	— зростаючі; стабільні; циклічні; — нестабільні; ризиковані
Динаміка витрат	— зі зростаючими витратами; — з постійними витратами; зі змінними витратами; — зі спадаючими витратами
Стадії зрілості попиту	— піонерний; зростаючий; розвинений; згасаючий
Висота бар'єрів входження	— галузі із вільним входженням; з неефективними бар'єрами; з ефективними бар'єрами; з блокованим входженням

номіки тощо) і мікроекономічних (мотиви й цільові установки економічної поведінки виробників і споживачів, механізми та інструменти управління і прийняття рішень в локальних структурах ринку тощо) чинників, які впливають на ринковий розвиток, чітко бачення взаємозв'язків між ними.

Для вітчизняних галузевих ринків також характерним є надмірний вплив глобальних чинників. Переорієнтація виробників на зовнішні ринки робить їх більш чутливими до кон'юнктурних коливань на цих ринках. Вузкість внутрішніх ринків робить країну, таким чином, високозалежною від зарубіжних торговельних партнерів. Це дає підґрунтя не лише для економічного, але й для політичного тиску. Низька платоспроможність населення спричиняє утруднення зв'язків між виробником і споживачем. Через крайню обмеженість споживача в коштах його вимоги до товарів знижуються, він переключається на більш дешеві, незважаючи на низьку якість, товари. Це зменшує можливості нецінової конкуренції підприємств, послаблює стимули до підвищення якості та покращання споживчих характеристик товарів, спричиняє згортання галузевих ринків.

Галузеві ринки України мають дефіцит або викривленість інформації для суб'єктів господарювання щодо стану попиту, суспільної оцінки ефективності виробництва, рівня його конкурентоспроможності. Адже джерелом такої інформації має виступати сам ринок. Однак звужений ринок робить цю інформацію некоректною, частково недоступною або й відсутньою, що веде до зниження раціональності очікувань економічних суб'єктів. Наслідками дефіциту інформації є втрата мотивації до ефективної діяльності економічного суб'єкта, неефективне використання ресурсів, консервування технологічної, економічної та організаційної структури, зрештою — неможливість формування ефективної стратегії розвитку й управління ним на мікрорівні.

Наведені чинники можуть призвести до поширення деструктивних процесів економічного розвитку. Вони перешкоджають становленню конкурентоспроможних підприємств, сприяють збереженню монополізації ринків, ведуть до необґрунтованого завищення цін, стають на заваді поширенню синергетичних ефектів галузевого зростання на всю економіку, сприяють тінізації економіки, розвитку бюрократії й корупції. Це створює суттєві загрози економічній безпеці України, веде до деформації дії основних ринкових законів.

Останнє, у свою чергу, знижує ефективність економічної стратегії держави. Подальше поліпшення ситуації на галузевих ринках залежить, насамперед, від результативності інституційних реформ. Подолати деформації національного ринку можна лише на основі інституційних пере-

творень — розвитку конкуренції, зниження рівня монополізації виробництва, повного і прозорого доступу до фінансових ресурсів, забезпечення рівності прав власності тощо. У наш час у цьому напрямі здійснюються реформи в освіті, охороні здоров'я, адміністративно-територіальна реформа.

Удосконалення управління ефективністю галузевих ринків доцільно розробляти за такими напрямами:

1. Трансакційних витрат — профіль галузі — вертикальна інтеграція (Р. Коуз, О. Вільямсон). Цей напрям передбачає: аналіз завдань, напрямів та перспектив розвитку галузевих ринків; оцінку меж зростання розмірів підприємств на основі трансакційних витрат; визначення наслідків процесів злиття та поглинань; оцінку та діагностику процесів вертикальної й горизонтальної інтеграції [3].

2. Мінімальних витрат — ємність галузі — оптимальна кількість підприємств (М. Уотерсон, У. Дж. Баумоль). Основна увага зосереджена на мінімальному ефективному розмірі підприємства та пов'язаному з ним поняттям ефекту масштабу виробництва.

3. Ефективності конкуренції та підтримки засобами державного регулювання (Дж. Стіглер). Напрямок передбачає дослідження відносин конкуренції, конкурентних переваг і конкурентоспроможності на галузевих ринках та удосконалення державного регулювання їхнього розвитку [4].

Дослідження, проведені в межах першого напрямку управління ефективністю, дозволяють визначити підприємство як сукупність контрактів, розмір яких залежить від трансакційних витрат. Найбільш точно визначення поняття фірми (підприємства) на основі трансакційних витрат дав Р. Коуз у праці «Природа фірми»: «фірма є вигідною тому, що діяльність на ринку пов'язана з певними витратами, а створивши організацію і управляючи розміщенням ресурсів адміністративними методами, можна позбавитися цих витрат...» [3].

Організація галузей, таким чином, залежить від співвідношення між витратами на здійснення ринкових трансакцій і витрат на організацію тих самих операцій у межах підприємств, які можуть виконати ці ж завдання більш економічно та ефективно. Крім того, витрати на організацію у межах підприємств залежать від того, які ще види діяльності (отже, і витрат) вони здійснюють. Саме розміри підприємств є визначальними для структури галузевих ринків.

Другий напрям управління ефективністю передбачає, що наявність економії від масштабу є необхідною і достатньою умовою для обґрунтування концепції мінімального ефективного розміру підприємства, тобто такого виробництва продукції, за якого підприємство зможе мінімі-

зувати свої витрати. За умови зростання ефекту масштабу мінімальний ефективний розмір підприємства відповідатиме невеликим обсягам випуску продукції [5, с. 263]. Тому в таких галузях існує значна кількість дрібних виробників, а великі підприємства не будуть більш ефективними.

Така ситуація притаманна для галузей, в яких панує вільна конкуренція. Якщо економія від масштабу зростає, а згодом зберігається незмінний ефект, то підприємство досягає мінімальних витрат у розрахунку на одиницю продукції при відносно невеликих обсягах її випуску. Тому навіть малі підприємства будуть конкурентоспроможними порівняно із середніми і великими. Тобто в галузях з такими умовами формування середніх витрат ефективно співіснують різні за розмірами підприємства.

Зростання ефекту масштабу виробництва показує, що мінімальні витрати будуть досягатись за умов великомасштабного виробництва продукції. При цьому дрібні підприємства не в змозі конкурувати з великими. У таких галузях виробництво продукції може бути зосереджене в одному підприємстві, яке задовольнятиме увесь попит на ринку та гарантуватиме мінімальні витрати. Така ринкова ситуація набуватиме рис природної монополії.

Третім напрямом удосконалення управління ефективністю розвитку галузевих ринків є управління відносинами конкуренції та механізм їхнього державного регулювання. Аналіз стану конкуренції на початку формування ринкових відносин свідчить про відсутність великих корпорацій, невтручання держави у ринковий механізм взаємодії між підприємствами. Однак процеси концентрації ресурсів і капіталів призвели до об'єктивної необхідності дослідження причин недосконалості відносин конкуренції, різних структур ринків за кількістю учасників, однорідністю або диференційованістю товару, бар'єрами входження, здатністю підприємств впливати на ринкову динаміку цін.

Це зумовило появу нецінових методів конкуренції, диференціацію продукції та реклами, розвиток маркетингових каналів збуту. Подальша соціологізація діяльності сприяла виникненню державно-приватного партнерства, соціальної відповідальності підприємств. Державне регулювання поширюється також на захист вітчизняного ринку, підтримку вітчизняних товаровиробників [6, с. 134]. При цьому напрями удосконалення управління ефективністю галузевих ринків мають певні переваги, що відображено у висновках.

Висновки. Управління ефективністю галузевих ринків на основі удосконалення трансакційних витрат і об'єднання підприємств шляхом

вертикальної інтеграції робить галузь привабливою для інвестування і стійкою до негативних проявів жорсткої конкуренції. Визначення оптимальної кількості підприємств у галузі на основі ефекту масштабу виробництва дозволяє досягти об'єктивної величини витрат за критерієм їх мінімізації і, як наслідок, утримувати провідні позиції з точки зору прибутковості виробництва окремих видів продукції. Ефективне функціонування галузевих ринків в умовах зростання конкуренції ґрунтується також на здійсненні державного регулювання, яке здатне підтримати сприятливі умови для розвитку вітчизняних підприємств та інших бізнесових структур.

Література

1. Ігнатюк А. Вертикально інтегровані структури на галузевих ринках / А. І. Ігнатюк // Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка — 2009. — № 109. — С. 19–23.
2. Структурні зміни та регулювання ринків в умовах лібералізації зовнішньої торгівлі України : наук. доп. / за ред. чл.-кор. НАН України Т. О. Осташко ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». — К., 2015. — 94 с.
3. Коуз Р. Экономика организации отрасли: программа исследований / Р. Коуз // Фирма, рынок, право [пер. с англ.]. — М. : Новое издательство, 2007. — С. 58–74.
4. Stigler, G. J. (1971). The Theory of economic regulation. *Bell Journal of Economics and Management Science*, 2, 3–18.
5. Шульц С. Економічний простір України: формування, структурування та управління / С. Шульц. — Львів : ІРД НАН України, 2010. — 408 с.
6. Бажал Ю. М. Теорія соціально-технологічної парадигми як методологія визначення пріоритетів економічного розвитку України / Ю. М. Бажал // Пріоритети національного економічного розвитку в контексті глобалізаційних викликів : монографія: у 2 ч. Ч. 1 / за ред. В. М. Гейця, А. А. Мазаракі. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. — С. 129–145.

References

1. Ihnatyuk, A. (2009). *Vertikalno intehrovani struktury na haluzevykh rynkakh* [Vertically integrated structures in the branch markets]. *Visnyk KNU im. Tarasa Shevchenka*, 109, 19–23 (in Ukr.).
2. Ostashko, T. O. (ed.) (2015). *Strukturni zminy ta rehulyuvannya rynkiv v umovakh liberalizatsiyi zovnishnoyi torhivli Ukrainy* [Structural changes and regulation of markets in conditions of liberalization of foreign trade of Ukraine]. Kyiv, DU «In-t ekon. ta prohnozuv. NAN Ukrainy» Publ. (in Ukr.).
3. Kouz, R. (2007). *Ekonomika organizatsii otrasli: programma issledovaniy* [Economics of the organization of the industry: a program of research]. Moscow, Novoye izdatelstvo Publ. (in Rus.).
4. Stigler, G. J. (1971). The Theory of economic regulation. *Bell Journal of Economics and Management Science*, 2, 3–18 (in Engl.).
5. Shults, S. (2010). *Ekonomichnyy prostir Ukrainy: formuvannya, strukturuvannya ta upravlinnya* [Economic space of Ukraine: formation, structuring and management]. Lviv, IRD NAN Ukrainy Publ. (in Ukr.).
6. Bazhal, Yu. M. (2008). *Teoriya sotsialno-tekhnologichnoyi paradyhmy yak metodolohiya vyznachennya pryoritetiv ekonomichnoho rozvytku Ukrainy* [Theory of socio-technological paradigm as a methodology for determining the priorities of Ukraine's economic development]. In V. M. Heits, A. A. Mazaraki (eds.) *Priorytety natsionalnoho ekonomichnoho rozvytku v konteksti hlobalizatsiynikh vyklykiv* [Priorities of national economic development in the context of globalization challenges]. Kyiv, Kyiv. nats.torh.-ekon. un-t Publ., 129–145 (in Ukr.).

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ЕКСПОРТУ ПШЕНИЦІ

Анотація. Розглянуто експортний потенціал аграрного сектору України. Наведено поетапний генезис розвитку стратегічного маркетингу експорту пшениці, структуру експорту-імпорту культури в країні, перелічено основних експортерів. Крім того, розглянуто ймовірні загрози для експортного потенціалу АПК.

Ключові слова: експорт, імпорт, маркетингова стратегія.

Summary. The export potential of the agrarian sector of Ukraine is considered. The step-by-step genesis of strategic marketing of wheat exports is presented. The structure of export-import of culture in the country is presented, the main exporters are listed. In addition, probable threats to the export potential of the agroindustrial complex are considered.

Key words: export, import, marketing strategy.

Постановка проблеми. В умовах економічної й політичної нестабільності всередині країни, конфлікту на Сході держави, повільного проведення реформ, втрати російського ринку основним двигуном українського експорту та джерелом надходження іноземної валюти є продукція аграрного сектору, яка займає вагомий частку в структурі національного виробництва. А це означає, що добробут українців, економічна стабільність (у тому числі курс валют), безпека України зараз багато в чому визначаються тим, як наша держава зможе реалізувати експортний потенціал аграрного сектору економіки, скільки аграрної продукції продасть іншим країнам.

Але аграрне виробництво зможе реально сприяти розвитку вітчизняної економіки, забезпечити реалізацію національних інтересів країни, якщо буде конкурувати на світових ринках. Тому пошук шляхів підвищення експортної конкурентоспроможності українських агровиробників, забезпечення експортної безпеки України на зовнішніх ринках агропродукції є важливою й актуальною проблемою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження маркетингових стратегій експорту продукції аграрного сектору економіки України внесли: А. С. Бритвенко [4], Ю. В. Захарченко [1], С. О. Полковниченко, О. В. Росохач [6] та інші.

Метою статті є надання теоретичного обґрунтування ролі маркетингових стратегій у підвищенні експортного потенціалу економіки України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зернові культури є найбільш значущими в експорті сільськогосподарської продукції України. Частка

пшениці сягає 50 % від усього об'єму зернових культур. Зазначимо, що до 69 % пшениці становить фуражний клас, головними споживачами якого є країни Європейського Союзу.

Наявність обмежень у країнах ЄС квот на поставки пшениці низької якості формує розширення перспектив постачання пшениці до країн Африки, що знаходяться південніше Сахари, та країн Південно-Східної Азії. До того ж ринок ЄС є найбільш привабливим з огляду на фінансові показники процедур продаж. Разом з тим збільшення сегменту продаж на ринку країн Європи сприятиме впровадженню сучасних технологій вирощування зернових культур в Україні. У цілому це сприяє забезпеченню внутрішнього ринку більш якісною продукцією і, в сукупності, підвищенню стандартів життя.

Перспективи членства України в Європейському Союзі вимагають впровадження стандартів якості продукції кінцевого споживання та сировини, з якої вона виробляється. Аналіз наявних публікацій свідчить про те, що якісний склад зернових або сировини, з якої виробляється продукція кінцевого споживання, значно впливає на динаміку споживання. Вплив показників якості є таким суттєвим, як і ціновий фактор.

Важливим елементом побудови успішної компанії є розробка маркетингової стратегії як узагальненої моделі довгострокового курсу дій щодо маркетингової діяльності у виді системної сукупності визначених перспективних цілей (пріоритетів) і способів (рішень) їх реалізації через використання ресурсів. Активне використання поняття «маркетингова стратегія» сприяє збіль-

© О. Л. Горяча, Є. Ю. Майоров, Н. Ф. Коссе, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Горяча О. Л. Маркетингові стратегії експорту пшениці / О. Л. Горяча, Є. Ю. Майоров, Н. Ф. Коссе // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 13–17.

References (APA):

Goryacha, O. L., Mayorov, Ye. Y., Kosse N. F. (2017). *Marketing strategies for wheat export*. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 13–17 (in Ukr.).

шенню доходів вітчизняного агробізнесу, що вказує на доцільність використання цього поняття державою, зокрема Міністерством АП та продовольства України.

Сьогодні економічно доцільно розвивати виробництво готового товару, і аграрний сектор може забезпечувати експорт не тільки сировини, а й продукції; тому доречно вивчати ринки, потреби, конкурентів, розвивати виробництва продовольчої продукції та будувати маркетингові стратегії, але виходячи із забезпечення продовольчої достатності. Для цього нами запропоновано підхід маркетингового позиціонування галузей агросектору за критерієм задоволення фізіологічної норми споживання.

У роботах багатьох авторів підкреслюється перспективність екологорієнтованих технологій вирощування зернових. Інші дослідники проаналізували та обґрунтували доцільність впровадження екологорієнтованих технологій вирощування зернових в Україні та сформулювали перелік заходів, інструментарію досліджень економічної системи. Водночас неповною мірою розкрито й сформульовано стратегічну мету та початкові умови її формулювання. Тому метою нашого дослідження стало формування переліку заходів з маркетингу продукції зернових, реалізація яких забезпечила б впевнений вихід на світові ринки пшениці в країні з високими стандартами життя та вимогами до якості продукції.

Процеси стратегічного маркетингового планування, здійснюючи систематизацію окремих маркетингових досліджень, вивчаючи споживачів та їх вподобання, виконуючи аналіз процесів ціноутворення, формують шляхи виводу на ринок продукції. Як ризиково можливо розглядати тен-

денцію зменшення частки пшениці в загальному обсязі експортних продажів зернових культур.

Коливання питомої частки пшениці в загальному експорті зернових містить тенденцію до зменшення та згасання. Здійснивши спектральний аналіз коливань, можливо дійти висновку щодо частоти подій, які формують функцію експорту пшениці.

Період коливань сягає максимальних значень на подіях, що відбуваються кожні 1,5–2,5 року. Це пояснюється природним циклом вирощування зернових у кліматичних умовах України (врожай 1 раз на рік) та доданим до нього зсувом у часі піку продажів продукції, у тому числі з минулорічних запасів.

Окрему увагу слід приділити подіям, що мають тенденцію до повторення кожні 4 роки. Встановлення причинно-наслідкового зв'язку забезпечує можливість формування стратегії продажів та формування ціни на довгостроковий період. У цілому показники експорту пшениці мають тенденцію до збільшення. Проте зважаючи на цілі стратегічного маркетингового дослідження, потрібно здійснити аналіз структури експорту пшениці (рис. 1).

Стан експорту пшениці підтверджує збалансованість експортних складових. Найбільш суттєві ринки збуту розподілені за практично рівними частинами [1].

Стратегічний маркетинг експорту пшениці у період з 2001 по 2005 рр. характеризувався тим, що експортна ситуація склалася дещо іншою. Спостерігається стрімке зменшення частини експорту пшениці до країн СНД водночас зі збільшенням експорту до країн ЄС. Частка різних дрібних експортних поставок зменшується на 9 %.

Позитивна динаміка стосовно експорту до країн Європейського Союзу у 2006–2010 рр. змінюється на негативну. Помітне суттєве збільшен-

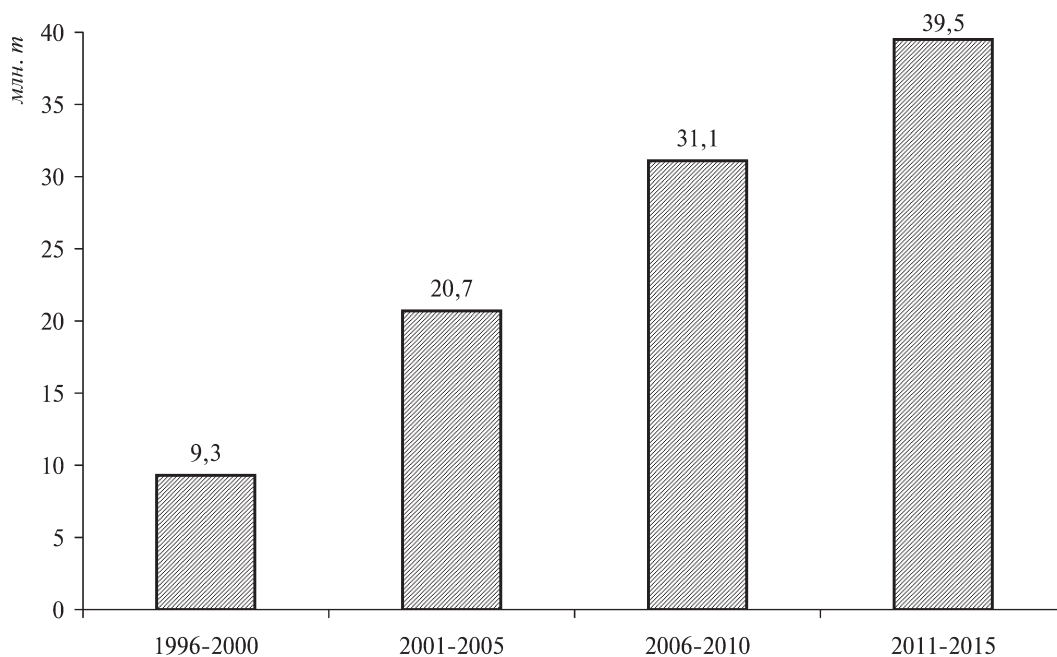


Рис. 1. Експорт пшениці за 1996–2015 рр, млн. т (розробка автора згідно з [1])

ня експорту до країн Азії. Частка країн ЄС в експорті пшениці у цей період зменшується до 20 %. За іншими показниками картина є незмінною. Це свідчить про перерозподіл між країнами ЄС та Азії експортного потенціалу України. Така динаміка не в останню чергу пояснюється підвищенням вимог до якості продукції, що надходить на ринок країн Європи.

Експортний склад на 2011–2015 рр. підтверджує тенденцію до зменшення експорту пшениці до Європейського Союзу і формування основних ринків збуту в країнах Африки та Азії. Відчутно на збільшення експорту до країн Африки та Азії вплинули демографічні фактори. Різке збільшення населення в цих країнах зумовлює зростання попиту.

Найбільш привабливий же ринок країн Європейського Союзу стійко скорочується, починаючи з 2006 року. Процес стратегічного планування маркетингу передбачає на початковому етапі формування визначення стратегічних задач виробника або економічної системи.

До стратегічних задач віднесемо збільшення обсягів експорту пшениці до країн Європейського Союзу за умови збереження часток експорту до країн Африки та Азії. Таке формування стратегічної мети містить, на перший погляд, протиріччя [2].

Після 2001 року криві експорту досить сильно корелюють з кривими виробництва (коефіцієнт кореляції 0,67), що свідчить про достатньо міцний причинно-наслідковий зв'язок. Тобто, починаючи з 2001 по 2010 рік, експорт пшениці повністю визначався її виробництвом, у наступні два роки спостерігаються відмінності, тенденції експорту та виробництва є протифазними, що свідчить про появу інших чинників.

Отже, вирішення стратегічної мети маркетингу експорту пшениці, що містить внутрішнє протиріччя, виходячи з початкових умов, і викликається необхідністю збереження часток експорту до країн Африки та Азії за одночасного збільшення експорту до країн Європейського Союзу, зумовлює потребу у визначенні факторів, які формують криві динаміки виробництва та експорту пшениці до країн світу [4].

За підсумками 2017 року Україна займає шосте місце в світі з торгівлі пшеницею. Продукція АПК України експортується у 190 країн світу. Якщо говорити про країни-лідери за імпортом української пшениці, то першу десятку очолює Індія. Друге місце займає Єгипет, а третє — Таїланд (табл. 1).

У такій сфері аграрного сектору, як виробництво та реалізація зернових, дійсно маємо активне зростання в реалізації сировинної бази сільськогосподарських культур. Проаналізувавши виробництво пшениці в частині внутрішньої потреби, експорту та надлишків у динаміці 2010–2017 рр.,

Таблиця 1

Країни-імпортери української пшениці за 2017 р. [5]

Імпортер		Частка у структурі експорту
1	Індія	20,0 %
2	Єгипет	11,1 %
3	Таїланд	10,2 %
4	Індонезія	9,6 %
5	Бангладеш	8,9 %
6	Південна Корея	7,3 %
7	Марокко	5,2 %
8	Філіппіни	4,7 %
9	Ізраїль	3,3 %
10	Туніс	3,0 %
11	Іспанія	2,7 %
12	Італія	2,1 %
13	Ліван	1,9 %
14	Лівія	1,4 %
15	Алжир	1,1 %
Інші		7,7 %

можна відзначити, що досить сталим є показник внутрішньої потреби протягом зазначеного періоду (10–11 млн. тонн), у той час як експорт української пшениці має динамічний показник росту (табл. 2).

Таблиця 2

Структура експорту/імпорту пшениці в Україні за січень-липень 2017 р. (розроблено автором)

Країна	Вартість, тис. дол. США	Структура, %
Імпорт		
Білорусь	156	44,83
Німеччина	81	23,28
Польща	79	22,70
Інші	32	9,20
Експорт		
Єгипет	238252	23,46
Індія	179012	16,26
Бангладеш	101398	9,21
Інші	562031	51,06

Найбільшими експортерами зернових у 2017 році є:

- «Кернел» — 7,6 %;
- «Нібулон» — 7,4 %;
- «Каргілл» — 5,3 %;
- ДПЗКУ — 5,0 %;
- «Бунге Україна» — 3,5 %.

Базовим принципом, на основі якого слід формувати стратегію розвитку зернопродуктового підкомплексу АПК, є обов'язкове поєднання його стратегічних цілей з факторами, обумовленими його природно-економічним потенціалом. Сутність цього розкривається в обмеженості мож-

ливостей використання нефінансових факторів в умовах структурної кризи, що зумовило важкодоступність кредитних ресурсів, скорочення капітальних інвестицій

На теперішній момент підприємницькі структури не можуть інтенсивно наростити величину виробничих факторів, а держава не може стимулювати це за рахунок прямої фінансової підтримки через зростання дефіциту бюджету. Тому формування стратегічних цілей і супутніх їм завдань повинно виходити з поточних реалій і можливостей економіки країни.

Оскільки сільськогосподарські виробники обмежені у фінансових і матеріальних ресурсах, то використовувати їх треба оптимально. Це вимагає також дотримання принципу максимально раціонального використання ресурсів. Домогтися цього можливо, оптимально використовуючи комплекс природно-економічних чинників, шляхом створення системи господарювання, адаптованої до природно-кліматичних умов кожного регіону.

Це дозволить найбільш повно реалізувати потенціал біосистеми за наявних технологічних і економічних ресурсів. Таке використання ресурсів вимагає, щоб матеріально-технічна база АПК переорієнтувалася на їх ефективне застосування на основі максимального впровадження інновацій у виробництво. Необхідно раціонально використовувати інтелектуальний потенціал вчених і підприємницькі здібності суб'єктів АПК, які лежать у площині їх координації. При цьому важливим фактором є адаптація системи господарювання до конструктивних функцій ринку.

Особливу роль відіграє принцип гарантованої державної підтримки сталого розвитку зернового господарства. Державі важливо сьогодні створити умови для становлення й сталого розвитку і підтримки паритету цін на сільськогосподарські товари і засоби виробництва для села. Необхідним є також антимонопольне державне регулювання, підтримка інноваційно-інвестиційної діяльності з техніко-технологічного переоснащення сільськогосподарства, збереження біосистеми.

Для успішної реалізації цього принципу, на нашу думку, потрібні економічні механізми контролю над відповідальністю державних органів, чиновників і службовців, що виконують функцію вказаної підтримки. Застосування цього принципу слід здійснювати на кожному етапі ланцюжка підкомплексу.

Слід виокремити існування принципу мотиваційної спрямованості державного регулювання і підтримки. Його реалізація вимагає формування мотиваційних механізмів переливу капіталу, впровадження екзогенних і пов'язаних з ним техногенних технологій виробництва, ефективної структури і ринкової інфраструктури АПК.

Необхідно враховувати відмінності у формах власності та ефективності господарювання, неоднакову значимість конкретного суб'єкта господарювання в забезпеченні стійкої інноваційності та екологічності відтворення, потенційної конкурентоспроможності виробленого зерна, рівня розвитку підприємництва, ризикованості, ефективності участі в реалізації державних програм і т. ін.

Аналізуючи використання експортного потенціалу аграрного сектору економіки України, нами виявлено також такі загрози, як:

— нераціональна структура виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції;

— нарощування виробництва певної продукції (зернових та окремих технічних культур);

— неповна адаптованість вітчизняної продукції до умов міжнародного ринку, її певна невідповідність європейським і міжнародним стандартам щодо якості та безпечності (якість вітчизняної агропродукції доволі низька, а частка сертифікованих підприємств згідно міжнародних стандартів вкрай мала);

— низька товарна диверсифікованість експорту агропродукції, переважання в експорті сировини;

— значні коливання світових цін на агропродукцію;

— недостатній розвиток систем сертифікації та контролю якості експортної агропродукції;

— невідповідні умови кредитування та високі ризики фінансових і ресурсних втрат у експортних операціях;

— недостатній рівень інформованості національних підприємств щодо умов функціонування аграрних ринків інших країн, рекламного та маркетингового забезпечення продажу української агропродукції;

— невідповідність національного законодавства у агровиробництві світовим та європейським нормам і стандартам;

— недосконалість логістики зберігання, інфраструктури аграрного ринку, наслідком чого є великі втрати продукції.

Важливим напрямом забезпечення експортної безпеки України є підвищення конкурентоспроможності аграрної продукції, що можливо лише на основі введення в аграрний сектор біологічних, технічних, технологічних та управлінських інновацій і оптимізації інвестиційного процесу в галузі. Зокрема, підвищення техніко-технологічного рівня виробництва продукції, освоєння новітніх технологій ресурсозберігання вдосконалить процес технічної обробки та поліпшить якість товарів аграрного сектору.

Реалізація ідеї біологізації сільського господарства в напрямку виробництва органічної (екологічно чистої) продукції також сприятиме підвищенню конкурентоспроможності агропродукції.

Адже сьогодні у світі швидко зростає попит на органічні продукти, для виробництва яких в Україні є сприятливі природно-економічні умови.

Вагома роль у забезпеченні експортної безпеки на векторі аграрного сектору відводиться державі, яка повинна надавати підтримку розвитку ринкової інфраструктури сільського господарства, сприяти веденню бізнесу в агросекторі. Держава та виробники сільськогосподарської продукції мають спрямовувати зусилля для подолання вищезазначених загроз, забезпечити конкурентоспроможність та відповідну до європейських норм якість вітчизняної продукції аграрного виробництва.

Аграрну політику необхідно спрямувати на подолання сировинного характеру, низької товарної диверсифікованості експорту сільськогосподарської продукції [6]. У зв'язку з цим важливо створити умови для відродження таких галузей сільського господарства, як льонарство, хмелярство, тютюнництво, вівчарство, молочне і м'ясне скотарство, а також розвитку промислових галузей переробки сільськогосподарської продукції, що дозволить виробляти продукти з більшою доданою вартістю, а відповідно, знизити частку експорту аграрної сировини порівняно з експортом готової продукції.

Висновки. Вирішення поставленої стратегічної мети виходить за межі переліку прямих впливів на економічну систему виробництва зернових, до яких необхідно віднести збільшення виробництва пшениці, зменшення її собівартості тощо. Потрібно проаналізувати опосередковані фактори, такі як зміна структури попиту на стратегічний маркетинг експорту пшениці.

Стратегія розвитку зернопродуктового підкомплексу АПК визначає глобальні перспективні завдання, необхідні для ефективного управління ним, тому стратегічним орієнтиром має стати формування високотехнологічного сегменту для цілей і потреб внутрішнього ринку. Такий напрям визначає підвищення конкурентності інших агропродовольчих підкомплексів країни, оскільки зернове господарство є високомультіплікативною галуззю, надаючи прямий вплив на безліч інших, особливо визначаючи рівень і якість кормової бази тваринництва. До того ж це створює додаткові стимули для реалізації природно-економічного потенціалу виробництва зерна регіонів, які через географічні причини не можуть

мати високі експортні можливості, забезпечуючи розширення його збуту в регіонах для внутрішніх цілей.

Стратегічний розвиток зернопродуктового підкомплексу АПК має бути значно ширше у своїх напрямках, а його успіхи і цільові індикатори не повинні обмежуватися показниками розміру експортних можливостей, обов'язково включаючи індикатори розвитку внутрішнього ринку і вирішення проблеми виробництва дефіцитних та якісних видів зернових.

Література

1. Захарченко Ю. В. Стратегічний маркетинг експорту пшениці / Ю. В. Захарченко // Вісник Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету. — 2016. — № 1 (59). — С. 103.
2. Офіційний сайт Держстату України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
3. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.minagro.gov.ua>.
4. Бритвенко А. С. Економічний аналіз експорту жирової продукції України / А. С. Бритвенко // Розвиток соціально-економічних систем у трансформаційних умовах : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. студентів і молодих учених. Бердянськ, 1–2 лютого 2017 р. — 2017. — С. 50.
5. Рейтинг країн-імпортерів української пшениці [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://agravery.com/uk/posts/show/rejting-krain-importeriv-ukrainskoi-psenici>.
6. Полковниченко С. О. Безпековий вимір реалізації експортного потенціалу аграрного сектору економіки України / С. О. Полковниченко, О. В. Росохач // Економічний форум. — 2017. — № 2. — С. 58–66. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2017_2_12.

References

1. Zakharchenko, Iu. V. (2016). *Stratehichnyi marketynh eksportu pshenytsi* [Strategic marketing of wheat exports]. *Visnyk Dnipropetrovskoho derzhavnoho ahrarno-ekonomichnoho universytetu*, 1 (59), 103 (in Ukr.).
2. State Statistics Service of Ukraine (2017). Retrieved from : <http://ukrstat.gov.ua> (in Ukr.).
3. Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine (2017). Retrieved from : <http://www.minagro.gov.ua> (in Ukr.).
4. Brytvienko, A. S. (2017). *Ekonomichnyi analiz eksportu zhyrovoyi produktsii Ukrainy* [Economic Analysis of Ukraine's Fat Food Exports]. Paper presented at Intern. Science and Practical Conf. «Development of socio-economic systems in a transformational environment» Berdyansk, February 1-2, 2017, 50 (in Ukr.).
5. *Reitynh krain-importeriv ukrainskoi pshenytsi* (2017). [The rating of importing countries of Ukrainian wheat]. Retrieved from <http://agravery.com/uk/posts/show/rejting-krain-importeriv-ukrainskoi-psenici> (in Ukr.).
6. Polkovnychenko, S. O., Rosokhach, O. V. (2017). *Bezpekoviy vymir realizatsii eksportnoho potentsialu ahrarnoho sektoru ekonomiky Ukyrainy* [The security dimension of the export potential of the agrarian sector of the economy of Ukraine]. *Ekonomichnyi forum*, 2, 58–66 (in Ukr.).

УДК 330.341.2:330.52

**І. І. Княженко,
К. В. Меренчук,
І. О. Нікольченко**

ПРОЕКТНО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЮ СИСТЕМОЮ УКРАЇНИ

Анотація. Надано визначення проекту та визначено предмет і способи управління агропродовольчою системою України. Описано чинники переваг та недоліків проектно-орієнтованого підходу. Розглянуто напрями державного регулювання економіки країни та обґрунтовано необхідність регламентації проектів. Висвітлено питання стандартизації управління проектами.

Ключові слова: проект, проектно-орієнтований підхід, управління проектами, агропродовольча система.

Summary. The definition of the project is given and the subject and methods of management of the agro-food system of Ukraine are determined. The factors of advantages and disadvantages of the project-oriented approach are described. The directions of state regulation of the country's economy are considered and the necessity of the regulation of projects is substantiated. Issues of standardization of project management are covered.

Key words: project, project-oriented approach, project management, agro-food system.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку агропродовольчої системи України доцільним є дослідження проектно-орієнтованого підходу до управління нею. На сьогодні існує багато думок щодо визначення суті цього поняття, а також стосовно його практичної ефективності. Однак це обумовлює необхідність проведення дослідження і виявлення чинників, які негативно чи позитивно впливають на розвиток проектно-орієнтованого підходу до управління агропродовольчою системою України.

Підприємницькі аграрні структури характеризуються, насамперед, великою забезпеченістю виробничих ресурсів. Саме цей чинник становить їх конкурентну перевагу та визначає спеціалізацію й концентрацію сільськогосподарського виробництва [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На теперішній час проектно-орієнтований підхід досліджується багатьма науковцями і проектними менеджерами. Серед них можна відзначити таких науковців, як В. Н. Бурков, Д. А. Новіков, С. Д. Бушуєв, В. А. Верба, О. К. Концевич, А. Ю. Дернова [2], Н. В. Рунчева, М. М. Ігнатенко [1].

Більшість дослідників трактують проектно-орієнтований підхід як особливу форму управління агропромисловими підприємствами, що дозволяє організації сфокусувати увагу і сконцентрувати зусилля на виконанні визначеного комплексу задач за умови чітко визначених часових та ресурсних обмежень.

Метою статті є надання визначення таким термінам, як проект та проектно-орієнтований підхід. Крім того, необхідно дослідити його переваги та недоліки, а також необхідність державного регулювання та стандартизації агропродовольчої системи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проектом вважається задум, який реалізовується за допомогою необхідних засобів з метою досягнення бажаного економічного, технічного, технологічного чи організаційного результату. Ним може бути окреме підприємство з конкретними цілями, які часто обмежуються часовими вимогами, вартістю та якістю результатів, що досягаються.

В управлінні підприємствами проектно-орієнтований підхід трактують як особливу форму управління, що дозволяє підприємству сконцентрувати увагу та ресурси на виконанні визначеного комплексу задач при певних обмеженнях, таких як час, ресурси та бюджет. Для порівняння, в управлінні підприємствами, окрім проектно-орієнтованого, використовують й інші підходи, серед яких: системний, процесний, функціональний, ситуаційний, поведінковий, вартісний, прогнозний, узагальнюючий та інші. Однак слід відмітити, що кожен з них не може функціонувати окремо, обумовлюючи наявність взаємозалежності.

Для того, щоб визначити переваги проектного підходу, необхідно зазначити основні ознаки проекту. До них відносяться зміна його стану для досягнення мети, обмеження в часі та ресурсах,

© І. І. Княженко, К. В. Меренчук, І. О. Нікольченко, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Княженко І. І. Проектно-орієнтований підхід до управління агропродовольчою системою України / І. І. Княженко, К. В. Меренчук, І. О. Нікольченко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 18–20.

References (APA):

Knyazhenko, I. I., Merenchuk, K. V., Nikolchenko I. O. (2017). *Proektno-orientovanyi pidkhhid do upravlinnia ahroprodovolchoiu systemoiu Ukrainy* [Project-oriented approach to government of agricultural system of Ukraine]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 18–20 (in Ukr.).

неповторність чи унікальність. Крім того, це зумовить появу нових ідей ведення бізнесу, економію коштів, підвищення якості продукції та обслуговування клієнтів, налагодження комунікацій.

Предметом проектно-орієнтованого підходу є застосування методів, інструментів, критеріїв визначення, порівняння та обґрунтування альтернативних управлінських рішень щодо втілення в життя підприємницьких ідей за умов обмеженості наявних ресурсів.

Управління проектами (Project Management) — це свого роду процес управління командою і ресурсами проекту, який можна організувати за допомогою специфічних методів, завдяки яким проект завершується у визначений термін успішно і досягає поставленої мети. Кожному керівнику підприємства, установи чи організації необхідно вміти використовувати універсальні знання й методи управління проектами для того, щоб мати змогу вирішувати такі завдання: формулювати цілі та мету діяльності підприємства; формувати їхнє обґрунтування; структурувати процеси (виокремити підцілі, підпроцеси, субпроцеси, етапи тощо); визначити фінансові потреби та джерела фінансування; розробити пошук підрядників та інших виконавців; готувати й укласти контракти; розраховувати бюджет; визначити терміни виконання та розробляти графіки реалізації; контролювати процес виконання і план його виконання; управляти ризиками проектної діяльності.

Нині у розвитку проектного менеджменту діє Міжнародна асоціація управління проектами (International project management association — IPMA), заснована у 1965 році у Відні. Вона складається з понад 50 асоціацій управління проектами з усього світу, забезпечуючи їх інформацією щодо тенденцій та розвитку проектного менеджменту.

Для синтезу механізму управління проектами менеджери проектів повинні визначити допустиму сукупність результатів і цілей для кожного з потенційних виконавців, з відомими характеристиками, для всіх можливих методів, засобів, форм, змістів, умов, які пов'язані між собою. З урахуванням соціального замовлення, мотивів і цілей слід ввести критерій порівняння результатів, а також критерій порівняння механізмів за ефективністю, вибрати і реалізувати оптимальний результат.

Доцільно також визначити чинники, які негативно впливатимуть на реалізацію проектів власне для українських агропродовольчих підприємств:

1) незначна кількість професійних проектних менеджерів та відсутність можливості створення ефективної команди проекту;

2) відсутність інтересу чи фінансових можливостей до навчання управління проектами (відвідування тренінгів, семінарів, клубів проект-менеджерів);

3) невміння правильно і чітко формулювати цілі проекту;

4) невміння розрахувати всі витрати проекту;

5) приділення недостатньої уваги такій важливій сфері управління проектами, як управління ризиками;

6) недостатня увага такій сфері управління проектами, як управління часом проекту [2].

Важливою особливістю проектно-орієнтованого підходу є те, що для кожного окремого проекту модель управління є унікальною та неповторною, зі своїми ознаками, параметрами, структурами, часовими, фінансовими чи ресурсними обмеженнями.

Для керівника підприємства важливо розуміти те, що проектно-орієнтований підхід застосовують за умови чіткого визначення завдання проекту та планування кінцевого результату, ресурсних обмежень, у т. ч. і часових. Застосування проектно-орієнтованого підходу в управлінні агропромисловими підприємствами набуває особливої актуальності в кризових економічних умовах за рахунок підвищення необхідності концентрування уваги на усіх рівнях управління та етапах діяльності підприємств. Адже перевагами застосування проектно-орієнтованого підходу є підвищення ефективності використання ресурсів, вищий рівень врахування ризиків, оптимізація джерел фінансування.

Розвиток його прикладних засад в управлінні агропромисловими підприємствами може досягатись за рахунок активної практичної участі керівників підприємств та організацій в клубах чи асоціаціях управління проектами, вивчення проектного менеджменту у вищих навчальних закладах, відвідування бізнес-тренінгів. Таке навчання спрямоване на розвиток лідерських навичок у проектних менеджерів, їхнього уміння сформувати успішну команду проекту, правильно планувати параметри проекту, враховуючи всі обмеження (ресурси, тривалість та ін.) й ризики [2].

Важливим напрямом державного регулювання економіки України є імплементація цільових комплексних програм, що класифікуються як нормативно-правові документи і втілюють: цілі, напрями діяльності, заходи, обсяги бюджетного фінансування та рівні їх походження (державні або місцеві), очікувані результати, терміни виконання програми в цілому та її окремих етапів.

Проектно-орієнтований підхід базується на використанні нормативно-правових, інституційних, ресурсних (фінансових, наукових, інформаційних, техніко-технологічних, програмних, тощо), організаційних, контрольно-аналітичних і протиризикових заходів за умови їх реалізації за установленими напрямами та рівнями державної підтримки діяльності регіональних підсистем, що забезпечує удосконалення державного регу-

лювання економіки всієї агропродовольчої системи.

У загальному плані проектно-орієнтований підхід визначає необхідність регламентації:

— правил формування й виконання національних планів та програм розвитку агропродовольчої системи;

— методів системного аналізу та формалізованого подання структур і процесів функціонування проектів і програм;

— оцінки ефективності проектів і програм;

— технологій управління проектами і програмами.

Стандартизація управління проектами, управління програмами й управління портфелями проектів (PМВОК, P2M, ISO 9001:2009, ISO 22000:200 та ін.) визначає принципи та інструменти їх реалізації [4]. Впровадження цих стандартів у діяльність аграрної сфери економіки України стримується зовнішніми та внутрішніми факторами, які включають: наявність великої кількості проектів і програм, неузгоджених між собою та недостатньо фінансово забезпечених, недостатність інвестиційних надходжень, високі ризики діяльності, недостатню якість процесу моніторингу, низьку забезпеченість професійними управлінськими кадрами тощо.

Проектно-орієнтований підхід у сільськогосподарській діяльності з річною технологічною циклічністю виробництва продукції визначає необхідність безперервного контролю та річного аналізу результатів його впровадження з трирічним періодичним загальним коригуванням довгострокових планів і програм відповідно до проявів ризиків, які поділяються на погодно-кліматичні та зовнішні (глобальні світові кризи, світове коливання цін на вироби та сировину, вимоги світової спільноти до рівнів державної підтримки виробників та якості продукції) і внутрішні (політичні, економічні, екологічні та ін.), що в цілому забезпечує їх виконання і, тим самим, реалізацію аграрної політики держави. Проектний підхід передбачає розробку програми для забезпечення реалізації поставленої мети.

Державна програма розвитку сільського господарства забезпечує необхідні умови для розвитку села, і цей процес контролюється системою державного і громадського моніторингу. Державні програми підтримки сільського господарства і державні програми розвитку мають різні вектори спрямованості і дозволяють забезпечити збереження дійсного стану об'єктів.

Висновки. Зважаючи на вищезазначене, можна зробити висновок, що одночасний розвиток за всіма означеними цілями неможливий, тому необхідно спрямувати розвиток за основним пріоритетним напрямом — сільським господарством, яке сприятиме розвитку економіки України, аграрного сектору, що формує майже 17 % валового внутрішнього продукту та близько 60 % фонду споживання всього населення [3].

Новий проектно-орієнтований підхід до управління агропродовольчою системою України надасть можливість розповсюджувати практику укладання міжурядових торговельних угод у аграрній сфері у різнобічному порядку. Крім того, це дозволить отримати більше інформації щодо кон'юнктури зовнішніх ринків учасникам внутрішнього ринку через систему створеного моніторингу, а також сприятиме розвитку зовнішньоекономічної маркетингової кооперації виробників та географічній диверсифікації зовнішніх ринків збуту агропромислової продукції. Необхідно зауважити, що зміцнення позиції українського експорту на зовнішніх ринках надасть змогу забезпечити агропромисловим підприємствам вихід на нові зарубіжні ринки.

Література

1. Рунчева Н. В. Процеси ресурсозабезпечення спеціалізації та концентрації виробництва в корпоративних агроформуваннях / Н. В. Рунчева, М. М. Ігнатенко // Економіка та держава. — 2017. — № 1. — С. 10.
2. Концевич О. К. Застосування проектного підходу в управлінні підприємством, як важлива складова його успішного функціонування [Електронний ресурс] / О. К. Концевич, А. Ю. Дернова. — 2015. — Режим доступу : <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=76279>.
3. Державна служба статистики України : офіційний сайт [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Сертифікація систем управління [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.ukrmdnc.org.ua/index.php?option=com_content&task.

References

1. Runcheva, N. V., Ihnatenko, M. M. (2017). *Protsesy resursozabezpechennia spetsializatsii ta kontsentratsii vyrobnytstva v korporatyvnykh ahroformuvanniakh* [Processes of resource-supplying specialization and concentration of production in corporate agribusinesses]. *Ekonomika ta derzhava*, 1, 10 (in Ukr.).
2. Kontsevych, O. K. (2015). *Zastosuvannia proektnoho pidkhodu v upravlinni pidpriemstvom, yak vazhlyva skladova yoho uspishnoho funktsionuvannia*. [Application of the project approach in the management of the enterprise as an important component of its successful functioning]. Retrieved from : <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=76279> (in Ukr.).
3. State Statistics Service of Ukraine (2017). Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> (in Ukr.).
4. Certification of control systems (2017). Retrieved from http://www.ukrmdnc.org.ua/index.php?option=com_content&task. (in Ukr.).

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті розглянуто основні тенденції розвитку ринку послуг в Україні, включаючи їх особливості та складові. Наведено показники туристичних потоків за останні 5 років та обґрунтовано динаміку їхнього зростання. Крім того, розглянуто послуги готельно-ресторанного бізнесу, надання реклами та їх недоліки. Більш детально досліджено послуги ІТ, а також фактори, які впливають на загальний розвиток сфери послуг.

Ключові слова: ринок, послуга, ІТ, сфера послуг.

Summary. The article deals with the main tendencies of the market development of services in Ukraine, including their features and components. The indexes of tourist flows for the last 5 years are presented and the dynamics of their growth is substantiated. In addition, hotel and restaurant business, advertising and their disadvantages are considered. More thoroughly investigated IT services, as well as factors that influence the overall development of the service sector.

Key words: market, service, IT, sphere of services.

Постановка проблеми. Сфера послуг сьогодні — це одна з найперспективніших галузей економіки країни, яка постійно розвивається. Після здобуття незалежності Україна сформувала нову структуру ринку послуг, основними суб'єктами якого були державні спеціалізовані підприємства, що надавали необхідні послуги населенню.

На початку XXI ст. підприємства державної, комунальної форм власності продовжують домінувати на ринку послуг (оздоровчі, освітні, житлово-комунальні послуги тощо). Однак у країнах із розвинутою ринковою системою господарювання основою ринку послуг є малі підприємства, засновані на приватній власності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання з дослідження сучасних тенденцій розвитку ринку послуг розглядають у своїх роботах такі вчені, як Н. І. Федоронько, Н. О. Ковальчук [2], К. Й. Пугачевська [3] та інші.

Мета статті — розглянути й дослідити основні тенденції зростання сфери послуг України, а також провести дослідження розвитку ІТ-послуг та їх впливу на загальне формування галузі обслуговування.

Виклад основного матеріалу дослідження. До сфери послуг, згідно з класифікатором видів економічної діяльності (КВЕД-2010), прийнято відносити 13 секцій, серед яких: сфера розваг, технічна та наукова діяльність, страхова діяльність, освітня сфера, соціальні послуги, ремонт автотранспортних засобів тощо. У розвинених країнах усі напрями надання послуг активно розвиваються, а частка цієї сфери становить більше 50 % ВВП держав.

Збільшується також і частка працівників, що залучені до сфер послуг і активно реалізують свою діяльність. Таке позитивне становище належить насамперед державам, що мають унікальні природні ресурси та архітектурні чи культурні пам'ятки. Достатньо сприятливими умовами наділена і Україна, проте існує низка недоліків, що заважає ефективному функціонуванню її ринку послуг. Спостерігаючи динаміку розвитку ринку послуг України, слід зазначити, що за останні десятиліття його роль і значення суттєво змінились.

Ще за часів планової системи господарювання сфера послуг характеризувалась примітивністю та однотипністю, тобто найбільша частка послуг належала державним підприємствам, таким як комбінати, «будинки побуту» тощо. Одне з найгірших місць в показниках економіки країни пояснювалось і тим, що надання послуг не вважалося престижним, а працівники цієї сфери отримували значно менше заробітної плати, ніж в інших галузях економіки.

Після початку ринкових трансформацій Україна взяла курс на розвиток підприємницької діяльності, але оскільки перехід до іншої економічної системи зазвичай несе за собою зміни, що пояснюються суперечностями між старими та новими формами господарювання, формування ринкової економіки було достатньо нестабільним і складним процесом.

Для сучасного стану ринку послуг характерні такі особливості:

1) розвиток та ефективна діяльність малих господарських утворень;

© Л. І. Міхов, К. В. Гуржій, В. В. Жур, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Міхов Л. І. Сучасні тенденції розвитку ринку послуг в Україні / Л. І. Міхов, К. В. Гуржій, В. В. Жур // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 21–25.

References (APA):

Mihov, L. I., Gurzhi, K. V., Zhur V. V. (2017). *Suchasni tendentsii rozvytku rynku posluh v Ukraini* [Modern trends of development of the market of services of Ukraine]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 21–25 (in Ukr.).

2) суперечливе становище малого підприємства через залежність від фінансування держави та її неспроможність надавати стабільну фінансову підтримку;

3) високі показники діяльності колективних підприємств;

4) збільшення обсягу реалізації послуг через зростання попиту на них.

Однією із вагомих складових на світовому ринку послуг є туристичний бізнес. Дослідження Всесвітньої туристичної організації під назвою «Tourism 2020 Vision» передбачають, що вже до 2020 року чисельність подорожуючих осіб по всьому світу зросте до 1,56 млрд. за рік, а доходи від туристичного бізнесу сягатимуть 2000 млрд. доларів на рік. Проте, на фоні вказаних перспектив розвитку цієї галузі, становище України виглядає по-іншому. Незважаючи на те, що країна наділена унікальними туристичними та культурно-рекреаційними ресурсами, у ній не сформована система взаємозв'язку між усіма видами економічної діяльності — транспортом, будівництвом, промисловістю, культурою тощо.

Тобто можна стверджувати, що туристична галузь інтегрує практично усі сфери економіки і її значення не можна недооцінювати. Однак в Україні спостерігається недостатнє фінансування туризму. Виділення коштів на розробки у сфері культури і туризму мали негативну динаміку ще з 2010 року, а спеціальні фонди припинили свою діяльність. Це стало наслідком погіршення становища і привабливості туристичних зон.

Згідно з табл. 1 можна зробити висновок, що переміщення туристичних потоків за останні 5 років має позитивну динаміку. Це свідчить про те, що деякі туристичні зони досі залишаються улюбленим місцем відпочинку для іноземних туристів і за їх рахунок «реабілітується» загальне становище країни. Вони прагнуть взяти курс на розвиток готельної справи, туроператорів, проведення фестивалів тощо та відновити туристичні потоки. Перспективне становище також у міста Львів, колорит якого збільшує потоки подорожуючих. І найбільш вагоме значення для України мають

Карпатські гори, які надають широкі можливості для відпочинку — екотуризм, гірськолижні курорти, різні види спорту та оздоровчі санаторії.

Виходячи з цього, в Україні є можливість розвитку сфери туризму, але лише за рахунок залучення додаткових інвестицій. Також позитивним зрушенням може стати використання різних комп'ютерних мереж для управління туристичними об'єктами, налагодження комунікацій, резервування тощо, адже сфера ІТ в Україні активно розвивається. У сукупності це дозволить створити ефективний механізм, який буде конкурентоспроможним на міжнародному ринку послуг.

Поряд із туристичними послугами, тенденція спаду торкнулась і послуг готельно-ресторанного бізнесу. Хоча внаслідок проведення Євро-2012 на теренах України активізувались роботи щодо покращення транспортної системи, будівництва готелів кращого рівня та ресторанних комплексів, у цілому для готельно-ресторанної сфери характерним залишається повільне зростання та невідповідність міжнародним стандартам. Якщо країна візьме курс на європейські тенденції розвитку, модернізує наявні об'єкти та якість послуг, що надаються, це дасть змогу закріпити свої позиції на ринку послуг. Адже саме завдяки впровадженню ефективних інноваційних систем управління готельно-ресторанна сфера на міжнародному ринку стала дуже успішною. Крім того, лише за умов інноваційної ефективності можливо подолати конкуренцію.

У сезонні періоди Україна може запропонувати до 620 тис. місць для проживання, що перевищує чисельність популярних туристичних центрів. Тобто у країні є реальні шанси для розвитку цього бізнесу. Необхідним кроком для цього є здійснення на регіональному та державному рівнях підтримки готельно-ресторанної індустрії.

Щодо закладів харчування, то вони дедалі більше знаходять своє поширення на території України, адже збільшується попит на якісне проведення відпочинку та харчування. Застосовуються найсучасніші методики і технології управління та ведення ресторанної справи, які давно віді-

Таблиця 1

Динаміка туристичних потоків за останні 5 років, тис. осіб (розраховано автором згідно з [1])

Рік	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон — усього	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну — усього	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України — усього	У тому числі		
				іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2012	21432	23012	3000	270	1956	773
2013	23761	24671	3454	232	2519	702
2014	22437	12711	2425	17	2085	322
2015	23141	12428	2019	15	1647	357
2016	24668	13333	2549	35	2060	453

йшли від традиційного бачення. А найбільшим успіхом користуються заклади, що належать до великих ресторанных мереж. До інших видів послуг, що знаходять поширення на території України, є ринок реклами. Він продовжує успішно функціонувати, за винятком того, що ситуація в країні є нестабільною і рекламні компанії намагаються оптимізувати свої витрати.

Таким чином, вони застосовують нестандартні та нові рекламні технології, які будуть дешевшими, але ефективніше впливатимуть на цільову аудиторію. Зокрема, дедалі популярнішою є інтернет-реклама. За аналізами Всеукраїнської рекламної коаліції, до кінця 2017 року її обсяги зростуть на 28–30 % порівняно з попереднім роком. Менш значний, проте стабільний розвиток належить всім іншим видам рекламних послуг, окрім газетної.

Недоліком ринку послуг стосовно реклами можна вважати лише проникнення неякісної реклами низького рівня. Тобто потоки рекламних послуг вимагають належного регулювання з боку держави. На сьогоднішній день вагому роль займає і ринок телекомунікаційних послуг, зокрема послуги мобільного зв'язку, які за короткий термін мають бути інтегровані у світову систему зв'язку на рівноправній основі.

Проте 3G зв'язок, який на теперішній час є найбільш потрібним для мобільних мереж, ще не повністю охопив територію України, тобто існують певні локації на території України, де ця послуга є недоступною. Але загальний аналіз ринку показує, що рівень українського мобільного зв'язку є досить високим та продовжує свій розвиток. Зауважимо, що за січень — листопад 2017 р. у сфері зв'язку ціни зросли на 0,9 %, що пов'язано з подорожчанням послуг мобільного зв'язку на 2,0 %.

У контексті глобалізації одним із перспективних напрямів стала інтернаціоналізація освіти та її спрямування на розвиток ефективного механізму у світовому освітньому просторі. Чимало країн реалізують експортний потенціал освітніх послуг, що призводить до розвитку економіки та отримання прибутків. Загалом, ринок освітніх послуг включає навчальні заклади, різноманітні організації, що надають освітні послуги, а також фізичних і юридичних осіб, що функціонують у цій сфері.

Сучасний стан освітніх послуг в Україні характеризується тим, що, з одного боку, розвиток відбувається за умов тривалого реформування, а з іншого — в умовах інтернаціоналізації на світовому ринку послуг. Наявність численних навчальних закладів як державного, так і приватного типів сприяла високому показнику рівня грамотності населення України, що складає 99,7 % за показниками ООН в 2009 році.

Показовою є не лише ступінь залучення до вищої освіти, але й продовження його позитивної

динаміки. Україна належить до лідерів у сфері надання доступу та його розширення до послуг вищої освіти. Про сприятливе становище свідчить той факт, що Інститут статистики ЮНЕСКО визнав Україну одним із лідерів у галузі поширення вищої освіти.

Попри кризове становище, в Україні ринок послуг розвивається у специфічній сфері — фріланс та ІТ технології загалом. Така тенденція розпочалась з 2015 року і характерна для найбільших міст України — Києва, Львова, Харкова. Вона виражається у глобальному розвитку інформаційних технологій і знаходить широке застосування на вітчизняному ринку. Серед послуг, що надаються, варто виокремити такі: web-розробки та програмування, опрацювання мобільних додатків, копірайт тощо.

Користуються значною популярністю і спеціалісти сфери ІТ, що сприяють створенню позитивного іміджу для України, співпрацюють з міжнародними компаніями, підвищуючи конкурентоспроможність національної економіки України. Завдяки цьому збільшується зайнятість населення, підвищується їх життєвий рівень, поширюється та розвивається використання ІТ, які можна вважати рушійною силою на сьогоднішній день.

Ця індустрія зараз є третьою за обсягом експорту (2 млрд. доларів на рік), а прогнози у цій сфері передбачають, що до 2020 року обсяг збільшиться до 7,7 млрд. дол. Високому рівню конкурентоспроможності заважає низьке залучення ІТ у ведення бізнесу та низьке використання державним сектором, а також міграція спеціалізованих фахівців через низьку систему мотивацій [2].

Станом на січень 2017 року в Україні налічувалось 12301 компаній сфери інформації та телекомунікації, що становить 2 % від загальної кількості підприємств України. Найбільша кількість підприємств сфери ІТ у Києві — 5265 одиниць, на другому місці Харківська обл. — 886 одиниць, на третьому — Дніпропетровська обл. — 784 одиниць.

Обсяг реалізації комп'ютерних послуг за 2016 рік склав 33602,9 млн. грн., що становить 6,2 % від загальної суми реалізації послуг.

Експорт комп'ютерних послуг за 2016 рік склав 1105,5 млн. дол. США, що становить 11,5 % від загального експорту послуг і посідає третю сходинку після послуг трубопровідного транспорту та переробки товарів з метою реалізації за кордоном (давальницькі операції).

Середня заробітна платня одного ІТ-працівника у 2016 році в середньому склала 11,2 тис. грн., що входить в трійку лідерів після авіаційної — 27,3 тис. грн. та фінансової — 11,7 тис. грн. галузей.

Активний розвиток сфери послуг обумовлений впливом цілої низки факторів, серед яких такі, як:

— політика держави, яка може використувати такі інструменти впливу, як послаблення державного регулювання, приватизація сервісних організацій, зменшення обмежень у торгівлі послугами, посилення законів, спрямованих на зростання ступеню захисту прав споживачів і співробітників, посилення охорони навколишнього середовища;

— тенденції бізнесу, до яких відносять розширення сервісної діяльності промисловими підприємствами, розповсюдження франчайзингу, орієнтацію організацій на підвищення якості послуг, фокусування уваги на запитах споживачів;

— удосконалення інформаційних технологій, яке передбачає розвиток інформаційних технологій і має прояв у інтеграції комп'ютерних і телекомунікаційних технологій, більш інтенсивному використанні комп'ютерної техніки і мережі Інтернет, появи нових і вдосконаленні традиційних видів послуг;

— соціальні зміни, які мають відображення в зростанні доходів населення, трансформації стилю життя, підвищенні культурно-освітнього рівня;

— інтернаціоналізація, яка знаходить відображення у виході організацій сфери послуг на нові ринки, активізації процесів злиття і поглинання на міжнародному рівні, розширенні діяльності транснаціональних сервісних компаній.

Значення сфери послуг проявляється в тому, що вона відіграє важливу роль у розвитку людського капіталу, впливає на функціонування і розвиток матеріального виробництва, сприяє збільшенню вільного часу, створює можливості для повнішого задоволення і розвитку потреб людей і суспільства, забезпечує якість економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності країни [3].

Одним із основних чинників зниження попиту на послуги останніми роками вважається збільшення цін на них. У секторі надання побутових послуг населенню тенденції є неоднозначними. З одного боку, криза змусила багатьох споживачів переглянути своє ставлення до використання товарів тривалого користування. Оскільки не всі можуть дозволити собі купити нові товари, тому вони змушені ремонтувати старі. З іншого боку, підприємства, що надають послуги ремонту побутової техніки та інших приладів підвищили ціни на свої послуги, що зробило їх менш привабливими для споживача.

Багато-хто притримується думки, що краще витратити більше або взяти кредит, але отримати нову річ, ніж багато разів ремонтувати стару. Більш того, в сучасних умовах, коли продавці конкурують за рахунок того, що вони намагаються запропонувати споживачу більший термін гарантійного обслуговування, купувати нові речі стає вигіднішими від ремонту.

Однією з проблем розвитку підприємств побутового обслуговування є відсутність державного

регулювання тарифів, а також цін на побутові послуги, котрі встановлюються конкретним підприємством, виходячи із собівартості, співвідношення між попитом і пропозицією та норми прибутку. Це перешкоджає реалізації соціальної функції підприємствами, що надають побутові послуги.

Таким чином, в Україні у липні — вересні 2017 р. порівняно з відповідним періодом минулого року обсяг послуг, реалізованих споживачам підприємствами сфери нефінансових послуг, зріс на 3,1 % і становив 163,8 млрд. грн. Це становить у порівнянних цінах 103,1 % обсягу відповідного періоду минулого року. При цьому послуги, які були реалізовані населенню, склали 24,2 % від загального обсягу.

У II кварталі 2017 року обсяг послуг, реалізованих споживачам підприємствами сфери послуг, становив 150,5 млрд. грн., що у порівнянних цінах на 7,7 % вище рівня відповідного періоду минулого року. Обсяг послуг, реалізованих населенню, становив 22,6 % від загального обсягу.

Тобто обсяг послуг, реалізованих споживачам підприємствами сфери нефінансових послуг в Україні, в III кварталі на 13,3 млрд. грн. більший, ніж у II кварталі 2017 року.

Висновки. Проаналізувавши великий потенціал України у сфері ІТ-послуг, можна зробити висновок, що за умови грамотної діяльності (залучення іноземного капіталу, стимулювання роботи на вітчизняний ринок, посилення комунікації з іноземними суб'єктами) держава може стати потужним гравцем на міжнародній арені з розвитком ринком ІТ-послуг.

Отже, ринок послуг є достатньо важливим чинником, що впливає на рівень національного розвитку та визначає місце держави у міжнародному середовищі. Для більшості держав, зокрема і для України, він здатен створити сприятливі можливості для добробуту життя, конкурентоспроможності країни, підвищення економічного зростання тощо.

Література

1. Держстат України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm.
2. Федоронько Н. І. Особливості сучасного становища ринку послуг України [Електронний ресурс] / Н. І. Федоронько, Н. О. Ковальчук // Молодий вчений. — 2017 р. — № 3 (43). — С. 871–873. — Режим доступу : <http://molodyvchenny.in.ua/files/journal/2017/3/199.pdf>.
3. Пугачевська К. Й. Сфера послуг в Україні: особливості розвитку та стратегічні перспективи [Електронний ресурс] / К. Й. Пугачевська // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. — 2016. — № 18. — С. 52–55. — Режим доступу : <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/18-2016/12.pdf>.

References

1. State Statistics Service of Ukraine (2016). Retrieved from : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm. (in Ukr.).
2. Fedoronko, N. I., Kovalchuk, N. O. (2017). *Osoblyvosti suchasnoho stanovyscha rynku posluh Ukrainy* [Features of the current state of the Ukrainian services market]. *Molodyi vchenyi*,

3 (43), 871–873. Retrieved from : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/3/199.pdf> (in Ukr.).

3. Puhachevska, K. I. (2016). *Sfera posluh v Ukraini: osoblyvosti rozvytku ta stratehichni perspektyvy* [Sphere of services

in Ukraine: peculiarities of development and strategic perspectives]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*, 18, 52–55. Retrieved from : <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/18-2016/12.pdf> (in Ukr.).

УДК 330.15(076)

**Н. В. Рунчева,
З. С. Вороновская,
А. О. Дишкант**

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ РЕНТА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Анотація. У статті розглядається поняття екологічної ренти як одного з механізмів оптимізації взаємодій природи і суспільства. Зроблено аналіз створення екологічної ренти. Обґрунтовано необхідність формування достовірної інформаційної бази доходів та витрат, пов'язаних з виробництвом сільськогосподарської продукції, з урахуванням екологічного імперативу.

Ключові слова: сталий розвиток, сільське господарство, фізична економія, екологічна рента.

Summary. The article deals with the concept of environmental rent as one of the mechanisms for optimizing the interactions between nature and society. An analysis of the formation of environmental rent has been made. The necessity of formation of a reliable information base of incomes and expenses connected with the production of agricultural products taking into account the ecological imperative is grounded.

Key words: sustainable development, agriculture, physical economy, environmental rent.

Постановка проблеми. Глобалізація економіки сільського господарства, ускладнення структури економічних відносин, насичення її новими елементами, обумовленими, в частині, інтенсифікацією і збагаченням виробничих зв'язей системи «природа — людина — суспільство», нечіткість змісту механізму формування і реалізації рентного доходу, його неадекватність специфіці функціонування рентних відносин в сфері сільськогосподарської діяльності ведуть до екологічних проблем. Актуальною науковою задачею є вдосконалення методології оцінки екологічної ренти в сільському господарстві і механізмів її виникнення в ринкових умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теорія ренти розглянута в працях К. Маркса, Дж. Мілья, В. Пятти, Д. Рікардо, А. Сміта, Тюрга. Дослідження земельної ренти розглянуті в наукових роботах Д. С. Добряка, Ш. І. Ібатуллової, А. А. Корчинського, Е. В. Кривоноса, І. А. Разумного і інших. Роботи даних авторів присвячені сільськогосподарській ренті в системі модернізації агропромислового комплексу, розвитку теорії земельної ренти, деяким

проблемам формування земельної ренти і її оподаткування. Дослідженнями екологічної ренти в сучасних умовах займаються О. О. Веклич, Л. Г. Елкіна, В. Кузін, Н. Корх, Н. Новик, І. М. Садченко, Ю. В. Яковець.

В Йоханнесбурзі (2002 г.) на засіданні круглого столу «Рентні джерела глобального сталого розвитку» був представлений доповідь «The Rent, the Antirent, the Quasi Rent: Sources of Global Sustainable Development», в якій Ю. В. Яковець звернувся до дослідження світових рентних відносин в умовах глобалізації. Вперше була досліджена система світових рентних відносин, введені поняття — диференціальна рента III роду, екологічна антирента, інтелектуальна, технологічна, фінансова, військово-технічна квазірента, обґрунтовані пропозиції про створення за рахунок відрахувань від світових рентних доходів глобальних фондів — екологічного, технологічного, соціокультурного. Разом з тим наукові дослідження економістів на сьогоднішній день недостатньо враховують питання формування ринкових механізмів виникнення екологічної ренти в сільському господарстві.

© Н. В. Рунчева, З. С. Вороновская, А. О. Дишкант, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Рунчева Н. В. Екологічна рента в сільському господарстві / Н. В. Рунчева, З. С. Вороновская, А. О. Дишкант // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 25–28.

References (APA):

Runcheva, N. V., Voronovskaya, Z. S., Dyshkant A. O. (2017). *Ekologicheskaya renta v sel'skom khozyaystve* [Ecological rent in agriculture]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 25–28 (in Ukr.).

Цель статьи — определение экологической ренты, которая является первоосновой формирования системы мер экономического регулирования рационального использования, воспроизводства и охраны земельных ресурсов. Теория ренты представляет собой экономическую доктрину, состоящую из двух частей: первая часть объясняет причины, условия и источник возникновения ренты, выделяет ее виды, а вторая — связана с вопросами распределения ренты. Но при обосновании экономических механизмов необходимо разработать методологические и методические подходы к исчислению ренты экологической, которая пока еще слабо представлена в экономических исследованиях.

Изложение основного материала исследования. Сельскохозяйственная деятельность — сложная, открытая, нелинейная стохастическая структура (система) управление биотрансформацией животных и растений (биологических активов), в результате которой проходит качественное изменение биологических активов, создание для них благоприятных стабильных условий (обработка почвы, достаточный уровень питательных веществ, влажность, температура, свет и др.). Критерием оптимального управления биологическими преобразованиями есть не только получение максимального уровня сельскохозяйственной продукции, но и предотвращение отрицательного воздействия на биосферу.

В сельскохозяйственной деятельности длительное время недооценивался экологический, природный фактор. В последние годы произошло обострение экологического кризиса. Иллюзии на счет того, что к индустриализации сельского хозяйства можно подойти так же, как и к индустриализации промышленности, то есть на техногенной основе (механизация, мелиорация, химизация), привели к игнорированию природных особенностей земли. Также за истекшее время после принятия Концепции устойчивого развития сельского хозяйства, как на уровне мирового сообщества, так и в отдельно взятых странах, не произошло радикальных изменений в плане достижения устойчивого развития.

Ярким примером, иллюстрирующим ситуацию неравновесия, является мировая экономика сельского хозяйства, за открытость которой ратуют некоторые наши политики. Она в разрезе развивающихся стран характеризуется неравенством в себестоимости производимой сельскохозяйственной продукции в силу объективных природно-климатических условий. Среднемировая цена, по закону больших чисел тяготеющая к цене производства массовой продукции, не может покрывать цену производства замыкающих стран, что характерно для Украины. Мировая сельскохозяй-

ственная деятельность носит ярко выраженный экологический рентный характер.

Экологическая рента — это доход всего общества, возникающий в результате использования высокого качества природной среды, ее уникальных объектов, а также эксплуатации ограниченных экологических ресурсов (средообразующих функций природной среды), способных восстанавливать свои качества за счет круговорота природного вещества, сохранения и превращения энергии, высокого потенциала саморегуляции. Носителем экологической ренты является собственно экологический эффект — устойчивое продуцирование экосистем, обеспечивающих процесс средообразования на конкретной территории (акватории) и ее экологическое равновесие.

«Продуцентом» экологической ренты является экологический капитал—денежное выражение запаса естественных сил средообразования, способного воспроизводить (сохранять) экологическое равновесие и связанные с ним экологические блага (ресурсы).

Источник ренты экологической — излишек прибавочной стоимости, возникающий вследствие более высокой производительности труда на относительно лучших ресурсах сельскохозяйственного производства (агроклиматические, земельно-почвенные, растительные ресурсы — кормовая база, воды орошения, водопооя и содержания животных).

В сельскохозяйственной деятельности экологическая рента образуется в регионах с относительно лучшими экологическими условиями жизнедеятельности и выражается в более высокой арендной плате за землю, расположенную в лучших природных условиях.

Доход будет тем выше, чем больше экологическая составляющая произведенного продукта; спрос на экологически лучшие природные блага всегда остается устойчивым.

Экологическая рента существует, по мнению ряда ученых, во всех трех формах классической ренты: абсолютной, монопольной, дифференциальной. Этот факт дает возможность регионам с разными экологическими условиями получать свой процент прибыли и одновременно повышать статус регионов, обладающих какими-либо уникальными свойствами.

Термин «рента» имеет два значения: правовое и экономическое. В юриспруденции рента — самостоятельное правоотношение, касающееся прямого взаимоотношения между субъектами договора ренты, никак не связано с арендой имущества. Экономическое же отношение между получателем ренты и ее плательщиком непосредственно связано с использованием кредитных средств или арендой имущества.

В соответствии с теорией физиократов рента — это чистый продукт природы, единственный доход, который реально получает общество [1]. Также Генри Джордж в книге «Прогресс и бедность» пишет, что существование ренты несправедливо, и что этот доход должно получать общество в целом, а не собственники земли.

Приоритет в потреблении экологических ресурсов принадлежит всему обществу, а не субъекту хозяйствования. Экологическая рента, производная от «цены спроса» на экологические ресурсы и учитывающая их «всеобщую ценность», выступает стоимостным гарантом воспроизводства экологических благ. Всеобщую ценность в экономическом измерении выражает длительный период воспроизводства экологического капитала. Потеря экологического блага с позиции продолжительности жизни человека практически невозможна, что свидетельствует о его высокой экономической ценности — гораздо большей, чем ценность любого иного блага.

Возникновение экологической ренты (специфического дополнительного дохода) связано с возможностью минимизации общественных расходов на удовлетворение эколого-экономических потребностей [2].

В условиях глобализации экономики сельского хозяйства возрастает роль мировой природной ренты, экологической антиренты, технологической и финансовой квазиренты. Их суть, количественная оценка, механизм присвоения и распределения рассмотрены в докладе на заседании круглого стола гражданского форума Всемирной встречи по устойчивому развитию в Йоханнесбурге (2002 г.). Основные выводы для инновационной стратегии следующие:

1. Мировые рентные доходы формируются у участников мирового сельскохозяйственного рынка, экспортирующих сельскохозяйственную продукцию. Поскольку внешняя торговля растет опережающими темпами, то и объем мировых рентных доходов увеличивается, особенно при скачках мировых цен.

2. Динамика мировых рентных доходов неравномерна во времени и в пространстве, в периоды резкого изменения ценовых соотношений. Однако общей тенденцией является ускоренный рост технологической квазиренты.

Проникая в самые выгодные отрасли сельского хозяйства, транснациональные компании (ТНК) обеспечивают себе конкурентные преимущества путем глубокой специализации, высокой концентрации и индустриализации отдельных производств, применения больших доз минеральных удобрений и химических средств защиты, генетически модифицированных организмов. Это дает им возможность получать квазиренту.

Квазирента — это дополнительный доход предпринимателя за использование агротехники и интенсивного использования земли, ее еще называют доходом на текущие инвестиции [3].

ТНК будут заключать соглашения лишь с теми странами, которые либо богаты природными ресурсами, либо уже достаточно устойчиво развиваются. Приход иностранного капитала в сельское хозяйство — это простейший путь получения максимальной экологической ренты.

Эти процессы побуждают и остальные сельскохозяйственные предприятия к внедрению аналогичных технологий, под влиянием чего начали формироваться узкоспециализированные производства определенного вида продукции, ориентированной на международные рынки и максимизацию экологической ренты.

Так, страны с низкоэффективным сельским хозяйством при открытии национальных экономик и либерализации мировых цен будут иметь отрицательную мировую ренту, а страны с успешной экономикой — США и другие — положительную мировую ренту. Высокоразвитые страны получали и получают ресурсы развития за счёт грабежа колониальных и неоколониальных стран.

Стремление агробизнеса к увеличению производства валютоокупаемой продукции вступило в противоречие с требованиями законов природы.

Более опасной следует признать новую практику «недобросовестной» международной конкуренции — аутсорсинг сельскохозяйственных земель, когда ТНК скупают или берут в длительную аренду земли у более бедных стран для последующего производства продуктов питания и их доставки на свою территорию. По оценке неправительственной организации Grain, за 2005–2009 гг. иностранцами было приобретено до 50 млн. га сельскохозяйственных земель по всему миру; это сопоставимо с территорией Франции и в 10 раз больше, чем в 2000 г. [4].

Энерго- и ресурсосберегающие технологии и другие меры по охране природы хотя и приносят несомненный положительный эффект, но совершенно недостаточны для преодоления реально возможного экологического кризиса. Физический (сельскохозяйственная техника, семенной фонд и т. п.) и человеческий (знание, опыт, мастерство и т. п.) капиталы продолжают концентрироваться в странах с высоким уровнем развития и потребления. Эти страны добровольно не откажутся от своего высокого благополучия. Концентрация и наращивание капитала в этих странах будут продолжаться, за исключением одного вида — природного, а точнее — экологического, основная часть которого принадлежит менее развитым странам. В перспективе основная политическая борьба на международной арене — это

экологический капитал (агроэкосистемы), природное пространство (земли сельскохозяйственного назначения) как естественная основа жизнедеятельности человеческого общества.

Ученые утверждают, что сокращение ресурсов и разрушение экосистем приведут к массовой стагнации (стагнация, сопровождаемая инфляцией), из-за чего рухнет ценность инвестиций, в то время как цены на еду и энергию стремительно взлетят [5].

В связи с этим Всемирный фонд дикой природы предлагает все страны условно разделить на «экологических должников» и «экологических кредиторов» («доноров»). К «должникам» отнесли США, Китай, Индию, весь Аравийский полуостров, страны Западной Европы. Среди «кредиторов» — Канада, Южная Америка, Австралия с Новой Зеландией, большинство стран африканского континента и Украина (площадь 28 млн. га черноземов, одна из крупнейших в мире), которые обладают определенными экологическими резервами. Но это не значит, что их резервные активы управляются эффективно или не находятся под влиянием антропогенных факторов. Однако при нынешней тенденции расходовать природные ресурсы государств с «экологическим дефицитом» с течением времени станет значительно больше [6].

Проблема несправедливого распределения сверхдоходов экологической ренты решаема только путем создания информационной базы доходов и расходов, связанных с производством сельскохозяйственной продукции с учетом экологического императива.

Выводы. Экологическая рента земельных ресурсов — это выражение всех природных ресурсов территории в виде совокупности общественных благ и ресурсов совместного потребления этой территории.

Единого мнения и четкого системного понимания экологической ренты нет, что приводит к неадекватному осмыслению экологического фактора при принятии экологических решений, к затруднению практического регулирования эко-

лого-воспроизводственных процессов в сельском хозяйстве.

Отмена моратория на продажу земли в Украине позволит агробизнесу расширить горизонт получения антиэкологической ренты.

Литература

1. Кенэ Ф. Физиократы. Избранные экономические произведения / Ф. Кенэ, А. Р. Ж. Тюрго, П. С. Дюпон де Немур ; пер. с франц., англ., нем. — М. : Эксмо, 2008. — 1199 с.
2. Садченко О. В. Екологічна рента в системі сучасних рентних відносин (на прикладі землекористування) / О. В. Садченко, С. К. Харічков // Актуальні проблеми формування рентної політики в сучасних умовах. — К. : РВПС НАН України, 2007. — Ч. 2. — С. 16–25.
3. Яковец Ю. В. Глобализация и взаимодействие цивилизаций / Ю. В. Яковец. — [2-е изд., перераб. и доп.]. — М. : Экономика, 2003. — 411 с.
4. Фізична економія: методологія дослідження та глобальна місія України : зб. матеріалів Міжнар. наук. конф., 8–10 квіт. 2009 р., м. Київ. — К. : КНЕУ, 2009. — 531 с.
5. Веклич О. О. Экологическая рента: сущность, разновидности, формы // О. О. Веклич // Вопросы экономики. — 2006. — № 11. — С. 104–111.
6. Сысоев А. М. Аграрная политика : учебное пособие / А. М. Сысоев, Т. И. Ашмарина ; под науч. ред. М. Ф. Трифоновой, Е. В. Вороновской ; МГАУ. — М. : ФГБОУ ВПО МГАУ, 2014. — 170 с.

References

1. Kene, F., Tyurgo, A. R. Zh., Dyupon de Nemur, P. S. (2008). *Fyzyokratu. Yzbranue ekonomycheskye proizvedeniya* [Physiocrats. Selected Economic Works]. Moscow, Eksmo Publ. (in Russ).
2. Sadchenko, O. V. (2007). *Ekolohichna renta v systemi suchasnykh rentnykh vidnosyn (na prykladі zemlekorystuvannia)*. [Ecological rent in the system of modern rent relations (on the example of land use)]. In *Aktualni problemy formuvannia rentnoi polityky v suchasnykh umovakh* [Actual problems of rent policy formation in modern conditions]. Kyiv, RVPS NAN Ukrainy Publ. (in Ukr).
3. Yakovets, Yu. V. (2003). *Hlobalyzatsiia y vzaymodeistviye tsyvylyzatsyi* [Globalization and interaction of civilizations]. Moscow, Ekonomika Publ. (in Russ).
4. *Fizychna ekonomiiia: metodohiia doslidzhennia ta hlobalna misiia Ukrainy: zb. materialiv Mizhnar. nauk. konf* (2009) [Physical economy: methodology of research and the global mission of Ukraine: Materials of the International sciences Conf.]. Kyiv, KNEU Publ. (in Ukr).
5. Veklych, O. O. (2006). *Ekolohycheskaia renta: sushchnost, raznovydnyty, formu* [Environmental Rents: Essence, Varieties, Forms]. *Voprosy ekonomiki*, 11, 104–111 (in Russ).
6. Susoev, A. M., Ashmarina, T. I. (2014). *Ahrarnaia polityyka* [Agrarian Policy]. Moscow, MGAU Publ. (in Russ).

ДОРОЖНЄ КАРТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Анотація. Розглядається методологія дорожнього картування як інструмент стратегічного планування сфери туризму. Обґрунтовується вибір Бердянської дестинації як об'єкта дорожнього картування. У межах концептуальної схеми дорожнього картування визначено ключових стейкхолдерів та сценарії розвитку туризму. Акцентовано увагу на проблемовирішальних ресурсах, у складі яких основні драйвери — рушійні сили туристичного сектору та стабілізуючі ресурси туризму. Запропоновано загальну схему побудови та реалізації дорожньої карти.

Ключові слова: дорожня карта, туризм, туристичний продукт, сценарії розвитку, проблемозмістова модель, проблемовирішальні ресурси, драйвери.

Summary. Discusses the methodology of road mapping as a strategic planning tool for the tourism industry. Justify the choice of Berdyansk destination as the object of road mapping. In the framework of the conceptual scheme of road mapping identifies key stakeholders and scenarios of tourism development. The attention is focused on problem being resources, which are the main drivers — the driving forces of the tourism sector, and stabilizing tourism resources. General scheme of the construction and implementation of the road map is proposed.

Key words: road map, tourism, tourism product, development scenarios, constructive model, constructive resources, driver.

Постановка проблеми. Дорожнє картування як відображення покрокового сценарію розвитку об'єкта отримало широке розповсюдження при поданні процесів трансформаційних перетворень як окремих продуктів, компаній, галузей, так і досягнення певних соціально-політичних та інших цілей. Дорожні карти належать до інструментів стратегічного планування, відрізняються за «призначенням, розв'язуваними завданнями, часовим масштабом, цільовою аудиторією, вимогами до матеріально-технічного забезпечення, фінансовими ресурсами і організацією процесу. Карти орієнтовані на коротко- або середньостроковий часовий обрій (від одного до десяти років) і служать практичним керівництвом під час прийняття бізнесом оперативних і пріоритетних рішень» [1, с. 73]. Метод технологічної дорожньої карти «Technology Roadmap», був розроблений наприкінці 70-х років ХХ століття компанією Motorola. З того часу промислові гіганти застосовували дорожні карти для «системного аналізу та вироблення довгострокових стратегій і траєкторій розвитку». Картування не обмежується тільки підприємством або продуктом. Відомо, що дорожні карти застосовуються галузевими асоціаціями, які залучають до процесу їх складання компанії, що відносяться до відповідного сектору. Так, приміром, подібний проект був виконаний Британським інститутом дистриб'юторів

бакалійних товарів із залученням найбільших роздрібних торговців Великобританії та дослідницьких інститутів харчової промисловості і сільського господарства. У ході проекту виявлялися ті «фактори виробництва харчової продукції, які здатні вплинути на харчовий ланцюжок і сприяти більш осмисленому впровадженню нових технологій у майбутньому». До картування вдаються і державні відомства. Так, Канадське промислове агентство — департамент, що курирує промисловість, торгівлю та інвестиції, — склало технологічні дорожні карти для ключових галузей національної промисловості. У британському форсайті дорожні карти застосовувалися до сфери транспорту [1, с. 73].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В Україні останніми роками методологія дорожнього картування активно використовується на державному рівні. Так, розроблено дорожню карту освітніх реформ на 2015–2025 рр. [2]; почалася розробка дорожньої карти сонячної енергетики в Україні [3]; Кабмін приступив до розробки «дорожньої карти» цифрової євроінтеграції України [4] і т. д. Дослідження довели, що об'єктами дорожнього картування у першу чергу виступають сектори економіки, які забезпечують інноваційний розвиток держави, інтеграцію у світовий простір та впливають на соціально-економічний розвиток України. До таких галузей, на наше глибоке

© Ю. Ю. Юрченко, С. В. Батрак, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Юрченко Ю. Ю. Дорожнє картування як інструмент стратегічного планування розвитку туризму / Ю. Ю. Юрченко, С. В. Батрак // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 29–33.

References (APA):

Yurchenko, Yu. Yu., Batrak S. V. (2017). *Dorozhnie kartuvannia yak instrument stratehichnoho planuvannia rozvytku turyzmu* [Road mapping as instrument of strategic planning of development of tourism]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 29–33 (in Ukr.).

переконавання, відноситься і туризм. Підтвердженням цього є визнання багатьма відомими вченими (А. А. Мазаракі, С. В. Мельніченко, Г. І. Михайліченко, Т. І. Каченко, М. Г. Бойко та ін. [5–10]) за туризмом «одного з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури» [11]. Актуальність проблеми значно посилена на сучасному етапі через незбалансованість попиту та пропозиції на ринку туристичного продукту з огляду на тимчасове виведення з ринку туризму України рекреаційних ресурсів Криму. На нашу думку, цю нішу повинен зайняти Бердянськ (місто у Запорізькій області), виходячи з того, що в умовах вимушеного переорієнтування попиту саме ця дестинація суто територіально приймає регіональне навантаження з задоволення потреб у туристичному продукті з боку сусідніх областей. Не менш вагомим поштовхом прискореного розвитку туристичної діяльності у цьому регіоні є унікальність його курортно-рекреаційних ресурсів.

Ціллю статті є розробка концептуальної схеми дорожнього картування туризму Бердянського району.

Виклад основного матеріалу дослідження. Унікальність туристичного Бердянську полягає у тому, що тут є головний природний ресурс — море. Морська вода сама по собі — вагомий екологічний та оздоровчий фактор. За її допомогою можна лікувати захворювання серцево-судинної і нервової систем, позитивно впливати на органи травлення. Ці ефекти пов'язані з тим, що вода за складом мікроелементів співвідноситься з плазмою крові. Середня температура моря +18 градусів спостерігається протягом 128 днів у році, що обумовлює тривалий купальний сезон. Максимальна температура моря +30 градусів. Середньорічна величина випаровування з поверхні Азовського моря становить 929 мм, що зумовлює насиченість повітря іонами йоду, бром, іншими солями і мікроелементами. Важливу роль у кліматотворенні має бризова циркуляція, яка пом'якшує спеку і обумовлює насиченість повітря морськими солями і фітонцидами. Температура морської води біля берегів Бердянська

на 3–5 градусів вище, ніж на чорноморському узбережжі Криму і Кавказу. Вже в травні вода прогрівається до 26, а у червні — до 30 градусів тепла. Повітря в Бердянську більш багате киснем (у півтора рази), ніж на знаменитих курортах. У місті створені всі умови не тільки для того, щоб насолоджуватися сонцем і морем, але і познайомитися з унікальними куточками південних степів України, де жили стародавні скіфи, відвідати місцеві музеї та визначні пам'ятки [12]. Але попри все туристична галузь Бердянська зазнає занепаду, що можна побачити з табл. 1.

Як бачимо, впродовж трьох років на третину і більше скоротились показники ринку туризму. Так, на третину зменшилась кількість об'єктів санаторно-курортної сфери, що функціонують — зі 100 од. у 2012 році до 66 од. у 2015 році. Аналогічна динаміка у ланці дитячих закладів оздоровлення та відпочинку — зниження на 36,6 %; відповідно, кількість дітей, оздоровлених в дитячих закладах оздоровлення та відпочинку, у 2015 році складала лише 7730 осіб, що майже на 40 % нижча за 2012 рік. Причин багато, всі вони на поверхні: це і зuboжіння населення, неможливість для певної групи населення виїжджати з непідконтрольних Україні територій, і елементарний страх військових дій, які йдуть поблизу. Висновок з цього такий, що сумарно туристичний ринок Бердянську не тільки не поширився за рахунок «кримських» туристів, а й втратив третину свого. І це ще один привід з актуалізації дорожнього картування для досліджуваного регіону. Складання дорожньої карти туризму буде сприяти створенню найбільш реалістичної концепції його розвитку, що являє собою конкретний план дій.

Суть методу дорожнього картування полягає в організації процесу стратегічного планування за участю експертів, що представляють усі основні сегменти бізнесу і сфери досліджень і розробок, пов'язані з туризмом [14, с. 11]. Розробка дорожньої карти повинна координуватися державними відомствами, які будуть виступати проектними інтеграторами.

Супровід дорожньої карти включає три загальні послідовні блоки:

Таблиця 1

Динаміка показників використання курортно-рекреаційної бази м. Бердянська (розраховано на підставі статистичних даних [13])

Показники	2012 р.	2014 р.	2015 р.	2015 р. до 2012 р. у %
Кількість розміщених об'єктів санаторно-курортної сфери в місті	117	118	97	82,9
Кількість об'єктів, санаторно-курортної сфери, що функціонують, у т. ч.:	100	82	66	66,0
— санаторії	6	6	6	100
— дитячі заклади оздоровлення та відпочинку	12	11	8	66,7
— засоби розміщення (база відпочинку, пансіонати, готелі)	82	65	52	63,4
Кількість дітей, оздоровлених в дитячих закладах оздоровлення та відпочинку	12820	11818	7730	60,3

- підготовча діяльність;
- безпосередня розробка технологічної дорожньої карти;
- подальша діяльність [1, с. 73].

Адаптоване потребам туризму дорожнє картування може включати такі етапи:

- створення ініціативної координаційної групи та керівного органу;
- виявлення ключових стейкхолдерів, їх компетенцій та потенціалу впливу;
- підготовча діяльність;
- створення проблемозмістовної моделі туризму;
- моделювання розвитку від «бажаного майбутнього до сьогодення»;
- розгляд альтернативних сценаріїв і векторів розвитку;
- виявлення проблемовирішальних ресурсів;
- безпосередньо побудова дорожньої карти маршруту, яка послідовно приводить до встановленої сукупності цілей;
- реалізація;
- постійний моніторинг зовнішнього середовища з метою коригування методів досягнення «бажаного майбутнього» у випадку відхилення ситуації від базового плану.

Організаційний комітет формулює основні цілі проекту «дорожня карта», є відповідальним за організацію зустрічей, круглих столів, семінарів і формування підсумкового звіту. До складу організаційного комітету повинні входити наукові кадри, практичні працівники, економісти, маркетологи, представники споживачів туристичного продукту, консультанти з дорожніх карт і т. д. Коло експертів також обирає керівний орган — це, як правило, найбільш зацікавлені особи: компанія або асоціація підприємств тощо. У сферу діяльності цього комітету і керівного органу входить також забезпечення гарантій того, що проект буде працювати після того, як завершиться процес написання самої дорожньої карти, що за ним піде ціла низка дій [1, с. 73].

Ключові стейкхолдери — як правило, всі причетні до розвитку туризму суб'єкти: представники влади, суб'єкти туристичної діяльності, інвестори, споживачі туристичного продукту, представники інфраструктурного бізнесу.

Підготовча діяльність містить у собі:

- ретельне дослідження стану національного ринку туристичних послуг, конкурентного середовища, світових трендів тощо;
- встановлення зв'язків з державними установами — міністерствами, департаментами і т. д. — з метою формування кола зацікавлених структур, залучення їх у процес дорожнього картування;
- зв'язок з постачальниками туристичного продукту для виявлення стейкхолдерів-учасників дорожнього картування;

- паспортизація всіх туристичних об'єктів;
- створення бази репутаційних рейтингів (індексів) суб'єктів;

— створення бази існуючих туристичних продуктів, а також банку пропозицій щодо перспективних їх різновидів, особливо для медичного та оздоровчого туризму.

Основний інструментарій на третьому етапі — традиційні для дорожнього картування: мозковий штурм, фокус-групові дискусії, глибинні інтерв'ю, бенч-маркетинг, SWOT-аналіз, Дельфі, економіко-статистичні методи (у т. ч. екстраполяція, метод анкетного опитування, монографічне дослідження).

Проблемозмістова модель будується на основі ретельного моніторингу стану національного туризму і містить базові індикатори стану туристичної діяльності, серед яких: рутини, трансплантовані із соціалістичної системи (інфраструктура, рівень сервісу, недостатній рівень маркетингової підтримки), інші дестабілізаційні фактори.

При розробці дорожньої карти туризму м. Бердянська пропонується розглянути три сценарії розвитку від «існуючого сьогодення»:

- інерційний: можливе майбутнє, яке є трендом попередніх подій;
- інтенсивний сценарій: «бажане майбутнє — майбутнє, яке задається, і шлях, яким слід йти до цього майбутнього». Наприклад, досягнення лідерства на ринку туристичних послуг у країні;
- змішаний сценарій: як максимально передбачувані ситуаційні зміни у «вузлових» точках дорожньої карти, що обумовлені ступенем успішності її покрокового здійснення та впливом зовнішніх факторів. «Вузол» карти — це етап розвитку об'єкта і одночасно пункт прийняття управлінських рішень.

Проблемовирішальними ресурсами є основні драйвери — рушійні сили туристичного сектору та стабілізуючі ресурси туризму. Драйвери — це ключові блоки завдань, виконання яких буде просувати проект до наміченої цілі. Серед таких блоків слід зазначити загальний для будь-якого сектору економіки — блок адміністративно-правового регулювання. У завдання цього блоку може входити:

- систематичний моніторинг туристичної діяльності, статистичне спостереження;
- формування й удосконалювання законодавчої бази туристичної діяльності;
- ініціювання створення нового туристичного продукту, привабливого як для українського, так і зарубіжного споживачів;
- створення єдиного інформаційного простору у сфері торговельно-виробничої діяльності, інформаційне забезпечення суб'єктів господарювання і населення з питань торговельної діяльності, консультаційні послуги торговельним

підприємствам з питань, що виникають у процесі торговельної діяльності;

— кредитно-фінансова підтримка нових суб'єктів туристичної діяльності;

— державна участь (повна або часткова) у фінансуванні туристичних проєктів новачийного формату;

— потужна рекламна підтримка регіонального туристичного продукту, у тому числі на національному рівні тощо.

Визначення усіх можливих драйверів, що будуть просувати проєкт к бажаному майбутньому, — головне завдання цього етапу. У свою чергу, для всіх драйверів створюються свої карти-маршрути, що відображають послідовність заходів на кожному етапі технологічного ланцюжка.

Стабілізуючі ресурси туризму — це, як правило, нові можливості для бізнесу, важливі зміни в технологіях, конкурентному середовищі, ринкових вимогах, ринковій кон'юнктурі. Стабілізуючі ресурси слід формувати на базі освіти і науки, їх інтелектуальної інтеграції, сучасних комунікаційних платформ, інновацій, ефективного менеджменту і маркетингу, винаходів логістики в напрямку раціоналізації туристичних потоків, державних преференцій, креативних і кваліфікованих кадрів.

На етапі розробки дорожньої карти учасники оцінюють: сценарії розвитку, бажаний рівень розвитку туризму, часові орієнтири і межі, організаційно-технічні пріоритети, рекомендовані технології, виявляються «технологічні драйвери».

Оцінюється також загальна концепція дорожньої карти та бюджет проєктів.

Наступний етап діяльності — розробка плану з реалізації проєкту. У загальному випадку дорожні карти націлені на інформаційну підтримку процесу прийняття управлінських рішень з розвитку об'єкта картування.

Загальна схема побудови та реалізації дорожньої карти показана на рис. 1.

Висновки.

1. Дослідження довели, що об'єктами дорожнього картування у першу чергу виступають сектори економіки, які забезпечують інноваційний розвиток держави, інтеграцію у світовий простір та впливають на соціально-економічний розвиток України. До таких галузей, на наше глибоке переконання, відноситься і туризм.

2. Актуальність проблеми значно посилена на сучасному етапі через незбалансованість попиту та пропозиції на ринку туристичного продукту з огляду на тимчасове виведення з ринку туризму рекреаційних ресурсів Криму.

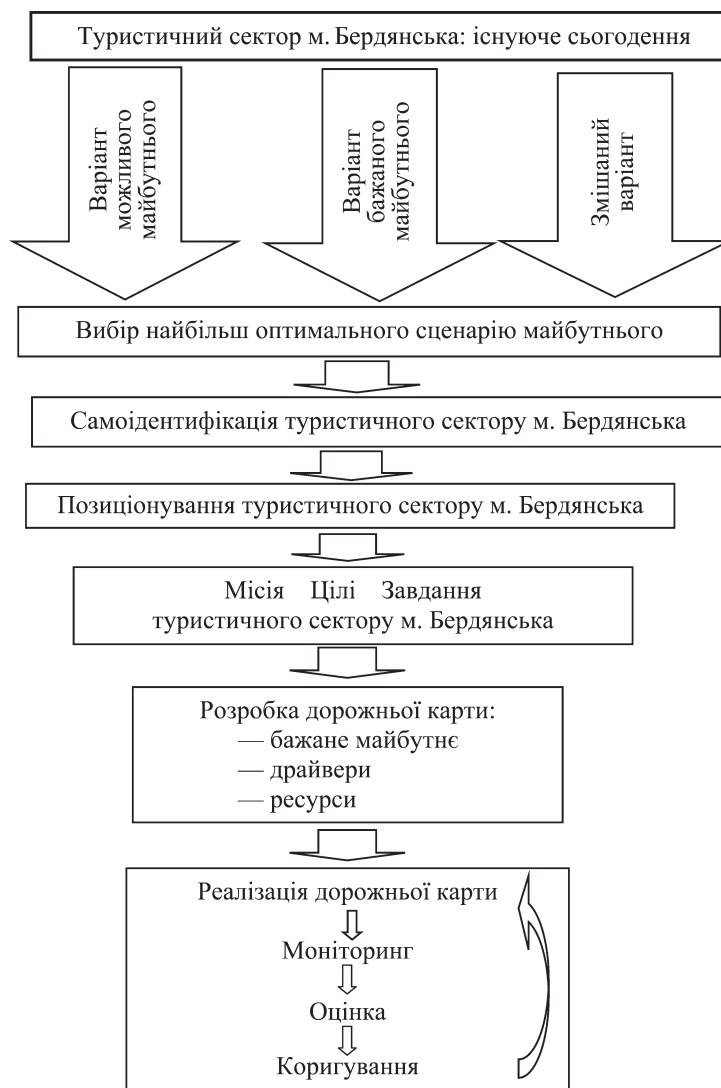


Рис. 1. Загальна схема побудови та реалізації дорожньої карти

3. На нашу думку, цю нішу повинен зайняти Бердянськ, виходячи з того, що в умовах вимушеного переорієнтування попиту саме ця дестинація суто територіально приймає регіональне навантаження із задоволення потреб у туристичному продукті з боку сусідніх областей.

4. Не менш вагомим поштовхом прискореного розвитку туристичної діяльності у цьому регіоні є унікальність його курортно-рекреаційних ресурсів.

5. Реалізація розробленої дорожньої карти розвитку туризму потребує організаційного, матеріально-технічного, кадрового та фінансового забезпечення, визначення адресності яких і буде предметом подальших досліджень автора.

Література

1. Клейтон Э. Технологические дорожные карты / Э. Клейтон // Форсайт.— 2008.— Т. 2.— № 3.— С. 68–74.
2. БФ «Інститут розвитку освіти», стратегічна дорадча група при Міністерстві освіти: Дорожня карта освітньої реформи [Електронний ресурс] / Сайт Міністерства освіти. — 2015 р.— Режим доступу : <http://mon.gov.ua/content/Діяльність/Звязки/08-road-map-sk-end.pdf>.

3. Інститут відновлюваної енергетики. VII Міжнародний інвестиційний Бізнес-Форум з питань енергоефективності та відновлюваної енергетики: Створення геоінформаційної системи та дорожніх карт розвитку відновлювальної енергетики України, 10–13 листопада 2015 року [Електронний ресурс] / Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України. — Режим доступу : <http://saee.gov.ua/sites/default/files/Kudria.pdf>.

4. Кабмін приступив до розробки «дорожньої карти» цифрової євроінтеграції України [Електронний ресурс] / Українське Незалежне Інформаційне Агентство Новин. — Режим доступу : <https://economics.unian.ua/other/1540861-kabmin-pristupiv-do-rozrobki-dorojnoj-karti-tsifrovoji-evrointegratsiji-ukrajini.html>.

5. Михайліченко Г. І. Інноваційний розвиток туризму : монографія / Г. І. Михайліченко. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. — 608 с.

6. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко, М. Г. Бойко, С. В. Мельниченко, Г. І. Михайліченко, Н. І. Ведмідь [та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. — 595 с.

7. Туристські дестинації (теорія управління, бренд) : монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко, Г. І. Михайліченко, Н. І. Ведмідь [та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. — 347 с.

8. Мазаракі А. Туризм в Україні: виклики кризи / А. Мазаракі, С. Мельниченко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. — 2015. — № 2. — С. 5–15.

9. Національний туристський продукт: образ, імідж, бренд (рекреаційно-туристський аспект) / Т. І. Кляпко Т. В. Ткаченко // Географія та туризм. — 2014. — Вип. 27. — С. 97–105.

10. Диференціація туристичного потенціалу дестинацій / М. Г. Бойко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. — 2013. — № 5. — С. 19–30.

11. Про туризм: Закон України № 324/95-ВР від 15.09.1995 р. [Електронний ресурс] / Уряд. портал. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-vp/page>.

12. Офіційний туристичний сайт міста Бердянськ [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://berdyansk.travel>.

13. Моніторинг індикаторів реалізації Стратегії за 2015 рік [Електронний ресурс] / Бердянська міська рада. — 2016. — Режим доступу : bmr.gov.ua/index.php?id=34.

14. Соколов А. В. Форсайт: взгляд в будуще / А. В. Соколов // Форсайт. — 2007. — Т. 1. — № 1. — С. 8–15.

References

1. Klejton, E. (2008). *Tekhnologicheskye dorozhnye karty* [Technological road maps]. *Forsajt*, 3, 68–74 (in Russ).

2. Ministry of Education (2015). *BF «Instytut rozvytku osvity», stratehichna doradcha hrupa pry Ministerstvi Osvity: Dorozhnia karta osviti «oi reformy* [Roadmap to Education Reform]. Retrieved from

<http://mon.gov.ua/content/Діяльність/Зв'язки/08-road-map-sk-end.pdf> (in Ukr.).

3. State Agency on Energy and Energy Saving of Ukraine (2015). *Instytut vidnovliuvanoi enerhetyky, VII Mizhnarodnyj investytsijnij Biznes-Forum z pytan' enerhoefektyvnosti ta vidnovliuvanoi enerhetyky: Stvorennia heoinformatsijnoi systemy ta dorozhnykh kart rozvytku vidnovliual'noi enerhetyky Ukrainy* [Creation of a geographic information system and road maps Renewable Energy Ukraine] (VII International Investment Business Forum on Energy Efficiency and Renewable Energy). Retrieved from <http://saee.gov.ua/sites/default/files/Kudria.pdf> (in Ukr.).

4. Ukrainian Independent Information Agency News. *Kabmin prystupyv do rozrobky «dorozhn'oi karty» tsyfrovoi ievrointehratsii Ukrainy* [Cabinet has initiated the development of the «road map» of digital European integration of Ukraine]. Retrieved from <https://economics.unian.ua/other/1540861-kabmin-pristupiv-do-rozrobki-dorojnoj-karti-tsifrovoji-evrointegratsiji-ukrajini.html> (in Ukr.).

5. Mykhailichenko, H. (2012). *Innovatsiyni rozvytok turyzmu* [Innovative tourism development]. Kyiv, Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t Publ. (in Ukr.).

6. Tkachenko, T., Boiko, M., Melnychenko, S., Mykhailichenko, H., & Vedmid, N. at al. (2010). *Stratehichnyi rozvytok turystychnoho biznesu* [Strategic development of tourism]. Kyiv, Kyiv.nats. torh.-ekon. un-t Publ. (in Ukr.).

7. Mazaraki, A., Tkachenko, T., Boiko, M., Melnychenko, S., Mykhailichenko, H., & Vedmid, N. at al. (2013). *Turystski destynatsii (teoriia upravlinnia, brend)* [Tourist destinations (management theory, brand)]. Kyiv, Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t Publ. (in Ukr.).

8. Mazaraki, A., & Melnychenko, S. (2015). *Turyzm v Ukraini: vyklyky kryzy* [Tourism in Ukraine: challenges of the crisis]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu*, 2, 5–15 (in Ukr.).

9. Tkachenko, T. & Kliapko, T. (2014). *Natsionalnyi turystskyi produkt: obraz, imidzh, brend (rekreatsiino-turystskyi aspekt)* [National tourism product, image, brand (recreational and tourist aspect)]. *Heohrafiia ta turyzm*, 27, 97–105 (in Ukr.).

10. Boiko, M. (2013). *Dyferentsiatsiia turystychnoho potentsialu destynatsii* [Differentiation tourist potential destinations]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu*, 5, 19–30 (in Ukr.).

11. Verkhovna Rada of Ukraine (1995). The Law of Ukraine «On Tourism». Retrieved from <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-vp/page> (in Ukr.).

12. Official tourist site of the city of Berdyansk. *Ofitsijnyi turystychnyj sayt mista Berdians'k*. Retrieved from <http://berdyansk.travel> (in Ukr.).

13. Berdyansk City Council (2016). *Monitorinh indykatoriv realizatsii Stratehii za 2015 rik* [Monitoring indicators for the implementation of the Strategy 2015]. Retrieved from <http://bmr.gov.ua/index.php?id=34> (in Ukr.).

14. Sokolov, A. (2007). *Forsajt: vzghliad v budushee* [Forsyth: LOOK in the future] / *Forsajt*, 1, 8–15 (in Russ).

МАРКЕТИНГОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В АПК

Анотація. Розглянуто основні поняття, рівні і етапи процесу створення й розвитку маркетингової інформаційної системи аграрного ринку. Запропоновано розробити державну цільову програму і створити національний інформаційно-аналітичний центр з регіональними відділеннями. Описана діяльність Центрального Бюро Інформації і Маркетингу в Сільському Господарстві «САМІВ». Наведено цілі створення веб-сайту, а також корисні веб-сервіси для аграрного маркетингу. Крім того, розглянуто переваги і ризики використання мобільних додатків.

Ключові слова: АПК, інновації, інформаційна система, веб-сайт, веб-сервіс, мобільний додаток.

Summary. The main concepts, levels and stages of the process of creation and development of the marketing information system of the agrarian market are considered. It is proposed to develop a state target program and create a national information and analytical center with regional offices. The activities of the Central Bureau of Information and Marketing in the Agriculture Department «САМІВ» are described. The purposes of creating a web-site, as well as useful web-services for agrarian marketing are presented. In addition, we consider the benefits and risks of using mobile applications.

Key words: agroindustrial complex, innovations, information system, web-site, web-service, mobile application.

Постановка проблеми. Модернізація існуючих і створення нових об'єктів ринкової інфраструктури вимагає значних обсягів інвестицій, які мають тривалі терміни окупності, що зумовлює необхідність істотної державної підтримки (організаційної, фінансової, технічної, адміністративної, податкової та ін.). Найбільш доцільним в цьому випадку, на наш погляд, буде використання державно-приватного партнерства.

Для вирішення цього стратегічного питання пропонується розробити державну цільову програму «Розвиток інфраструктури аграрного ринку і ринку сільськогосподарської продукції», в якій визначити перелік необхідних об'єктів інфраструктури, їх потрібну кількість, оптимальне територіальне розміщення, відповідний розвиток транспортної інфраструктури і т. ін. Розробка повинна проводитися спільно з представниками аграрних корпоративних структур, переробних підприємств, аграрних спілок і фондів. При цьому слід заключати спільні контракти на будівництво (модернізацію) об'єктів інфраструктури з наданням корпоративним підприємствам, що його здійснюють, відповідних пільг та преференцій. Для стимулювання корпоративного сектору інвестувати в розвиток інфраструктури доцільним буде використання концесійних договорів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поширення інформаційно-комунікаційних технологій сприяло зняттю географічних обмежень й розширенню цільових ринків, що мало як позитивні, так і негативні наслідки для конкурентоспроможності продукції вітчизняних товаровиробників. Питанням використання інформаційних технологій в маркетингу присвячені роботи зарубіжних маркетологів і вітчизняних науковців та практиків, серед них Ю. О. Бабій, Р. М. Безус, Н. К. Васильєва, М. О. Кравець, В. П. Неганова [1], С. І. Мороз [3], В. Л. Плєскач, О. В. Ульянченко, Д. Харатішвілі, І. І. Шрамко [3], І. Л. Яковичський та інші.

Метою статті є дослідження процесу створення і розвитку маркетингової інформаційної системи в АПК.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформаційний блок слід визначити пріоритетним напрямом у сфері формування стратегії розвитку аграрного виробництва. Надання йому пріоритетного статусу обумовлено в першу чергу тим, що він практично не розвинутий на вітчизняному ринку, в той час як формування єдиного інформаційного простору ринку сільськогосподарської продукції і розвитку інформаційно-комунікаційних технологій є однією з головних умов ефективності стратегії розвитку.

© А. С. Бритвенко, А. В. Семенов, Д. В. Тулопов, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Бритвенко А. С. Маркетингові інформаційні системи в АПК / А. С. Бритвенко, А. В. Семенов, Д. В. Тулопов // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 34–38.

References (APA):

Britvenko, A. S., Semenov, A. V., Tulopov D. V. (2017). *Marketing information systems in APC* [Marketing information systems in agroindustrial complex]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 34–38 (in Ukr.).

Крім того, багаторічні дослідження підтвердили гіпотезу про те, що навіть за умов високого маркетингового потенціалу підприємство може бути збитковим, оскільки не володіє достатнім обсягом інформації про ринок, не може проаналізувати кон'юнктуру ринку, не має можливості вжити превентивні заходи відносно макрочинників, що надають негативний або позитивний вплив, тощо. [1].

Відсутність зараз на аграрному ринку України організованої різнорівневої інтеграційної

маркетингової системи веде до зростання витрат аграрних підприємств на ведення індивідуальних інформаційних систем. Процес створення і розвитку маркетингової інформаційної системи слід реалізовувати на двох рівнях — регіональному і національному (рис. 1).

Для ведення процесу створення і розвитку маркетингової інформаційної системи пропонується створити національний інформаційно-аналітичний центр з регіональними відділеннями, який дозволить поєднати державні органи і

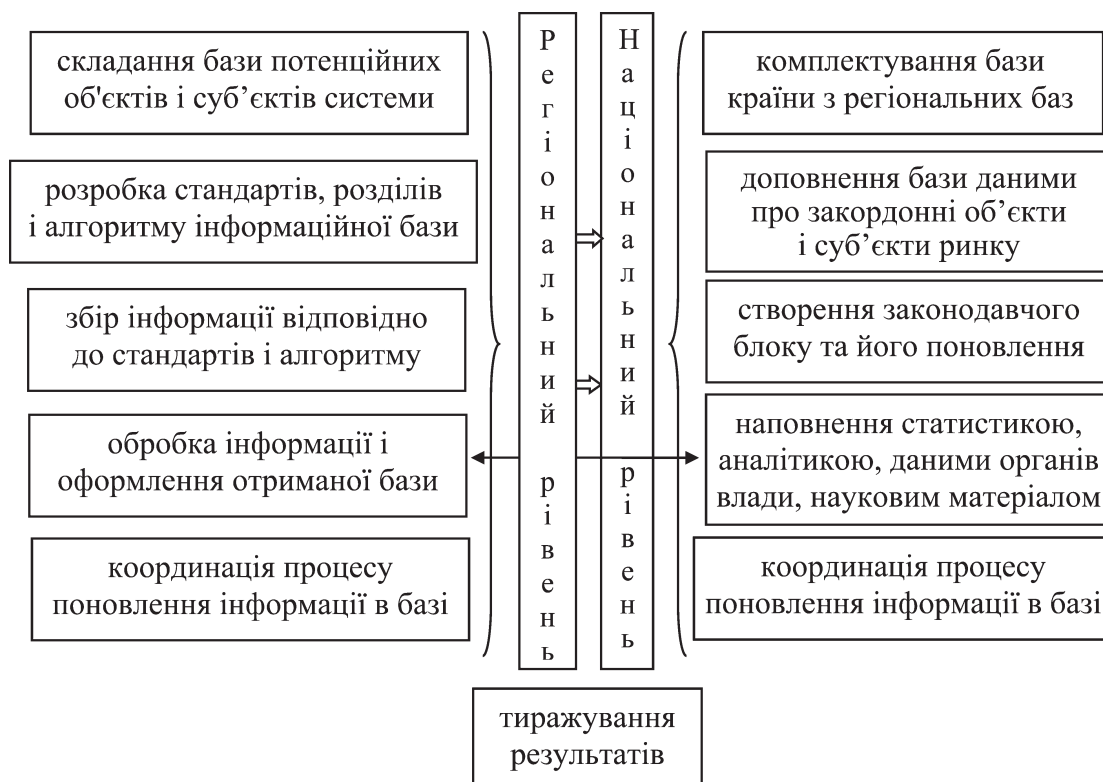


Рис. 1. Рівні і етапи процесу створення і розвитку маркетингової інформаційної системи аграрного ринку (розробка автора)

суб'єкти аграрного ринку різних організаційно-правових форм у єдиний організаційний, інформаційний і комутаційний простір.

Подібний досвід був запроваджений в Казахстані, де на основі Постанови Уряду Республіки Казахстан № 220 від 28 лютого 2003 року створено АТ «Казагромаркетинг», головною метою якого є підвищення рівня ефективності агробізнесу шляхом забезпечення широкого доступу сільгосптоваровиробників до інформаційно-консультаційних і консалтингових послуг.

Для учасників аграрного ринку АТ «Казагромаркетинг» виконує широкий спектр послуг:

- аналіз ринків окремих сільськогосподарських товарів;
- постійний ціновий моніторинг на сільськогосподарську продукцію;
- консультації з питань агробізнесу по гарячій лінії і в он-лайн режимі;

- розробка і експертиза бізнес-планів і проєктів у аграрній сфері;

- організація навчальних семінарів і спеціалізованих тренінгів;

- проведення виставок і ярмарків сільськогосподарської продукції;

- розробка, впровадження і супровід інформаційних технологій в АПК.

У рамках національного центру слід організувати функціональну інформаційно-консультаційну службу з розміщенням консультанта або відділу в регіональних центрах без створення окремого підрозділу. Також необхідним вважається організація взаємодії інформаційно-аналітичного центру з інформаційними, консалтинговими і маркетинговими службами зарубіжжя (наприклад, Асоціація агентств з маркетингу продовольчих товарів у країнах АТР, база даних Agrimis Eastern Europe) для забезпечення доступу вітчизняних

сільськогосподарських виробників до зовнішнього ринку [2].

Розглянемо ще один приклад. Центральне Бюро Інформації і Маркетингу в Сільському Господарстві «САМІВ» є неурядовою організацією Молдови, створеною у лютому 1999 року проектом ТАСІС ЄС «Покращення маркетингу сільськогосподарської продукції» (АМРА). САМІВ — неурядова організація, яка була офіційно зареєстрована в Торгово-промисловій палаті РМ 18 лютого 1999 року. Реєстраційний номер САМІВ — 0881. Інформаційний Центр «САМІВ» був створений в цілях продовження підтримки діяльності ринків та експорту, яку Проект ТАСІС «Покращення маркетингу сільськогосподарської продукції» зміг впровадити на початку своєї діяльності в Молдові у вересні 1996 року.

Протягом всього періоду діяльності проекту, а також у Центральному Бюро Інформації і Маркетингу в Сільському Господарстві «САМІВ» були впроваджені такі маркетингові послуги з просування експорту:

- впровадження специфічних досліджень ринку як у Молдові (горіхи, молочна і консервна продукція), так і за її межами (Росія — консервна продукція — Латвія, Естонія — вино і алкогольні напої);

- було відвідано ряд місцевих і закордонних операторів, які працюють в галузі агропромислового комплексу: роздрібні комерсанти, оптовики, дистриб'ютори, власники продовольчих магазинів та імпортери, з метою вивчення ринку експорту своєї продукції за допомогою відкриття нових альтернативних ринків та/або зростання частки існуючого ринку, рекомендації для поліпшення становища на існуючому ринку;

- регулярне (щотижня) надання інформації, що стосується роздрібних і оптових цін (близько 40 найменувань сільгосппродуктів, що реалізуються в Молдові та за її межами (Румунія, Росія, Республіка Білорусь і Україна);

- надання інформації про зовнішні ринки для всіх ключових секторів сільськогосподарського комплексу Молдови, включаючи інформацію з митниці, комерційну статистику щодо попиту і пропозиції, запасів і динаміки цін, урядових угод;

- підготовка і поширення інформації щодо ринку та маркетингу для оперативних цілей і в цілях навчання, включаючи підготовку щомісячного бюлетеня «Noutatile Pietei Agricole» (Новини сільськогосподарського ринку), який містить загальну інформацію з місцевих і зовнішніх ринків;

- допомога з пошуку комерційних партнерів та інвесторів, а також створення баз даних місцевих постачальників і іноземних покупців;

- допомога місцевим операторам для участі у комерційних виставках за кордоном;

- допомога в галузі торгівлі (в Молдові та за її межами) продукції за допомогою «пілотних»

проектів, які були впроваджені на підприємствах консервної та виноробної промисловості, а також серед продавців горіхів і торговців за допомогою Інтернету;

- допомога у створенні організацій виробників сільськогосподарської продукції в цілях поліпшення маркетингу продукції.

Результатом поширення глобальних інформаційних мереж став розвиток систем електронної комерції та цифрового маркетингу. Одним із основних елементів електронного маркетингу є web-сайт підприємства. Його створення може передбачати декілька цілей:

- представлення в мережі бренду, торговельної марки чи конкретного товару;

- вдосконалення інформаційного забезпечення існуючих партнерів та пошуку потенційних;

- приймання замовлень на реалізацію продукції; вдосконалення внутрішньофірмового інформаційного обміну.

Сайти-візитки можуть бути спрямовані й на сегмент В2С (business to consumer— бізнес для споживача), зокрема, це актуально для домогосподарств та підприємств, що надають послуги сільського туризму. Адже на кінець 2017 р. в Україні налічувалося понад 19 млн. користувачів Інтернету, що забезпечило загальний рівень проникнення 43,4 %. Дані пошукових систем і провайдерів мережових послуг більш оптимістичні, оцінюючи таку мережеву аудиторію у 60 % населення.

Просування сайта в Інтернеті, як правило, включає реєстрацію в пошукових системах (Google, Yandex, Rambler), контекстну та банерну рекламу (Google.Adwords, Yandex.Direct, Begun), просування в соціальних мережах (Facebook, Вконтакте, Google Plus+). Інтернет-технології дозволяють застосовувати різного роду дискримінаційні ціни, які враховують регіон проживання споживачів та їх рівень життя.

У 2012 році в Україні функціонувало близько 86 Інтернет-крамниць, які пропонували як вітчизняну, так і імпортовану органічну продукцію. Соціальні мережі є зручним середовищем для просування продукції, орієнтованої на кінцевого користувача. Зокрема, на кінець 2016 року тільки профіль на Facebook мали 4,6 млн. українців, тобто більше чверті вітчизняних користувачів глобальної мережі. Аудиторія російських соціальних мереж «ВКонтакте» та «Однокласники» є ширшою, проте їх використання в Україні зараз заборонено.

Вітчизняні соціальні мережі famalyUA, UkrOpen, ukrface.com.ua, «Українці» поки що не в змозі конкурувати ані за функціональними можливостями та сервісом, ані за кількістю користувачів. І хоча перехід маркетингових комунікацій в електронне середовище мав на меті зменшення кількості посередників та наближення споживачів до виробників, на практиці це призвело до збільшення кількості посередників та наближення споживачів до виробників.

вачів до виробників, у реальності, через велику кількість інформаційних вузлів та сайтів, у мережі з'явився новий тип посередництва — інформаційний.

Посередниками виступають різноманітні електронні каталоги, дошки оголошень та торговельні площадки. В Україні достатньо популярна площадка prom.ua, що працює з аграрною продукцією. Привертає увагу також каталог українських виробників «Зроблено в Україні» (<https://madeinua.org>), до якого включені електронні крамниці фермерських господарств. Перспективними засобами інформаційних технологій, котрі доцільно використовувати в аграрному маркетингу, є також вільне програмне забезпечення (ПЗ), веб-сервіси та мобільні налаштування.

Із запропонованих бізнесових додатків вільного ПЗ аграріям варто використовувати офісні пакети OpenOffice чи LibreOffice, браузери Mozilla Firefox чи Chromium, програми для управління проектами OpenProj або GanttProject, пакети статистичного аналізу PSPP чи OpenStat2 та інші. До безоплатного використання слід додати ускладнення, пов'язані з різними форматами даних та практично відсутністю сервісного супроводу.

Веб-сервіс — ідентифікована веб-адресою програмна система зі стандартизованими інтерфейсами. Для аграрного маркетингу корисні:

1. Сервіси пошукового маркетингу по спеціалізованих порталах, каталогах підприємств, публікаціях рейтингів та результатах опитування. Сервіс Google Alerts здатний відстежувати тематичні новини та відправляти підбірки на електронну пошту. Google Trends можна використовувати для моніторингу та аналізу запитів користувача про бренд чи товар.

2. Сервіси електронних розсилок (E-mail чи SMS) призначені для формування бази даних адрес та здійснення інформаційних розсилок. Так, сервіс Streak дозволяє перетворити Gmail-скриньку в CRM-підсистему відстеження контактів.

3. Он-лайн офіс на основі документів Google. Обмежені можливості з підготовки документів, розрахунків, презентацій та проектів компенсуються безкоштовним використанням та можливістю групової роботи з документами.

4. SMM-маркетинг в соціальних мережах. Так, PromoRepublic надає інструментарій для автоматизації просування продукції в Facebook, «ВКонтакте» та Twitter. BuzzSumo дозволяє відстежувати пости зі згадуванням про бренд. Просування продукції в соціальних мережах має бути перспективним задля орієнтації продажів на кінцевого споживача, наприклад, для формування попиту на органічну продукцію.

5. Маркетингові дослідження. Зокрема, сервіс Semrush дозволяє відстежувати дії конкурен-

тів за допомогою пошукового трафіку, ключових слів, рекламі AdWords, у тому числі і в UANet.

6. Приймання й обробка замовлень та збут. Наприклад, сервіс Bitrix буде доречним фермерським господарствам та невеликим приватним підприємствам як CRM-система. Для великих компаній та кооперативних організацій Bitrix може стати альтернативним інструментом внутрішньогосподарських комунікацій та обслуговування клієнтів. Онлайн-платформа Agro Yard (<https://agroyard.com.ua/>) створена для проведення тендерів, закупівель та безготівкового розрахунку фермерських господарств. Наразі проходить тестування мобільна версія платформи. Перевагами використання Інтернет-додатків є:

— економія на програмно-технічному оснащенні;

— доступ до сервісу через браузер, у тому числі й з мобільних пристроїв;

— задовільне сприйняття веб-додатків з боку клієнтів.

До чинників ризику використання веб-застосунків належать:

— відсутність гарантій тривалої роботи сервісу;

— недостатня інформованість фахівців агро-маркетингу;

— залежність від імпортованих розробок та переважно англомовний інтерфейс.

Перспективним трендом розвитку інформаційних технологій є використання портативних пристроїв та їх додатків на основі 3G технологій. Особливо це важливо у сільській місцевості для безперервного доступу до хмарних ресурсів та «роботи в полі». Серед актуальних для агровиробників мобільних додатків наведемо такі:

— АДАМА Lab— визначення хвороб і шкідників посівів;

— Bogballe Spread charts— підбір обладнання для внесення різних видів добрив;

— Geo Area— роботи з площами полів та геопозиціонуванням;

— електронний каталог Ельворті Apps від вітчизняного виробника сільгосптехніки ПАТ «Ельворті»;

— Agritel International— порівняння цін на продукцію з метою обчислення ринкових ризиків;

— AgroMonitoring, що поєднує дошки оголошень купівлі-продажу сільськогосподарської техніки з аналізом логістики та відстаней від елеваторів і населених пунктів до портових терміналів [3].

Відзначимо й додатки загального використання. Зокрема, знизити витрати на спілкування й електронні розсилання дозволить додаток Viber чи WhatsApp. Мобільні додатки можна завантажити через мобільні магазини App Store, Google Play Market та Microsoft Store або безпосередньо у розробника.

Висновки. При утворенні інтегрованих систем в АПК необхідно мати на увазі, що кожна з них має свої переваги та недоліки, які відрізняються по регіонах країни. Найбільш оптимальними будуть кооперативні стосунки, що забезпечать постійні стійкі зв'язки між підприємствами різних форм власності і розмірів з виробництва, переробки і реалізації продукції.

Література

1. Неганова В. П. Формирование и развитие маркетинговых стратегий предприятий АПК : дис. д-ра экон. наук : 08.00.05 / В. П. Неганова. — Екатеринбург, 2000. — 426 с.
2. Представник України в ЄС: наш малий та середній бізнес не вміє використовувати зону вільної торгівлі з ЄС [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.dsnews.ua/politics/sanktsiyi-ne-e-samotsillyu-dlya-nas-tse-lishe-okremiy-element-30092016100000>.

3. Мороз С. І. Використання інформаційних технологій в аграрному маркетингу / С. І. Мороз, І. І. Шрамко // Вісник Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету. — 2017. — № 2 (44). — С. 117–119.

References

1. Nehanova, V. P. (2000). *Formirovaniye i razvitiye marketingovykh strategiy predpriyatiy APK*. Grand PhD dissertation (Economic). [Formation and development of marketing strategies of enterprises of agrarian and industrial complex. Ekaterinburg (in Russ.).
2. *Predstavnyk Ukrainy v YeS: nash maliy ta serednii biznes ne vmiye vykorystovuvaty zonu vilnoi torhivli z YeS. (2016)*. [Representative of Ukraine to the EU: our small and medium business is not able to use the free trade area with the EU]. Retrieved from <http://www.dsnews.ua/politics/sanktsiyi-ne-e-samotsillyu-dlya-nas-tse-lishe-okremiy-element-30092016100000>. (in Ukr.).
3. Moroz, S. I. (2017). *Vykorystannia informatsiinykh tekhnolohii v ahrarnomu marketynhu* [The use of information technology in agrarian marketing]. *Bulletin of Dnipropetrovsk State Agrarian and Economic University*, 2 (44), 117–119 (in Ukr.).

УДК 338.439

**Н. П. Новак,
Ю. М. Кривець,
А. А. Постол**

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ШЛЯХОМ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА НА ЗАСАДАХ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Анотація. У статті розглядаються важливі питання удосконалення структури й підвищення ефективності та конкурентоспроможності аграрних підприємств шляхом розвитку органічного виробництва. При цьому його впровадження обґрунтовується на засадах диверсифікації діяльності та соціальної відповідальності. Отже, в такому розумінні йдеться не тільки про його виробничо-економічну та екологічну спрямованість і конкурентоспроможність, але й про соціальну спрямованість у плані забезпечення якісного харчування як основи здорового способу життя. Також важливим є вирішення на основі органічного виробництва питань диверсифікації діяльності аграрних підприємств й розширення маркетингових каналів збуту готової продукції, збільшення можливостей зайнятості сільських жителів, покращення організації та розвитку сільських територій.

Ключові слова: аграрні підприємства, органічне виробництво, діяльність, впровадження, диверсифікація, соціальна відповідальність, екологія, ефективність, конкурентоспроможність, розвиток, управління.

Summary. The article deals with important issues of improving the structure and increasing the efficiency and competitiveness of agrarian enterprises through the development of organic production. At the same time, its implementation is grounded on the principles of diversification of activities and social responsibility. Consequently, in this sense, it is not only about its production-economic and environmental orientation and competitiveness, but also about social orientation in terms of providing a good nutrition as a basis for a healthy lifestyle. Also important is the decision on

© Н. П. Новак, Ю. М. Кривець, А. А. Постол, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Новак Н. П. Підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств шляхом розвитку органічного виробництва на засадах диверсифікації діяльності та соціальної відповідальності / Н. П. Новак, Ю. М. Кривець, А. А. Постол // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 38–43.

References (APA):

Novak, N. P., Krivets, Yu. M., Postol, A. A. (2017). *Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti ahrarnykh pidpriemstv shliakhom rozvytku orhanichnoho vyrobnytstva na zasadakh dyversyfikatsii diialnosti ta sotsialnoi vidpovidalnosti* [Increasing competitiveness of agricultural enterprises by development of organic production on the basis of diversification of activity and social responsibility]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 38–43 (in Ukr.).

the basis of organic production issues of diversification of activities of agrarian enterprises and expansion of marketing channels for the sale of finished products; increase of employment opportunities of rural inhabitants; improving the organization and development of rural areas.

Key words: *agrarian enterprises, organic production, activity, implementation, diversification, social responsibility, ecology, efficiency, competitiveness, development, management.*

Постановка проблеми. Необхідно зазначити, що останніми десятиріччями в агроформуваннях країни, особливо малих і середніх, досить інтенсивно почало розвиватися органічне виробництво. Його розвиток характеризується як важливий самостійний вид діяльності у багатьох наукових дослідженнях. Насамперед, йдеться про здорове харчування населення, пріоритети здорового способу життя. Також органічне виробництво має великі екологічні переваги та перспективи у плані збереження природної родючості ґрунтів, раціонального використання інших умов і ресурсів, застосування органічних добрив та енергоощадних агротехнологій, зменшення антропогенного навантаження на довкілля. Нарешті, це прибутковий вид діяльності та господарювання, який має, по суті, необмежений ринок реалізації органічної продовольчої продукції. Він також значно розширює сферу зайнятості сільського населення.

Проте в останньому періоді розвитку вітчизняних аграрних підприємств великих розмірів із застосуванням ними автоматизації виробничих, транспортно-логістичних та інших бізнес-процесів господарське і соціально-економічне значення органічного виробництва зростає як важливий засіб і напрям диверсифікації аграрної діяльності та сільської економіки загалом. Проте у вказаному контексті його зміст, особливості використання, потенціал та можливості, залежно від специфіки, розміщення та інших чинників, вимагають поглиблених досліджень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. На актуальність проблем розвитку органічного виробництва вказують численні теоретичні дослідження й узагальнення як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, зокрема праці В. Гармашова, В. Гейця, М. Ігнатенка, Т. Кальної-Дубенюк, М. Капштик, С. Кваші, С. Корчинської, О. Локучової, Л. Мармуль, Т. Осташко, Б. Пасхавера, В. Точиліна, М. Федорова, О. Ходаківської, Г. Черевка, Р. Штайнера, О. Шпичака, В. Юрчишина та інших вчених-економістів.

Метою статті є всебічний аналіз стану та розвитку органічного виробництва в аграрних підприємствах країни не лише як прибуткового виду діяльності, але й засобу та напрямку їх диверсифікації й диверсифікації сільської економіки загалом, джерела вирішення соціальних проблем сільських жителів (насамперед їх зайнятості), покращення екології сільських територій на засадах соціальної відповідальності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Термін «диверсифікація» означає процес розвитку діяльності підприємств, пов'язаний з розширенням існуючих або створенням їх нових видів, проникненням у нові сфери виробництва, розширенням номенклатури продукції або послуг, фінансових активів з метою уникнення або зменшення ризиків господарювання [1]. У розумінні диверсифікації органічне виробництво має всі ознаки цього явища. Так, воно зменшує господарське навантаження на довкілля й дозволяє вирішувати екологічні проблеми сільських територій розміщення, сприяє збільшенню зайнятості в агроформуваннях, забезпечує підвищення їх рентабельності й доходності, зменшує фінансові й маркетингові ризики діяльності, формує кращий імідж та престиж товаровиробників як соціально відповідальних, а також брендів їх продукції як якісної та безпечної.

У такому розумінні його слід розглядати не тільки як нішевий вид діяльності для малих і середніх аграрних підприємств, але й важливу галузь спеціалізації для великих. Це підтверджується значними темпами росту площ під органічним землеробством, а також кількості підприємств, які їм займаються та є сертифікованими як органічні [2, с. 8]. Станом на початок 2015 р. 74,6 % органічних сільськогосподарських угідь були під ріллею, більшість якої використовується для вирощування зернових (рис. 1).

З усіх підприємств, які представляють сегмент органічного агровиробництва, більшість є товариствами з обмеженою відповідальністю (54,9 %), крім того, 12,1 % — це фермерські господарства, 11,0 % — приватні підприємства та 9,8 % — підприємці-фізичні особи. Кількість особистих селянських господарств у їх структурі складає лише 4,0 %, або 7 одиниць. Організаційно-правові форми підприємств свідчать, крім особливостей організації та порядку ведення агробізнесу, про потенційні можливості суб'єктів господарювання у напрямках організації діяльності, пошуку та залучення фінансово-інвестиційних ресурсів, обсягів виробництва та іміджу. Це підтверджується і проведеними нами дослідженнями серед представників органічного ринку, а саме:

— серед усіх 95 товариств з обмеженою відповідальністю 57 (60,0 %) — займаються більше ніж одним видом діяльності, і з них 39 — не є виробниками сертифікованої органічної продукції, засобів захисту рослин, добрив. Як правило, це суб'єкти господарювання, які займаються збері-

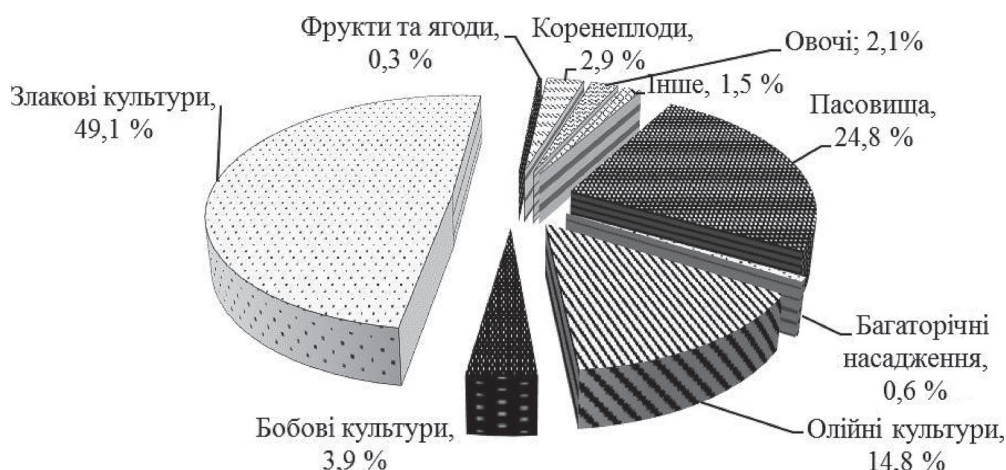


Рис. 1. Величина та структура площ під органічними культурами в Україні, 2015 р.
(складено на підставі [3])

ганням та переробкою органічної продукції, надають консультативні послуги;

— 86,0 % фермерських господарств займаються одним видом діяльності, 72,0 % господарств займаються виключно виробництвом продукції рослинництва, а 19,0 % — виробництвом продукції як рослинництва, так і тваринництва;

— усі особисті селянські господарства займаються одним видом діяльності, яка безпосередньо пов'язана з виробництвом органічної продукції, переважно рослинництвом — ягідництвом, плодівництвом, городництвом.

Частка сертифікованих органічних площ у структурі сільськогосподарських угідь України перевищує 0,8 %. Це вказує на значні резерви та ресурси їх зростання на перспективу [4, с. 34]. На початок 2015 р. в Україні функціонувало 182 сертифікованих органічних господарства, які обробляли понад 400,8 тис. га сільськогосподарських угідь (табл. 1).

У 2000-х роках органічним сільськогосподарським виробництвом займалися в основному великі та середні за розміром інтегровані агропромислові підприємства, середня площа яких становила 5,3 тис. га. Аналіз даних Organic-world та розробленого ними прогнозу свідчить, що кількість органічних господарств зростає. До них при-

єдналися також невеликі особисті селянські та фермерські господарства, що зумовило зменшення середнього розміру органічних господарств у 2013 р. до 1,5 тис. га.

Для розвитку виробництва і ринку органічної продукції в Україні у контексті диверсифікації та соціальної відповідальності аграрних підприємств необхідно здійснювати такі управлінські рішення: розвивати та підтримувати сільськогосподарську кооперацію; створювати спеціалізовані магазини, заклади громадського харчування, місця для цієї продукції на гуртових ринках; сприяти розвитку експорту органічної продукції; організувати спеціалізовані ярмарки та виставки [5].

Визначено, що більш за все органічних підприємств з виробництва сільськогосподарської сировини та продовольчої продукції зосереджено в Київській (25,0 %), Вінницькій (11,1 %), Львівській (8,3 %) та Волинській (8,3 %) областях. Значно менша їх кількість функціонує у Житомирській, Полтавській, Тернопільській, Дніпропетровській, Запорізькій, Миколаївській, Донецькій та Луганській областях (рис. 2).

Основними виробниками органічних продовольчих продуктів є як великі сільськогосподарські підприємства-лідери за показниками конкурентоспроможності, так і нішеві фермерські

Таблиця 1

Величина та динаміка показників, які характеризують розвиток аграрних підприємств з виробництва органічної продукції в Україні (складено автором за [3])

Показники	Рік							
	2002	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Площа с.-г. угідь, млн. га	41,8	41,7	41,6	41,6	41,6	41,6	41,5	41,5
Загальна площа органічних с.-г. угідь, тис. га	164,4	241,9	269,9	270,2	270,2	270,3	272,9	400,8
Частка площі органічних с.-г. угідь, % загальної площі с.-г. угідь	0,39	0,58	0,65	0,65	0,65	0,65	0,66	0,82
Темпи приросту загальної площі органічних с.-г. угідь	-	1,01	1,08	1,00	0,99	1,00	1,01	1,3
Кількість господарств, од.	31	72	118	121	142	155	164	182
Темпи приросту кількості господарств	-	1,03	1,28	1,03	1,17	1,09	1,06	1,12

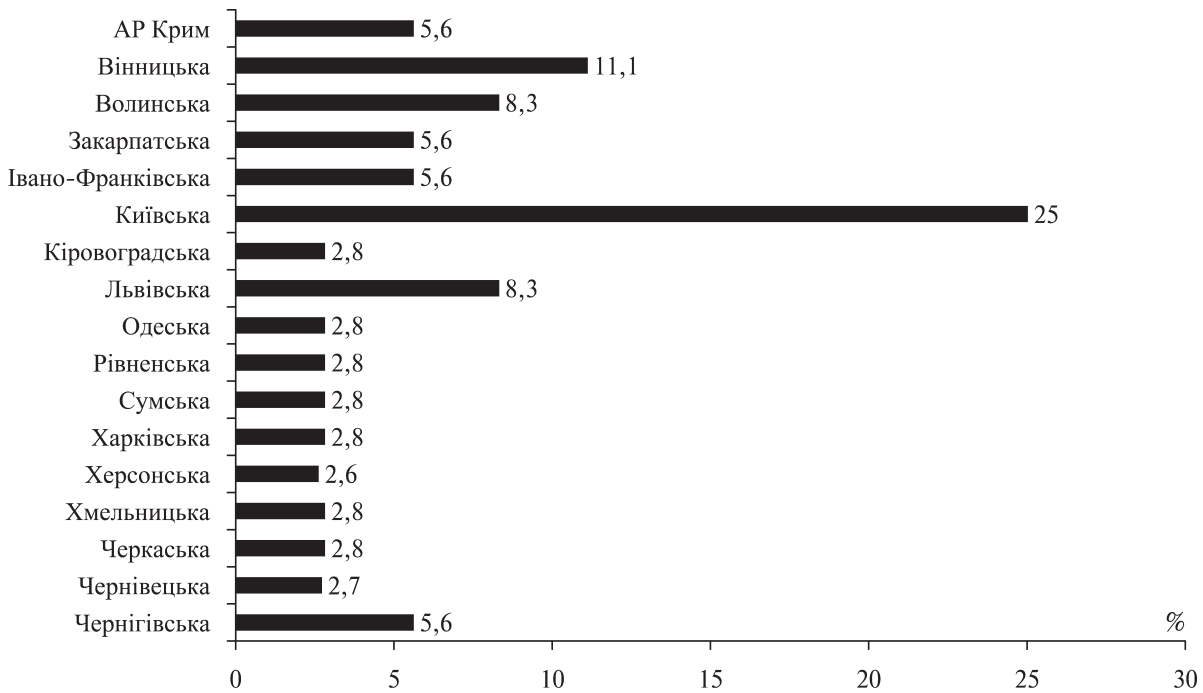


Рис. 2. Розміщення аграрних підприємств з виробництвом органічної продукції в регіонах України, % (розроблено автором за [3])

господарства. Це ПАТ «Агротехнологія», інтегроване агропромислове підприємство «Глобине» у Полтавській, агрофірма «Поле» у Черкаській, «Дарліссад» у Волинській, ПАТ «ДМК Таврія» у Херсонській областях та інші підприємства. Потенціал для розвитку органічних аграрних підприємств в Україні оцінюється як величезний. Це 8,0 млн. га екологічно чистих земель, низький рівень використання пестицидів та хімічних добрив, забезпеченість аграрної сфери економіки трудовими ресурсами, міцні традиції ведення сільськогосподарського виробництва у злагоді з природою, експортна привабливість органічної продукції для країн ЄС.

Проте диверсифікацію діяльності агроформувань на засадах розвитку органічного виробництва стримує низка суттєвих перешкод [6]. Насамперед, це фінансово-економічні й організаційні умови здійснення його сертифікації. Значний вплив на розвиток органічних підприємств справляє вартість сертифікаційних послуг. Вона залежить від розмірів, спеціалізації господарств, прийнятих систем оплати. Висока ціна органічної продукції, крім іншого, обумовлена вартістю сертифікації. До основних чинників впливу на ціну послуг сертифікаційних органів можна віднести площу ріллі, чисельність поголів'я та кількість задіяних підприємств, поряд з органічним, наявність традиційного виробництва тощо. Наприклад, мінімальна вартість послуг компанії «Органік стандарт» із сертифікації господарства площею від 1 до 25 га приватними стандартами «БЮЛан» становить 2400 грн. Вищою є ціна послуг із сертифікації за міжнародними стандартами ЄС — 3600 грн.

Крім того, фермер має оплатити вартість перельоту іноземного інспектора, його перебування та власне саму інспекцію та сертифікацію. При таких площах вартість сертифікації може суттєво похитнути переконання фермера займатися органічним виробництвом, адже в даному випадку вона може навіть вдвіть перевищувати європейські показники. При менших розмірах господарств послуги сертифікації можуть бути дещо дешевшими [7, с. 42]. На допомогу виробникам за цих складних фінансових навантажень приходять організації, які зацікавлені в експорті органічної продукції і власними ресурсами можуть забезпечити сертифікацію господарств. Однак останніми роками спостерігається практика збільшення здійснення експортних операцій власне самими виробниками органічної продукції, у т. ч. і невеликими. Справедливо відмітити, що ціна сертифікації в різних сертифікаційних структурах різна, але в Україні їх нараховується менше десяти (табл. 3).

Особливо цінним є розвиток та компактне розміщення органічних підприємств у зонах масового відпочинку, туризму та рекреації. Це не тільки сприяє і сприятиме зменшенню техногенного навантаження на довкілля, але й справжньому оздоровленню населення, коли здорове природне середовище та харчування також перетворюються на лікувальний чинник.

Поряд з цим органічні товаровиробники отримують додаткові можливості для реалізації органічних продуктів у санаторії, бази відпочинку, пансіонати, заклади громадського харчування, у магазини та на гуртово-роздрібні ринки [8,

**Вартість послуг сертифікаційних іноземних структур, які здійснюють свою діяльність в Україні
(розраховано автором за [3])**

Орган сертифікації, країна	Вартість послуг
ABCERT, Німеччина	Мінімальна плата контролю (одноразово) для виробників становить 195 євро і максимум 440 євро на рік. Одноразова сума включає в себе певну кількість часу перевірки. Якщо цей час перевищено, додатковий час оплачується від 65 євро на годину. Усі ціни вказані без урахування ПДВ
Bio Garantie, Австрія	Основний внесок: 90 євро. Змінні витрати: для пасовищ: 6,60 євро/га; орні поля: 7,81 євро/га; спеціальні культури (вино, ягоди тощо): 14,30 євро/га. Мінімальна плата контролю (одноразово) для виробників становить 195 євро і максимум 440 євро на рік
ICEA, Італія	Фіксована плата від 50 до 180 євро/рік + змінні витрати залежно від площі та типу культур. Змінний внесок від 10 до 200 євро/га. Разом мінімальні змінні витрати: 200 євро, максимальний змінний внесок 7000 євро
Suolo e Salute, Італія	Замовник повинен заповнити форму на сайті, щоб отримати визначення ціни сертифікації та інспекції. Існує фіксований збір у розмірі 80 євро/рік
LaCon, Німеччина	560 євро/день + адміністративні та транспортні витрати
Bioagricert, Італія	Річний внесок: 190–360 євро/рік + 2–60 євро/га залежно від типу вирощуваних культур
ЕТКО, Туреччина	240 євро/день, вартість варіюється залежно від розміру

с. 99]. Це значно розширить маркетингові канали збуту готової продукції. Що стосується розвитку органічного фермерства, то його засади полягають, як зазначалося, у використанні механізмів обслуговуючої кооперації, інтеграції, товарного кредитування.

Великі аграрні підприємства та агрохолдинги мають змогу диверсифікувати виробництво, виокремивши в його структурі органічний сегмент та підтримуючи його на етапі становлення за рахунок інших підрозділів спеціалізації. За наявності суттєвих економічних вигод вони можуть повністю перейти на нього, поетапно вводячи нові потужності та зосереджуючись на стратегічних культурах традиційної спеціалізації — зернових, соняшнику, цукровому буряку, галузях городництва, овочівництва, баштанництва, садівництва [9, с. 127]. Така діяльність сприятиме диверсифікації аграрного виробництва, утвердженню соціальної справедливості та відповідальності при веденні великого агробізнесу, відтворенню сільських територій.

Висновки. Малі аграрні підприємства з виробництвом органічної продукції найбільшою мірою відповідають принципам диверсифікації діяльності. Також вони можуть поглиблювати її на засадах організації сільського зеленого туризму та надання його послуг у комплексі з використанням власних органічних продовольчих та інших ресурсів. Цей висновок стосується також і розвитку та впровадження послуг екологічного (екотуризму), гастрономічного та просвітницько-пізнавального туризму на базі агроформувань. У такому розумінні можна говорити не лише про первинну, але й про вторинну диверсифікацію (на основі первинної) діяльності як запоруку їх конкурентоспроможного й ефективного розвитку, вирішення проблем функціонування сільських територій.

Література

- Бахчиванжи Л. А. Диверсифікація діяльності сільськогосподарських підприємств як стратегія управління соціально-економічним розвитком [Електронний ресурс] / Л. А. Бахчиванжи, О. Ю. Павлова. — Режим доступу : <http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd>.
- Ігнатенко М. М. Управління органічним виробництвом аграрних підприємств на засадах здійснення соціальної відповідальності // Економіка і фінанси : наук. журн. — 2015. — № 12. — С. 4–11.
- Федерація органічного руху в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://organic.com.ua>
- Дудар О. Т. Формування системи органічного агропробництва / О. Т. Дудар // Економіка АПК. — 2012. — № 8. — С. 31–38.
- Богацька Н. М. Диверсифікація діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Н. М. Богацька, С. М. Румянцев. — Режим доступу : http://www.rusnauka.com/4_SWMN_2010/Economics/56841.doc.htm.
- Комліченко О. О. Диверсифікація діяльності сільськогосподарських підприємств як основа підвищення конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / О. О. Комліченко. — Режим доступу : http://www.rusnauka.com/31_PRNT_2010/Economics/73612.doc.htm.
- Мармуль Л.О. Основи органічного виробництва сільськогосподарської продукції: від виробника до споживача / Л.О. Мармуль [М. В. Капштик, Т. П. Кальна-Дубінок, Л. О. Мармуль, О. А. Локутова та ін.] // Органічне виробництво сільськогосподарської продукції : методичні матеріали з дорадництва для с.-г. виробників і населення. Серія 4. — Ніжин, 2012. — 76 с.
- Кваша С. М. Конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції на світовому аграрному ринку / С. М. Кваша, Н. Є. Голомша // Економіка АПК. — 2006. — № 5. — С. 99.
- Перегида Є. Ф. Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств через диверсифікацію виробництва / Є. Ф. Перегида // Біоресурси і природокористування. — 2013. — № 1–2. — С. 124–129.

References

- Bakhchivanzhy, L. A. & Pavlova, O. Yu. (2013). *Dyversyfikatsiia diialnosti silskohospodarskykh pidpriemstv yak stratehiia upravlinnia sotsialno-ekonomichnym rozvytkom* [Diversification of agricultural enterprises as a strategy for management of socio-economic development]. Retrieved from <http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd> (in Ukr.).

2. Ihnatenko, M. M. (2015). *Upravlinnia orhanichnym vyrobnytvom ahrarnykh pidpriemstv na zasadakh zdiisnennia sotsialnoi vidpovidalnosti* [Management of organic production of agrarian enterprises on the basis of social responsibility]. *Ekonomika i finansy*, 12, 4–11 (in Ukr.).

3. *Federatsiya orhanichnogo rukhu v Ukraini*. Retrieved from <http://organic.com.ua> (in Ukr.).

4. Dudar, O. T. (2012). *Formuvannya systemy orhanichnogo ahrovyrobnystva* [Formation of the system of organic agroproduction]. *Ekonomika APK*, 8, 31–38 (in Ukr.).

5. Bohatska, N. M. & Rumyantsev, S. M. (2010). *Dyversyfikatsiia diialnosti pidpriemstva* [Diversification of enterprise activity]. Retrieved from http://www.rusnauka.com/4_SWMN_2010/Economics/56841.doc.htm (in Ukr.).

6. Komlichenko, O. O. (2010). *Dyversyfikatsiia diialnosti silskohospodarskykh pidpriemstv yak osnova pidvyshchennia konkurentospromozhnosti* [Diversification of the activity of ag-

ricultural enterprises as a basis for increasing competitiveness]. Retrieved from http://www.rusnauka.com/31_PRNT_2010/Economics/73612.doc.htm (in Ukr.).

7. Marmul, L. O., Kapshtyk, M. V., Kalna-Dubinyuk, T. P., Lokutova, O. A. et al. (2012). *Osnovy orhanichnogo vyrobnystva silskohospodarskoi produktsii: vid vyrobnyka do spozhyvacha* [Basics of organic production of agricultural products: from producer to consumer]. In «Organic production of agricultural products», 4 (in Ukr.).

8. Kvasha, S. M. & Holomsha, N. Ye. (2006). *Konkurentospromozhnist vitchyznyanoi silskohospodarskoyi produktsiyi na svitovomu ahrarnomu rynku* [Competitiveness of domestic agricultural products in the world agrarian market]. *Ekonomika APK*, 5, 99 (in Ukr.).

9. Perehuda, Ye. F. (2013). *Konkurentospromozhnist vitchyzniano silskohospodarskoi produktsii na svitovomu ahrarnomu rynku* [Increasing the competitiveness of agricultural enterprises through diversification of production]. *Bioresursy i pryrodokorystuvannya*, 5, 124–129 (in Ukr.).

УДК 338.2

Л. О. Мармуль,
В. С. Петренко

СТРАТЕГІЧНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ З ІНОЗЕМНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ В АГРАРНІЙ СФЕРІ ЕКОНОМІКИ

Анотація. Підприємства з іноземними інвестиціями являють собою відносно нову організаційно-соціально-економічну форму міжнародного підприємництва, за якої створюється спільна власність на матеріальні і фінансові ресурси, що використовуються для виконання виробничих, науково-технічних, зовнішньоторговельних та інших функцій. Але при цьому особливості створення аграрних підприємств з іноземними інвестиціями та їх подальше існування не передбачає максимізації прибутків, а може бути чітко спрямоване на стратегічне завоювання частки ринку материнською компанією.

Ключові слова: підприємства з іноземним капіталом, аграрна сфера, симетричний партнер, асиметричний партнер, стратегічне позиціонування.

Summary. Enterprises with foreign investments represent a relatively new organizational and social form of international business, in which the joint ownership of the material and financial resources that are used to carry out production, scientific and technical, foreign trade and other functions is created. But at the same time, the peculiarities of creating joint ventures and their continued existence do not provide for maximization of profits, but may be directly aimed at the strategic conquest of the market share of the parent company.

Key words: enterprises with foreign capital, agrarian sphere, symmetric partner, asymmetric partner, strategic positioning.

Постановка проблеми. Іноземні проекти у аграрній та інших сферах і видах діяльності призначені для досягнення цілей окремих підприємств та колективів: насамперед, залучення додаткових інвестицій, впровадження інновацій, посилення конкурентних позицій на аграрних ринках. Вони можуть бути успішними, коли ефективність колективних результатів перевищує альтернативні витрати, понесені учасниками, і

коли розподіл обох є справедливим. Проте без збалансованих та рівноправних внесків створення підприємств з іноземними інвестиціями є ризикованим, а партнери можуть прагнути до досягнення власних конкурентних цілей на противагу колективним.

Останні статистичні дані показують, що більше двох третин підприємств з іноземними інвестиціями часто ставали неконкurentоспро-

© Л. О. Мармуль, В. С. Петренко, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Мармуль Л. О. Стратегічне позиціонування підприємств з іноземними інвестиціями в аграрній сфері економіки / Л. О. Мармуль, В. С. Петренко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 43–48.

References (APA):

Marmul, L. O., Petrenko, V. S. (2017). *Stratehichne pozycionuvannya pidpriemstv z inozemnyu investytsiiami v ahrarnii sferi ekonomiky* [Strategic position of enterprises with foreign investment in agrarian economic sector]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 43–48 (in Ukr.).

можними саме після створення. Загроза втрати фінансових активів є більш реальною у разі формування таких підприємств між прямими конкурентами. Цілі партнерів у конкурентному підприємстві з іноземними інвестиціями, як правило, перебувають у конфлікті, тому підприємство може стати неконкурентоспроможним і в кінцевому підсумку — ліквідованим. Незважаючи на стратегічні переваги збільшення частки ринку, акціонери переважно негативно реагують на підприємства з конкурентними іноземними інвестиціями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальні аспекти створення та функціонування підприємств з іноземними інвестиціями і стратегічні напрями їхнього розвитку досліджувались у роботах вітчизняних та зарубіжних науковців: С. Беляєвої, О. Вартанової, І. Ігнатєвої, К. Іскави, С. Кваші, Н. Рунчевої. Незважаючи на те, що вже досить велику кількість публікацій, статей та інших дослідницьких робіт присвячено особливостям роботи підприємств такого типу, їхньому стратегічному позиціонуванню на аграрних ринках приділено мало уваги. Недостатньо відображеними залишаються проблеми створення аграрних підприємств з іноземними інвестиціями асиметричними партнерами. Це потребує їх поглибленого вивчення, виявлення особливостей та узагальнення результатів.

Метою статті є виявлення особливостей стратегічного позиціонування підприємств з іноземними інвестиціями на аграрних ринках та механізмів їх формування на засадах асиметричного партнерства як найбільш ефективного для сучасного етапу розвитку агросфери.

Виклад основного матеріалу дослідження. При створенні аграрних підприємств з іноземними інвестиціями батьківські компанії відіграють провідну роль у ефективній і конкурентоспроможній діяльності. Коли партнери подібні, ці підприємства мають спрощену форму утворення чи злиття, оскільки асиметрія інформації менша, а «ex ante» та «ex post facto»-витрати будуть мінімальними. Оскільки підприємство з іноземними інвестиціями між конкурентами є неефективною та ризикованою структурою управління стосовно злиття, що становить загрозу втрати власних активів, інвестори можуть покарати венчурних партнерів, оскільки їх управління вважається неефективним. Це відображено тим, що акціонери будуть реагувати менш сприятливо на підприємства з іноземними інвестиціями, створювані між конкурентами.

Реакція ринку на створення підприємств з іноземними інвестиціями залежить від відносин партнерів у певному підприємстві. Співробітництво партнера із підприємством з іноземними інвестиціями позитивно впливає на збільшення прибутку. Партнер, який вже веде бізнес у галузях, пов'язаних із діяльністю підприємства з іноземними інвестиціями, матиме більше можливостей для підвищення конкурентоспроможності за допомогою змови або підвищення ефективності. У процесі створення підприємств з іноземними інвестиціями засобами злиття та поглинання вони зосереджували увагу лише на відносинах одного з партнерів із цим підприємством, ігноруючи відносини іншого партнера з ним.

Таким чином, підприємства з іноземними інвестиціями підтримують систему управління, яка складається з декількох сторін, тобто більше однієї незалежної компанії. Таким чином, потенціал партнера для отримання економічної вигоди від утворення аграрного підприємств з іноземними інвестиціями також впливає на те, яку політику, мету або місію обирає інший партнер. Тобто позиція кожного партнера у його складі стає обмеженням для іншого партнера у процесі реалізації власних індивідуальних інтересів. Це визначає зміст асиметричного партнерства (рис. 1).

Підприємства з іноземними інвестиціями як організаційно-правова форма господарювання в агросфері є стратегічним кроком для посилення конкурентоспроможності за рахунок використання додаткових переваг кожного партнера або отримання доступу до активів іншого партнера. Коли партнери у аграрному підприємстві з іноземним капіталом симетрично пов'язані (див. рис. 1) між собою та з ним, воно є прибутковим для обох партнерів через значні синергічні виго-



Рис. 1. Зв'язок аграрних підприємств з іноземними інвестиціями із засновниками за типом симетричного та асиметричного партнерства

ди, які кожен може отримати від пов'язаних сторін. Відповідно, очікується посилення суперництва між партнерами у симетрично пов'язаному підприємстві з іноземними інвестиціями, ніж у асиметричному партнерстві.

Отже, жодний партнер у такому випадку не пов'язаний з підприємством з іноземними інвестиціями, і обидва партнери хочуть використати його як платформу для переходу на нову територію (рівень) агробізнесу. Симетрично пов'язані партнери також мають можливість легко вбирати будь-які потенційні вигоди від цього підприємства та їх партнерів, оскільки вони вже мають базовий рівень знань у подібних сферах. Асиметрично пов'язане підприємство з іноземними інвестиціями, швидше за все, зіткнеться з ризиками транзакцій через труднощі в управлінні та моніторингу поведінки і намірів партнерів.

З іншого боку, коли партнер є тісно пов'язаний із підприємством з іноземними інвестиціями, але іншого партнера немає, пов'язаний партнер позитивно сприймає економічний потенціал у цьому підприємстві. Оскільки пов'язані партнери вже мають необхідний досвід у подібних сферах і більш високий рівень поглинальної спроможності, вони можуть легко зрозуміти та усвідомити результати власної діяльності на шляху до своїх стратегічних цілей.

Через відсутність посередників незв'язаним партнерам буде складно використати результати підприємницької діяльності щодо вдосконалення своєї компетенції. Засновники в асиметрично пов'язаному підприємстві з іноземними інвестиціями мають досвід для покращення своїх знань через спільні дії. Крім того, пов'язаний партнер краще здатний координувати місцеві тактичні господарські операції та бізнес-процеси в цьому підприємстві з його основними стратегічними цілями. Це дозволяє збільшити вилучення прибутку від підприємств з іноземними інвестиціями [1, с. 79].

У асиметрично пов'язаному підприємстві з іноземними інвестиціями партнер стикається з меншою загрозою втратити своє конкретне специфічне «ноу-хау» іншому партнерові. Не пов'язаний з партнером учасник підприємства з іноземними інвестиціями не має труднощів у визначенні та асиміляції знань інших партнерів через інформаційну асиметрію, що також спрощується ефективним моніторингом спільних бізнес-процесів. Однак інвестиції незв'язаного партнера в асиметрично пов'язаному аграрному підприємстві з іноземними інвестиціями будуть сприйматися інвесторами менш цінними, оскільки поточні операції є менш сумісними з тими, які існують у цьому підприємстві. Тому більш сприятливими є ринкові реакції щодо пов'язаних партнерів на асиметрично пов'язані підприємства з іноземними інвестиціями.

Більшість акціонерів сприймають підприємство з іноземними інвестиціями у негативному світлі, коли головний внесок партнера полягає в конкретному «ноу-хау» чи технології. Глобальні дослідження показують високий ступінь небезпеки транзакції, коли вони передбачають обмін технологіями чи конкретним «ноу-хау». Технологічні операції можуть бути проблематичними через труднощі у виявленні та ідентифікації обмінюваної інформації та побоювань опортунізму, що виникають внаслідок поганого моніторингу.

Аграрне підприємство з іноземними інвестиціями, яке займається використанням конкретного «ноу-хау» або технологій, потребує контакту з відповідними фахівцями для обміну інформацією і навичками, оскільки такі активи не можуть бути легко кодифіковані. Технологічні аграрні підприємства з іноземними інвестиціями отримують вищі транзакційні витрати, ніж нетехнологічні підприємства. Це проявляється у визначенні й переданні технології та моніторингу зовнішньої поведінки протилежних партнерів, щоб запобігти непередбачуваному призначенню.

Партнер, який володіє «ноу-хау», неохоче дає велику інформацію щодо технології, тим самим уникаючи розголошення технології безкоштовно. Очікуючи, що власник технології не буде повністю розкривати необхідну інформацію, інший партнер може недооцінювати його внесок в технологію. Таким чином, власник технології не буде однаково визнаний у механізмах корпоративного розподілу капіталу в аграрному підприємстві з іноземними інвестиціями. Це ситуація інформаційної асиметрії, яка спричиняє нечесні стосунки між партнерами.

Навіть за умов чесних стосунків, технології може бути властива небезпека втрати конкурентних переваг через легке залучення «ноу-хау» іншими партнерами. М. Портер стверджує, що підприємства з іноземними інвестиціями із залученням технологій переважають через те, що їх поведінка викликає несподівані витрати реплікуючих конкретних активів від одного партнера до іншого. Таким чином, можна створити нових конкурентів або зміцнити існуючих [2, с. 271].

Японські фірми часто критикують за їх приховані наміри привласнити корпоративне «ноу-хау» на підприємстві з іноземними інвестиціями. У той же час вони мають схильність до навчання від інших, і деякі дослідники вважають проблематичним те, що японські фірми, як правило, швидко вивчають основні навички своїх партнерів. Критикуючи такі підприємства Японії як частину імпліцитної японської стратегії щодо доступу до конкурентних переваг фірм, японські фірми також планують збільшити прибутки, які вони витягують із підприємства з іноземними інвестиціями, і залишають стратегічного партнера ще в гіршому фінансовому становищі [3, с. 105].

Попередні дослідження також показують, що залучення технологій стає основним визначальним чинником структури управління в союзах; наприклад альянси, що засновані на принципах управління на основі акціонерного капіталу за принципом несправедливого управління, коли технологія бере участь у їх операціях. Через високі витрати на управління та контроль аграрне підприємство з іноземними інвестиціями розглядатиметься як неефективна структура управління капіталу партнера, що забезпечує необхідні технології. Відповідно, ризик розвитку цих підприємств буде відображений у ринковій оцінці таких підприємств. На аграрному підприємстві з іноземними інвестиціями, що не враховує технології, партнери менш імовірно зазнають таких транзакційних витрат і ризиків, тому що обсяг операцій та межі асигнувань можна більш чітко визначити. Порівняно легко оцінити внесок партнерів та контролювати їх поведінку, коли підприємства з іноземними інвестиціями не вимагають технологічних обмінів.

Припускаючи обмежену раціональність, неможливо договірно визначити всі можливі випадки, пов'язані з управлінням аграрних підприємств з іноземними інвестиціями. Насправді, формальний контракт часто включає лише мінімальний набір зобов'язань. Проблема в таких підприємствах полягає в тому, що суперництво в межах цього може стимулювати економічно ефективну поведінку, коли правильний курс дій, враховуючи статут підприємства, є неоднозначним. Тому життєздатність підприємства з іноземними інвестиціями залежить від того, наскільки добре партнери дотримуються своїх зобов'язань.

Найкращим і найменш дорогим способом управління в аграрних підприємствах з іноземними інвестиціями цілком може бути довіра та взаємне зобов'язання, що пом'якшує ризик можливих дій. Довіра та зобов'язання у таких підприємствах посилюються шляхом взаєморозуміння партнерів щодо їх поведінкових схильностей. Найбільша занепокоєність компаній, що входять до альянсів, — це передбачуваність поведінки своїх партнерів. Кооперативні відносини, як правило, більш довірливі, якщо партнери були піддані один одному в попередніх взаємовідносинах.

Теоретики вартості транзакції показали, що важливим наслідком повторних операцій між фірмами є надзвичайна ситуація взаємної довіри, яка зобов'язує партнерів вести себе лояльно. У той же час очікування майбутнього обміну забезпечують найкраще співробітництво, оскільки можливий штраф у майбутніх операціях дисциплінує поточну поведінку партнерів. Тобто некоректна поведінка партнера в одній точці буде каратися в контексті інших договорів у майбутньому.

Крім того, аграрний ринок, керуючись міжнародним законодавством, покарає фірми, відомі

як опортуністичні, вибираючи їх у майбутніх операціях, тобто «довірою на основі стримування» чи «довірою на основі запобігання», яка виникає через повторні транзакції, тому що ненадійна поведінка партнера може призвести до дорогих санкцій, які перевищують будь-яку потенційну вигоду від опортуністичної поведінки, наприклад, втрату повторного бізнесу з тими ж чи іншими фірмами та втрату репутації. Повторні транзакції також дозволяють партнерам розвивати «довіру на основі знань», тобто партнери вивчають один одного та розвивають довіру щодо норм справедливості.

Попередні дослідження показують, що фірми створюють корпоративні відносини на основі вбудованих, щільних соціальних мереж і покладаються більше на соціальний, реляційний контроль, ніж формальний, явний контроль в управлінні співробітництвом. Інформація про поведінку фірми з минулих угод допомагає вибрати партнерів аграрного підприємства з іноземними інвестиціями та більш ефективно вирівняти корпоративні відносини.

Підприємство з іноземними інвестиціями, засноване на довірі, побудований на повторних операціях, є менш дорогим для управління через полегшення координації та зниження витрат на моніторинг. Згідно з тією ж логікою, існують емпіричні докази того, що підприємства з іноземними інвестиціями між партнерами з попередніми відносинами залишаються більш стабільними та успішними, ніж такі ж підприємства серед незнайомих партнерів. Зважаючи на низький ризик опортунізму та високі шанси на успіх, ми припускаємо, що акціонери оцінять аграрні підприємства з іноземними інвестиціями більш сприятливо, коли вони будуть повторюватися між тими ж партнерами із часом [4, с. 40].

Управлінські стимули в діяльності підприємств з іноземними інвестиціями, на відміну від злиття та поглинання, не вимагають голосування акціонерами, здебільшого, рішення приймається керівництвом. Безпосередня діяльність акціонерів у цих підприємствах спрямована на корпоративний контроль, який необхідний для співвідношення своїх інтересів з інтересами керівників, оскільки вони є максимізаторами управлінських витрат і не обов'язково діють в інтересах акціонерів. Акціонери, у свою чергу, прагнуть максимізувати рентабельність інвестицій завдяки максимальній ефективній діяльності фірми, але керівники максимізують функцію корисності, яка має центральну складову виробництва, енергетичну безпеку і статус, що вимагає максимізації розміру та різноманітності компанії.

Керівники та акціонери також відрізняються у ставленні до ризиків. Акціонери, швидше за все, будуть більш гостро реагувати, ніж керівники, на

економічні проблеми аграрних підприємств з іноземними інвестиціями, оскільки вони ризикують своїми вкладами і не можуть диверсифікувати свою зайнятість. Таким чином, такі управлінські відносини призводять до суперечливих інтересів між керівниками та акціонерами цих підприємств. Якщо акціонери зможуть контролювати інвестиційні рішення керівників аграрних підприємств з іноземними інвестиціями, які знижують доход акціонерів, то вони отримують управлінські переваги в діяльності цих аграрних підприємств.

Проте інформаційна асиметрія, що впливає з обмеженої раціональності та невизначеності у прийнятті управлінських рішень, часто ускладнює і збільшує витрати на моніторинг та контроль діяльності керівників. Їх рішення розглядаються широким колом акціонерів. Коли стратегічні рішення керівників відповідають інтересам акціонерів аграрних підприємств з іноземними інвестиціями, вони отримують винагороду [5, с. 265].

Ефективність зовнішнього контролю за прийняттям управлінських рішень систематично коливається в різних фірмах залежно від рівня концентрації акцій. Недавнє зростання інституційних фондів у корпораціях полегшило акціонерам координування своїх дій та отримання доступу до внутрішньої інформації. Фондова концентрація інституціональних власників означає, що інформаційна асиметрія низька, здатність акціонерів вилучати керівну команду є високою, і менеджери, ймовірно, будуть схильні до стратегій, які зацікавлені у акціонерах.

Збільшення обсягів торгівлі на біржах фінансовими інструментами та більш високі показники обігу портфелів інституційних інвестицій є загрозою корпоративному управлінню. Поглинання може відбутися внаслідок того, що інституційні власники звільняють великі пакети акцій, якщо інвестиційні рішення керівників не узгоджуються з інтересами акціонерів. Фондова концентрація стає джерелом влади для дисципліни управління командами.

Натомість у розподіленій власності, на відміну від акційної, витрачання коштів на моніторинг покращує ефективність управління аграрних підприємств з іноземними інвестиціями, уникаючи дублювання. Таким чином, ми припускаємо, що чим більша частка інституційних фондів, тим більше в діяльності аграрних підприємств з іноземними інвестиціями є дотримання орієнтації акціонерів на ефективність діяльності партнера [6, с. 303].

Теорія посередництва передбачає, що коли керівники отримують винагороду на основі прибутковості, їхні стратегічні рішення, швидше за все, узгоджуються з максимізацією прибутків акціонерів. Управління акціями є най-

більш ефективним інструментом стримування для акціонерів, які оцінюють ринкову вартість фінансового активу, а внутрішня вартість на них допомагає узгоджувати інтереси акціонерів з урахуванням рішень щодо злиття. Це впливає на ступінь накопичення фінансових ресурсів САП і як правило, доповнює вплив зовнішніх фінансових факторів на результати діяльності компаній. Навіть коли фінансові запаси є дифузними, керівники з акційною компенсацією впроваджують фінансові стратегії, які максимізують доход акціонерів, щоб збільшити свій власний доход [7, с. 65].

Тому ми припускаємо, що акціонери будуть реагувати більш сприятливо на аграрні підприємства з іноземними інвестиціями, коли керівники мають акційну компенсацію, оскільки акціонери розглядають цей фактор як стратегічну альтернативу для максимізації їхньої прибутковості. Поряд із відносинами між акціонерами та керівництвом у материнських компаніях існує проблема представництва у таких підприємствах. Вони виникають внаслідок трудових відносин між керівниками, які покладаються на нього, та їхніми материнськими організаціями. Аграрним підприємством з іноземними інвестиціями, як правило, керує окрема команда управлінців, яка складається, головним чином, з менеджерів зв'язку, відправлених від материнських компаній.

Ця структура управління створює трудові відносини, які відображають основну структуру аграрних підприємств з іноземними інвестиціями, і мають різні цілі та ставлення до ризику. Існує значна взаємозалежність між такими підприємствами та акціонерами (засновниками). При цьому рішення про інноваційно-інвестиційну діяльність безпосередньо впливають на загальні витрати та доходи материнських компаній. Менеджери підприємства з іноземними інвестиціями часто переслідують цілі, які відрізняються від тих, що стоять перед материнськими компаніями. Це призводить до проблем з оптимізацією.

Висновок. Таким чином, аграрні підприємства з іноземними інвестиціями, засновані на загальних засадах асиметричного партнерства, мають певні переваги щодо сприйняття та управління акціонерами виробничим процесом, оскільки асиметричні партнери вже мають необхідний досвід у аграрній сфері і зможуть легко розглянути й усвідомити результати діяльності підприємств з іноземними інвестиціями на шляху до своїх стратегічних цілей. Аграрні підприємства з іноземними інвестиціями, засновані на принципах асиметричного партнерства, є складнішими в управлінні через належність до різних сфер виробництва та наявність посередників, але без них

незв'язаним партнерам складно працювати після створення підприємства.

Література

1. Беяева С. В. Методика визначення конкурентоспроможності підприємства (теоретичний аспект) / С. В. Беяева, Т. Л. Зубко // Інноваційна економіка. — 2013. — Т. 6. — С. 77–81.
2. Портер М. Конкурентна стратегія. Методика аналізу галузей і конкурентів / М. Портер. — М. : Альпіна Букс, 2005. — 454 с
3. Исикава К. Японские методы управления качеством : сокращ. пер. с англ. / К. Исикава ; пер. : А. А. Молчанов, Л. И. Павлов ; ред. А. В. Гличев. — Москва : Экономика, 1988. — 15 с. : ил.
4. Кваша С. М. Стан та тенденції розвитку сільського господарства країн-членів Європейського Союзу / С. М. Кваша, К. С. Кваша. — К. : ННЦ ІАЕ, 2013. — 40 с.
5. Ігнат'єва І. А. Корпоративне управління : підручник / І. А. Ігнат'єва, О. І. Гарафонова. — К. : Центр учбової літератури, 2013. — 600 с.
6. Рунчева Н. В. Стратегічні причини конкурентні переваги створення великих корпоративних підприємств / Н. В. Рунчева, А. С. Бритвенко // Гуманітарні студії НАКККіМ-2017 : матеріали Міжнародної науково-теоретичної конференції (Київ, 23 листопада 2017 р.). — К. : НАКККіМ, 2017. — С. 302–304.
7. Вартанова О. В. Компетенція підприємства у стратегічному управлінні підприємством: формування і розвиток : [монографія] / О. В. Вартанова. — Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2012. — 340 с.

References

1. Byelyayeva, S. V. (2013). *Metodyka vyznachennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva (teoretychnyy aspekt)* [Methodology for determining the competitiveness of the enterprise (theoretical aspect)]. *Innovatsiyna ekonomika*, 6, 77–81 (in Ukr.).
2. Porter, M. (2005). *Konkurentnaya stratehiya. Metodyka analiza otrasley y konkurentov* [Competitive strategy: An analysis of industries and competitors]. Moscow, Al'pina Buks Publ. (in Russ.).
3. Ysykava, K. (2008). *Yaponskiye metody upravleniyya kachestvom* [Japanese methods of quality management]. Moscow, Ekonomika Publ. (in Russ.).
4. Kvasha, S. M. (2013). *Stan ta tendentsii rozvytku silskoho hospodarstva krain-chleniv Yevropeiskoho Soiuzu* [State and trends of agricultural development in the European Union member states]. Kyiv, NNTS IAE Publ. (in Ukr.).
5. Ihnatyeva, I. A. (2013). *Korporatyvne upravlinnya* [Corporate governance]. Kyiv, Tsentru uchbovoyi literatury Publ. (in Ukr.).
6. Runcheva, N. V. & Brytvienko, A. S. (2017). *Stratehichni prychny y konkurentni perevahy stvorenniya velykykh korporatyvnykh pidpryyemstv* [Strategic reasons and competitive advantages of creation of large corporate enterprises]. Materials of the International Scientific and Theoretical Conference «Humanities Studies NACKKiM-2017» (Kyiv, November 23, 2017). Kyiv, NACKKiM Publ., 302–304 (in Ukr.).
7. Vartanova, O. V. (2012). *Kompetentsiya pidpryyemstva u stratehichnomu upravlinni pidpryyemstvom: formuvannya i rozvytok* [Competence of the enterprise in the strategic management of the enterprise: formation and development]. Luhansk, SNU im. V. Dalya Publ. (in Ukr.).

УДК 338.439.02

К. А. Пилипенко

ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗМІЦНЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ

Анотація. Розглянуто необхідність та перспективність органічного виробництва. Визначено основні пріоритети виробництва органічної продукції, що позитивно впливає як на здоров'я людей, так і на зміцнення продовольчої безпеки країни. Доведено, що у сучасних умовах господарювання виникає необхідність у забезпеченні виробництва екологічно безпечної продукції, яка б відповідала міжнародним вимогам, підтверджувалася відповідними сертифікатами міжнародного зразка з метою виходу продукції на нові ринки збуту.

Ключові слова: органічна сільськогосподарська продукція, органічне виробництво, продовольча безпека, сертифікація органічного виробництва, екологічно безпечне виробництво.

Summary. A necessity and perspective of organic production are considered. Basic priorities of production of organic goods, that positively influences as on a health people so on strengthening of food safety of country, are certain. It is well-proven that in the modern terms of menage there is a necessity for providing of production ecologically of safe products that would answer international requirements, confirmed by the corresponding certificates of international standard on the aim of product output to the new markets of sale.

© К. А. Пилипенко, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Пилипенко К. А. Органічне виробництво як інструмент зміцнення продовольчої безпеки / К. А. Пилипенко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 48–52.

References (APA):

Pylypenko, K. A. (2017). *Orhanichne vyrobnytstvo yak instrument zmitsnennia prodovolchoi bezpeky* [Organic manufacturing as a tool for food security]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 48–52 (in Ukr.).

Key words: *organic agricultural produce, organic production, food safety, certification organic production, ecologically safe production.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання виникає необхідність у забезпеченні виробництва екологічно безпечної продукції, яка б відповідала міжнародним вимогам, підтверджувалася відповідними сертифікатами. Оскільки виробництво органічної продукції є складовою частиною сталого розвитку аграрного, його розвиток передбачає поєднання захисту довкілля, економічного зростання і соціального розвитку держави, що гарантуватиме населенню високу якість продукції як важливої складової продовольчої безпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню питань органічного виробництва як інструменту зміцнення продовольчої безпеки приділено чимало уваги в працях таких вітчизняних і зарубіжних дослідників, як Л. О. Мармуть, Н. П. Новак [1], А. С. Сахненко [2], В. І. Ткачук, В. І. Яремова [3], М. М. Федоров, О. В. Ходаківська, С. Г. Корчинська. [4], К. С. Москаленко [6] та ін. У різних галузях науки зарубіжні вчені акцентують увагу на дослідженні впливу субсидій у Європейському Союзі на розвиток органічного сільського господарства і розглядають підприємництво в органічному виробництві як стимул для сталого розвитку сільських територій.

Незважаючи на вагомість наукових досліджень, наукове обґрунтування сутності практичних кроків щодо інтенсивного розвитку органічного сільськогосподарського виробництва залишається актуальним.

Мета статті — дослідити сучасний стан виробництва органічної продукції, окреслити перспективи розвитку органічного виробництва, виявити фактори стримування розвитку виробництва органічних продуктів, запропонувати заходи державного стимулювання виробництва органічної продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останніми роками серед населення планети спостерігається збільшення споживання органічної продукції, що позитивно впливає як на здоров'я людей, так і на зміцнення продовольчої безпеки. Інструментами зміцнення продовольчої безпеки є виробництво органічних продуктів з матеріалів, виготовлених органічним сільським господарством та з використанням сучасних органічних методів сільського господарства відповідно до стандартів органічного виробництва.

До природних методів у органічному сільському господарстві, які сприяють розвитку доброго ґрунту та вирощуванню здорових культур, відносяться добре продумані сівозміни, заохочення природних хижаків, що у результаті впливає на вироблення природної стійкості до шкідників та

хвороб. Слід зазначити, що під органічним сільським господарством слід розуміти спосіб землеробства, за яким особлива увага приділяється природі з найменшим впливом хімічних речовин на землі, наприклад, добрив, які можуть забруднювати водні шляхи.

Як правило, органічні продукти на 50–100 % дорожче, ніж звичайні. Це пов'язано з нижчою врожайністю органічних сільськогосподарських культур, на яку погоджуються фермери. До того ж органічне виробництво є дрібнотоварним бізнесом. Останнім часом органічний рух поширився навіть на міста. Так, модним трендом стало вирощування органічних плодів і овочів на невеликих прибудинкових ділянках і навіть балконах, терасах, дахах будинків.

У мережах торгівлі і громадського харчування на Заході та в інших передових країнах світу вже функціонують органічні супермаркети або відповідні відділи в них; меню з переліком страв із органічних продуктів пропонують кафе і ресторани; перехід до органічних продуктів з молока задекларував МакДональдз у Великобританії.

Необхідно зазначити, що подібні тенденції набувають дедалі більшого поширення в Україні. Органічне виробництво, за офіційними статистичними даними, здійснюють 164 сільськогосподарські підприємства на загальній площі понад 272,85 тис. га. Однак, щодо загальної кількості агроформувань, це дуже мало і становить лише 0,29 %, а щодо загальної площі сільськогосподарських угідь — 0,66 %. Торгівля органічними харчовими продуктами і заклади громадського харчування з їх споживанням концентруються переважно у столиці — м. Київ та у великих містах-мільонерах або промислових центрах [1].

Отже, сьогодні населення планети особливу увагу приділяє споживанню органічної їжі, вирощеної у органічному сільському господарстві, а збільшення її виробництва сільськогосподарськими підприємствами забезпечує продовольчу безпеку.

Продовольча безпека включає такі складові: забезпечення обсягів продовольства у достатній кількості; цінова і територіальна доступність харчових продуктів для всіх верств населення. За будь-яких умов воно має бути забезпечене необхідним обсягом та асортиментом продуктів харчування відповідної якості.

Таким чином, розвиток органічного виробництва безпосередньо сприяє вирішенню проблеми продовольчої безпеки, сутність якої полягає в забезпеченні такого соціально-економічного та екологічного стану в країні, за якого всі її громадяни стабільно забезпечені безпечним і якісним

продовольством в необхідній кількості та асортименті. Враховуючи виняткове значення органічного виробництва для продовольчої безпеки держави, питання активізації процесу забезпечення екологічної спрямованості аграрного виробництва, його подальшого розвитку належить до стратегічних завдань держави і потребує нових шляхів нарощування темпів виробництва органічної продукції, застосування екологічно безпечних та технологій енергозбереження в сільському господарстві, широкого впровадження інноваційних розробок, здатних мінімізувати негативний вплив виробництва й переробки продукції на навколишнє природне середовище [2].

Ефективність впровадження органічного виробництва базується на:

- екологізації технологій вирощування;
- скороченні втрат поживних речовин у ґрунті;
- зменшенні хімічного навантаження за рахунок використання екологічно безпечних добрив;
- використанні технологій утилізації відходів виробництва;
- використанні науково-обґрунтованих сівозмін;
- впровадженні природоохоронних розробок: утилізації або знешкодженні відходів; зменшенні кількості шкідливих викидів підприємств у повітря чи водні джерела з метою запобігання надмірного антропогенного тиску на довкілля, використанні сучасних технологій уловлення, фільтрації та абсорбції шкідливих речовин [3].

Українські виробники екологічно сертифікованої продукції у 2014 році пролобіювали розгляд Закону України «Про стандартизацію» [4], який обмежує можливість використання термінів «еко», «натур», «біо», «органік» без наявності сертифікату якості. Однак цей закон недопрацьований, і недобросовісні товаровиробники й досі мають можливість для певних маневрів.

За вказаним законом передбачалось, що продукція пройде сертифікацію, або виробник зніме марку якості. Сьогоднішня тенденція свідчить про те, що товаровиробники використовують вищеперераховані приставки як частину маркетингового ходу, і ніякого якісного значення вони не несуть. Наприклад, мережа кафе «Франсуа.иа» прикрасила пакети для їжі позначкою «еко», але на їх сайті екологічного сертифікату немає, а згідно із Законом України «Про стандартизацію» така позначка заборонена (використовувати можна лише «органік» і лише за наявності сертифікату).

Однак є мережі магазинів, які спеціалізуються на органічних товарах. Наприклад, в мережі супермаркетів «Сільпо» є спеціальні відділи, де продається лише органічна продукція. Популярністю користується також «Еко-лавка», але далеко не вся продукція, яка там знаходиться, має відповідний сертифікат якості.

У Франції екологічна сертифікація сільськогосподарської продукції заснована на законодавчих засадах з 1960 р., на її основі введені еко-маркування як за видами продукції, так і за групами виробників або спілок виробників. Основні правила екологічної сертифікації Франції складаються у такому:

- дотримання положення для споживачів проводити контроль рівня екологічності продукції;
- обов'язковий склад органу, який видає екологічні сертифікати, зі споживачів і представників суспільних організацій із захисту навколишнього середовища;
- відповідність всього життєвого циклу продукції отриманому екологічному сертифікату;
- економічна зацікавленість виробника створювати екологічно чисті продукти.

У Німеччині робота з екологічною сертифікацією почалася з 1974 р. А у 1993 р. була прийнята Директива ЄС, що визнала значні переваги екологічно сертифікованої продукції, що постачається на ринок, над тією, що не отримала відповідного екологічного маркування. Таким чином, необхідно запропонувати такі шляхи покращення роботи законодавства:

- 1) удосконалення законодавчої бази з регулювання управління якістю і безпеки продукції підприємств;
- 2) зробити процедури екологічної стандартизації і сертифікації обов'язковими;
- 3) покращити обслуговування споживачів за рахунок регламентування їх відносин з товаровиробниками;
- 4) удосконалення цінової політики.

Отже, на основі виявлених недоліків та проблем екологічної стандартизації та сертифікації в Україні доцільним є повна імплементація нормативно-правових актів за європейським аналогом. Також необхідним є прийняття на законодавчому рівні примусового проходження процедури екологічної стандартизації і сертифікації продукції та контролю за її достовірністю. Таким чином, прийняття повного пакету нормативно-правових актів слугуватиме формуванню ефективної законодавчої бази європейського рівня і створенню реального правового поля для забезпечення рівних умов функціонування суб'єктів господарювання органічного напрямку, що у свою чергу буде сприяти підвищенню рівня екологічної безпеки країни та здоров'я нації, включаючи майбутнє покоління [5].

У країні спостерігаються певні труднощі із сертифікацією органічних підприємств і продукції, її стандартизацією та маркуванням через недостатню кількість відповідних центрів контролю і сертифікації. Також відсутня офіційно затверджена процедура сертифікації. Відомо, що органічне

землеробство ґрунтується на використанні та відтворенні природної родючості ґрунтів. Дозволяється застосовувати тільки добрива органічного походження, біологічні засоби захисту рослин, не дозволяється використовувати генномодифіковані організми. У органічному тваринництві заборонено застосовувати гормони, стимулятори росту, антибіотики. У лікуванні тварин провідне місце займає профілактика захворювань, гомеопатичні препарати.

Власні органічні харчові продукти мають високі смакові й поживні якості, не містять шкідливих домішок і сполук, ГМО, алергенних компонентів, синтетичних ароматизаторів та консервантів у переробленому виді. Вони позитивно впливають на здоров'я й організм людини, сприяють активній розумовій та фізичній активності, продовженню тривалості життя загалом. Особливо важливо органічні продукти вживати дітям і молоді. Адже саме у такому віці формуються всі системи людського організму та закладаються основи здоров'я [1].

В Україні у 2015 році було видано більше 200 сертифікатів на виробництво екотоварів. Справедливо відмітити, що ціна сертифікації в різних сертифікаційних структурах різна, але в Україні їх нараховується менше десяти. У Європі вартість сертифіката становить від 10 тис. грн. до 340 тис. грн., в залежності від обсягу виробництва і кількості найменувань продукції. Для його отримання фермеру необхідно пройти низку процедур.

Основними проблемами, які супроводжують розвиток органічного виробництва в Україні, визначено: обґрунтування їх виробничої спеціалізації та/або ринкової ніші; забезпечення реалізації виробленої продукції й розширення маркетингових каналів збуту; одержання фінансово-інвестиційних засобів на розвиток виробництва. Необхідно зазначити, що суспільство надсилає запит на всі види органічної продукції, тому спеціалізація на її виробництві може визначатися, насамперед, наявним ресурсним потенціалом органічних підприємств і ферм, а також господарськими міркуваннями їх власників, керівників або фахівців. Так, згідно з експертними оцінками, вітчизняний ринок органічних ягід зростає на 2–3 % щорічно, а його обсяги становлять 200 тис. дол., або 180–190 тис. т ягідної продукції. При цьому ягідний ринок в Європі настільки розвинений, що площі під ягідники вже лімітовані. Тому обсяги поставок органічних угідь з України є, практично, не обмеженими.

Проте в умовах нестачі власних фінансових коштів і за відсутності державної та місцевої бюджетної підтримки перевага, як правило, віддається більш рентабельним видам діяльності. Значною мірою це може бути виробництво продукції, яка не потребує великого земельного банку та

високовартісних машин, а отже, великих капіталовкладень, ексклюзивної продукції або нішевих високомаржинальних культур. Його робить або великий ринковий попит при обмеженій пропозиції в регіоні розміщення чи в інших регіонах, або виняткові маркетингові канали реалізації органічних продовольчих товарів. Наприклад, згідно з аналізом вітчизняного та європейського аграрних ринків, їхні обсяги є необмеженими відносно до органічних ягід, а також кісточкових культур, насіння льону, технічних конопель тощо. Першу тезу підтверджує діяльність органічного сільськогосподарського підприємства Small Fruit у Київській області, яке спеціалізується на вирощуванні ягід і кісточковому садівництві.

Маючи у 2008 році початкові обсяги земельних угідь площею 12 га, які не використовувались у сільськогосподарському обігу протягом 11 років, підприємство вирощувало органічну полуницю, малину й ожину, а також персики і кизил, було сертифіковане у 2014 році до одержання першого промислового врожаю, розпочавши процедури сертифікації у 2013 році. У 2015 році воно було здатне вирощувати 0,5 млн. од. органічних саджанців малини для реалізації іншим товаровиробникам і одержало контракт на поставку 1 тис. т замороженої малини в країні ЄС. У структурі насаджень Small Fruit 3 га відведено під суницю, 6 — під малину, 5 га — під ожину. На умовах оренди 3 га планується розширити насадження малини. Перспективним є вирощування червоної смородини (порічок) й агрусу. Таким чином, підприємство демонструє нетиповий підхід до стратегії реалізації продукції. Якщо більшість вітчизняних органічних підприємств орієнтовані на внутрішній аграрний ринок, то аналізоване — на європейський [1].

Офіційні статистичні огляди підтверджують, що якщо в 2002 р. в Україні було зареєстровано 31 господарство, що отримало статус «органічного», то в 2016 р. нараховувалось вже 360 сертифікованих органічних господарств, а загальна площа сільськогосподарських угідь, на яких ведеться органічне виробництво, склала 411,2 тис. га; у табл. 2 наведено загальні площі сільськогосподарських угідь та кількість органічних господарств в Україні у 2010–2016 рр.

Як видно з даних табл. 1, площа сільськогосподарських угідь за останні 7 років збільшилась на 140 тис. га, відповідно, і кількість господарств зросла на 218 од. Це позитивна динаміка для розвитку органічного виробництва та зміцнення продовольчої безпеки країни.

Стратегія розвитку сільськогосподарського землекористування для органічних господарств в Україні повинна забезпечити створення ефективної системи управління раціональним і ефективним використанням землі в якості виробничого ресурсу і активу шляхом створення сприятливих умов для

Загальна площа органічних сільськогосподарських угідь та кількість органічних господарств в Україні, 2010–2016 рр. (узагальнено автором згідно з [4])

Показники	Роки							Відхилення (+, –) 2016 р. до 2010 р.
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Площа, тис. га	270,2	270,3	272,9	393,4	400,7	410,6	411,2	+140
Кількість господарств	142	155	164	175	182	210	360	+218

відкритої і прозорої державної земельної політики, а також запровадження повноцінного ринку земель сільськогосподарського призначення.

Висновки. На сучасному етапі розвитку органічного виробництва необхідно виокремити деякі складові продовольчої безпеки, які мають своє практичне відображення у діяльності багатьох підприємств України. Забезпечуючи достатній обсяг продовольства, цінову і територіальну доступність харчових продуктів для всіх верств населення, виробництво органічної продукції зможе вийти на новий рівень. Воно буде забезпечене необхідним обсягом та асортиментом продуктів харчування відповідної якості.

Подальші наукові розробки удосконалення органічного виробництва, мікрофермерства мають охоплювати інші його напрями. Так, залучення до забезпечення розвитку органічних сільськогосподарських підприємств сільських громад, муніципалітетів, громадських організацій, які функціонують на селі, має також велике значення. Це могло б сприяти зменшенню податкового навантаження на них, рекламі та популяризації органічного виробництва і органічної продукції як вищого прояву соціальної відповідальності у справі підвищення рівня та якості життя населення й відтворення навколишнього середовища.

Крім того, для забезпечення належної продовольчої безпеки органічного виробництва необхідно зауважити, що значну роль у стратегіях його розвитку відіграє кадрове забезпечення. Мова йде про підготовку фахівців з агрономії, захисту рослин, відтворення й збереження природної родючості ґрунтів органічними методами, фахівців з технології заморозки, пакування, зберігання, реалізації органічної продукції, прогнозування споживчих ринків, планування виробництва та управління ним.

Література

1. Мармуль Л. О. Розвиток органічного виробництва в Україні на засадах кооперації [Електронний ресурс] /

Л. О. Мармуль, Н. П. Новак // Економіка АПК. — 2016. — № 9. — С. 26–32. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_ark_2016_9_6.

2. Сахненко А. С. Органічне тваринництво в Україні / А. С. Сахненко // Органічне виробництво і продовольча безпека: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. — Житомир: Полісся, 2015. — С. 199–201.

3. Ткачук В. І. Виробництво органічної продукції як пріоритетний напрям розвитку сільського господарства / В. І. Ткачук, М. І. Яремова // Органічне виробництво і продовольча безпека: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. — Житомир: О. О. Євенок, 2016. — С. 385–390.

4. Федоров М. М. Розвиток органічного виробництва: монографія / М. М. Федоров, О. В. Ходаківська, С. Г. Корчинська. — К.: ННЦ ІАЕ, 2011. — 145 с.

5. Закон України «Про стандартизацію» // Відомості Верховної Ради України. — 2014. — № 31. — Ст. 1058.

6. Москаленко К. С. Екологічна стандартизація і сертифікація: порівняння України і ЄС [Електронний ресурс] / К. С. Москаленко // Молодий вчений: науковий журнал. — 2018. — № 1 (53). — С. 526. — Режим доступу: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/18308/1/%E2%84%961%20%2853%29%20-%204.pdf#page=115>.

References

1. Marmul, L. O., Novak, N. P. (2016). *Rozvytok orhanichnoho vyrobnytstva v Ukraini na zasadakh kooperatsii* [Development of organic production in Ukraine on the basis of cooperation]. — *Ekonomika APK*, 9, 26–32 (in Ukr.).

2. Sakhnenko, A. S. (2015). *Orhanichne tvarynystvo v Ukraini* [Organic animal husbandry in Ukraine]. *Materials of the 3rd International Scientific and Practical Conference*. Zhytomyr, Polissia Publ. (in Ukr.).

3. Tkachuk, V. I., Yareмова, M. I. (2016). *Vyrobnytstvo orhanichnoi produktsii yak prioryetnyi napriam rozvytku silskoho hospodarstva* [Production of Organic Products as a Priority Direction of Agricultural Development] *Materials of the 4rd International Scientific and Practical Conference*. Zhytomyr, O. O. Evenok Publ. (in Ukr.).

4. Fedorov M. M., Khodakivska, O. V., Korchynska, S. H. (2011). *Rozvytok orhanichnoho vyrobnytstva* [Development of organic production]. — Kyiv, NNTs IAE Publ. (in Ukr.).

5. Verkhovna Rada of Ukraine (2014). *The Law of Ukraine «On Standardization»*. — *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, 31, 1058 (in Ukr.).

6. Moskalenko, K. S. (2018). *Ekolohichna standartyzatsiia i sertyfikatsiia porivniannia Ukrainy i YeS* [Ecological Standardization and Certification of Comparison of Ukraine and the EU]. *Molodyi vchenyi*, 1 (53), 526. Retrieved from <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/18308/1/%E2%84%961%20%2853%29%20-%204.pdf#page=115> (in Ukr.).

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ТА ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ ЗАГАЛОМ

Анотація. У статті виявлено особливості функціонування підприємств сільського зеленого туризму й галузі туризму в цілому. При цьому вперше порівнюється їх ефективність, а також поведінка на ринку не тільки як споріднених, але й конкурентних видів діяльності. Завдяки цьому було виявлені можливі напрями інтеграції між ними, а також стратегії розвитку й управління з метою подолання конкурентних ризиків та викликів.

Ключові слова: підприємства, туристична галузь, сільський зелений туризм, інтеграція, конкуренція, ефективність, стратегії, управління.

Summary. The article reveals features of the functioning of the enterprises of rural green tourism and tourism in general. At the same time, for the first time, they compare their effectiveness, as well as behavior in the market not only as related, but also competitive activities. As a result, possible directions for integration between them were identified, as well as strategies for development and management to overcome competitive risks and challenges.

Key words: enterprises, tourism industry, rural green tourism, integration, competition, efficiency, strategy, management.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку національного господарства України підприємства сільського зеленого туризму у країні та в Херсонській області зокрема носять більше епізодичний, фрагментарний характер функціонування і ще не сформувалися в чітко окреслений самостійний напрям діяльності на селі. Це, перш за все, пов'язано з тим, що велика частина населення, яка проживає у містах, має родичів у селі або періодично навідується у сільську місцевість (розвинений дачний та садово-городній сектор) і часто займається там сільськогосподарськими роботами. Тому атракція у виді сільськогосподарської діяльності та агрооселі для вказаної категорії відпочивальників, певна річ, не є найголовнішою, але для значного їх сегменту все ж залишається цікавою та потрібною, що актуалізує тематику досліджень.

Необхідно зазначити, що для України та для Херсонської області зокрема характерне значне поширення підприємств сільського зеленого туризму із частковими послугами. Переважно, це стосується винаймання кімнат або інших місць розміщення туристами, які приїхали відпочити на узбережжі морів і не знайшли вільних місць на базах відпочинку, отже, користувались послугами приватних господарів. Цей вид діяльності цілком можна віднести до сільського зеленого туризму, оскільки туристи все ж таки оселяються у звичай-

них хатах (агрооселях) у сільській місцевості. У такому розумінні суто туристичні підприємства й підприємства сільського зеленого туризму доповнюють одні одних. У міжнародній практиці це, як правило, конкурентні заклади, тому вивчення вказаних проявів потребує продовження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвиток сільського зеленого туризму є предметом наукових досліджень низки вітчизняних вчених-економістів. Останні працюють над теоретичними питаннями визначення сутності та функцій сільського туризму (М. Ігнатенко, М. Костриця), формування організаційно-економічних засад розвитку сфери (В. Липчук, Н. Липчук), вирішення проблем організації, обліку та контролю за діяльністю туристичних підприємств, що функціонують в умовах села (Т. Осадча), оцінкою стратегії та перспектив розвитку сфери сільського зеленого туризму (Л. Мармуль, Т. Пінчук, І. Романюк).

Метою статті є виявлення особливостей функціонування, оцінка ефективності вітчизняних підприємств сільського зеленого туризму й туристичної галузі в цілому, розробка стратегій їхнього розвитку на тлі міжнародних порівнянь і трендів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загальновідомо, що у США, європейських та інших розвинених країнах сільський зелений туризм

© І. А. Романюк, В. Ф. Яровий, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Романюк І. А. Соціально-економічна ефективність функціонування підприємств сільського зеленого туризму та галузі туризму загалом / І. А. Романюк, В. Ф. Яровий // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 53–58.

References (APA):

Romaniuk, I. A., Yarovi, V. F. (2017). *Sotsialno-ekonomichna efektyvnist funktsionuvannia pidpriemstv silskoho zelenoho turizmu ta haluzi turizmu zahalom* [Socio-economic efficiency of the functioning of enterprises of agricultural green tourism and the field of tourism general]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 53–58 (in Ukr.).

як вид відпочинку набуває все більшої популярності. Його обирає кожен третій турист. Відтак, значного поширення набули і його підприємства. Їх кількість коливається від 12,5 тис. у Австрії та Італії та до 25,0 тис. і більше у Великобританії. У деяких європейських країнах їх вклад у сільську економіку та зайнятість населення перевищує традиційні аграрні підприємства, що не є типово для України.

Підприємства сільського зеленого туризму розвиваються і в Україні, зокрема і в Херсонській області. Однак це відбувається значно повільніше, як і формування попиту на їх продукти та послуги. Так, переважну більшість вітчизняних туристів не цікавлять або мало цікавлять сільські атракції. У агрооселях вони лише ночують та харчуються [1, с. 195]. Така діяльність є напівлегальною і нічим не впорядкованою, водночас прибутки господарів іноді є досить значними. Найпоширенішим такий різновид сільського зеленого туризму є в тих селах Херсонської області, що знаходяться на морському узбережжі, а саме: с. Лазурне, с. З. Порт, с. Більшовик, с. Хорли, с. Красне, села на Арабатській Стрілці, поблизу міст Генічеськ та Скадовськ. Загалом, сільській зеленій туризм у повному розумінні цього поняття почав розвиватися у регіоні 10–15 років тому. Так, тільки з 2001 р. була створена та діє громадська організація Херсонське регіональне відділення Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні.

З цього часу розпочато роботу із залучення сільських жителів до формування туристичного продукту. Нині створено осередки сільського зеленого туризму «Каховчанка» та «Гопри». Також сертифіковані Спілкою сільські оселі знаходяться у с. Рибальче, с. Іванівка, с. Залізний Порт, с. Геройське та м. Гола Пристань, (Голопристанський район), Асканія-Нова (Чаплинський р-н), с. Олександрівка (Білозерський р-н), м. Скадовськ (Скадовський р-н), с. Хорли та м. Каланчак (Каланчацький р-н), с. Горностаївка (Горностаївський р-н) та у м. Херсоні.

У 2003 р. підприємства сільського зеленого туризму Херсонщини були вперше представлені на національному рівні. Мається на увазі участь у першій Всеукраїнській виставці-ярмарці «Українське село запрошує». Матеріали щодо господарств та підприємств сільського зеленого туризму надаються у науково-популярному журналі «Туризм сільський зелений», який видається Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні (тепер — в електронному форматі).

У ньому відображається інформація про нові маршрути сільського зеленого туризму, культуру, традиції та ремесла, представляються гостинні господарі, надаються поради та консультації для тих, хто пропонуватиме відпочинок на селі, акцентується увага на проблемах та перспективах

розвитку [2, с. 143]. Також оприлюднюються графіки проведення всеукраїнських і регіональних виставок-ярмарків, фольклорно-етнографічних фестивалів та інша інформація, яка відкриває туристичні перспективи та історико-культурні можливості українського села.

Крім того, Спілкою створено сайт «Сільський зелений туризм в Україні»; надсилаються звернення до центральних та місцевих органів виконавчої влади, реалізуються проекти за підтримки міжнародних фондів, приймається активна участь у роботі виставок і ярмарків, що сприяє щорічному збільшенню прихильників відпочинку на селі. Видання каталогів «Українське село запрошує», випуск «Порад для організаторів та власників садиб» та створення електронної бази даних садиб сільського зеленого туризму свідчить про успішність заходів, які зроблені цією організацією. Крім того, з 2006 р. започатковано видання серії «Бібліотечка власника садиви», друкуються також тематичні довідники: зимовий відпочинок, рибальство тощо.

Щодо більш масштабного і сталого розвитку суб'єктів сільського зеленого туризму в регіоні, то тут першочерговим завданням є необхідність створення пропозиції туристичного продукту як на кількісному, так і на якісному рівнях [3, с. 75]. Основою їх розвитку мають стати агропромислові підприємства області та приватні господарства населення. Ринкові засади економіки відкрили простір для прояву приватної ініціативи і вивільнення на цій основі підприємницького потенціалу не лише у виробничо-господарських формуваннях, а й у домогосподарствах. Без будь-яких перебільшень можна сказати, що донедавна прихований потенціал людських умінь, енергії та зацікавленості найбільшою мірою проявився на селі. Це, передусім, підтверджується тим, що сільські домогосподарства взяли на себе виробництво переважної частини продукції сільського господарства, що виробляється в країні (табл. 1).

Так, у валовій продукції сільського господарства країни у 2015 р. 59,3 % припадало саме на господарства населення, у тому числі 55,0 % — продукції рослинництва і 66,7 % — тваринницької продукції (табл. 1). Ще більш показовими у цьому відношенні є дані по Херсонській області, в якій аналогічні показники у тому ж році становили відповідно 53,2, 50,2 і 63,0 %. Подібна тенденція зберігається й останніми роками і, ймовірно, матиме місце не лише у найближчій, а й середньостроковій перспективі. Одночасно у селах області під впливом високого рівня безробіття активізувалися процеси пошуку жителями нетрадиційної виробничо-господарської діяльності з метою зайнятості у несільськогосподарській сфері. Це, зокрема, спостерігається у прискоренні процесів розвитку суб'єктів сільського зеленого туризму [4, с. 182].

Таблиця 1

Частка господарств населення у виробництві продукції сільського господарства у 2015 р.

Показник	Продукція сільського господарства		Продукція рослинництва		Продукція тваринництва	
	млн. грн.*	% до загальної кількості	млн. грн.*	% до загальної кількості	млн. грн.*	% до загальної кількості
Україна	39219,0	59,3	22795	55,0	16424	66,7
Херсонська область	5220,8	53,2	3758,1	50,2	1462,7	63,0

До того ж додамо, що на Херсонщині функціонують відомі та успішні агропромислові підприємства, які б могли стати не тільки меценатами подібних заходів, але й безпосередніми учасниками, осередками або партнерами розвитку сільського зеленого туризму з проведенням екскурсій у них, дегустацій, придбанням продукції. Насамперед, це виноробне господарство князя П. Трубецького, винзаводи «Кам'янський»,

«Краса Херсонщини» та «Червоний Маяк» (Бериславський район), вино-коньячний завод «Таврія», плодоовочеконсервне підприємство «Чумак» (Каховський район), Херсонський рибводгосп, НДІ баштанництва у м. Гола Пристань, НДІ рису у с. Антонівка, фермерські господарства та інші агропідприємницькі структури, дані щодо загальної кількості яких за видами наведено у табл. 2.

Таблиця 2

Кількість діючих аграрних підприємств за організаційно-правовими формами господарювання у Херсонській області (розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.)

Показник	2014 р.		2015 р.	
	Усього, од.	% до загальної кількості	Усього, од.	% до загальної кількості
Усього підприємств, у тому числі:	30553	100,0	30741	100,0
— фермерське господарство	3022	9,89	2952	9,60
— приватне підприємство	8088	26,47	7950	25,86
— комунальне підприємство	629	2,06	625	2,03
— дочірнє підприємство	496	1,62	453	1,47
— акціонерне товариство	479	1,57	457	1,49
— товариство з обмеженою відповідальністю	5730	18,75	5992	19,49
— кооператив	697	2,28	675	2,20
— інші підприємства	11412	37,35	11637	37,85

Як показують дані табл. 2, у агросфері переважають за кількістю малі приватні господарства — 7,95 тис., або 25,9 % загальної кількості, та фермерські підприємства — 2,95 або 9,6 %. Саме вони, а також домогосподарства та селянські особисті господарства, крім забезпечення аграрного виробництва, є основою здійснення туристичної діяльності на селі. Про це свідчить і європейський досвід її поширення та забезпечення. Крім цього, в області функціонує майже 6,0 тис., або 19,5 %, товариств з обмеженою відповідальністю. Загалом на вказані форми організації виробництва припадає понад 55,0 % всіх суб'єктів господарювання агросфери [5, с. 103]. Решту 45,0 % займають кооперативи, акціонерні товариства, дочірні підприємства тощо. Загалом вони забезпечують виробництво продовольства у національних масштабах.

Рівень землезабезпеченості сільського населення у 2–5 разів перевищує національні та

європейські показники, що забезпечує найвищу у країні зайнятість у агросфері — 37,6 %, а значні обсяги виробництва продовольчої продукції (табл. 3) та її висока рентабельність дозволяють ігнорувати інші види діяльності (табл. 4).

Динаміка площ сільськогосподарських угідь, ріллі, кількості зайнятих, вартості основних та оборотних засобів має тенденцію до скорочення, проте валова продукція після різкого спаду у 2013 р. має повільну, але стійку тенденцію до зростання. Це ж саме стосується показників прибутковості та рентабельності виробництва, а також продуктивності праці та ресурсовіддачі. Завдяки їм, власне, і маємо таку характеристику аграрної діяльності.

Рівень рентабельності продукції має значні розбіжності за видами і роками (табл. 4), що пов'язано з ризиками погодно-кліматичних умов та чинниками невизначеності аграрних ринків. Так, найвищий рівень рентабельності у 2015 р.

* У порівнянних цінах 2010 р.

Таблиця 3

**Величина й динаміка економічних показників сільськогосподарського виробництва у Херсонській області
(розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.)**

Показники	Роки					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Площа сільськогосподарських угідь, тис. га	1258,2	1147,9	1023,7	868,3	901,4	887,6
у т. ч. ріллі, тис. га	1187,3	1084,4	973,7	828,8	854,6	840,0
Середньорічна чисельність найманих працівників, тис. осіб	72,6	59,0	42,2	40,7	53,9	50,0
Середньорічна вартість оборотних засобів, млн. грн.	7610,2	7250,3	692,8	670,1	749,4	891,5
Середньорічна вартість основних засобів с.-г. призначення, млн. грн.	4279,5	3952,2	3715,2	3866,2	3744,2	3749,9
Валова продукція (у співставних цінах 2010 р.), млн. грн.	1961,2	2284,9	2071,8	1613,4	2269,9	2274,9
у т. ч. рослинництва	1320,5	1640,0	1339,9	980,5	1701,5	1643,6
тваринництва	640,7	644,9	731,9	632,9	568,4	631,3
Прибуток (збиток), млн. грн.	29,6	-5,8	-36,5	-54,1	71,6	72,6
Рівень рентабельності (збитковості), %	8,6	-0,7	-1,2	-3,2	9,8	11,4
Валова продукція на середньорічного працівника, тис. грн.	27,0	38,7	49,1	39,6	42,1	45,5
Валова продукція на 100 га с.-г. угідь, тис. грн.	155,9	199,1	202,4	185,8	251,8	256,3
Валова продукція рослинництва на 100 га ріллі, тис. грн.	111,2	151,2	137,6	118,3	199,1	195,7

Таблиця 4

**Рівень рентабельності основних видів продукції сільського господарства Херсонської області
(розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.)**

Рентабельність	1990	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Рослинництво								
зерно	241,4	55,0	32,2	24,6	2,3	6,8	9,2	-4,3
насіння соняшнику	140,9	119,1	22,1	26,5	27,6	35,6	29,3	16,4
цукрові буряки	-	1,7	0,9	34,5	49,9	39,1	4,9	20,3
картопля	41,3	-7,1	5,5	-3,5	30,3	74,2	4,1	38,6
овочі відкритого ґрунту	39,4	11,6	-5,1	3,3	19,8	37,6	-12,8	2,0
плоди	73,7	24,4	11,1	38,7	19,4	37,9	27,3	33,5
виноград	40,0	35,9	97,9	2,4	4,1	13,1	-13,4	23,4
Тваринництво								
молоко та молочні продукти*	12,7	-27,7	-32,8	-14,6*	-14,6*	-3,1*	-6,9*	28,0
м'ясо:								
ВРХ	15,3	-17,3	-56,9	-31,7	-43,4	-55,1	-42,0	-31,9
свиней	38,1	-14,7	-58,8	-18,5	-23,0	-46,7	-18,9	26,9
овець та кіз	-15,1	-22,4	-55,2	-16,4	-5,4	4,8	-40,9	-14,0
птиці	23,2	-25,8	-38,2	-29,9	-21,7	-42,8	-35,5	-15,4
яйця	4,4	50,6	1,7	9,5	-2,3	-24,7	-20,1	11,0
вовна	12,4	-49,8	-82,2	-68,8	-75,7	-74,9	-67,2	-63,0

(38,6 %) показала нехарактерна для спеціалізації регіону картопля та свинина у тваринництві — 26,9 %. Натомість збитковим виявилось традиційне виробництво зернових (-4,3 %), м'яса ВРХ (-31,9 %), овець і кіз (-14,0 %), птиці (-15,4 %), вовни (-63,0 %). Це вказує на необхідність посилення стійкості виробництва, особливо на рівні відповідних спеціалізованих виробництв, а також на доцільність формування інших видів діяльності, насамперед сільського зеленого туризму, з метою гарантованих доходів.

Разом з тим для економіки Херсонської області санаторно-курортна галузь та туризм є традиційними видами діяльності. Саме вони, поряд із аграрними підприємствами, формують конкурентне середовище функціонування суб'єктів сільського зеленого туризму [6, с. 42]. Проведені нами дослідження свідчать про інтенсифікацію діяльності туристичних підприємств та активізацію виїзного туризму загалом. На протязі останніх років спостерігається постійний розвиток власної туристично-рекреаційної бази області (табл. 5).

* з 2010 р. молоко незбиране.

Кількість та місткість санаторіїв і закладів відпочинку в Херсонській області та в Україні (розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.)

Тип санаторно-курортного (оздоровчого) закладу	Україна		Херсонська область		Частка Херсонської області у 2015 р. %
	2015 р.	2014 р.	2015 р.	2014 р.	
Кількість закладів	3012	233	247		8,2
у них ліжок	445251	30346	30847		6,9
у тому числі санаторії	453	8	8		1,8
у них ліжок	125867	1572	1562		1,2
з них дитячі	167	6	6		3,6
у них ліжок	32256	798	788		2,4
пансіонати з лікуванням	55	3	3		5,5
у них ліжок	14919	833	621		4,2
санаторії-профілакторії	224	5	5		2,2
у них ліжок	18584	635	620		3,3
Будинки і пансіонати відпочинку	280	36	41		14,6
у них ліжок	58518	9377	9539		16,3
Бази та інші заклади відпочинку	1947	179	190		9,8
у них ліжок	215521	17866	18450		8,6

Як свідчать дані табл. 5, у Херсонській області зосереджено 1,8 % санаторіїв, 5,5 % пансіонатів з лікуванням, 14,6 % пансіонатів та будинків відпочинку, 9,8 % баз та інших закладів відпочинку. Це означає четверте місце в Україні після Криму, Донецької та Одеської областей. Загалом лікувально-оздоровчі підприємства області забезпечили проведення в них 1,7 млн. людино-днів. На Херсонську область загалом припадає 7,1 % туристичних підприємств країни та 6,5 % наданих ними послуг; 6,1 % платежів до бюджету; 8,5 % зайнятих у цій сфері діяльності; 9,8 % обслугованих туристів, у т. ч. 2,0 % іноземних, 0,9 % виїзних, 6,1 % внутрішніх, 3,5 % екскурсантів.

Рейтинг області за основними показниками діяльності туристичних підприємств відповідає 9–11 місцю серед 24 областей. Зокрема, порівняно з 2005 р. кількість обслуговуваних туристів зросла на 14 %, у т. ч. іноземних — на 38,0 %; екскурсантів — на 19,0 % обсяг наданих послуг — у 1,7 разів; платежі до бюджету — на 54 %; кількість зайнятих в галузі — на 59,8 %, кількість туристичних підприємств-ліцензіатів збільшилась у 1,9 разів. Зазначимо, що у наведеній статистиці практично відсутній показник по приватному сектору приморських сіл та селищ, оскільки практично вся їх діяльність знаходиться у «тіні» і будь-яка інформація щодо її обсягів та результатів є відсутньою.

Організація фестивалів, свят, виставок і ярмарок у сільській місцевості регіону є такою важливою для розвитку господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму ще й у зв'язку з тим, що у херсонських селах надзвичайно слабо розвинена інфраструктура розваг [7, с. 253]. Це

яскраво ілюструє кількість наявних у сільській місцевості закладів культури і мистецтва та активність регіону щодо проведення виставок і ярмарків. Найбільше забезпечені закладами культури і мистецтва Білозерський, Генічеський, Голопрістанський, Каховський та Олешківський райони. Найгіршими у цьому відношенні є Верхньорогачицький, Високопільський, Іванівський, Каланчацький та Нововоронцовський райони.

Невисока активність спостерігається також у проведенні виставок і ярмарків, враховуючи те, що лише частина з них проходить у сільській місцевості регіону. Ярмарки у Херсонській області взагалі відбуваються рідше, ніж раз на місяць. Далеко не в кожному селі є заклад культури клубного типу, забезпеченість ними становить приблизно 64,1 %. Ще гіршою є ситуація із забезпеченістю сільської місцевості демонстраторами фільмів. Так, на один демонстратор фільму припадає 13–14 сіл. А враховуючи той факт, що далеко не всі з них знаходяться у справному або працюючому стані, ситуація взагалі видається критичною. Безумовно, нові технології, мережа Інтернет значно змінили традиційні способи дозвілля населення, зробивши їх більш індивідуальними [8, с. 70]. Проте інтернет-користувачами є тільки 1/3 сільського населення області.

Як зазначалося, складною методичною проблемою вивчення розвитку туристичних підприємств є відсутність повних статистичних матеріалів щодо їхнього функціонування. Поряд із наявністю адміністративних даних відносно туристичних потоків за метою відвідування відсутня інформація щодо структури споживання та обсягів туристичних споживчих витрат. Велике значення має й

порівнянність баз даних [9, с. 7]. Вона забезпечує можливість порівняння інформації з метою виявлення тенденцій, закономірностей розвитку туристичних підприємств на селі та в цілому; змін, що відбуваються у просторі і в часі; оцінки й співставлення величин однойменних показників, які відносяться до різних регіонів та країн.

Як свідчать дані опитувань та офіційного сайту Херсонської обласної державної адміністрації, в останні 10 років їх кількість зросла до 56 одиниць, або більш ніж у 3,0 рази. Відносно кількості аграрних підприємств це становить 0,18 %, відносно санаторно-курортних закладів — 22,7 %. Це дозволило оздоровлювати, за різними оцінками, 25–50 тис. осіб щорічно, або лише 0,8–1,7 % загальної кількості туристів, які відвідують область, а також забезпечити зайнятість принаймні 1000 осіб та збільшити доходи домогосподарств, у середньому, на 3,0–60,0 тис. грн. і більше [10, с. 69].

Висновки. Підприємства сільського зеленого туризму, розміщені у мальовничих місцях Придніпров'я та Причорномор'я, спеціалізуються на ексклюзивному активному і пасивному видах відпочинку, різноманітних послугах та атракціях, надають комплексні або монопослуги й здатні забезпечити різноманітний туристичний попит. Однак загальну кількість агроосель, які приймають туристів у Херсонській області, визначити дуже важко, оскільки основна їх частина (за різними оцінками, до 90,0–98,0 %) перебуває «у тіні», тобто є незареєстрованою або сплачує податки не повністю. Тому у перспективі важливе значення матиме всебічна їх державна та місцева підтримка з метою легалізації, державно-аграрного партнерства, стимулювання участі у вирішенні проблем сільських територій.

Література

1. Скляр Г. П. Соціальна відповідальність у структурі мотивації інвестування в туристичному бізнесі / Г. П. Скляр, О. В. Яриш, Л. В. Гніпа-Черневецька // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. — 2011. — № 4 (49). — С. 193–198.
2. Рутинський М. Й. Зелений туризм / М. Й. Рутинський, Ю. В. Зінко. — К.: Знання, 2008. — 271 с.
3. Мармуль Л. О. Ринок праці та зайнятість населення сільських територій: теорія і практика регулювання: [монографія] / Л. О. Мармуль, І. А. Романюк. — Херсон: Айлант, 2015. — 266 с.
4. Самолюк Н. М. Сільський туризм як перспективний напрям самозайнятості сільського населення / Н. М. Самолюк // Соціально-трудова відносина: теорія та практика: зб. наук. праць. — 2012. — № 2 (4). — С. 180–185.

5. Кудла Н. Є. Механізм категоризації сільських садіб у розвитку зеленого туризму / Н. Є. Кудла // Економіка АПК. — 2010. — № 8. — С. 100–106.

6. Черевко Г. В. Методика визначення ефективності агротуристичної діяльності / Г. В. Черевко, І. В. Черевко, Г. І. Шимечко // Економіка АПК. — 2011. — № 1 (195). — С. 39–46.

7. Ігнатенко М. М. Проблеми та перспективи розвитку сільського туризму в Україні / М. М. Ігнатенко // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Жицького. Серія «Економічні науки». Т. 12.. — 2010 — № 1 (43). — С. 252–255.

8. Перегуда С. Агротуризм як форма диверсифікації діяльності аграрних формувань / С. Перегуда // Зерно і хліб. — 2013. — № 4. — С. 70–71.

9. Забуранна Л. В. Маркетингове дослідження портрету власників садіб сільського зеленого туризму / Л. В. Забуранна // Туризм сільський зелений. — 2012. — № 2. — С. 6–10.

10. Липчук В. Агротуризм: організаційно-економічні засади розвитку: [монографія] / В. Липчук, Н. Липчук. — Львів: Сполом, 2008. — 160 с.

References

1. Sklyar, H. P., Yarish, O. V. & Hnypa-Chernevetka, L. V. (2011). *Sotsialna vidpovidalnist u strukturi motyvatsii investuvannia v turystychnomu biznesi* [Social responsibility in the structure of the motivation of investing in the tourism business]. *Naukovyy visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli*, 4 (49), 193–198 (in Ukr.).
2. Rutynskyy, M. Y. & Zinko, Yu.V. (2008). *Zelenyy turyzm* [Green tourism]. Kyiv, Znannya Publ. (in Ukr.).
3. Marmul, L. O. & Romanyuk, I. A. (2015). *Rynok pratsi ta zainiatist naseleennia silskykh terytorii: teoriia i praktyka rehuliuвання* [Labor market and rural population employment: theory and practice of regulation]. Kherson, Aylant Publ. (in Ukr.).
4. Samolyuk, N. M. (2012). *Silskyy turyzm yak perspektivnyy napriam samozainiatosti silskoho naseleennia* [Rural tourism as a perspective area of self-employment of rural population]. *Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka*, 2 (4), 180–185 (in Ukr.).
5. Kudla, N. Ye. (2010). *Mekhanizm katehoryzatsiyi sil s kykh sadyb u rozvytku zelenoho turyzmu* [The mechanism of categorization of village estates in the development of green tourism]. *Ekonomika APK*, 8, 100–106 (in Ukr.).
6. Cherevko, H. V., Cherevko, I. V. & Shymechko, H. I. (2011). *Metodyka vyznachennia efektyvnosti ahroturystychnoi diialnosti* [Methodology for determining the effectiveness of agritourism]. *Ekonomika APK*, 1 (195), 39–46 (in Ukr.).
7. Ihnatenko, M. M. (2010). *Problemy ta perspektivy rozvytku silskoho turyzmu v Ukraini* [Problems and prospects of development of rural tourism in Ukraine]. *Naukovyy visnyk Lvivskoho natsionalnoho universytetu veterynarnoi medytsyny ta biotekhnolohii im. S. Z. Hzhyskoho*, 1 (43), 252–255 (in Ukr.).
8. Perehuda, S. (2013). *Ahroturyzm, yak forma dyversyfikatsii diialnosti ahrarnykh formuvan* [Agricultural tourism as a form of diversification of agrarian formations]. *Zerno i khlib*, 4, 70–71 (in Ukr.).
9. Zaburanna, L. V. (2012). *Marketynhove doslidzhennia portretu vlasnykiv sadyb silskoho zelenoho turyzmu* [Marketing research portrait of owners of rural green tourism homesteads]. *Turyzm silskyy zeleniy*, 2, 6–10 (in Ukr.).
10. Lypchuk, V. & Lypchuk, N. (2008). *Ahroturyzm: orhanizatsiyno-ekonomichni zasady rozvytku* [Agritourism: organizational and economic principles of development]. Lviv, Spolom Publ. (in Ukr.).

РОЗВИТОК АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ З ІНОЗЕМНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ

Анотація. У статті наведено результати дослідження щодо розвитку аграрних підприємств з іноземними інвестиціями. Окреслено основні тенденції і форми інтеграційних процесів у агросфері України. За даними статистичної інформації проведено аналіз і сформовано перелік завдань для вирішення питань удосконалення діяльності підприємницьких структур агробізнесу.

Ключові слова: аграрні підприємства, іноземні інвестиції, інтеграція, сільське господарство, іноземні компанії.

Summary. The article presents the results of research on the development of agrarian enterprises with foreign investments. The main tendencies and forms of integration processes in the agro-business of Ukraine are outlined. According to the statistical information, an analysis has been carried out and a list of tasks has been developed to address the issues of improving the business activities of agribusiness enterprises.

Key words: agrarian enterprises, foreign investments, integration, agriculture, foreign companies.

Постановка проблеми. Щодо можливості подальшого зростання інвестицій у агропродовольчі сектори економіки України свідчать наміри іноземних компаній вкладати капітал у виробництво м'ясної та молочної продукції, виробництво та експорт олії, на закладку багаторічних насаджень, будівництво картопле-, овоче- та фруктосховищ, створення об'єктів з виробництва і використання біогазу, сироваріння тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням організації і розвитку аграрних підприємств з іноземними інвестиціями присвячено праці вітчизняних вчених: Л. О. Мармуль, І. В. Ксьонжик [2], М. М. Ігнатенка, І. А. Романюк, А. С. Бритвенко.

Метою статті є визначення пріоритетів державної підтримки різних категорій сільськогосподарських товаровиробників для просування на шляху реформ.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Процес приватизації створив сприятливі умови для повернення капіталу в Україну, переведення його з офшорних зон і залучення іноземних інвестицій. У результаті цього і як наслідок приватизації були створені великі фінансово-промислові і промислово-фінансові групи, які згодом почали процес переділу економічного і фінансового контролю в економіці. Тому в кінці цього етапу агропромисловий комплекс привернув увагу певних підприємницьких структур як вільна ринкова ніша. Це дає підстави виокремити інтеграційний період (кінець 1990-х років — 2006 р.) формування аграрних підприємств з іноземними інвестиціями. Взагалі існують три форми інтеграційних перетворень, які знаходять застосування у процесі діяльності підприємств аграрної сфери (табл. 1).

Інтеграційні процеси у аграрній сфері значно активізувалися після прийняття Указу Пре-

Таблиця 1

Форми інтеграційних перетворень у агросфері (складено автором)

Форма інтеграції	Процес	Різновиди інтеграції
вертикальна інтеграція (Миронівський хлібопродукт)	включення у власну структуру підприємств, технологічно пов'язаних з діяльністю	висхідна — інтеграція з учасником наступної стадії виробничого процесу низхідна — інтеграція з учасником попередньої стадії виробничого процесу
горизонтальна інтеграція (утворення ПАТ «Дакор-Вест» у 2009 р.: ТОВ «Західна компанія «Дакор» і ТОВ «Зюйд Вест Ленд»)	об'єднання учасників одного сегменту галузі, які виробляють схожу продукцію і мають однаковий виробничий цикл	асортиментна інтеграція — товар диференційований об'ємна інтеграція — товар не диференційований (зростання частки на ринку в абсолютному і відносному значеннях)
змішана (конгломератна) інтеграція (ТОВ «Украгроком», ТОВ «Гермес-трейдинг», ТОВ «Кернел-Капітал»)	вертикальна і горизонтальна інтеграції одночасно (об'єднанням підприємств за технологічним ланцюгом з одночасним укрупненням одного з рівнів вертикалі)	

© Н. В. Рунчева, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Рунчева Н. В. Розвиток аграрних підприємств з іноземними інвестиціями / Н. В. Рунчева // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 59–62.

References (APA):

Runchcheva, N. V. (2017). *Rozvytok ahrarykh pidpriumstv z inozemnyimi investytsiyami* [Development of agricultural enterprises with foreign investments]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 59–62 (in Ukr.).

зидента України «Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрної сфери економіки» [1]. Великі підприємства, у тому числі і з іноземним капіталом, почали виступати засновниками агробізнесових структур або інвесторами в галузі сільського господарства. Як наслідок, сформувались певні тенденції. По-перше, іноземний капітал слугує одним із інструментів прискореної інтеграції України до світової економіки. По-друге, вирішується питання протиріччя між потребою, що постійно зростає у інвестиційних ресурсах та їх внутрішньою обмеженістю. По-третє, використання іноземних інвестицій сприяє розповсюдженню зарубіжного досвіду і ноу-хау. По-четверте, іноземний капітал, певною мірою, сприяє оновленню та модернізації виробництва, а також загальній активізації інвестиційної діяльності в країні. По-п'яте, приток іноземних інвестицій впливає на розвиток ринкових відносин та формування цивілізованої співпраці між державою і бізнесом [2].

Говорячи про іноземні інвестиції, слід, насамперед, розмежовувати державні та приватні інвестиції.

Державні інвестиції — це позики, кредити, які одна держава або група держав надає іншій державі.

Під приватними розуміють інвестиції, які надають приватні фірми, компанії чи громадяни однієї країни відповідним суб'єктам іншої країни. Основною метою таких інвестицій є розміщення ресурсів на більш вигідних/прибуткових умовах.

На сьогодні найпривабливішими секторами економіки для іноземних інвестицій є: фінансова та страхова діяльність, на яку припадає 27,4 % загального обсягу прямих іноземних інвестицій, промисловість — 25,4 % (зокрема й переробна промисловість — 20,2 %), оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів — 14,6 %.

На аграрний сектор припадає лише трохи більш як 1,5 %, однак це не стримало його розвитку.

Натомість серед регіонів (де є поля та ферми) лідерами за обсягом отриманих інвестицій станом на 1 січня 2017 р. (табл. 2) були, істотно випередивши інших, Київська та Івано-Франківська області (14,1 % і 10,9 % відповідно). Найвагоміші інвестиції у галузь тваринництва припадають на

Таблиця 2

Обсяг прямих іноземних інвестицій за регіонами станом на 1 січня 2017 року, тис. дол. (розробка автора за даними [3])

Назва області	Загальний обсяг інвестицій	У тому числі у сільське, лісове та рибне господарство	Частка інвестицій у сільське господарство у загальному обсязі, %	Частка регіону в інвестиціях у сільське господарство, %
Вінницька	180027,8	24230,8	13,5	4,2
Волинська	226791,6	12484,4	5,5	2,1
Дніпропетровська	3452834,2	21885,8	0,6	3,8
Донецька	1429681,8	796	0,1	0,1
Житомирська	216266,4	18787,7	8,7	3,2
Закарпатська	316979,5	1677,6	0,5	0,3
Запорізька	815263,3	3809,3	0,5	0,7
Івано-Франківська	826632,7	63535,1	7,7	10,9
Київська	1518262,7	82458,2	5,4	14,1
Кіровоградська	58928,3	1308,2	2,2	0,2
Луганська	436542,8	845,2	0,2	0,1
Львівська	1096721,4	34550,7	3,2	5,9
Миколаївська	213536,2	4863,5	2,3	0,8
Одеська	1330425,3	2520,1	0,2	0,4
Полтавська	1002956	11002	1,1	1,9
Рівненська	182163,7	3685,1	2	0,6
Сумська	189984,8	6685,6	3,5	1,1
Тернопільська	48157,3	4317,6	9	0,7
Харківська	636598,1	12631,2	2	2,2
Херсонська	201050,4	20833,1	10,4	3,6
Хмельницька	158158,3	10028,5	6,3	1,7
Черкаська	334581,4	15522,3	4,6	2,7
Чернівецька	57145,8	9293,9	16,3	1,6
Чернігівська	240809,6	10852,4	4,5	1,9
м. Київ	22142809,1	204274,8	0,9	35
Усього	37313308,5	582879,1	1,6	100

Івано-Франківську та Київську області (28,3 % та 24 % відповідно від загальних інвестицій у тваринництво), їм дещо програє Київ. Натомість він посідає 1-е місце за обсягом інвестицій у вирощування однорічних і дворічних культур — 43 % від загалу. За областями інвестиції у вирощування однорічних і дворічних культур розподілені відносно рівномірно, без нахилу у більший бік; найбільші значення спостерігаються у Київській і Львівській областях (9,9 % і 5,7 % відповідно).

Слід зазначити, що саме агрохолдинги найінтенсивніше залучають інвестиції і запроваджують інновації. Протягом 2010–2015 рр. тільки 5 агрохолдингів реалізували інноваційно-інвестиційні проекти з виробництва та переробки сільськогосподарської продукції вартістю 1,43 млрд. дол. США із загальним обсягом іноземного інвестування 625 млн. дол. США. А агрохолдинг «Нібулон» за ці ж роки освоїв інноваційні проекти

вартістю 670 млн. дол. США із сумою іноземних інвестицій 230 млн. дол. США і вперше в Україні залучив від Європейського банку реконструкції та розвитку синдикований кредит на 130 млн. дол. США для фінансування інноваційного проекту з виробництва, переробки й експорту зернових культур.

Унікальність інвестиційних проектів у агробізнесі в тому, що вони стоять на перетині різних галузей — безпосередньо виробництво агропродукції від сировини до продукту на полиці супермаркету, інфраструктури та логістики (лінійні, річкові, морські перевалочні активи, транспорт, техніка), енергетика, ІТ.

Статистика надходжень прямих іноземних інвестицій, за даними 2016 року (рис. 1), підтверджує 19 місце, на якому знаходиться Україна серед 20-ти найбільших країн Європи. За даними топ-100 найбільших країн світу — 57 місце. Близько

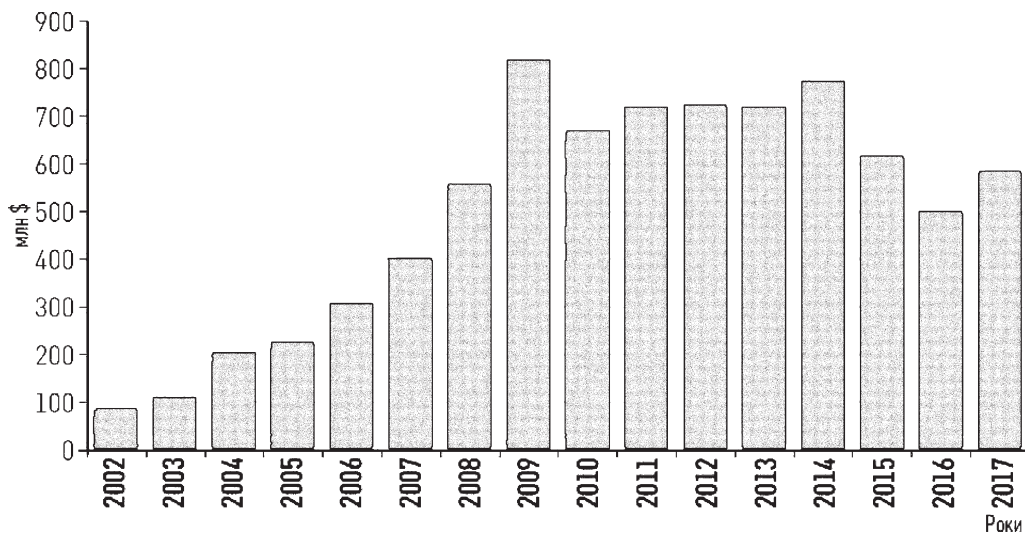


Рис. 1. Динаміка прямих іноземних інвестицій у акціонерний капітал агросектору України [3]

3 % прямих іноземних інвестицій було спрямовано саме в агросектор. При цьому 30 % інвестицій (190 млн. дол.) фактично є фінансовою допомогою від організацій, на кшталт IFC, EBRD. Для підвищення позиції України на міжнародному ринку і сприяння збільшення інвестиційних надходжень необхідно створити власний бренд за допомогою цілеспрямованої та комплексної політики, використання сучасних комунікаційних платформ і залучення досвідчених професіоналів. Необхідно розвивати на своїй території цікаві об'єкти для інвестицій, формувати локальні кластери з брендом, що буде всесвітньо відомим, сприяти виникненню синергії між сильними секторами економіки України, наприклад агро й ІТ, та вирішувати проблему людського капіталу і трудової міграції.

Іноземні інвестиції у сільське господарство у 2017 році спрямовувалися переважно на будівництво тваринницьких комплексів.

Якщо розглядати роль агрохолдингів у експорті сільськогосподарської продукції з України, то серед 10 найбільших експортерів зернових у 2015 р. лідирує компанія «Нібулон». Також до першої десятки увійшли «Кернел» — 4-а рейтингова позиція, «Cargill» має 5-у. Тобто основними експортерами сільськогосподарської продукції є агрохолдинги, а також посередницькі торгові підприємства (зернотрейдери), які часто засновані іноземними компаніями.

Загальний обсяг іноземного акціонерного капіталу у сільському, лісовому і рибному господарстві на початок жовтня 2016 року склав 517,8 млн. дол., що на 3,1 % більше, ніж на початок року. За даними Держкомстату, в 2017 році загальні прямі іноземні інвестиції зросли на 3,76 % — до 37,5 млрд. дол. порівняно з 2016 роком. Схожа тенденція спостерігається в сільському, лісовому та рибному господарстві. Якщо ж порівняти з

2014 роком, котрий став піковим, то в 2017 році було залучено на 43,2 % коштів менше.

На аграрному ринку має бути встановлена рівноправність функціонування і однакове за умовами бізнес-середовище, а також організована ефективна взаємодія сільськогосподарських корпорацій з іншими суб'єктами аграрного ринку (використання кооперації і контрактації), подолання диспропорцій між ними. Актуальним питанням стає політика визначення механізмів оптимальної взаємодії різних гілок влади з корпоративним сектором.

При цьому державі в реалізації вказаних завдань належить першорядна роль. Держава повинна контролювати інтеграційні процеси на аграрному ринку з метою недопущення створення монопольних чи олігопольних об'єднань, які обмежують вільну конкуренцію між економічними суб'єктами. При визначенні пріоритетів державної підтримки різних категорій сільськогосподарських товаровиробників необхідно враховувати не тільки роль кожної категорії господарств у виробництві аграрної продукції в тому або іншому регіоні, а ще і стан сільських територій, ринку праці та зайнятості, відтворення й рівень життя сільського населення.

Висновки. Насамперед, існує потреба у чіткому формулюванні та точному регулюванні наступного: визначення поняття іноземного інвестора, який є учасником спільного аграрного підприємства, створення переліку видів та форм інвестицій у спільне агропідприємство, визначення діапазону прав іноземних громадян на майно, діючих виробничих потужностей, визначення порядку трансферу, прибутку, репатріації за кордон, визначення економічного режиму діяльності спільного аграрного підприємства,

надання соціальних, економічних та правових гарантій, визначення показників соціальної відповідальності тощо.

Значне просування на шляху реформ має забезпечити й інша стратегічна ініціатива Кабміну та Верховної Ради — пакет з 35 економічних законопроектів, два з яких вже ухвалені, а ще два ухвалені в першому читанні. Цей законодавчий пакет має вирішити п'ять основних завдань:

- 1) захист бізнесу;
- 2) дерегуляція;
- 3) поліпшення ділового клімату;
- 4) полегшення доступу до фінансування та державних ресурсів;
- 5) заохочення інновацій.

Імплементація рішень відбуватиметься на тлі продовження децентралізації, реформи корпоративного управління та соціальних перетворень.

Література

1. Указ Президента України «Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрної сфери економіки» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1529/99>.
2. Мармуль Л. О. Інвестування інноваційного розвитку харчових і переробних підприємств : монографія / Л. О. Мармуль, І. В. Ксьонжик. — Миколаїв : [МДАУ], 2011. — С. 104.
3. Схованка для виробничої культури [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.zerno-ua.com/journals/2017/iyun-2017-god/shovanka-dlya-virobnichoyi-kulturi>.

References

1. Decree of the President of Ukraine «On urgent measures to accelerate the reform of the agrarian sector of the economy». Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1529/99> (in Ukr.).
2. Marmul, L. O., Ksonzhyk, I. V. (2011). *Investuvannya innovatsiynoho rozvytku kharchovykh i pererobnykh pidpriemstv: monohrafiia* [Investing in Innovative Development of Food and Processing Enterprises]. Mykolaiv, MDAU Publ., 104 (in Ukr.).
3. *Shhovanka dlia vyrobnychoi kultury* (2017). [Cabin for industrial culture]. Retrieved from <http://www.zerno-ua.com/journals/2017/iyun-2017-god/shovanka-dlya-virobnichoyi-kulturi/> (in Ukr.).

ПЛАНУВАННЯ ЯК ВИЗНАЧНА НЕОБХІДНІСТЬ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті проаналізовано основні види планування в сучасних умовах невизначеності та ризику. Охарактеризовано основні етапи планування, виокремлено специфіку кожного з них. Визначено спільні та відмінні ознаки процесів стратегічного, тактичного й оперативного планування.

Ключові слова: планування, інноваційна діяльність, мінливість, ризикованість, етапи планування, види планування, планування інноваційної діяльності.

Summary. The article analyzes the main types of planning under present conditions of uncertainty and risk. The main stages of planning are characterized, the specificity of each of them is highlighted. General and distinctive features of strategic, tactical and operational planning processes are determined.

Key words: planning, innovative activity, changeability, riskiness, planning stages, types of planning, planning of innovative activity.

Постановка проблеми. У сьогочасних умовах ринкових метаморфоз, коли особливо зростає роль конкурентоспроможності підприємства на фоні конкурентного змагання між підприємствами, постає питання про підвищення ефективності планування на всіх ступенях. Планування як функція управління дає змогу правильно орієнтуватися підприємствам у ринковому середовищі, допомагає приймати правильні адміністративні рішення, примножує ймовірність досягнення омріяного успіху. Однак сьогодні все більше авторів наголошують на нові якісні характеристики ринку, а саме: небезпечність, невизначеність, мінливість та нестабільність, що актуалізує роль планування і надає їй нових якісних характеристик. Окрім того, зростання ролі планування, зокрема планування інноваційної діяльності, пояснюється низкою чинників, а саме: жорстка конкуренція на ринку, складність визначення кінцевих планових показників через мінливість внутрішнього та зовнішнього середовища, необхідність порівняння початкових інвестицій та потенційних результатів від впровадження інноваційного проекту для визначення найбільш ефективних, оптимізація просування інформаційних потоків за рівнями управлінської ієрархії.

В умовах невизначеності зовнішнього середовища та зростання конкуренції на ринку планування, підвищуючи ефективність діяльності підприємства, виконує низку завдань, а саме:

- воно є ланцюгом між постановкою цілі та найбільш оптимальним планом її реалізації;
- виявляє потенційні проблеми, нейтралізує вплив негативних наслідків діяльності підприємства;
- дає перспективу оцінити практичні кроки досягнення цілей;
- забезпечує основу для оцінки витрат;
- зумовлює єдність спільних цілей всередині підприємства;
- сприяє зниженню ризиків у процесі реалізації планів;
- забезпечує ефективні шляхи досягнення цілей підприємства.

Разом з тим, незважаючи на велику кількість друкованих робіт з методології техніко-економічного планування та інноваційного менеджменту, питанню планування інноваційного розвитку підприємств на сьогоднішній день в економічній літературі приділяється незаслужено мало уваги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику планування досліджували, розкрили й ґрунтовно проаналізували такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: В. В. Іванова, Т. Б. Кушнір, О. В. Немцов, А. А. Садеков, Д. С. Сімоненко та інші, які переважно звертали увагу на планування як вид діяльності й управлінську функцію. До інноваційної діяльності увага наукового світу звернута давним-давно, зокрема, науково-прикладні аспекти інноваційної діяльності підприємства зна-

© І. А. Сільченко, В. М. Архіпова, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Сільченко І. А. Планування як визначна необхідність розвитку інноваційної діяльності підприємств / І. А. Сільченко, В. М. Архіпова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 63–67.

References (APA):

Silchenko, I. A., Arkhipova, V. M. (2017). *Planuvannia yak vyznachna neobkhdnist rozvytku innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv* [Planning as a vital need for the development of innovative activities of enterprises]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 63–67 (in Ukr.).

йшли відображення у працях М. П. Денисенка, П. Друкера, С. М. Ілляшенка та інших.

Метою статті є висвітлення планування інноваційної діяльності підприємства та основних етапів його реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційна діяльність підприємства є основою, ключовим фактором його успішного функціонування в умовах ринкової конкуренції. Інноваційна діяльність відноситься до найважливіших об'єктів системи планування діяльності підприємства та інноваційного менеджменту. Дієвість планування як інструменту управління інноваційною діяльністю підприємства багато в чому визначається його методологічним і методичним рівнем.

Сьогодні середовище, в якому функціонують вітчизняні підприємства, висуває нові умови, зумовлені ризикованістю, невизначеністю, мінливістю та нестабільністю, що, відповідно, вимагає перегляду ролі планування інноваційної діяльності. Найпростішим вирішенням цієї проблеми є запровадження ефективних процесів планування інноваційної діяльності підприємства.

Переосмислення місця та ролі планування у діяльності підприємства зокрема та системі управління економікою в цілому призвело до появи новітніх формулювань поняття «планування». Планування — це неперервний й невинний творчий процес, що має на меті досягнення поставлених цілей за оптимальних витрат ресурсів та приведення можливостей підприємства у відповідність до умов ринку [1, с. 231].

Впровадження інновацій у виробничій, соціальній, екологічній та інших сферах діяльності підприємства в кінцевому рахунку спрямовано на отримання економічних вигод. Різноманіття завдань інноваційного розвитку, прямо або побічно підлеглих досягненню головної мети, формує дерево цілей інноваційної діяльності підприємства.

Щоб інноваційна діяльність була максимально корисною для суб'єкта господарювання, необхідно забезпечити високий рівень управління інноваційними процесами. Необхідними складовими в управлінні інноваційним розвитком підприємства є прогнозування і планування нововведень. Планування спрямоване на прийняття і практичне здійснення управлінських рішень, а прогнозування створює необхідні умови для їхнього прийняття і дозволяє: скорочувати кількість варіантних розробок при формуванні плану; підвищувати глибину і якість обґрунтування плану; моделювати можливі шляхи розвитку об'єкта прогнозу; намічати необхідні заходи щодо досягнення очікуваних результатів.

У процесі планування здійснюється:

— переконливий вибір основних напрямків інноваційної діяльності для організації в цілому і для кожної структурної одиниці;

— формування програм досліджень, розробок і виробництва інноваційної продукції;

— встановлення календарних термінів проведення робіт;

— розрахунок потреби в ресурсах і розподіл їх за виконавцями на основі бюджетних розрахунків.

Як і кожен процес, планування інноваційної діяльності реалізується на підприємстві у виді послідовних етапів узвичаєних видів планування: стратегічного, тактичного й оперативного.

Стратегічне планування інноваційної діяльності має цільовий характер, тобто передбачає постановку й досягнення визначених цілей. Кількість і зміст етапів розробки стратегічних інноваційних планів, а також сама їх форма можуть істотно змінюватися залежно від конкретних умов. До числа чинників, які впливають на послідовність і зміст робіт, належать: форма власності підприємства, його тип (спеціалізоване чи диверсифіковане), галузева приналежність, рівень концентрації виробництва, рівень розвитку ринкових відносин і ринкової інфраструктури тощо [2, с. 38].

Стратегічне планування полягає у визначенні і поданні через систему стратегічних цілей, завдань і курсу дій, картини бажаного стану підприємства в майбутньому.

Стратегічне планування порівняно з іншими його видами має певні привілеї:

— стимулює (змушує) керівників усіх рівнів розмірковувати стратегічно, перспективно;

— здійснює цільову орієнтацію всіх учасників на досягнення фундаментальної мети, цілеспрямованої в майбутнє, на спільне опрацювання і виконання будь-якого інноваційного проекту чи програми розвитку організації в цілому;

— веде до чіткої координації зусиль управлінської ланки на різних рівнях організаційної структури;

— координація здійснюється як попереднє узгодження дій у підготовці планів і як узгоджена реакція на перешкоди і проблеми, що виникають під час виконання планів;

— змушує керівництво організації чітко визначати завдання кожного структурного підрозділу, як і особисті щодо здійснення стратегічних цілей;

— веде до встановлення показників діяльності організації як об'єктивної бази для ефективного контролю. [3]

Плани визначають бажаний і необхідний стан функціонування підприємства як системи на певний період. Порівняння фактичних значень параметрів із запланованими дає змогу оцінити діяльність організації, динаміку руху до досягнення поставлених стратегічних цілей; протегує посиленню взаємозв'язків і комунікацій між усіма ланками інноваційного управління, між

спеціалістами та керівниками, які обіймають різні посади в організаційній структурі, розподілу відповідальності за майбутню діяльність фірми; сприяє інформаційному забезпеченню учасників інноваційного процесу; плани містять для кожного учасника важливу інформацію стосовно цілей, прогнозів, ресурсів, строків і адміністративних умов здійснення інноваційних процесів; змушує керівництво організації чітко реалізовувати функцію мотивації учасників інноваційної діяльності; успішне виконання стратегічних завдань і планів є об'єктом особливого стимулювання й основою для взаємних розрахунків, що створює умови для продуктивної діяльності всіх учасників.

Стратегічне планування — це єдиний засіб номінального прогнозування майбутніх проблем і можливостей, яке забезпечує вищому керівництву спроможність створення планів на тривалий строк і дає основу для зниження ризику в прийнятті рішень стосовно майбутнього.

Стратегічне планування інноваційної діяльності проходить декілька загальновідомих етапів, а саме:

- 1) формування стратегічних інноваційних цілей;
- 2) визначення стратегічних завдань інноваційної діяльності;
- 3) збір, аналізування й оцінювання інформації щодо зовнішнього оточення;
- 4) збір, аналізування й оцінювання інформації щодо внутрішнього оточення підприємства;
- 5) планування інноваційної стратегії;
- 6) розроблення стратегічного плану інноваційної діяльності;
- 7) аналізування стратегічних альтернатив;
- 8) вибір генеральної стратегії інноваційного розвитку;
- 9) контроль та оцінювання результатів впровадження планів інноваційної діяльності.

Поточне (тактичне) планування є логічним продовженням стратегічного планування, оскільки воно створює підґрунтя для нових можливостей у поточній діяльності шляхом конкретизації стратегічних завдань і встановлених цілей.

Тактичне планування інноваційної діяльності підприємства — це процес створення передумов для реалізації нових можливостей стратегії інноваційного розвитку підприємства, обґрунтування завдань і засобів, необхідних для досягнення заздалегідь встановлених або традиційно прийнятих цілей. На основі техніко-економічного плану, що охоплює внутрішньовиробничий господарський механізм, встановлюються зв'язки між структурними підрозділами підприємства, розробляються науково обґрунтовані пропорції у виробництві та бюджети (кошториси) за ключовими видами діяльності, а також здійснюється контроль за їх виконанням.

Тактичне планування, як і стратегічне, є процесом, тому його реалізацію на підприємстві доцільно проводити за певними послідовними етапами. Загалом, наводять такі етапи тактичного планування:

- 1) аналізування ресурсних можливостей щодо реалізації обраної стратегії (оцінювання внутрішніх можливостей підприємства);
- 2) обґрунтування інструментарію тактичного планування (вибір методів і методики планування);
- 3) планування системи провідних показників;
- 4) розроблення сукупності заходів для реалізації стратегії;
- 5) фінансове обґрунтування запропонованих заходів;
- 6) формування адміністративних важелів;
- 7) опрацювання поетапної програми.

Оперативне планування інноваційної діяльності підприємства пов'язано з конкретизацією показників тактичного плану і вирішенням конкретних питань інноваційної діяльності підприємства в короткостроковому періоді. Оперативне планування характеризується високим ступенем деталізації планів, вузькою спрямованістю і великою різноманітністю використовуваних прийомів і методів.

Оперативне планування використовується для визначення способів і методів вирішення завдань у межах тактичної поведінки підприємства, а також для швидкого реагування на непередбачувані зміни у внутрішньому й зовнішньому середовищі функціонування підприємства, тому характеризується значно більшим рівнем конкретизації та деталізації.

Процес оперативного планування складається з таких послідовних етапів [4, с. 27]:

- 1) аналіз реалізації оперативних планів підприємства попереднього періоду;
- 2) встановлення загальних цілей розвитку підприємства на плановий період;
- 3) конкретизація загальних цілей і завдань для кожного підрозділу підприємства;
- 4) первинне складання системи оперативних планів підприємства;
- 5) аналіз оперативних планів та їх корегування керівництвом;
- 6) остаточна підготовка й затвердження оперативних планів.

Оперативне планування забезпечує невинну й взаємоузгоджену роботу всіх підрозділів підприємства щодо реалізації стратегічних планів, досягнення перспективних і поточних цілей за умови оптимального використання ресурсів для досягнення найкращого результату. Таким чином, оперативне планування стає основоположним інструментом для досягнення стратегічних планів шляхом періодичного адаптування стратегічних цілей до мінливих реалій.

Інноваційна діяльність носить творчий характер, вона погано поєднується з твердою регламентацією робіт і централізацією прийняття рішень, важко вписується у формалізовані організаційні структури менеджменту. В цьому полягає складність процесу планування інноваційної діяльності. Інновації, в основі яких лежать нові знання, тобто ті, що втілюють «блискучу ідею», — явища поодинокі, характеризуються безсистемністю і неорганізованістю, вони стають об'єктом уваги і приносять великі доходи. Але понад 90 % усіх ефективних новацій — це нововведення, засновані на аналізі, системності і завзятій праці [4]. Їх пошук має бути чітко організований і проводитися на регулярній, систематичній основі. У розробці такого виду інновацій велика роль належить процесу планування інноваційної діяльності.

Через постійне знецінення існуючих продуктів та технологій для уникнення технологічного відставання нововведення слід прогнозувати і планувати та займатися ними постійно, а не тільки

тоді, коли настають критичні обставини. Продуктові, технологічні та організаційні інновації взаємопов'язані, і проводити їх треба комплексно. Тому головним є динамічне попередження технологічного відставання, безперервне прогнозування інноваційної ситуації, планування та системне впровадження новацій у різних сферах підприємницької діяльності.

Несвоєчасне здійснення інновацій призводить до ефекту «футурошоку», тобто до такої ситуації, коли обставини спонукають здійснювати різкі зміни в короткий період часу з великими витратами ресурсів і надзвичайною напругою. Наслідком того може стати не тільки втрата прибутку, а й взагалі руйнування підприємства.

Процес планування незалежно від виду планів розпадається на три формальні фази: постановка завдання, розробка плану і реалізація планового рішення. Багатоступінчастий процес оновлення виробів можна навести у виді узагальненої моделі, на якій показані основні етапи цього процесу (рис. 1).



Рис. 1. Етапи планування освоєння нової продукції [5]

В наведеному процесі чільне місце займає розробка ефективного плану [5]. Планування освоєння нового продукту включає не тільки технічну розробку виробу, а і комплекс організаційно-економічних заходів, спрямованих на задоволення запитів споживачів і зростання рентабельності підприємства.

Імовірність невдачі новітньої продукції — це фактор, що ескортує освоєння нових виробів на будь-якому підприємстві. Серед промахів, що спіткають нові продукти, основними є такі: недостатній аналіз ринку; дефекти самого продукту; більш високі, ніж передбачалося, витрати; конкуренція; недостатні зусилля в маркетинго-

вих дослідженнях і в збутовій діяльності та інші. Більшість проблем, що виникають у зв'язку з розробкою нової продукції, за своїм характером є організаційними. Дослідження багатьох американських корпорацій показало, що у 84 % з них найбільш важливими проблемами були проблеми планування й організації виробництва нових продуктів, а не техніко-технологічні проблеми. Основним фактором успіху нового продукту є наявність на підприємстві ефективної системи планування, що охоплює всі етапи розробки продукту [6].

Нові технології є одним з найважливіших ресурсів виробництва в підвищенні його конкурентоспроможності [7]. Щоб управляти розвитком технологічних процесів, необхідно знати параметри процесів і можливості їхнього функціонування, чітко визначитися у виборі необхідної технології для низки продуктів і обґрунтувати заміну старих технологій. Фундаментальним завданням виробничих технологій стає здатність створювати нові продукти і послуги, а також знаходити нові способи виробництва і доставки їх споживачу швидше за конкурентів. Тому аналогічно як і при освоєнні нових видів продукції, науково-обґрунтований вибір найефективнішого варіанту інноваційного рішення при впровадженні нових технологій та вирішення організаційних питань його реалізації є найбільш значимою частиною процесу планування інноваційної діяльності.

Створення плану інноваційного розвитку підприємства — дуже відповідальна і досить ризикова справа, яка має бути виважена ще на початкових етапах розвитку інноваційної ідеї. Планування дозволяє забезпечувати успіх реалізації інноваційних проектів.

Висновки. Оскільки на сьогоднішній день інновації охоплюють всі напрямки і сфери діяльності підприємства, має місце думка про доцільність зосередження планування всіх нововведень в єдиному комплексному плані інноваційного розвитку підприємства.

Максимальна ефективність інновацій забезпечується на етапах прийняття рішень щодо найвигіднішого варіанту та вирішення організаційних питань реалізації інновацій. Вдало здійснені інновації є стимулом для підвищення інноваційної активності підприємств і зрушень на шляху інноваційного розвитку. В цьому важливу роль повинно відігравати планування інноваційної діяльності,

обґрунтованість якого дозволяє здійснювати інноваційні проекти вчасно та ефективно.

Таким чином, планування інновацій слід віднести до найважливішого інструменту формування виробничої програми підприємства в сучасних умовах, оскільки воно виконує ключову роль у процесі її економічного обґрунтування.

Література

1. Янковий О. Г. Вдосконалення планування на підприємстві за допомогою математико-статистичних методів прогнозування / О. Г. Янковий, О. Л. Гура // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — Вип. 1 (91). — С. 229–238.
2. Кононенко Г. С. Стратегічне планування економічного розвитку підприємств харчової промисловості // Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління. — 2009. — № 2. — С. 36–44.
3. Інноваційна політика підприємства [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://helpiks.org/3-29294>.
4. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід : монографія / М. П. Денисенко, Л. І. Михайлова, І. М. Грищенко, А. П. Гречан та ін. ; за ред. д. е. н., проф. акад. М. П. Денисенка, д. е. н., проф. Л. І. Михайлової. — Суми : Університетська книга, 2008. — 1050 с.
5. Василенко В. О. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / В. О. Василенко, В. Г. Шматько ; за ред. В. О. Василенко. — К. : Центр навчальної літератури, 2005. — 440 с.
6. Тарасюк Г. М. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. / Г. М. Тарасюк, А. І. Шваб. — К. : Каравела, 2003. — 432 с.
7. Федуллова Л. Технологічна готовність економіки України до нових викликів в умовах відсутності технологічної політики / Л. Федуллова // Економіка України. — 2010. — № 9. — С. 12–25.

References

1. Yankovyy, O. H., Hura, O. L. (2009). *Vdoskonalennya planuvannya na pidpryyemstvi za dopomohoyu matematyko-statystychnykh metodiv prohnozuvannya* [Improvement of planning at the enterprise with the help of mathematical-statistical methods of forecasting]. *Aktualni problemy ekonomiky*, 1 (91), 229–238 (in Ukr.).
2. Kononenko, H. S. (2009). *Stratehichne planuvannya ekonomichnoho rozvytku pidpryyemstv kharchovoyi promyslovosti* [Strategic planning of economic development of food industry enterprises]. *Menedzher. Visnyk Donetskoho derzhavnoho universytetu upravlinnya*, 2, 36–44 (in Ukr.).
3. *Innovatsiyna polityka pidpryyemstva* [Innovation policy of the enterprise]. Retrieved from <http://helpiks.org/3-29294> (in Ukr.).
4. Denysenko, M. P., Mykhailova, L. I., Hryshchenko, I. M., Hrechyan, A. P. et al. (2008). *Investytsiyno-innovatsiyna diyalnist: teoriya, praktyka, dosvid* [Investment and Innovation Activity: Theory, Practice, Experience]. Sumy, Universytetska knyha Publ. (in Ukr.).
5. Vasylenko, V. O. (2005). *Innovatsiynyy menedzhment* [Innovation Management]. Kyiv, Tsentri navchalnoyi literatury Publ. (in Ukr.).
6. Tarasyuk, H. M. (2003). *Planuvannya diyalnosti pidpryyemstva* [Planning of the enterprise activity]. Kyiv, Karavela Publ. (in Ukr.).
7. Fedulova, L. (2010). *Tekhnolohichna hotovnist ekonomiky Ukrainy do novykh vyklykiv v umovakh vidsutnosti tekhnolohichnoyi polityky* [Technological readiness of the Ukrainian economy for new challenges in the absence of technological policy]. *Ekonomika Ukrainy*, 9, 12–25 (in Ukr.).

ТЕОРЕТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ПРАКТИЧНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ КЛАСТЕРНОЇ ПОЛІТИКИ В РЕГІОНІ

Анотація. Визначено необхідність подальших наукових досліджень теорії і практики кластерної політики в Україні, незважаючи на двадцятирічну історію перших публікацій. Запропоновано авторське визначення і трактування змісту кластерної політики на основі пріоритету регіональної політики. На основі ретроспективного аналізу діяльності кластерів у Запорізькій області визначено проблеми їх низької ефективності. Головною причиною кризи кластерної політики визначено низький стратегічний рівень мислення керівників влади та бізнесу, низьку еластичність до компромісів керівників бізнес-структур, дрібного підприємництва.

Ключові слова: регіон, кластер, кластерна політика, регіональна економіка, економіка регіону, концепція кластеру.

Summary. The necessity of further scientific research of the theory and practice of cluster politics in Ukraine is determined, despite the twenty-year history of the first publications. The author's definition and interpretation of the content of cluster policy based on the priority of regional policy is proposed. Based on a retrospective analysis of the activity of clusters in the Zaporozhye region, problems of their low efficiency were identified. The main reason for the crisis of cluster policy is the low strategic level of thinking of government and business leaders, low elasticity to compromise of business leaders, small business.

Key words: region, cluster, cluster policy, regional economy, regional economy, cluster concept.

Постановка проблеми. Питання теорії і практики формування й розвитку регіональних кластерів як інструменту реалізації регіонального політики обговорюються в Україні вже років із двадцять, починаючи із ініціаторів створення першого діючого кластеру «Поділля перший» М. П. Войнаренка, С. І. Соколенка [1], праць автора щодо кластерів у сфері курортів і рекреації [2–5] та багатьох інших. Кластеризація як прикладний інструмент регіональної політики має досить потужний розвиток у економіках світу. За оцінкою експертів, процесом кластеризації охоплено понад 50 економік провідних країн світу [6, с. 13]. Аналізуючи місце і роль кластерів у російській економіці, Д. А. Шейнін нарахував 77 затверджених стратегій соціально-економічного розвитку у різних регіонах Російської Федерації, де є присутніми поняття «кластер», «кластерна політика», «кластерні дослідження», у 45 документах є окремі розділи кластерів галузей [7, с. 1264].

Якщо звернутися до української практики кластеризації, то тут слід відзначити, що регіональний спектр саме практичних проблем зводиться, на наш погляд, до такого: а) недостатнє розуміння змісту і природи кластерів, принципів

їхнього утворення та функціонування; б) велика данина компанійщини і своєрідній моді на новітні ініціативи влади; в) відсутність лідерів і спадкоємності на стартовому етапі започаткування кластерних утворень; г) проблеми організаційно-управлінського, фінансово-економічного забезпечення діяльності кластеру. Тобто є проблема теоретичного осмислення, методичного забезпечення та практичної реалізації кластерної політики регіону.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення останніх публікацій досліджуваної проблематики лише підтверджує вказані проблеми, а їх автори розширюють та загострюють коло проблем функціонування кластерів у пострадянських країнах.

За результатами аналізу джерельної бази виявлено розбіжності визначень регіональної кластерної політики — концепцій, форм, способів, а також вибору прикладних засобів впровадження кластерної політики — механізмів, стимулів, інструментів впливу; практично білою плямою залишається питання операційного управління кластерами регіону — управлінськими моделями, системою оцінювання та діагностування, статистично-інформа-

© П. В. Гудзь, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Гудзь П. В. Теоретичне обґрунтування практичної реалізації кластерної політики в регіоні / П. В. Гудзь // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 68–74.

References (APA):

Gudz, P. V. (2017). *Teoretychne obgruntuvannya praktychnoi realizatsii klasternoi polityky v rehionii* [Theoretical justification of cluster policy in the region]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 68–74 (in Ukr.).

ційного супроводження економіки кластеру. Так, частіше за все сутність кластерної політики учені зводять врешті до завдань підвищення конкурентоспроможності регіону [8; 9; 10]. Зокрема Ю. В. Федотова під кластерною політикою розуміє «систему відносин між органами влади та суб'єктами господарювання щодо підвищення конкурентоспроможності певної території на основі формування й розвитку кластерів» [9, с. 240–241].

На діагностичну проблему діяльності регіонального кластеру вказує Н. Анісова, акцентуючи увагу на їх формальній діяльності, відсутності підтвердження тенденцій статистичними даними чи іншим цифровим матеріалом, описовий характер аналізу, і то лише програмних документів, відсутність конкретних заходів із державної підтримки найважливіших для території кластерів [11].

Натомість ще Декарт говорив про те, що коли б людство домовилось про значення слів, то воно збавилось би від половини нещастя. Відтак, і в теоретичному, і в практичному сенсі актуальною є потреба формалізації понятійного апарату кластеризації економіки регіону, вивчення передумов готовності до впровадження змін, що вимагає дослідження кластерної політики як органічної частини регіональної політики.

Мета статті — теоретичне обґрунтування практичної реалізації кластерної політики в регіоні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Базовим теоретичним концептом парадигми регіональної економіки у напрямку кластеризації є роботи А. Маршалла, М. Портера, Е. Бергмана, Е. Фезера, С. Розенфельда, Е. Дахмена, Дж. А. Толенадо, Д. Сольє, М. Енрайта та інших. У основі розуміння кластерної політики знаходиться теорія кластерів та визначення передумов їхнього формування. Щодо цієї теми багато зроблено М. Портером, який визначив, що «кластери — це групи географічно сусідніх взаємопов'язаних компаній і пов'язаних з ними організацій, що діють у певній сфері і характеризуються спільністю діяльності та взаємодоповнюють один одного» [12, с. 206].

У якості детермінантів розвитку промислово-інноваційних кластерів учений визначав факторні умови розвитку території, фактично формуючи засади інноваційного функціонування просторової економіки:

а) людські і природні ресурси, науково-інформаційний потенціал, капітал, інфраструктура, у тому числі фактори якості життя;

б) умови внутрішнього попиту: якість попиту, відповідність тенденціям розвитку попиту на світовому ринку, розвиток обсягу попиту;

в) суміжні галузі та галузі обслуговування (кластери галузей): сфери надходження сировини і напівфабрикатів, сфери надходження обладнання, сфери використання сировини, обладнання, технологій;

г) стратегія і структура фірм, внутрішньогалузева конкуренція: цілі, стратегії, способи організації, менеджмент фірм, внутрішньогалузева конкуренція [13, р.1789].

Лауреат Нобелівської премії з економіки Пол Кругман розвинув теорію конкуренції М. Портера, за основу беручи до аналізу економічну активність агентів економіки регіону, а також систематизував фактори інноваційного розвитку територій, виокремивши дві групи факторів:

а) до факторів «першої природи» відноситься забезпеченість природними ресурсами, які затребувані ринком (мінеральні, земельні тощо), а також географічне становище територій, у т. ч. прикордонне розташування на шляхах глобальної торгівлі, що скорочує транспортні витрати і полегшує трансляцію інновацій. Ці переваги існують поза діяльністю людей;

б) до факторів «другої природи» відносяться переваги, які створені діяльністю людей і суспільства: агломераційний ефект (висока щільність населення у містах, що дає економію на масштабі); людський капітал (освіта, здоров'я, трудова мотивація, мобільність і адаптивність населення); інституційний капітал, який сприяє покращенню інвестиційного клімату, мобільності населення, поширенню інновацій тощо. Ще одним фактором є розвиток інфраструктури, що скорочує економічні відстані [14].

У визначеннях кластерної політики часто превалює: а) державний детермінізм, або дирижизм, — має місце, коли органи державної влади виступають ініціаторами і регулюють діяльність кластерних утворень — під кластерною політикою «...розуміється діяльність органів державної влади, спрямована на вирішення завдань підвищення конкурентоспроможності країни або регіону за допомогою реалізації системи заходів щодо сприяння розвитку кластерів» [8, с. 4] або б) технологічний підхід — «для регіону кластерна політика полягає у фінансуванні та координації проєктів з розвитку ключових кластерів» [15, с. 167].

На наш погляд, не треба забувати, що в основі сутності поняття «кластерна політика» лежить термін «політика». І тут наше розуміння і погляди співпадають із думкою зарубіжних вчених Р. Voekhol, В. Thuriaux. «Кластерна політика — це низка політичних заходів, які спрямовані на стимулювання й підтримку появи кластерних мереж, зміцнення взаємозв'язків між їх учасниками, а також збільшення доданої вартості їх діяльності» [16].

З давньогрецької походження терміну «політика» пов'язано зі значенням поліс-міста та передбачає упорядкування діяльності як суспільного, так і господарського комплексу. Оскільки міста представлялись общинами, співтовариствами громадян, то необхідним був адміністративний вплив через лінію поведінки, установки, курс,

правила, принципи, норми, стандарти, позиція, регулювання, які дозволяли управляти полісами.

Виокремимо основний етимологічний аспект — це публічне адміністрування й управління містом і механізми його забезпечення. Усі інші інтерпретації є похідними. У регіональній економіці політика є генерована регіональними елітами і підтримувана соціумом форма публічного адміністрування й управління просторовим розвитком з метою задоволення потреб суб'єктів виробництва і суб'єктів споживання у сприятливому для життя та діяльності середовищі.

У межах регіональної політики має формуватися база для кластерної політики та її адміністрування на етапі реалізації у формах демократичного врядування. Кластерна політика — це визначена в межах регіональної політики форма публічного управління та адміністрування розвитку економіки регіону на основі кластерного підходу, що передбачає формування кластерних ініціатив, розробку механізмів функціонування, цілевизначення, узгодження інтересів учасників, вибір організаційно-правової форми і реєстрацію альянсу, ресурсне забезпечення діяльності та запуск діяльності.

Отже, можна зробити перший висновок: кластерна політика є наслідком регіональної політики як частина цілого, що співвідноситься у системі структурно-логічних і причинно-наслідкових зв'язків та відносин як одиничне і загальне. Тобто необхідна сформована регіональна політика на перспективу, бачення пріоритетів і стратегій розвитку, виражена оцінка стану потенціалу місцевого економічного розвитку, рушійною силою якого є економічна активність не лише великого бізнесу, а й середнього та дрібного підприємства, економічна активність домогосподарств, науково-освітній, інфраструктурний, соціальний і громадський потенціал території. У планових документах розвитку регіону, як то: Генеральний план розвитку області, Стратегічний план соціально-економічного розвитку області, галузеві та міжгалузеві програми регіонального рівня — мають бути імplementовані кластерні утворення, механізми їх розвитку та м'якого адміністрування регіональною владою, визначено їх місце та роль у інноваційній економіці.

Але цього недостатньо. Адже незважаючи на підтвердження за кордоном ефективності кластерів вони не є панацеєю вирішення усіх проблем соціально-економічного розвитку територій і не є виключною формою кооперації господарської діяльності ринкових агентів. Економічну ефективність у економіці регіону різних країн показали територіально-виробничі комплекси, точки економічного зростання, центри інновацій, агентства регіонального розвитку, індустріальні парки, кластери та інші. Наприклад, в більшості регіонів Німеччини існують так звані «Заводи створення»

(Aufbauwerk), які утворюються як спільні публічні ГмБХ або товариства з кількох комунальних утворень, що працюють як інноваційні та проектні агентства певного регіону [цит. по:17, с. 105].

У старопромислових регіонах, яким є Запорізький, постає проблема обґрунтування концепції, форм, способів, швидкостей трансформації «гігантів промисловості» — підприємств важкого машинобудування, металургійних холдингів, енергетичних компаній до конкурентного стану, формування вимог до компетенції кадрів нової генерації та переходу до гнучких і продуктивних форм економічної взаємодії — перш за все аутсорсингу. Для ринкової гнучкості необхідна кооперація, делегування виконання частини портфелю замовлень і більш широкої та глибокої взаємодії із малим і дрібним бізнесом, НДІ, університетами, місцевими асоціаціями підприємців та промисловців. У літературі з цього приводу зазначається: «створення кластерів дозволяє не-суперечливо розв'язувати питання розвитку великих організацій, малого та середнього бізнесу, наукового і кадрового забезпечення виробництва, розвитку транспортної логістичної, інноваційної та фінансової інфраструктури» [10, с. 52].

Аналіз діяльності нечисленних кластерів у Запорізькому регіоні дозволяє сформулювати другу важливу тезу, яка витікає із практики кластеризації, — щодо гіпертрофованого характеру їхнього функціонування, який розмиває саму природу кластеру. На основі доказів із доступних джерел відкритого друку, оскільки офіційна статистика щодо діяльності регіональних кластерів відсутня, як і офіційні сайти кластерних об'єднань, проведено критичний аналіз їх роботи.

У 2008–2009 рр. за сприяння Проекту партнерства Канада-Україна «Регіональне врядування і розвиток» було створено інноваційно-технологічний кластер «АгроБУМ», кластер бджільництва «Бджола не знає кордонів» (м. Мелітополь), харчовий кластер «Купуй Запорізьке — обирай своє» (м. Запоріжжя), Запорізька обласна громадська організація «Кластер бджільництва» та за ініціативою місцевих підприємців курортно-рекреаційний кластер «Бердянська коса» (м. Бердянськ). Проект «Регіональне врядування та розвиток» був розрахований на 5 років (2005–2010 рр.), реалізувався Канадським інститутом урбаністики за підтримки Канадського агентства міжнародного розвитку і сприяв залученню громадськості до регіонального врядування, наданню можливості громадянам та громадам самим творити своє майбутнє і зробити розвиток свого регіону сталим.

Цілями кластеру «АгроБУМ» задекларовано координацію діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу з виробництва інноваційного обладнання для галузі сільськогосподарського машинобудування, пошук потенційних інвесторів,

спільне використання інформаційних, маркетингових, технологічних та інших можливостей учасників. Важливо зазначити, що до цього кластеру також входить Мелітопольський аграрний університет, який став ініціатором цілої низки новаторських і успішних сільськогосподарських рішень. Для координації дій та спільного вирішення актуальних питань зареєстровано громадську організацію. Окремо взяті галузі сільськогосподарського машинобудування конкурують з великими міжнародними компаніями, які використовують агресивні маркетингові технології в регіоні. Кластер забезпечує поєднання масштабності та спеціалізації, а міцний зв'язок з університетом дає можливість отримувати певні переваги завдяки інноваційності та високій якості продукції.

У реаліях Мелітопольський машинобудівний кластер «АгроБУМ» заявлено як перший досвід кластерних утворень в галузі машинобудування в нашій країні з багатьма технологічними операціями, а саме: ливарне виробництво (чавун, сталь, кольорові метали); заготівельне виробництво (стрічковопильне устаткування, плазмове різання); ковальсько-штампувальне виробництво; виробництво РТ і систем ущільнювачів; механічна обробка металів (операції: токарна, фрезерна, зуборізна і зубофрезерна, плоска кругла, безцентрова шліфівка, свердловальна, розточувальна), є сучасний парк верстатів ЧПУ (токарних, токарно-фрезерних, оброблювальних центрів); термічна обробка металів (загартування, установки ТВЧ, карбонітрація, цементация); гальванічне виробництво (хромування, цинкування); виробнича специфікація — гірничошахтне, бурильно-кранове обладнання, вузли і деталі газових і парових турбін.

З причин відсутності офіційної інформації щодо діяльності кластерного об'єднання аналіз інформаційного супроводження діяльності кластеру виявив таке: а) період 2008–2010 рр. — потужна презентаційна діяльність, промоція проекту, реєстрація, що якраз припадає на два останні роки діяльності українсько-канадського проекту; б) остання згадка про кластер значиться 2010 р., а в 2013 р. міська рада Мелітополя отримала гранпрі від Ради Європи за проект підтримки місцевих ініціатив у галузі підприємництва на основі презентації проекту створення кластеру «АгроБУМ». Громадської організації «Кластер «АгроБУМ» не вдалося виявити, як і сайту. Виробничої спеціалізації у сфері сільськогосподарського машинобудування також не вдалося ідентифікувати. Натомість, заявлено виробниче підприємство з аналогічною назвою, що має правовий господарський статус товариства з обмеженою відповідальністю з аналогічною діяльністю [18].

На думку автора, історія створення та функціонування такого кластеру є прикладом формального підходу, компаніїщини до утворен-

ня кластеру без створення та діяльності органу управління, розбіжності інтересів заявлених понад 40 промислових підприємств-учасників кластеру, що спонукало до припинення їх активного консолідованого характеру прийняття рішень щодо кооперації діяльності. Суттєвої відмінності від принципів діяльності Асоціації підприємців та промисловців і кластеру «АгроБУМ» не виявлено, що дозволяє ідентифікувати його як тимчасовий політико-економічний проект.

Кластер «Бджола не знає кордонів» залучає до співробітництва не лише виробників меду та іншої первинної продукції бджільництва (так, тільки у Мелітопольському районі працює майже 500 бджолярів), але й науково-дослідницькі установи, торговельні організації, виробників косметики, медичних препаратів та інших продуктів, де використовуються цілющі компоненти меду. До кластеру «Бджола не знає кордонів» входять: Запорізька обласна спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, Асоціація платників податків України у Запорізькій області, Мелітопольська райдержадміністрація, Мелітопольський міський виконавчий комітет; Союз бджолярів-аматорів «Бджілка»; Громадська організація «Сучасна пасіка»; НДІ Інститут зрощуваного садівництва ім. І. Ф. Сидоренка УААН та дочірнє господарство «Мелітопольське»; НАН Інститут бджільництва ім. П. І. Прокоповича УААН; Таврійський державний агротехнологічний університет. Керуючим органом управління кластеру є Запорізька обласна громадська організація «Кластер бджільництва «Бджола не знає кордонів», яка має юридичну реєстрацію [19]. Особливої інформаційної, а можна припустити, що і статутної, активності не виявлено з часу реєстрації та спроб створення музею бджільництва із залученням відомого мандрівника І. Конюхова.

Іншим прикладом кластероутворення в регіоні є кластер «Купуй Запорізьке — обирай своє», до якого входять 22 підприємства харчової промисловості і понад 100 об'єктів торгівлі. Учасники кластеру здійснюють: виготовлення і реалізацію кондитерських виробів; оптову, роздрібну торгівлю та дистрибуцію сільгосппродукції; виробництва м'яса; виготовлення питної води та безалкогольних напоїв; виробництво продуктів харчування із риби тощо. Товари, виготовлені підприємствами кластера, позначені спеціальними цінниками і зазвичай дешевші за аналогічні продукти. Мета створення цього кластеру полягала у просуванні та маркетинговій підтримці продуктів харчування місцевих виробників.

Зареєстрована громадська організація, але наразі ідентифікувати продукцію кластеру в торговельній мережі або на міських ярмарках не вдалося, оскільки, на нашу думку, використано пріоритет політичний над економічним в процесі

створення такого проекту. Адже жодних переваг його учасники-виробники не отримали, а внаслідок відсутності ефективних рішень, належного рівня кооперації для скорочення транспортних, складських витрат не вдалося отримати синергетичний ефект. Дрібні товаровиробники процвітають на ринку за рахунок індивідуалізму та підприємливі, а занадто вузькі межі прийняття рішень і щільне співробітництво між конкурентами, постачальниками, посередниками чи клієнтами реально складає загрозу виробничій програмі і бізнесу в цілому. На нашу думку, дія наведеного кластеру знаходиться у стані заморозки.

Типовим і показовим для українських реалій є історія створення і започаткування діяльності кластеру «Бердянська Коса», про який мало згадується в науковій літературі. Розпочавши свою діяльність за ініціативи потужного рекреатора на Бердянські косі, його автор залучив біля 15 керівників туристичних, санаторно-курортних, оздоровчих закладів до співпраці. Була зареєстрована Бердянською міськрадою громадська організація «Бердянська коса», яка проіснувала лише декілька років. Причина — цілі, за якими створювався кластер, не відповідали принципам партнерства і довір'я між учасниками. У цьому разі мала місце поведінкова стратегія ініціатора — поширення впливу на інших учасників кластеру, продовження власного бізнесу і вирішення питань дорожнього господарства, комунальної інфраструктури у формі кластеру і за рахунок коштів учасників.

Ретроспективний, хоча і побіжний, аналіз зовнішніх ефектів діяльності запорізьких кластерів висвітлює окремі недоліки і проблеми. Вкрай важливим є те, що діяльність канадсько-українського проекту спонукала більшість учасників до дій, що свідчить про готовність дрібного і середнього бізнесу шукати нові форми співпраці й реалізувати свої комерційні та соціальні цілі. Це позитивний досвід реалізації регіональної кластерної політики як для місцевих і регіональних влад, бізнесу, так і громадського сектору, зокрема натхненника кластерних проектів І. Лех.

З іншого боку, висвітлено проблеми, що властиві й іншим регіонам.

1. Недостатня закріпленість кластерного підходу у програмних документах регіональних влад і планів соціально-економічного розвитку регіону, відсутність стратегічного мислення, нерозуміння природи і принципів діяльності кластеру керівниками вищої ланки. Тобто відсутність органу консолідації у сфері кластерної політики з боку місцевих влад призвело до того, що закінчився проект — закінчилися й кластерні ініціативи.

Можемо констатувати слабкість державної регіональної влади, низький авторитет керівників, високу плинність очільників обласної адміністрації, відсутність спадкоємності у управлінні регіоном.

2. Формальний підхід до вибору суб'єктів кластерних утворень. Приймається до уваги, як правило, територіально-галузевий принцип утворення кластерів і не беруться до уваги засади функціонування — інтереси, поведінка та базові принципи партнерства, довіра. Очевидно, що саме тут криється причина, здавалося б, логічного процесу створення енергетичного кластеру в області — Запорізька область єдина, де представлено атомне, тепло-, гідро-, геліо- і вітроенергетичне виробництво, але енергетичного кластеру не видно. Інший приклад — металургійний кластер. У регіоні розташовано майже десяток металургійних підприємств повного циклу та окремих переділів. У цьому випадку вимоги, за М. Портером, щодо територіально-виробничих умов виконуються, а вимоги, за П. Кругманом, стосовно якості, активізації людського капіталу, мотивації — не виконуються. Подібні паралелі можна продовжувати і на прикладі можливостей створення в регіоні авіабудівного, харчового, курортно-рекреаційного кластеру.

Командно-адміністративний підхід в управлінні кластером безперспективний. А партнерство завжди будується на обміні — інформацією, зв'язками, ідеями, шляхами розв'язання тощо, це інститут, де потрібно віддавати й отримувати, де є обмін енергією, планами, контактами, а не лише наміри отримання зиску. Тобто необхідна зміна свідомості у підприємців, підходів до операційних форм взаємної діяльності, синергетичного ефекту за рахунок спільних проектів, спрямованих на скорочення транспортних, складських, логістичних, трансакційних витрат тощо.

3. Слабкий рівень інституційного, інноваційного, креативного забезпечення діяльності кластерів. Аналіз показав, що практично у всіх чотирьох регіональних кластерах кластерні ініціативи виникали й очолювалися чиновниками (депутатами) міськради або керівниками громадських організацій, установ. Проектний менеджмент вказує, що принцип лідерства має трансформуватися в групову роботу, активність команд, які б ставали учасниками кластерів.

Подолання подібних відхилень на стартовому етапі діяльності кластерів та державна підтримка кластерних проектів сприятимуть активізації соціально-економічного розвитку регіону.

Висновки. Запропоновано авторське трактування сутності кластерної політики регіону на основі пріоритету регіональної економічної політики. Кластерна політика — це визначена в межах регіональної політики форма публічного управління та адміністрування розвитку економіки регіону на основі кластерного підходу, що передбачає формування кластерних ініціатив, розробку механізмів функціонування, цілевизначення, узгодження інтересів учасників, вибір організаційно-правової форми і реєстрацію альянсу,

ресурсне забезпечення діяльності та запуск діяльності. Зміцнення взаємозв'язків між потенційними учасниками кластеру детермінує збільшення доданої вартості їхньої діяльності.

Аналіз діяльності нечисленних кластерів у Запорізькому регіоні дозволяє сформулювати другу важливу тезу, яка витікає із практики кластеризації — гіпертрофованій характер їх функціонування, який розмиває саму природу кластеру. Головною причиною затухання кластерної політики визначено низький стратегічний рівень мислення керівників влади та бізнесу, низька еластичність до компромісів керівників бізнес-структур, дрібного підприємництва.

Напрямом подальших досліджень є розробка структурної моделі кластеру, в якій можна використовувати економіко-математичні моделі, а також статистичні дані для конкретних економічних оцінок.

Література

1. Соколенко С. И. Производственные системы глобализации. Сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры. Украинский контекст / Станислав Иванович Соколенко. — К. : Логос, 2002 — 648 с.
2. Гудзь П. В. Кластерная модель управления курортным городом. Приморские города и поселки Черного и Азовского морей: совместно к устойчивому развитию // Матер. междунар. конф. 12–16 марта 2001 г. — Севастополь : Крым, 2001.
3. Гудзь П. В. Кластер як інноваційна модель управління міським господарством / П. В. Гудзь // Менеджер. — 2002. — № 1 (17). — С. 39–48.
4. Гудзь П. В. Економіко-математичне обґрунтування розвитку курортно-рекреаційного комплексу регіону на основі кластерного підходу / П. В. Гудзь // Культура народів Причорномор'я. — 2005. — № 63. — С. 37–42.
5. Гудзь П. В. Кластеризація розвитку курортно-рекреаційного комплексу регіону // Культура народів Причорномор'я. — 2005. — № 64. — С. 46–50.
6. Галлямова Д. Х. Кластерная политика как инструмент повышения конкурентоспособности экономики регионов / Д. Х. Галлямова // Економічний часопис-XXI. — 2014. — № 3–4 (1). — С. 12–15.
7. Шейкин Д. А. От теории кластеров — к теории кластерного развития регионов: эволюция и проблематика / Д. А. Шейкин // Креативная экономика. — 2016. — № 11. — С. 1263–1272.
8. Задорова Т. В. Кластерная политика как фактор повышения конкурентоспособности региона (на материалах Чувашской республики) : автореф. дис. канд. экон. наук : 08.00.05 / Задорова Т. В. — Москва, 2009. — 24 с.
9. Федотова Ю. В. Роль органов державного управління у здійсненні процесів кластеризації на макро- та мезаекономічному рівнях / Ю. В. Федотова // Комунальне господарство міст : науково-технічний збірник. Серія : Економічні науки. — 2014. — Випуск 113. — С. 240–245.
10. Фурсов В. А. Региональная кластерная политика как средство повышения конкурентоспособности / В. А. Фурсов // Kant. — 2014. — № 1 (10). — С. 51–55.
11. Анисова Н. А. Модель кластера / Н. А. Анисова // Эксперт-Урал. — 2017. — № 38 (571).
12. Портер М. Э. Конкуренция : учебное пособие / Майкл Э. Портер ; перевод с англ. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2000. — 495 с.
13. Delgado M., Porter M. E., Stern S. Clusters, Convergence, and Economic Performance // Research Policy. — 2014. — Vol. 43. — № 10. — P. 1785–1799.

14. Krugman P. R., Obstfeld M., Melitz M. International Economics: Theory and Policy, 11th Edition. London : Pearson PLC, 2014. — 792 p.

15. Романова О. А. Потенциал кластерного развития экономики региона / О. А. Романова, Ю. Г. Лаврикова // Альманах современной науки и образования. — 2014. — № 9 (87). — С. 118–119.

16. Boekhol P., Thuriaux B. Public Policies To Facilitate Clusters: Background, Rationale And Policy Practices In International Perspective. — Режим доступу : [http://wiki.nasa.gov/cm/wiki/Federal%20Knowledge%20Management%-20Working%20Group%20\(KMWG\).wiki/1001885main_oeecd%201999a.pdf#page=371](http://wiki.nasa.gov/cm/wiki/Federal%20Knowledge%20Management%-20Working%20Group%20(KMWG).wiki/1001885main_oeecd%201999a.pdf#page=371). (Дата звернення : 10.12.2017 р.)

17. Актуальные вопросы управления региональным развитием : [монография] / под. ред. Г. А. Сульдиной, Р. М. Нуртдинова. — Казань : Казанский государственный университет, 2010. — 368 с.

18. Машиностроительный Кластер АгроБУМ, ООО [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://uglex.com/company/7012-mashinostroitel-nyy-klaster-agrobum-ooo.html>. (Дата звернення : 12.12.2017 р.)

19. Запорізька обласна громадська організація «Кластер бджільництва «Бджола не знає кордонів» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://odnodata.com/egrpou/36968850>. (Дата звернення : 12.12.2017 р.)

References

1. Sokolenko, S. Y. (2002). *Proizvodstvennyye sistemy globalizatsii. Seti. Al'yansy. Partnerstva. Klasteri. Ukrainskiy kontekst* [Production systems of globalization. Network. Alliances. Partnership. Clusters. The Ukrainian Context]. Kyiv, Lohos Publ. (in Rus.).
2. Gudz, P. V. (2001). *Klasternaia model' upravleniya kurortnym horodom* [Prymorskye horoda y poselky Chernogo y Azovskoho morej: sovместno k ustojchyvomu razvytyiu]. Mater. mezhdunar. konf. 12–16 marta 2001 Sevastopol' [Materials of the International Conference March 12–16, 2001. Sevastopol] (in Rus.).
3. Gudz, P. V. (2002). *Klaster yak innovatsiina model upravlinnia miskym gospodarstvom* [Cluster as an innovative urban management model]. *Menedzher*, 1 (17), 39–48 (in Ukr.).
4. Gudz, P. V. (2005). *Ekonomiko-matematychne obgruntuvannia rozvytku kurortno-rekreatsijnoho kompleksu rehionu na osnovi klasternoho pidkhotu* [Economic and mathematical substantiation of the development of the resort and recreational complex of the region on the basis of the cluster approach]. *Kultura narodiv Prychornomoria*, 63, 37–42 (in Ukr.).
5. Gudz, P. V. (2005). *Klasteryzatsiia rozvytku kurortno-rekreatsijnoho kompleksu rehionu* [Clusterization of the development of the resort and recreational complex of the region]. *Kultura narodiv Prychornomoria*, 64, 46–50 (in Ukr.).
6. Galliamova, D. Kh. (2014). *Klasternaia polityka kak ystrument povysheniya konkurentosposobnosti ekonomiky rehyonov* [Cluster policy as a tool to improve the competitiveness of the regions]. *Ekonomichnyj chasopys-XXI*, 3–4 (1), 12–15 (in Rus.).
7. Shejkin, D. A. (2016). *Ot teoryi klasterov — k teoryi klasternoho razvytyia rehyonov: evoliutsiya y problematika* [From the theory of clusters to the theory of cluster development of regions: evolution and problems]. *Kreatyvnaia ekonomika*, 11, 1263–1272 (in Rus.).
8. Zadorova, T. V. (2009). *Klasternaia polityka kak faktor povysheniya konkurentosposobnosti rehyona (na materialakh Chuvashskoj respubliky)* [Cluster policy as a factor of increasing the competitiveness of the region (on the materials of the Chuvash republic)]. Extended abstract of PhD (Economic) dissertation. Moscow (in Rus.).
9. Fedotova, Yu. V. (2014). *Rol orhaniv derzhavnogo upravlinnia u zdiisnenni protsesiv klasteryzatsii na makro- ta mezekonomichnomu rivniah* [The role of public administration bodies in the implementation of clustering processes at macro and mezzaneconomic levels]. *Komunalne gospodarstvo mist*, 113, 240–244 (in Rus.).
10. Fursov, V. A. (2014). *Rehyonalnaia klasternaia polityka kak sredstvo povysheniya konkurentosposobnosti* [Regional cluster policy as a means of increasing competitiveness]. *Kant*, 1 (10), 51–55 (in Rus.).
11. Anysova, N. (2017). *Model' klastera* [Cluster model]. *Ekspert-Ural*, 38 (571) (in Rus.).

12. Porter, M. E. (2000). *Konkurentsya* [Competition]. Moscow, Vyl'iams Publ. (in Rus.).

13. Delgado, M., Porter, M. E., Stern, S. (2014). Clusters, Convergence, and Economic Performance. *Research Policy*, vol. 43, 10, 1785–1799 (in Engl.).

14. Krugman, P. R., Obstfeld, M., Melitz, M. (2014). *International Economics: Theory and Policy*, 11th Edition. London, Pearson PLC, 792.

15. Romanova, O. A., Lavrykova, Yu. G. (2014). *Potentsyal klasternoho rozvytyia ekonomyky rehiona* [Potential of cluster development of the region's economy]. *Al'manakh sovremennoy nauky y obrazovaniya*, 9 (87), 118–119 (in Rus.).

16. Boekhol, P., Thuriaux, B. Public Policies To Facilitate Clusters: Background, Rationale And Policy Practices In Inter-

national Perspective. Retrieved from [http://wiki.nasa.gov/cm/wiki/Federal%20Knowledge%20Management%-20Working%20Group%20\(KMWG\).wiki/1001885main_oecd%201999a.pdf#page=371](http://wiki.nasa.gov/cm/wiki/Federal%20Knowledge%20Management%-20Working%20Group%20(KMWG).wiki/1001885main_oecd%201999a.pdf#page=371). (Accessed 10 December 2017) (in Engl.).

17. Sul'dynoj, H. A., Nurtdynova, R. M. (eds.) (2010). *Aktual'nye voprosy upravleniya rehional'nyim razvytyem* [Topical issues of regional development management]. Kazan', Kazanskiy gosudarstvennyj unyversytet Publ. (in Rus.).

18. *MashyAhrobumnostroytel'nyj Klaster AhroBUM, OOO*. Retrieved from <http://uglex.com/company/7012-mashinostroitel-nyy-klaster-agrobum-ooo.html>. (Accessed 12 December 2017) (in Rus.).

19. *Zaporizka oblasna hromadska orhanizatsiia «Klaster bdzhilnytstva «Bdzhola ne znaie kordoniv»*. Retrieved from <https://odnodata.com/egrpou/36968850>. (Accessed 12 December 2017) (in Ukr.).

УДК 332.14(043)

М. С. Пашкевич,
О. В. Фінагіна

ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ТЕРИТОРІЙ ЯК БАЗИС РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО СЕРЕДОВИЩА РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Анотація. Проведено аналіз новітніх методів та сучасних методик формування іміджу територій як інструментів активізації ділової діяльності, стимулювання інвестицій та інновацій. Доведено, що формування позитивного іміджу дає змогу створювати унікальний образ регіону, стимулювати його конкурентні переваги, розвивати бізнес-середовище. Розвиток ділового середовища запропоновано розглядати з позицій парадигми відносин розвитку іміджу в регіональному менеджменті. Запропоновано ключові засади, на які впливає імідж регіону як мотиваційний фактор.

Ключові слова: ділове середовище, регіональний розвиток, імідж регіону.

Summary. The article analyzes the latest methods and modern methods of forming the image of territories as tools for activating business activity, stimulating investments and innovations. It is proved that the formation of a positive image gives the opportunity to create a unique image of the region, to stimulate its competitive advantages, to develop a business environment. The development of the business environment is proposed to be considered from the standpoint of the paradigm of relations of image development in regional management. The proposed key principles influenced by the image of the region as a motivating factor.

Key words: business environment, regional development, image of the region.

Постановка проблеми. Зміни, які відбуваються під впливом глобалізації світової економіки, трансформації ролі регіонів у соціально-економічному розвитку територій, призводять до зростання конкуренції на усіх рівнях господарської діяльності за нові ринки, джерела капіталу, трудові ресурси. Фундаментальне переосмислення самої суті розвитку регіонів змінює систему економічних, соціальних, інформаційних, культурних комунікацій безпосередньо між певними регіонами, що змагаються за можливість впроваджувати найефективніші й інноваційні підприємства,

агрегувати матеріальні та нематеріальні цінності, залучати трудовий капітал. Регіони, що являють собою соціально-економічні комплекси, в умовах глобалізаційних процесів є детермінантою, тригером ринкового розвитку і бізнес-процесів, основою акумуляції та ефективного використання загального потенціалу виробництва регіону, що в змозі створити реальний конкурентний потенціал, який відповідає сучасним вимогам. Актуальність створення конкурентного потенціалу регіонів України, що базується на орієнтації на ключові завдання інноваційної економіки, обу-

© М. С. Пашкевич, О. В. Фінагіна, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Пашкевич М. С. Формування позитивного іміджу територій як базис розвитку ділового середовища регіонів України / М. С. Пашкевич, О. В. Фінагіна // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 74–78.

References (APA):

Pashkevych, M. S., Finahina, O. V. (2017). *Formuvannia pozytyvnoho imidzhu terytorii yak bazys rozvytku dilovoho seredovyscha rehioniv Ukrainy* [Formation of a positive image of the territories as a basis for the development of the business environment of the Ukraine's regions]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 74–78 (in Ukr.).

мовлює необхідність винайдення сучасних інструментів координації напрямів та перспектив їх розвитку, ключовим з яких виступає створення ефективних форматів ділового середовища, що базується на політиці створення позитивного іміджу регіонів України. Створення позитивного іміджу є тригером формування неповторного образу регіону, активізації його конкурентного потенціалу, розвитку ділового середовища території та акумулювання ресурсів, які забезпечать продуктивний регіональний розвиток.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багатоаспектність предметної галузі дослідження, пошук підходів щодо формування позитивного іміджу регіону в системі регіонального розвитку набули свого втілення в наукових працях вітчизняних вчених-економістів: А. Баранюка [1], Е. Васильконої [2–4], Д. Солохи [5]. Вивчення теоретичних та емпіричних надбань цих авторів дає змогу стверджувати, що ними сформовано теоретичні засади і практичний інструментарій щодо формування іміджу регіону. А. Сурай [6; 7], М. Мельник [8] та ін. розглядають процеси формування іміджу регіону у зв'язку зі становленням та розвитком ділового середовища регіону, проте потребує подальшого розвитку і наукового розв'язання група проблем, що пов'язані з процедурами та технологіями діагностування іміджу, стратегічного управління розвитком регіону на засадах формування його позитивного іміджу і підвищення якості ділового середовища.

Метою статті є аналіз інструментів управління соціально-економічним розвитком, таких як формування новітніх форматів ділового середовища на засадах позитивного іміджу регіонів.

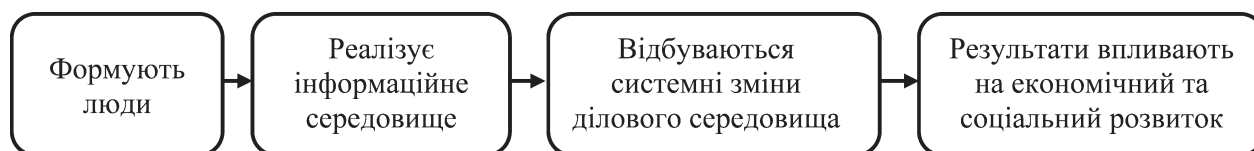


Рис. 1. Парадигма відносин розвитку іміджу в регіональному менеджменті (розроблено авторами)

Імідж як цілеспрямований структурований образ у системі регіонального управління має оціночні й мотиваційні фактори впливу на соціальні та економічні відносини, активність діяльності підприємств і організацій регіону, що є відображенням його функціонального навантаження. У регіональному менеджменті він виступає як самостійний мотиваційний фактор [5], що впливає на такі засади:

- стратегічного планування й прогнозування регіонального розвитку;
- процесів інвестування й розвитку бізнесу, інституціоналізацію бізнес-інкубування та комплексу підтримку підприємництва;
- регулювання й відтворення внутрішнього продукту;

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сьогодні регіональна проблематика не тільки не втратила своєї значущості та актуальності, але й стає визначальним суб'єктом економічних, соціальних і політичних відносин. Вона ж формує культурне середовище і зберігає особливості етноісторичного розвитку. Регіональна економіка оперує низкою основних категорій, найхарактерніших для теоретичних і практичних регіональних досліджень. Це — «регіон», «регіональний господарський комплекс», «регіональний відтворювальний процес», «регіональні особливості соціальної та економічної трансформації», «регіональний ринок» [9].

У новітніх умовах функціонування соціально-економічної системи України вивчається значна кількість потенційних потреб в теоретико-методологічних концептах регіонального менеджменту, що включають новітні знання з процесів інформатизації економіки. Надзвичайної важливості набувають сучасні методології формування іміджу територій як інструменти активізації ділової діяльності, стимулювання інвестицій та інновацій.

Імідж регіону — це цілеспрямовано сформований інформаційно наповнений образ, що відображає регіональний господарський комплекс в єдності економічних, соціальних, культурних, комунікаційних процесів, які визнані у зовнішньому середовищі як найбільш розповсюджені характеристики, що повторюються у часі та підтверджені у фактах цільового й нецільового позиціонування населенням регіону. Парадигму відносин розвитку іміджу в регіональному менеджменті наведено на рис. 1 [3, с. 463–468.].

— формування механізмів управління регіоном.

Будучи стійким у системі відтворення та у свідомості цільової аудиторії, імідж моделює реакції на нові й непередбачувані управлінські, соціальні та економічні заходи, інновації, технічне і технологічне втручання та інше [5].

Роль позитивного іміджу має значний вплив на соціальний та економічний регіональний розвиток і ефективно управління цими процесами. Це є актуальним і важливим питанням регіонального менеджменту України, що формується сьогодні.

Додержання нових течій та новітніх технологій в економіці є головною умовою стрімкого роз-

витку країни, а за сучасних умов розповсюдження інформаційних технологій та продуктів швидке реагування науковців на дослідження й впровадження нових розробок у економічній науці є особливо важливим показником професіоналізму і схильністю до створення конкурентоспроможної економіки країни. До новинок в розвитку сучасної економічної науки належать такі напрями досліджень, як: імідж і бренд країни, регіону; індикатори рівня розвитку ділового середовища регіонів [6, с. 67–80]. Такі напрями досліджень викликають неабиякий інтерес у науковців. Але імідж регіону досліджується здебільшого в таких сферах діяльності, як культура, туризм тощо. Наразі недостатнім є вивчення й дослідження його з точки зору розвитку регіональної та національної економік, впливу іміджу на процеси інвестування, невивченим залишається питання діагностування й оцінки територіального іміджу.

Проблеми формування позитивного іміджу регіонів потребують детального вивчення і системного регулювання в контексті процесів глобалізації та євроінтеграції України. Досліджуючи імідж регіону як категорію економічної науки, одним із важливих завдань, що постає перед науковцями сьогодні, є розробка та впровадження інструментів і методів його оцінки, розширення зон формального та неформального залучення інформації.

Розвиток національної економіки залежить від економічної активності регіонів країни та впровадження системи ефективного регіонального управління, що сприяє формуванню загального позитивного іміджу країни на міжнародній арені. Поряд із активним рухом до стандартів інформаційного суспільства та всебічною інформатизацією всіх сфер діяльності набуває свого активного розвитку новий, інформаційно-ємний інструмент регулювання економіки — «імідж регіону». Проблема його формування, позитивне відображення в системі заходів загально-регіональної інформаційної політики вже цікавить все більше коло науковців, менеджерів-практиків, бізнесменів.

Метою регіональної влади, населення, бізнес-спільноти є формування позитивного іміджу та репутації, які матимуть здатність виокремити їх поряд з іншими регіонами як самої країни, так і регіонами інших країн. Це елемент конкуренції, що забезпечує стимулювання в процесах реалізації різноманітних функцій регіонального управління. У першу чергу це функція інформаційного забезпечення, її якісне та кількісне наповнення. Також особливе стимулювання відбувається в системі процесів та явищ ділового середовища.

Слід погодитися з думкою науковців, що національна модель ділового середовища являє собою складний, багатофакторний організм, де різною мірою, в різних пропорціях проявляють себе

внутрішньоцивілізаційні характеристики економічного, соціального, інформаційного та інших середовищ, і детермінуючі фактори глобального економічного простору. Не існує загальноприйнятої наукової думки щодо класифікації національних моделей ділового середовища. Науковці активно напрацьовують сучасні знання щодо ділового середовища, визначають і систематизують класифікацію сутнісних ознак диференціації моделей ділового середовища, уточнюють та вводять в обіг понятійно-категорійний апарат, надають класифікацію національних моделей, вивчають системні зміни ділового середовища в контексті поширення стандартів інформаційної економіки та інших процесів і явищ, що є впливовими [7 с. 66–72.].

В умовах реформування національної економіки України, змін парадигми регіонального регулювання і форм цільового впливу, активної євроінтеграції зростає значимість вивчення ділового середовища в контексті потенціалу взаємодії територій, збереження унікальних характеристик — культури, національної спадщини, ремесел, природних і ландшафтних зон, соціальних і туристичних проектів. Вивчення і використання різноманітних форм ділового середовища, його інтеграційна взаємодія в економічному і соціальному реформуванні служать рушійною силою самореалізації та розвитку територій. У сучасному регіональному менеджменті це пріоритет ефективного використання різноманітних груп переваг: галузевих, бізнес-процесів, системи управління (особливо технологій іміджмейкінгу та брендування).

У перспективі — чим активніше і повніше будуть використовувати потенціал інтеграційної взаємодії й розвитку регіони України, тим швидше будуть відбуватися процеси адаптації регіональної економіки до сучасних бізнес-стратегій і, відповідно, виникнуть нові можливості для самореалізації територій.

Процеси активного формування позитивного іміджу за рахунок сучасних управлінських технологій є елементом конкуренції регіонів між собою за ресурси. Це процес, який ще лише набуває свого повного віддзеркалення в системі менеджменту. Але вже сьогодні науковці вивчають та позиціонують дослідження: іміджу економіки та соціальної сфери; іміджу потенційних можливостей (економіки, культури, галузей та підприємств); іміджують управлінські проекти розвитку територій; формують самостійні плани та прогнози розвитку іміджу територій.

Прагнення України до побудови економічно розвиненої держави на засадах додержання європейських стандартів вимагає чіткого позиціонування її на міжнародній арені. Це можливо за допомогою правильно сформованого іміджу як

країни, так і її регіонів та його відповідності до реальних оцінок ділового середовища. Іміджування регіону за своєю суттю — це синтез місії регіону і стратегії розвитку країни, новітніх форматів ділового середовища та системних змін соціуму.

Проблема формування іміджу території на сьогодні викликає інтерес не лише у фахівців зі зв'язків з громадськістю, а також у політичній та ділової еліти, фахівців регіонального та галузевого менеджменту України. Відносини «держава — бізнес — суспільство» сьогодні побудовані на активному співробітництві із засобами масової інформації, просуванні літератури рекламного характеру, державної символіки та використанні українських культурних традицій. Важливою умовою є те, що цей процес не повинен відтворюватися самостійно та природно, до цього має бути залучене широке коло фахівців та науковців. Усі аспекти життєдіяльності країни та її регіонів повинні працювати на імідж, щоб у підсумку отримати його як сприятливий.

Малий і середній бізнес — це основа ефективного ділового середовища країни та її регіонів. Підприємництво вносить зміни в економіку як на макрорівні, так і на мезо-, мікрорівні і відіграє визначальну роль в реалізації тих завдань, що поставлені перед економікою сьогодні [1, с. 11–13].

Так, до позитивних зрушень слід віднести той факт, що у 2016 році в нашій державі відмічались позитивні зрушення в регуляторному кліматі і зростанні рівня ділового оптимізму організацій, що є представниками середнього та малого бізнес-класу. Ця інформація оприлюднена Мінекономрозвитку за даними результатів другої Щорічної оцінки ділового клімату 2016, що здійснив Інститут економічних досліджень та політичних консультацій у рамках Програми USAID «Лідерство в економічному врядуванні». Позитивні зрушення продемонстрували «Центральний індекс дослідження», «Індекс ділового клімату», що піднялись на 5 пунктів порівняно з попереднім роком. Така динаміка демонструє зростання оптимізму представників малого та середнього бізнесу стосовно перспектив власного бізнесу. Поряд із вищенаведеним позитивні сподівання щодо динаміки бізнесу у наступні 2 роки певним чином трансформувалися. Отримані результати демонструють, що трансформації регуляторного поля України в попередні 2 роки все ж таки мають позитивний результат. Представники бізнес-спільноти позитивно реагують на трансформації щодо процедурних аспектів реєстрації підприємства, зниження кількості документальних перевірок їхньої діяльності. Також знизилась розцінка на оформлення дозвільних документів та різноманітних процедур, пов'язаних з відкриттям бізнесу. Так, для малого та середнього бізнесу у 2016 вони

зменшилась порівняно з 2015 роком на 2,3 тис. грн. — до 27,4 тис. грн./рік. Найвагомішою проблемою здійснення бізнес-функцій підприємці вважають «низький попит», що посів перше місце, в попередньому році перше місце посідав показник «несприятлива політична ситуація» [10].

«Це дослідження — ще один доказ того, що зусилля Мінекономрозвитку щодо дерегуляції спрямовані правильно. Разом із Офісом ефективного регулювання підготовлено та реалізовано законопроект про поліпшення інвестиційного клімату, прийняття і впровадження якого має істотно покращити бізнес-клімат в Україні. А це плюс для України не тільки в згаданому дослідженні, але і в рейтингу Doing Business,» — прокоментував дослідження перший заступник міністра економічного розвитку і торгівлі України Максим Нефьодов. У опитуванні взяли участь представники 1851 малих та середніх підприємств по всій країні. Щорічна оцінка ділового клімату (ABCA, Annual Business Climate Assessment) — це щорічне дослідження малого та середнього бізнесу, що дозволяє здійснювати моніторинг змін, які відбуваються у діловому середовищі. Дослідження виявляє вплив економічного й регуляторного середовища на економічну активність малих та середніх підприємств, формує рейтинг ділової активності бізнесу [10].

Передумовою позитивних зрушень в країні, її регіонах є позитивно і професійно сконструйований імідж, який у теперішньому часі стає реальним та одним із найважливіших ресурсів менеджменту. Таке бачення є своєчасним і відповідним до активних процесів інформатизації, нарощення потенціалу інформаційної прозорості, глобалізації та інтернаціоналізації економічного й соціального простору, стрімких процесів кластеризації у всіх сферах господарської діяльності.

Позитивні імідж та репутація територій є основними факторами для просування державних і регіональних проектів, активізації процесів інвестування, системних змін ділового середовища. І це також, на думку фахівців, є конкурентним ресурсом для покращення відносин державного та приватного секторів, позитивних змін в парадигмі відносин «влада — бізнес — населення». У сучасному практичному регіональному менеджменті саме процеси інформаційної якості та прозорості, відповідності розвитку прогресу забезпечують рух до майбутнього, формують засади використання сучасних механізмів та інструментів діяльності, надають наукової обґрунтованості заходам. Механізми та інструменти впровадження позитивного іміджу як мети інформаційної якості в системі планування й прогнозування розвитку території — на сьогодні для України нагальна потреба. Зацікавленість у такому відображенні управлінських дій існує і набуває поширення за

рахунок включення в управлінські технології інформаційних інструментів забезпечення, поширення технологій комплексної інформатизації та автоматизації, всебічного використання мережевих зв'язків.

Світовий досвід позиціонує формування іміджу як національну систему активного відображення — ділового середовища, якісних та кількісних змін бізнес-середовища, що відповідають суспільному прогресу. Ключовим загальним положенням розвитку теорії та практики менеджменту в питаннях регулювання ділового середовища та стратегічного планування іміджу постає питання забезпечення дії двох законів: розвитку та безпеки територіальних систем. Методика стратегічного планування повинна сприяти активній участі усіх зацікавлених і компетентних осіб у процесі регіонального планування й реалізації стратегії розвитку відповідно до їх ключових інтересів і можливостей.

Висновки. Процес формування іміджу регіону потребує багато часу. Важливо, щоб до цього процесу були залучені не лише регіональні структури та місцеві ЗМІ, які постійно повинні висвітлювати привабливі риси регіону, а також науковці, фахівці та експерти, які зможуть на засадах професійно проведеного діагностування фактичного іміджу сформувати і спрогнозувати бажаний імідж території. Необхідним є впровадження комплексного та системного підходу, складовою якого буде розробка новітніх методів, інструментів і технологій.

Література

1. Баранюк А. П. Державна підтримка діяльності малих підприємств / А. П. Баранюк, А. О. Музичишина, І. Д. Пополітова // Сучасні підходи, методи і моделі в управлінні фінансами: економічний і соціальний аспекти : зб. статей та доповідей II Всеукр. наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених, 14–15 травня 2009 р. / МОНУ, Хмельницький нац. ун-т, Ін-т економіки та упр. — Хмельницький, 2009. — Т. 2. — С. 11–13.
2. Васильконова Е. О. Імідж території в управлінських інструментах: питання стратегії та тактики / Е. О. Васильконова // Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. — 2014. — Вип. 293, т. XV. — С. 264–274. — (Серія «Економіка»).
3. Васильконова Е. О. Розвиток теорії іміджу території як активного інструменту регіонального менеджменту / Е. О. Васильконова // Бізнес-Інформ. — 2014. — № 12. — С. 463–468.
4. Васильконова Е. О. Формування іміджу регіону як складової стратегії сталого розвитку за умов глобалізації / Е. О. Васильконова // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. — 2015. — Вип. 40, ч. IV. — С. 120–127. — (Серія «Економічні науки»).
5. Солоха Д. В. Імідж регіону: питання інформаційного відображення та управлінських технологій регулювання / Д. В. Солоха, О. В. Фінагіна // Стратегія економічного розвитку України в умовах євроінтеграційних процесів : зб. наук. праць Донецьк. держ. ун-ту управління. — Донецьк : ДонДУУ, 2014.
6. Сурай А. С. Оцінювання рівня розвитку ділового середовища: глобальний та регіональний аспекти / А. С. Сурай // Зб. наук. пр. Черкаського державного технологічного універ-

ситету. Серія «Економічні науки». — 2016. — Вип. 42. — Ч. 2. — С. 67–80.

7. Сурай А. С. Теорія та методологія національної моделі ділового середовища: культурно-ментальні детермінанти / А. С. Сурай // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. Серія «Економічні науки». — 2016. — Вип. 6. — Ч. 1. — С. 66–72.

8. Мельник М. І. Формування бізнес-середовища України в умовах інституційних трансформацій : монографія / Мельник Мар'яна Іванівна ; НАН України, Ін-т регіон. досліджень. — Львів : ІРД НАН України, 2012. — 568 с.

9. Фінагіна О. В. Ринкова трансформація в регіоні: особливості розвитку та діагностування : монографія / О. В. Фінагіна ; НАН України. Ін-т економіко-правових досліджень. — Донецьк : Юго-Восток Лтд, 2005. — 228 с.

10. Щорічна оцінка ділового клімату 2016 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2225568-v-ukraini-dodalosa-dilovogo-optimizmu-doslizzena.html>.

References

1. Baranyuk, A. P. (2009). *Derzhavna pidtrymka diialnosti malykh pidpriemstv* [State support for the activity of small enterprises]. *Suchasni pidkhody, metody i modeli v upravlinni finansamy: ekonomichni i sotsialnyi aspekty*. Proceedings of the Conference, Khmelnytskyi, May 14–15, 2009, (11–13) [in Ukr.].
2. Vasylykonova, E. O. (2014). *Imidzh terytorii v upravlynskykh instrumentakh: pytannia stratehii ta taktiky* [The image of the territory in management tools: questions of strategy and tactics]. *Zbirnyk naukovykh prats Donetskoho derzhavnoho universytetu upravlinnia*, 293, vol. XV, 264–274 [in Ukr.].
3. Vasylykonova, E. O. (2014). *Rozvytok teorii imidzhu terytorii yak aktyvnoho instrumentu rehionalnoho menedzhmentu* [The development of the theory of the image of territories as an active tool of regional management]. *Biznes-Inform*, 12, 463–468 [in Ukr.].
4. Vasylykonova, E. O. (2015). *Formuvannia imidzhu rehionu yak skladovoi stratehii staloho rozvytku za umov hlobalizatsii*. [Formation of the image of the region as part of the strategy of sustainable development under the conditions of globalization]. *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu*, 40, part IV, 120–127 [in Ukr.].
5. Solokha, D. V. (2014). *Imidzh rehionu: pytannia informatsiynoho vidobrazhennya ta upravlynskykh tekhnolohiy rehulyuvannya* [The image of the region: questions of information display and management technologies of regulation]. In *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy v umovakh yevrointehratsiinykh proiesiv* [Strategy of economic development of Ukraine in conditions of European integration processes]. Donetsk, DonDUU Publ. [in Ukr.].
6. Suray, A. S. (2016). *Otsinyuvannya rivnya rozvytku dilovoho seredovyscha: hlobalnyy ta rehionalnyy aspekty* [Assessment of the level of development of the business environment: global and regional aspects]. *Zb. nauk. pr. Cherkaskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu*, 42, part 2, 67–80 [in Ukr.].
7. Suray, A. S. (2016). *Teoriya ta metodolohiya natsionalnoyi modeli dilovoho seredovyscha: kulturno-mentalni determinant* [Theory and methodology of the national model of the business environment: cultural and mental determinants]. *Ekonomichniy visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii*, 6, part 1, 66–72 [in Ukr.].
8. Melnyk, M. I. (2012). *Formuvannia biznes-seredovyscha Ukrainy v umovakh instytutsiynykh transformatsiy* [Formation of the business environment of Ukraine in the context of institutional transformations: monograph]. Lviv, IRD NAN Ukrayiny Publ. [in Ukr.].
9. Finahina, O. V. (2005). *Rynkova transformatsiya v rehionii: osoblyvosti rozvytku ta diahnostuvannya* [Market transformation in the region: peculiarities of development and diagnostics]. Donetsk, Yuho-Vostok Ltd Publ. [in Ukr.].
10. *Shchorichna otsinka dilovoho klimatu* (2016). [Annual assessment of the business climate in 2016]. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2225568-v-ukraini-dodalosa-dilovogo-optimizmu-doslizzena.html> [in Ukr.].

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 658.1

Л. Л. Кірова,
М. О. Воробйов

КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПАТ «УКРСОЦБАНК» З ВИСУВАННЯМ ПОДАЛЬШИХ ШЛЯХІВ ЩОДО ЙОГО ФІНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕННЯ

Анотація. У статті розглянуто сутність та основні особливості поетапного аналізу фінансово-економічного стану українського комерційного банку з висуванням подальших шляхів щодо його фінансового оздоровлення.

Ключові слова: фінансовий стан, фінансові ресурси, комплексний аналіз основних економічних показників, фінансове оздоровлення комерційного банку, ПАТ «Укрсоцбанк».

Summary. The article discusses the essence and main features of a step-by-step analysis of the financial and economic situation of the Ukrainian Commercial Bank, with further promotion of ways to improve its financial recovery.

Key words: financial condition, financial resources, comprehensive analysis of the main economic indicators, financial rehabilitation of the commercial Bank, PJSC «Ukrsoctbank».

Постановка проблеми. Для утримання стабільної тенденції розвитку фінансово-економічної діяльності підприємства в умовах постійного загострення конкурентної боротьби необхідно достовірно оцінювати фінансовий стан підприємства. Фінансовий стан підприємства характеризує забезпеченість власними оборотними коштами, оптимальне співвідношення запасів товарно-матеріальних цінностей з потребами виробництва, а також своєчасне проведення розрахункових операцій і платоспроможність. Оцінка же фінансового стану підприємства показує, в яких конкретних напрямках потрібно проводити цю роботу. Відповідно до цього результати аналізу надають відповідь на питання: «Які існують найважливіші способи поліпшення фінансового стану?», висувуючи шляхи фінансового оздоровлення підприємства в конкретний період діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у розвиток теоретичного та практичного аспектів формування і використання фінансових ресурсів, наукових підходів до їх класифікації розглядали у своїх працях вітчизняні вчені Б. Є. Грабовецький, І. В. Шварц, В. М. Опарін, М. Д. Поддєрьогін, І. В. Білик, О. Д. Бланк, Л. О. Василик та інші.

Метою статті є проведення комплексного аналізу фінансово-економічного стану ПАТ «Укрсоцбанк» і висування подальших конкретних (поетапних) шляхів щодо його фінансового оздоровлення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перехід до ринкової економіки — це стратегічний напрям розвитку країни.

Природною рушійною силою господарського розвитку є прагнення індивіда до досягнення своїх економічних інтересів. Завдання це складне й багатогранне. Його вирішення включає в себе і перебудову відносин форм власності, і створення відповідної ринкової інфраструктури, розвиток нормальної конкуренції. Саме вона вирівнює попит і пропозицію, відновлює пропорційність — здійснюється саморегулювання економіки [4].

Насамперед, цивілізовані ринкові відносини потребують обґрунтованого поєднання обох цілей. З одного боку, бізнес — це економічна діяльність, яка проводиться за рахунок власних або запозичених коштів на свій ризик і під свою відповідальність, з головною метою отримання прибутку і розвитком власного діла. З іншого боку, розвиток бізнесу в умовах ринку сприяє на-

© Л. Л. Кірова, М. О. Воробйов, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Кірова Л. Л. Комплексний аналіз фінансово-економічного стану ПАТ «Укрсоцбанк» з висуванням подальших шляхів щодо його фінансового оздоровлення / Л. Л. Кірова, М. О. Воробйов // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 79–83.

References (APA):

Kirova, L. L., Vorobyov, M. O. (2017). *Kompleksnyi analiz finansovo-ekonomichnoho stanu PAT «Ukrsoctbank» z vysuvanniam podalshykh shliakhiv shchodo yoho finansovoho ozdorovlennia* [Complex analysis of the financial and economic status of Ukrsoctbank PJSC underline the future ways on its financial sanitation]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 79–83 (in Ukr).

сиченості споживчого ринку товарами і послугами, активізує структурну перебудову економіки, стимулює впровадження науково-технічних досягнень, сприяє всілякому підвищенню ефективності виробництва [3].

Стратегічними напрямками діяльності підприємства виступають:

- наукова організація виробництва;
- наукова організація праці;
- наукова організація управління.

Наукова організація виробництва (НОВ) — це створення оптимальної техніко-технологічної системи на підприємстві.

Під цим мається на увазі надійне та ефективне функціонування виробничого устаткування і технологій, а також упорядковані техніко-організаційні взаємозв'язки працівників.

Наукова організація праці (НОП) — система заходів, яка забезпечує зростання ефективності живої праці, використовуючи при цьому досягнення науки і передового досвіду. Вона включає систему заходів зі створення умов для високопродуктивної, ефективної і творчої (креативної) праці.

Наукова організація управління (НОУ) — це управління, яке спирається на наукову організацію праці, системний аналіз науково-обґрунтованих методів прийняття рішень [4].

Фінансовий стан підприємства — це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів [7]. До відома: фінансовий стан підприємства залежить від результатів його виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності. Тому на нього впливають усі види діяльності підприємства [1].

Отже, стисло розглянемо історію одного з найбільших універсальних банків України, що працює на локальному ринку з 1990 року. Акціонерно-комерційний банк — АКБ «Укрсоцбанк» (надалі — «Банк») був заснований у жовтні 1990 року як відкрите акціонерне товариство на базі Української республіканської контори «Житло-соцбанку» та зареєстрований в Держбанку СРСР. У вересні 1991 року перереєстровано статут АКБ «Укрсоцбанк»; 27 вересня 1991 року отримано ліцензію № 5 від Національного банку України на право здійснення банківських операцій.

На сьогоднішній день Публічне акціонерне товариство «Укрсоцбанк» пропонує повний спектр сучасних фінансових послуг як фізичним, так і юридичним особам [5].

Послідовний аналіз основних показників фінансової діяльності ПАТ «Укрсоцбанк» та його дочірніх компаній (надалі разом — «Група»)

згідно з консалтинговими річними звітами (на 31.12.2014 р., 31.12.2015 р., 31.12.2016 р.) дозволив скласти реальний «пазл» усвідомленої роботи його підрозділів.

Фінансування діяльності банку та його активів здійснюється переважно за рахунок залучених коштів у структурі балансу. Динамічний спад активів банку у аналізованому періоді забезпечувався незбалансованим підкріпленням пасивів залишками на коштах клієнтів. Загалом, частка залишалась найбільшою (у абсолютному вираженні в період з 31.12.2014 р. по 31.12.2016 р. зменшення активів банку склало 10,867 млрд. грн., або 22,6 %). У структурі активів ПАТ «Укрсоцбанк» переважну питому вагу мають кредити і заборгованість клієнтів та грошові кошти та їх еквіваленти, що разом складає 76,0 % від загального валу.

Станом на 31 грудня 2016 року строкові депозити десяти найбільших клієнтів (або груп клієнтів) становлять 1,377 млрд. грн., або 9,1 % від загальної суми строкових депозитів (31 грудня 2015 року: 2,912 млрд. грн., або 19,2 %).

Станом на 31 грудня 2016 року строкові депозити двадцяти найбільших клієнтів (або груп клієнтів) становлять 1,968 млрд. грн., або 13,0 % від загальної суми строкових депозитів (31 грудня 2015 року: 3,747 млрд. грн., або 24,7 %).

Протягом 2016 та 2015 років Група здійснювала розміщення іменних депозитних сертифікатів серед клієнтів-фізичних осіб строком на 6 місяців та 1 рік. Станом на 31 грудня 2016 року балансова вартість розміщених депозитних сертифікатів становила 1,117 млрд. грн. (31 грудня 2015 року: 0,595 млрд. грн.). Середньозважена доходність за розміщеними сертифікатами станом на 31 грудня 2016 року становила в гривні — 19,7 %, в доларах США — 5,7 %, в євро — 5,0 % (31 грудня 2015 року: в гривні — 20,1 %, в доларах США — 6,2 %, в євро — 5,1 %).

Більш того, основною частиною активів банку є кредитний портфель — сукупність усіх банківських позик, що структуровані за певними параметрами відповідно до завдань визначеної банком кредитної політики. Так, порівняно з 2015 роком показник 2016 року зменшився на 5,507 млрд. грн., що склало 9,82 %, але зріс на 4,240 млрд. грн. порівняно з 2014 роком, що склало 9,15 %.

Про втрату значної частини кордонів впливу за банківськими зобов'язаннями в ПАТ «Укрсоцбанк» свідчить суттєве їх зменшення — з 41,926 млрд. грн. у 2014 році до 28,821 млрд. грн. у 2016 році, або на 31,26 %. Загальна сума втрати становила 13,105 млрд. грн., або 68,74 %. Цей процес відбувся за рахунок традиційного економічного ринкового перерозподілу: кошти клієнтів — 92 % (у 2016 році їхня частка дещо зменшилась порівняно з 2015 р. — на 0,144 млрд. грн., або на 0,54 %; та значно зросла порівняно з 2014 р. — на

3,269 млрд. грн., або на 14,0 %), кошти банків — 6 %, інші зобов'язання — 2 %.

Протягом року, що закінчився 31 грудня 2016 року, Група звернула стягнення на об'єкти застави вартістю 0,476 млрд. грн. (31 грудня 2015 року: 0,832 млрд. грн.) за кредитами та заборгованістю клієнтів. Балансова вартість стягненої застави станом на 31 грудня 2016 року складає 2,847 млрд. грн. (31 грудня 2015 року: 3,451 млрд. грн.).

З метою визначення реального розміру капіталу з урахуванням ризиків у своїй діяльності ПАТ «Укрсоцбанк» постійно оцінює якість своїх активів і позабалансових зобов'язань, здійснює відповідні коригування їх вартості шляхом формування резервів для покриття очікуваних (можливих) збитків за зобов'язаннями контрагентів.

Структура капіталу ПАТ «Укрсоцбанк» складається з боргових інструментів, до яких входить субординований борг, та капіталу, який представлений статутним капіталом, резервами, непокритим збитком, іншим додатковим капіталом. Динаміка зростання статутного капіталу ПАТ «Укрсоцбанк» у млрд. грн. за період 2013–2016 рр. має позитивну тенденцію. Станом на 31 грудня аналізованого періоду статутний капітал збільшувався таким чином: 1,94 млрд. грн.; 2,594 млрд. грн.; 7,866 млрд. грн.; 16,673 млрд. грн.

Головною причиною все ще негативного результату є висока вартість фондування порівняно з можливістю генерувати доходи — вплив проблемної заборгованості минулих років все ще чималий.

У другому півріччі 2016 року збиток ПАТ «Укрсоцбанк» за 12 місяців поточного року склав — 14,753 млрд. грн. У той же час доход банку за 12 місяців склав 0,075 млрд. грн.

Анексія Криму Російською Федерацією та воєнні дії в Луганській, Донецькій областях спричинили наявність суттєвої невизначеності щодо вірогідності відшкодування активів у цих регіонах.

В умовах відсутності ринку нерухомості й враховуючи наявність суттєвої невизначеності щодо контролю над активами та об'єктами застави, Група не оцінила достатність резервів на покриття збитків від знецінення за кредитами, наданими позичальникам, що розташовані у Криму, Донецькій та Луганській областях, балансовою вартістю 7,140 млрд. грн. станом на 31 грудня 2015 року і 5,475 млрд. грн. станом на 31 грудня 2014 року, і відповідний вплив на відрахування до резерву під знецінення кредитів і заборгованості клієнтів та інших фінансових зобов'язань, на процентні доходи та на витрати з податку на прибуток за роки, що закінчилися 31 грудня 2015 та 2014 років відповідно.

Через аналогічні причини станом на 31 грудня 2015 року та 31 грудня 2014 року Група не змогла визначити витрати від зменшення корисності об'єктів нерухомості, що розташовані в Криму,

Донецькій та Луганській областях, балансовою вартістю 0,450 млрд. грн. та 0,247 млрд. грн. відповідно. Як стало відомо зі звіту ПрАТ «Делойт енд Туш ЮСК», станом на 31 грудня 2015 року Група відобразила резерв на покриття збитків від зменшення корисності кредитів та заборгованості клієнтів у сумі 19,683 млрд. грн.

Поняття «санация підприємства» треба трактувати як систему заходів, що проводяться для запобігання банкрутству промислових, торгових, банківських підприємств (організацій) і спрямовуються на їхнє майбутнє відродження. Задля переведення банку в режим фінансового оздоровлення необхідне виникнення деяких підстав. До цих підстав відносять: по-перше, порушення банківського законодавства; по-друге, недостатній рівень капіталу, необхідного для забезпечення нормальної діяльності; по-третє, віднесення банку до категорії проблемних.

Справа про визнання банку банкрутом може бути порушена лише після відкликання банківської ліцензії, після чого санация банку не допускається. Орган, який ініціював рішення щодо ліквідації, призначає ліквідатора, який приступає до виконання обов'язків негайно після відкликання ліцензії. У разі, якщо ПАТ «Укрсоцбанк» потрапить у кризове становище, яке ставить під загрозу подальше його існування, то може бути переведений на режим фінансового оздоровлення з ініціативи НБУ [6].

ПАТ «Укрсоцбанк» потребує більше часу для врегулювання робочих нюансів балансових показників; у той же час говорити про його капітальне падіння з відкликанням банківської ліцензії наразі не доцільно. При всьому зазначеному, під час формування міжнародними агенціями річних консалтингових звітів згідно з робочими процесами ПАТ «Укрсоцбанк» за останні роки був виявлений дисбаланс у «каркасі» фінансового стану Банку. Під «режимним каркасом» фінансового оздоровлення банку розуміється цілісна система непримусових та примусових заходів, спрямованих на збільшення обсягу капіталу до необхідного рівня протягом визначеного НБУ періоду.

На нашу думку, ПАТ «Укрсоцбанк» залишається спроможним та сильним на бізнесовій мапі України. Але якщо станеться розхитування стабільного функціоналу Банку, сформованого 26 років тому, нами виокремленні сім пропозицій щодо «реанімаційно-фінансового спасіння» Банку.

З метою підвищення рівня власної фінансової стійкості ПАТ «Укрсоцбанк» органи банківського нагляду зобов'язані:

- 1) скласти та виконати актуальний бізнес-план — програму розвитку капітальної бази;
- 2) скласти графік формування в повному обсязі резервних фондів і спеціальних резервів під активні операції;

3) скласти та запровадити положення щодо покращення кредитної політики;

4) дотриматись зобов'язання щодо проведення зовнішнього аудиту фінансового стану;

5) прийняти рішення щодо обмеження розміру кредитів, що надаються інсайдерам банку;

6) прийняти рішення щодо тимчасових варіацій за зниження розміру відсотків за депозитами, що залучаються задля накопичення грошової маси;

7) виконати зобов'язання щодо вдосконалення системи внутрішнього контролю [2].

Висновки. ПАТ «Укрсоцбанк» як частина великого справного, відпрацьованого роками механізму, діє відповідно до грошово-кредитної політики держави і регулює рух грошових потоків, впливаючи на обіг, емісію, загальну масу, включаючи кількість готівки, що перебуває в обігу. З практичної точки зору, його роль визначається тим, що він управляє в державі системою платежів і розрахунків і більшу частину своїх комерційних справ здійснює через внески вкладників, кредитні операції та інвестиції, тим самим покращує локально фінансовий клімат в державі.

Згідно з консалтинговими річними звітами (станом на 31.12.2014 р., 31.12.2015 р., на 31.12.2016 р.) фінансування діяльності банку та його активів здійснюється переважно за рахунок залучених коштів у структурі балансу. Динамічний спад активів банку у аналізованому періоді забезпечувався незбалансованим підкріпленням пасивів залишками на коштах клієнтів. Загалом, частка залишалась найбільшою (у абсолютному вираженні в період з 31.12.2014 р. по 31.12.2016 р. зменшення активів банку склало 10,867 млрд. грн., або 22,6 %). У структурі активів ПАТ «Укрсоцбанк» переважну питому вагу мають кредити та заборгованість клієнтів і грошові кошти та їх еквіваленти, що разом складає 76,0 % від загального валу.

Також про втрату значної частини кордонів впливу за банківськими зобов'язаннями в ПАТ «Укрсоцбанк» свідчить суттєве їх зменшення — з 41,926 млрд. грн., у 2014 році до 28,821 млрд. грн. у 2016 році, або на 31,26 %. Загальна сума втрати становила 13,105 млрд. грн., або 68,74 %. Цей процес відбувся за рахунок традиційного економічного ринкового перерозподілу: кошти клієнтів — 92 % (у 2016 році їхня частка дещо зменшилась порівняно з 2015 р. — на 0,144 млрд. грн., або на 0,54 %, та значно зросла порівняно з 2014 р. — на 3,269 млрд. грн., або на 14,0 %), кошти банків — 6 %, інші зобов'язання — 2 %.

Позитивною тенденцією стало зростання статутного капіталу ПАТ «Укрсоцбанк» за період 2013–2016 рр. Так, станом на 31 грудня аналізованого періоду статутний капітал банку збільшувався таким чином: 1,94 млрд. грн.; 2,594 млрд. грн.;

7,866 млрд. грн.; 16,673 млрд. грн. Це свідчить про виваженість прийнятих дій Наглядовою радою ПАТ «Укрсоцбанк», аби не тільки лишитись на «плаву» у фінансовому морі країни, а і продовжувати почувати себе сильним комерційним Банком України, якому під силу будь-який «шторм».

Нами було прораховано і надано теоретичний алгоритм покровових дій, що базується на законодавчому аспекті порядку здійснення спеціальних заходів щодо фінансового оздоровлення банків.

Органи банківського нагляду зобов'язані опрацювати синтезований комплекс практичних дій і за умови фінансової скрути:

1) скласти та виконати актуальний бізнес-план капітальної бази, розробив графік формування в повному обсязі резервних фондів і спеціальних резервів під активні операції;

2) скласти та запровадити положення щодо покращення кредитної політики, дотримуючись зобов'язань щодо проведення зовнішнього аудиту фінансового стану;

3) прийняти рішення щодо обмеження розміру кредитів, що надаються інсайдерам банку;

4) прийняти рішення щодо тимчасових варіацій з зниження розміру відсотків за депозитами, що залучаються задля накопичення грошової маси;

5) виконати зобов'язання щодо вдосконалення системи внутрішнього контролю.

Таким чином, проведений комплексний аналіз фінансово-економічного стану ПАТ «Укрсоцбанк» з подальшим висуненням конкретних (поетапних) кроків у його фінансовому оздоровленні дозволив скласти реальний «пазл» усвідомленої роботи його підрозділів за аналізований період 2014–2016 рр.

Література

1. Все про економіку та фінанси [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://finbalance.com.ua/bank/Privatbank>.
2. Дзюблюка О. В. Банківські операції : підруч. / О. В. Дзюблюка. — Т. : Вид-во ТНЕУ «Економічна думка», 2009. — 696 с.
3. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. С. Іванілов. — К. : Центр учбової літератури, 2009. — 728 с.
4. Мочерний С. В. Економічна енциклопедія : у трьох томах. Т. 1 / ред. С. В. Мочерний та ін. — К. : Видавничий центр «Академія», 2000. — 864 с.
5. Про Банк [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.ukrsotsbank.com/about>.
6. Сміян Л. С. Правове регулювання банкрутства : підручник / Л. С. Сміян (відп. ред.) ; Національна академія управління. — К. : КНТ, 2009. — 461 с.
7. Управління фінансовими ресурсами банку: сутність та принципи [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.vestnikdnu.com.ua/archive/201263/67-72.html>.

References

1. *Vse pro ekonomiku ta finansy* [All about economy and finance]. Retrieved from <http://finbalance.com.ua/bank/Privatbank>.

2. Dzyublyuka, O. V. (2009). *Bankivski operatsiyi* [Banking Transactions]. Ternopil, Publ. TNEU «Ekonomiczna dumka» [in Ukr.].
3. Ivanilov, O. S. (2009). *Ekonomika pidpryyemstva* [Business Economics]. Kyiv, CSL [in Ukr.].
4. Mochernyy, S. (2000). *Ekonomichna entsyklopediya* [Economic Encyclopedia]. Kyiv, Akademiia Publ. [in Ukr.].
5. *Pro Bank* [About the Bank]. Retrieved from <https://www.ukrsotsbank.com/about>.
6. Smiyn, L. S. (2009). *Pravove rehulyuvannya bankrutstva* [Legal regulation of bankruptcy]. Kyiv, KNT [in Ukr.].
7. *Upravlinnya finansovymy resursamy banku: sutnist ta pryntsyppu* [Management of financial resources of the bank: the essence and principles]. Retrieved from <http://www.vestnikdnu.com.ua/archive/201263/67-72.html> [in Ukr.].

ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ І ОРГАНІЗАЦІЙ В УМОВАХ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Анотація. У статті визначено переваги впровадження автоматизації, програмного забезпечення й комп'ютеризації облікових процесів вітчизняних підприємств та організацій. Надано змістовну характеристику гідностей та властивостей найбільш вживаних програм. Одночасно виявлено ризики й загрози інформаційній безпеці, їх джерела та прояви. Обґрунтовано комплекс заходів збереження та зміцнення інформаційної безпеки. Розроблено алгоритм їх впровадження. Надано пропозиції щодо здійснення подальших досліджень.

Ключові слова: підприємства, організації, інформаційна безпека, комп'ютерні мережі, автоматизація, бухгалтерський облік, фінансова звітність, програмні продукти.

Summary. The article outlines the advantages of introducing automation, software and computerization of accounting processes of domestic enterprises and organizations. An informative description of the merits and properties of the most used programs is provided. At the same time, risks and threats to information security, their sources and manifestations are revealed. The complex of measures for preservation and strengthening of information security is substantiated. The algorithm of their implementation is developed. Submitted suggestions for further research.

Key words: enterprises, organizations, information security, computer networks, automation, accounting, financial reporting, software products.

Постановка проблеми. У формуванні сучасних мереж бухгалтерського обліку та фінансової звітності на підприємствах і в організаціях всіх видів діяльності та господарювання провідне місце займає автоматизація. Використання відповідних програмних продуктів забезпечує можливість здійснення моніторингу і контролю за відповідністю й точністю облікових даних і процесів. При цьому комп'ютерні мережі забезпечують надійність інформаційних зв'язків як всередині бухгалтерії, так і між бухгалтерією та іншими структурними підрозділами підприємства. Проте питання інформаційної безпеки також мають бути у полі зору працівників та власників. Зважаючи на це, перспективною є така організація роботи бухгалтерії при застосуванні комп'ютерів, що складається з двох основних відділів: відділу інформаційної системи та відділу контролю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування інформаційної безпеки, автоматизації бухгалтерського обліку та фінансової звітності підприємств знаходяться в полі зору багатьох дослідників. Зокрема, йдеться про роботи О. С. Можаяєва, І. А. Рябініна, Г. М. Черкесова та

ін. Проте питання захисту інформації в умовах автоматизації обліку та облікових процесів, впровадження нових програмних продуктів, з одного боку та зростання ризиків і загроз збереження їх цілісності через можливі кібератаки — з іншого, потребують подальших досліджень.

Метою статті є встановлення тенденцій удосконалення здійснення бухгалтерського обліку та фінансової звітності на засадах автоматизації та обґрунтування вирішення проблем комп'ютеризації облікових процесів, забезпечення інформаційної безпеки підприємств і організацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Впровадження автоматизації та комп'ютеризації бухгалтерського обліку й фінансової звітності на підприємствах і в організаціях національного господарства України всіляко сприяє удосконаленню їх діяльності та управління розвитком. Це значно зменшує адміністративні витрати, підвищує ефективність роботи підрозділів бухгалтерії, контролінгу, фінансово-аналітичної служби. Так, найбільш відома та впроваджувана програма «1-С: Підприємство» значно спрощує реєстрацію

© М. М. Ігнатенко, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Ігнатенко М. М. Формування інформаційної безпеки підприємств і організацій в умовах автоматизації обліку та фінансової звітності / М. М. Ігнатенко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 84–88.

References (APA):

Ignatenko, M. M. (2017). *Formuvannia informatsiinoi bezpeky pidpriemstv i orhanizatsii v umovakh avtomatyzatsii obliku ta finansovoi zvitnosti* [Formation of information security of enterprises and organizations in the conditions of authorization of accounting and financial statements]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 84–88 (in Ukr.).

та ведення господарських операцій підприємствами, які займаються виробничою діяльністю.

Програма «Бест-Звіт» призначена для автоматизації процесів підготовки, подання, прийняття, контролю, збереження, обробки та аналізу документів підприємствами, що звітують керівним державним органам, або державним установам контролю. Її функціональні можливості, як і попередньої програми, справляють велике враження у контексті удосконалення складання фінансової звітності [1, с. 195]. Зокрема, програма охоплює бази основних документів, що постійно поповнюються; дозволяє вести реєстр та комплект форм звітності як за типовими зразками, так і орієнтованими на підприємства різних видів діяльності із можливістю створювати й коригувати власні комплекти форм звітності; забезпечує перевірку коректності заповнення звітних документів, формування пакетів електронної звітності для передання у автоматизоване робоче місце збору і обробки.

Також програма має можливості обробки й аналізу інформації, яку містять звітні документи за допомогою вбудованого генератора звітів і засобами Windows (Word, Excel). Наявний модуль «Бухгалтерський календар» із функціями планування автоматично співставляється з комплектом форм звітності та сплати податків. Підключення групи первинної документації означає, що бланки платіжного доручення, податкової накладної, посвідчення про відрядження тощо завжди наготові. Сервісні функції автоматизованої системи забезпечують: наявність засобів адміністрування системи і розподілу доступу; авторизацію доступу за ім'ям та паролем користувача; наявність засобів управління резервними копіями баз даних; можливість прийняття пакетів звітності у електронному виді — файлів; можливість автоматичної вставки значень реквізитів з підпорядкованих форм до головних у процесі введення інформації.

Крім цього, автоматично відбувається перевірка пакетів звітності, реєстрація її форм при введенні або прийнятті пакетів у електронному виді. Отже, програма «Бест-Звіт» має дуже високі операційні характеристики. У неї висока швидкість в роботі, введення інформації в первинний документ проводиться на робочій станції. Вона має високу технологічну надійність, стійкість до відмов і збоїв; якщо такі випадки трапляються, то руйнування баз даних не відбувається [2, с. 60]. Простота установки й експлуатації виключає необхідність наявності в штаті фахівця-адміністратора бази даних. Таким чином, автоматизована система формування звітної обліково-фінансової документації виключає можливість допущених помилок, береже робочий час.

Однак за наявності таких безсумнівних переваг перед підприємствами та організаціями вини-

кають нові проблеми, насамперед, інформаційної безпеки. Це питання захисту інформації від несанкціонованого втручання, юридичної доказовості електронних первинних документів. Також можливими є ризики втрати або псування інформації під час вимкнення електроенергії, небезпека проникнення комп'ютерних вірусів, зламу облікової інформації, кібератак тощо.

У сучасних умовах господарювання проблеми інформаційної безпеки підприємств і організацій за наявності автоматизованого бухгалтерського обліку й обліково-фінансової звітності розглядаються теоретиками та практиками кількох галузей знань: юристами, представниками служби безпеки, фахівцями інформаційних мереж, бухгалтерами, менеджерами. Надійний захист інформації в розроблених і функціонуючих системах обробки даних може бути ефективним, якщо він буде надійним на всіх об'єктах і в усіх елементах системи, які можуть бути піддані загрозам.

У зв'язку з цим для створення засобів захисту важливо визначити природу загроз, форми і шляхи їх можливого прояву і здійснення, перелік об'єктів та елементів, які, з одного боку, можуть бути піддані (побічно або безпосередньо) погрозам з метою порушення захищеності інформації, а з іншого — можуть бути досить чітко локалізовані для організації ефективного захисту інформації. При проведенні дослідних робіт в цьому напрямі необхідно розмежувати два класи ризиків: перший — для автономних персональних комп'ютерів (ПК) і автономних комп'ютерних мереж; другий — для систем, що мають вихід у великі мережі, включаючи Інтернет.

У спеціальній літературі під об'єктом інформаційної безпеки розуміється такий структурний компонент автоматизації обліку та звітності, в якому перебуває або може перебувати інформація, що підлягає захисту, а під елементом захисту — сукупність даних, яка може містити відомості, що підлягають захисту [3, с. 127]. Практика показує, що інформація в процесі введення, зберігання, обробки, виведення і передачі піддається різним випадковим впливам, у результаті яких на апаратному рівні відбуваються фізичні зміни в сигнальних формах її представлення. Якщо в якомусь чи в якихось розрядах цифрового коду, що несе інформацію, відбулося інвертування двійкового знаку (з 1 на 0 або навпаки) і воно не виявлено спеціальними апаратними засобами функціонального контролю, то при подальшій обробці інформації або буде отриманий невірний результат, або повідомлення попрямує за помилковою адресою, або відбудуться інші небажані події (руйнування, модифікація, витік інформації та ін.)

На програмному рівні у результаті випадкових впливів може відбутися зміна алгоритму обробки інформації на непередбачений і, як наслідок

цього, припинення або модифікація облікового процесу, в результаті якого знову ж можливі руйнування або витік інформації (при переплутуванні, наприклад, адресата). Причинами випадкових впливів при функціонуванні комп'ютерних систем можуть бути: відмови і збої апаратури у разі її неякісного виконання і фізичного старіння; перешкоди в каналах і на лініях зв'язку від впливу зовнішнього середовища; аварійні ситуації (пожежа, повінь, вихід з ладу електроживлення та ін.); помилки і прорахунки розробників і виробників ПК; алгоритмічні і програмні помилки, помилки людини при роботі з ПК.

Зловмисні чи навмисні загрози — результат активного впливу людини на об'єкти і процеси з найрізноманітніших причин (матеріальний інтерес, бажання нашкодити, розвага із самоствердженням своїх здібностей та ін.) У якості об'єктів забезпечення інформаційної безпеки в системах обробки облікових даних у таких випадках можна виокремити такі: термінали користувачів (персональні комп'ютери, робочі станції мережі); термінал адміністратора мережі або груповий абонентський вузол; вузол зв'язку; засоби відображення інформації; засоби документування інформації; комп'ютерний зал і сховище носіїв інформації; зовнішні канали зв'язку та мережеве обладнання; накопичувачі та носії інформації.

Відповідно до наведеного вище визначення, в якості елементів захисту виступають блоки (порції, масиви, потоки та ін.) інформації в об'єктах захисту. Це дані і програми в основній пам'яті комп'ютера; дані і програми на зовнішньому носії або гнучкому і жорсткому дисках; дані, відображені на екрані монітора; дані, що виводяться на принтер при автономному та мережевому використанні ПК; пакети даних, що передаються каналами зв'язку; дані, що розмножуються (тиражовані) за допомогою копіювально-розмножувального устаткування; паролі й пріоритети зареєстрованим користувачам; службові інструкції щодо роботи з комплексами завдань; архіви даних і програмне забезпечення та ін.

Необхідно зазначити, що доступ до об'єктів та елементів захисту інформації теоретично і практично можливий для двох категорій осіб: законних користувачів і порушників [4, с. 62]. За відсутності на робочому місці законного користувача або через його недбале ставлення до своїх посадових обов'язків, через недостатній захист інформації кваліфікований порушник може здійснити шляхом введення відповідних запитів (команд) несанкціонований доступ до інформації. При досить вільному доступі в приміщення, де встановлені засоби, можна візуально спостерігати інформацію на засобах відображення і документування, а також викрасти носії з інформацією або зняти з них копію. При безконтрольному заван-

таженні в комп'ютер програми порушник може модифікувати облікові та звітні дані й алгоритми, ввести шкідливу програму типу «троянський кінь», за допомогою якої згодом він може реалізувати потрібні для себе функції.

Особливо небезпечна ситуація, коли порушником є користувач комп'ютерної системи, що має згідно зі своїми функціональними обов'язками законний доступ до однієї частини інформації, але звертається до іншої за межами своїх повноважень. Несанкціонований доступ до інформації може відбуватися під час технічного обслуговування (профілактики або ремонту) комп'ютерів за рахунок прочитання інформації на машинних та інших носіях, незважаючи на її видалення (стирання) користувачем звичайними методами. Інший спосіб — прочитання інформації з носія під час його транспортування без охорони всередині об'єкта або регіону.

Сучасні засоби обчислювальної техніки базуються на широкому застосуванні інтегральних схем. При роботі таких схем відбуваються високочастотні зміни рівнів напруги і струмів, а це, у свою чергу, призводить до виникнення в ланцюгах живлення, у ефірі, в близько розташованій апаратурі тощо різних електромагнітних полів і наведень, які за допомогою спеціальних засобів можна трансформувати в оброблювану інформацію [5, с. 127]. Причому, зі зменшенням відстані між приймачем порушника та апаратними засобами імовірність такого роду знімання і розшифровки інформації збільшується.

Несанкціоноване ознайомлення з інформацією розділяється на пасивне і активне. У першому випадку не відбувається порушення інформаційних ресурсів. Порушник лише отримує можливість розкривати зміст повідомлень, використовуючи це надалі у своїх корисливих цілях. У другому випадку порушник може вибірково змінити, знищити, переупорядкувати й перенаправити повідомлення, затримати і створити підроблені повідомлення та ін. Для забезпечення безпеки інформації в особистих комп'ютерах і, особливо, в офісних системах та комп'ютерних мережах проводяться різні заходи, що об'єднуються поняттям «інформаційна безпека». Інформаційна безпека — це сукупність організаційних (адміністративних) і технологічних заходів, програмно-технічних засобів, правових та морально-етичних норм, спрямованих на протидію загрозам порушників з метою зведення до мінімуму можливого збитку користувачам і власникам автоматичних систем обліку і звітності.

На практиці при формуванні інформаційної безпеки підприємств і організацій склалися два підходи: фрагментарний та комплексний. У першому випадку заходи щодо захисту спрямовуються на протидію цілком певним загрозам при су-

воро визначених умовах, наприклад, обов'язкова перевірка носіїв антивірусними програмами, застосування криптографічних систем шифрування і т. д. При комплексному підході різні заходи протидії загрозам об'єднуються, формуючи так звану архітектуру безпеки систем [6, с. 108]. Дослідження практики функціонування систем обробки даних і комп'ютерних мереж показали, що існує досить багато можливих напрямів витоку інформації та шляхів несанкціонованого доступу до неї в системах і мережах. Це перехоплення електронних випромінювань; примусове електромагнітне опромінення (підсвічування) ліній зв'язку; дистанційне фотографування; перехоплення акустичних хвильових випромінювань.

Також йдеться про розкрадання носіїв інформації і виробничих відходів систем обробки даних, зчитування інформації з масивів інших користувачів, копіювання носіїв інформації і файлів з подоланням заходів захисту. Може бути використана модифікація програмного забезпечення шляхом виключення або додавання нових функцій, здійснене використання недоліків операційних систем і прикладних програмних засобів, незаконне підключення до апаратури та ліній зв'язку, в тому числі в якості активного ретранслятора; зловмисний вивід з ладу механізмів захисту. Фіксуються випадки маскування під зареєстрованого користувача і присвоєння собі його повноважень, введення нових користувачів, впровадження комп'ютерних вірусів. Крім того, система захисту не повинна допускати, щоб зловмисник міг зняти із себе відповідальність за формування помилкової або руйнування облікової інформації.

Враховуючи важливість, масштабність і складність вирішення проблеми збереження та безпеки інформації, рекомендується розробляти архітектуру безпеки в декілька етапів: аналіз можливих загроз; розробка систем безпеки; реалізація систем; супровід систем. Необхідно зауважити, що на конкретному об'єкті і в конкретній системі обробки даних з усього різноманіття загроз і можливих ризиків слід, насамперед, вибрати найбільш ймовірні, а також ті, які можуть завдати найбільш суттєвий збиток. Алгоритм розробки систем інформаційної безпеки підприємств і організацій в умовах автоматизації бухгалтерського обліку й обліково-фінансової звітності передбачає використання різних заходів організаційно-адміністративного, технічного, програмного, технологічного, нормативно-правового, морально-етичного характеру та ін.

Організаційно-адміністративні засоби формування інформаційної безпеки зводяться до регламентації доступу до інформаційних і обчислювальних ресурсів, функціональних процесів і систем обробки даних, до регламентації діяльності персоналу та ін. Їх мета — найбільшою мірою

ускладнити або виключити можливість реалізації загроз безпеці. Технічні засоби захисту покликані створити певне фізично замкнуте середовище навколо об'єкта й елементів захисту. У цьому випадку використовується установка засобів фізичної перешкоди для захисного контуру приміщень, де ведеться обробка інформації — кодові замки, охоронна сигналізація — звукова, світлова, візуальна без запису та із записом на відеоплівку.

Програмні засоби і методи захисту активніше і ширше за інших застосовуються в системах інформаційної безпеки в персональних комп'ютерах та комп'ютерних мережах, реалізуючи такі функції захисту, як: розмежування і контроль доступу до ресурсів; реєстрація та аналіз процесів, що протікають, подій, користувачів; запобігання можливих руйнівних впливів на ресурси; криптографічний захист інформації; ідентифікація і аутентифікація користувачів і процесів та ін.

У теперішній час найбільшу питому вагу в цій групі заходів у системах обробки обліково-звітної інформації складають спеціальні пакети програм або окремі програми, які включаються до складу програмного забезпечення з метою реалізації завдань щодо захисту інформації. Технологічні засоби інформаційної безпеки — це комплекс заходів, які органічно вбудовуються в технологічні процеси перетворення даних. Серед них найбільш поширеними є: створення архівних копій носіїв; ручне або автоматичне збереження оброблюваних файлів у зовнішній пам'яті комп'ютера; реєстрація користувачів комп'ютерних засобів у журналах; автоматична реєстрація доступу користувачів до тих або інших ресурсів; розробка спеціальних інструкцій щодо виконання всіх технологічних процедур та ін. [7, с. 264].

До нормативно-правових і морально-етичних заходів забезпечення інформаційної безпеки підприємств і організацій відносяться діючі в країні закони, нормативні акти, що регламентують правила поведінки з інформацією та відповідальність за їх порушення. Це етичні норми ділової поведінки, корпоративної культури, розробка й дотримання яких сприяє збереженню та зміцненню інформаційної безпеки. Тільки спільне застосування всього арсеналу засобів забезпечення алгоритмів, програмної, технічної, технологічної та інших складових інформаційної безпеки дозволяє досягати високої якості й корисності автоматичних програм обліку і звітності, баз обліково-фінансових даних, потрібних для їх подальшого використання в системах управління й прийняття управлінських рішень.

Висновки. Впровадження автоматизованих систем і програм здійснення бухгалтерського обліку й формування обліково-фінансової звітності є вагомим чинником підвищення ефективності

функціонування вітчизняних підприємств і організацій. Воно сприяє значному скороченню їх витрат на обліково-аналітичні процеси. Проте через специфіку автоматизації й комп'ютеризації (під'єднання до більш глобальних мереж, використання типових програм та показників обліку тощо) збільшується відкритість інформаційних систем, зростають загрози комерційній таємниці та ризики конкурентоспроможної діяльності загалом. Це актуалізує значимість забезпечення та подальшого удосконалення інформаційної безпеки підприємств і організацій на перспективу.

Література

1. Євдокимов В. В. Особливості впровадження комп'ютерних систем бухгалтерського обліку на великих підприємствах [Електронний ресурс] / В. В. Євдокимов // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. — 2009. — № 1 (13). — С. 193–202. — Режим доступу : <http://eztuir.ztu.edu.ua/1796/1/20.pdf>.
2. Безродна Т. М. Обліково-аналітичне забезпечення управління підприємством: визначення сутності поняття / Т. М. Безродна // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. — 2008. — № 10, ч. 2. — С. 58–62.
3. Житна І. П. Сучасні технології удосконалення системи автоматизації обліку та управління виробництвом / І. П. Житна, О. А. Садовніков // Управління розвитком. — 2010. — № 3. — С. 126–128.
4. Гнилицька Л. В. Обліково-аналітична інформація як визначальний чинник забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарювання / Л. В. Гнилицька // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. — 2011. — № 3 (157). — С. 57–65.
5. Клименко О. В. Інформаційні системи і технології в обліку : [навч. посіб.] / О. В. Клименко. — К. : Центр учбової літератури, 2008. — 320 с.
6. Домашенко С. В. Інформаційні технології в управлінні підприємством: електронний документообіг / С. В. Домашенко // Збірник наукових праць Таврійського державного

агротехнологічного університету. Економічні науки. — 2013. — № 2 (3). — С. 103–112.

7. Озеран А. В. Теорія та методологія формування фінансової звітності підприємств : [монографія] / А. В. Озеран ; ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». — К. : КНЕУ, 2015. — 471 с.

References

1. Yevdokymov, V. V. (2009). *Osoblyvosti vprovadzheniya kompyuternykh system bukhgalterskoho obliku na velykykh pidpryyemstvakh* [Features of introduction of computer accounting systems at large enterprises]. *Problemy teorii ta metodolohiyi bukhgalterskoho obliku, kontrolyu i analizu*, 1 (13), 193–202. Retrieved from <http://eztuir.ztu.edu.ua/1796/1/20.pdf> (in Ukr.).
2. Bezrodna, T. M. (2008). *Oblikovo-analitychne zabezpechennya upravlinnya pidpryyemstvom: vyznachennya sutnosti ponyattya* [Accounting and analytical support for enterprise management: the definition of the essence of the concept]. *Visnyk Skhidnoukrayinskoho natsionalnoho universytetu im. V. Dallya*, 10, 58–62 (in Ukr.).
3. Zhytna, I. P. & Sadovnikov, O. A. (2010). *Suchasni tekhnolohiyi udoskonallennya systemy avtomatyzatsiyi obliku ta upravlinnya vyrobnyctvom* [Modern technologies of improvement of the system of automation of accounting and production management]. *Upravlinnya rozvytkom*, 3, 126–128 (in Ukr.).
4. Hnylytska, L. V. (2011). *Oblikovo-analitychna informatsiya yak vyznachalnyy chynnyk zabezpechennya ekonomichnoyi bezpeky subyektiv hospodaryuvannya* [Accounting and analytical information as a determinant of economic security of economic entities]. *Visnyk Skhidnoukrayinskoho natsionalnoho universytetu imeni Volodymyra Dallya*, 3 (157), 57–65 (in Ukr.).
5. Klymenko, O. V. (2008). *Informatsiyi systemy i tekhnolohiyi v obliku* [Information systems and technologies in accounting]. Kyiv, Tsentr uchbovoyi literatury Publ. (in Ukr.).
6. Domashenko, S. V. (2013). *Informatsiyi tekhnolohiyi v upravlinni pidpryyemstvom: elektronnyy dokumentoobih* [Information technology in enterprise management: electronic document flow]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriyskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu*, 2 (3), 103–112 (in Ukr.).
7. Ozeran, A. V. (2015). *Teoriya ta metodolohiya formuvannya finansovoyi zvitnosti pidpryyemstv* [Theory and methodology of formation of financial reporting of enterprises]. Kyiv, KNEU Publ. (in Ukr.).

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНИХ СТАНДАРТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Анотація. У статті розкрито нові тенденції й проблеми економічного розвитку в умовах глобалізації, його прояви та ризики. Виявлено проблеми необхідності відповідності бухгалтерського обліку і фінансової звітності цим процесам. Визначено інформаційні джерела їх формування в умовах міжнародної стандартизації. Обґрунтовано перспективи розвитку бухгалтерського обліку і фінансової звітності на засадах збереження національних інтересів.

Ключові слова: бухгалтерський облік, фінансова звітність, глобалізація, міжнародні й національні стандарти, розвиток, удосконалення.

Summary. The article reveals new trends and problems of economic development in the conditions of globalization, its manifestations and risks. The problems of the necessity of conformity of accounting and financial reporting to these processes are revealed. The information sources of their formation are determined. In conditions of international standardization. The prospects of the development of accounting and financial reporting on the basis of preservation of national interests are grounded.

Key words: accounting, financial reporting, globalization, international and national standards, development, improvement.

Постановка проблеми. Останні десятиріччя ХХ — початку ХХІ ст. характеризувалися посиленням проявів глобалізації у всіх сферах життєдіяльності суспільства. Мова йде не тільки про принципово нові господарські явища — збільшення доступності інноваційних технологій, інформації, зростання транспортної мобільності й мобільності трудових ресурсів, відкритість національних та світових ринків, структурні зрушення в господарських, соціально-економічних та природно-екологічних системах. Йдеться про становлення високого рівня, а отже, й нового типу світоустрою на засадах всебічної соціологізації, соціальної відповідальності, сталого розвитку, міжнародної безпеки, особистісного зростання людей. Виробничо-економічна діяльність, її облік та обліково-фінансова звітність перебудовуються на основі автоматизації та оцифрування буквально всіх аспектів діяльності. У результаті замість індустріальної економіки ми отримали економіку знань, а національні системи обліку і фінансової звітності, у т. ч. у аграрній сфері, прагнуть до уніфікації та міжнародних стандартів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань розвитку бухгалтерського обліку та фінансової звітності в умовах глобалізації при-

свячено велику кількість праць вчених-економістів, зокрема Ф. Ф. Бутинця, О. Д. Гудзинського, М. Я. Дем'яненка, В. Збарського, Г. Г. Кірейцева, М. С. Пушкаря, Н. М. Малюги, П. Т. Саблука, Л. К. Сука, П. Л. Сука та інших. При цьому подальших розробок потребує вирішення проблем формування й використання національних і міжнародних стандартів обліку і фінансової звітності в аграрних підприємствах, особливо на рівні агрокорпорацій та агрохолдингів як учасників світових аграрних ринків.

Метою статті є виявлення чинників та оцінка їх впливу на формування й використання національних і міжнародних стандартів бухгалтерського обліку і фінансової звітності в аграрних підприємствах в умовах глобалізації, обґрунтування їх перспектив та ролі у подальшому забезпеченні здійснення світогосподарських інтеграційних процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток світогосподарських відносин в рамках глобалізації став одним із об'єктивних умов істотних змін як у вітчизняній системі бухгалтерського обліку та звітності, так і в облікових системах практично всіх країн. Причому відображення сучасних міжнародних процесів у національних

© Л. О. Мармуль, С. В. Коваль, О. В. Круковська, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Мармуль Л. О. Перспективи розвитку національних стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності / Л. О. Мармуль, С. В. Коваль, О. В. Круковська // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 4 (40). — С. 89–92.

References (APA):

Marmul L. O., Koval, S. V., Krukovska, O. V. (2017). *Perspektyvy rozvytku natsionalnykh standartiv bukhgalterskoho obliku ta finansovoi zvitnosti* [Perspectives for developing national standards of accounting and financial statements]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 89–92 (in Ukr.).

облікових системах являє складні, багато в чому не вирішені проблеми. Поява глобалізованих фінансових ринків у 70–80 рр. минулого сторіччя призвела до того, що національні моделі систем бухгалтерського обліку вже не могли розглядатися як повністю відповідні господарським і фінансово-економічним явищам. Як зазначають Б. Нідлз, Х. Андерсон, Д. Колдуелл: «Деякі проблеми виникають тому, що бухгалтерський облік розвивався в різних країнах різними шляхами... Усе це ускладнює діяльність підприємств за кордоном» [1, с. 241].

У світовій обліковій та фінансовій практиці постала проблема гармонізації обліково-звітних методик, рішення якої спочатку виразилося у формуванні Міжнародної дослідницької групи бухгалтерів (1966 р.), куди увійшли фахівці Американського інституту присяжних бухгалтерів, аналогічних інститутів Канади, Англії, Уельсу, Шотландії, Ірландії, а потім Комітету з міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) (1973 р.). Мета Комітету, як зазначено у вступі до МСФЗ, полягає в досягненні уніфікації принципів бухгалтерського обліку, використовуваних підприємствами та іншими організаціями для фінансової звітності у всьому світі.

Розробка визнаних багатьма міжнародними організаціями концепцій, норм і правил подання облікової інформації та фінансової звітності є важливим моніторингово-аналітичним заходом економічного співтовариства [2, с. 282]. Він має значення глобального рівня і спрямований, у т. ч. на вирішення проблем обмеженості ресурсів, продовольчої безпеки та інших глобальних викликів. За допомогою МСФЗ можна представити дані про діяльність підприємств будь-яких країн. І вони будуть зрозумілі стейкхолдерам незалежно від національної належності й територіальної віддаленості від суб'єктів господарювання.

Глобалізація як етап у розвитку світової економіки призводить до: розвитку відносин власності в напрямі націоналізації великого корпоративного капіталу; зростання у світовій економіці ролі міжнародних злиттів; перетворення інформаційного чинника в найбільш важливий фактор виробництва; якісно нового характеру співвідношення конкурентних і планових початків комерційної діяльності; існування національної вартості товару і послуг поряд із інтернаціональною вартістю; становлення регіональних господарських угруповань як інтернаціональних суб'єктів незалежно від міжнародних економічних відносин [3].

Отже, вказані економічні трансформації являють собою безперервний процес видозмін, перетворення структур, форм і способів економічної діяльності. У сучасному світі інтенсивно відбувається становлення й функціонування глобальної

економіки сталого розвитку. А це, у свою чергу, потребує правильного вимірювання фактів і явищ господарської діяльності в усіх країнах світу. Сьогодні законодавство зі сталого розвитку мають всі розвинуті країни. В Україні також підготовлено Стратегію та Законопроект «Основні засади сталого розвитку України на 2010–2020 роки». При цьому майбутню модель бухгалтерського обліку і фінансової звітності необхідно пов'язувати з прерогативою запитів до неї від національних та міжнародних інститутів, що забезпечуватимуть реалізацію Концепції сталого розвитку у світі [4].

Але, попри все сказане, у глобальному обліковому та звітному середовищі «правила гри» встановлюють представники сильніших економік, компанії яких і фінансують роботу Ради з МСФЗ та розвитку професії бухгалтера при ООН. Проте, виходячи з останніх змін у світовій економічній політиці, появи нових економічних зон росту (Китай, Бразилія, Індія, Росія), збільшення критичної маси представників різних країн у МФБ, є сподівання, що ідеологія формування МСФЗ буде найближчим часом змінюватись. Представники національних бухгалтерських систем переслідують власні цілі й не особливо зацікавлені у стандартизації обліку [5, с. 18]. У процесі вжиття заходів з наближення GAAP US до МСФЗ останні піддаються більшому редагуванню на основі GAAP US.

На нашу думку, Концепція сталого розвитку сприятиме демонополізації вказаної проблеми й залученню до участі в цьому процесі всіх зацікавлених транснаціональних корпорацій (ТНК) та країн під егідою ООН. Існуюче одностороннє мотивування розвитку міжнародного бухгалтерського обліку з боку ТНК має бути замінене мотивацією облікового забезпечення реалізації Концепції сталого розвитку. Нинішній курс розвитку бухгалтерського обліку в Україні все більше спрямовується на приведення системи бухгалтерського обліку у відповідність до вимог Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) — відбувається стандартизація обліку.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24.10.2007 р. було схвалено Стратегію застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні. У тексті цієї Стратегії чітко визначено, що зумовило реформування системи обліку із застосуванням міжнародних стандартів фінансової звітності, а саме: «процес глобалізації світової економіки, посилення захисту прав інвесторів та забезпечення прозорості функціонування міжнародних ринків капіталу зумовив нові підходи до удосконалення методології розкриття економічної інформації про результати діяльності суб'єктів господарювання, насамперед, емітентів цінних паперів міжнародних фінансових ринків» [6].

На жаль, в сучасних умовах важко дати однозначну відповідь на питання: чи вирішить вітчизняні бухгалтерські проблеми застосування замість П(С)БО як національних стандартів — МСФЗ, так само, як і навпаки. Питаннями застосування МСФЗ в Україні займається Методологічна рада з бухгалтерського обліку Міністерства фінансів. Розроблені та прийняті Мінфіном національні П(С)БО мають, за чинним законодавством, не суперечити МСФЗ. На сьогодні проблема вибору застосування МСФЗ чи П(С)БО вітчизняними підприємствами не є визначальним чинником їхнього функціонування. Тим більше, ця проблема не може розглядатися причиною зміни чинного законодавства з бухгалтерського обліку, оскільки національні П(С)БО в усіх суттєвих аспектах відповідають МСФЗ, яких дотримуються діючі законодавчі вимоги та рекомендації міжнародних фінансових організацій і кредитних установ [7, с. 14].

Але існуюча нині теоретична основа МСФЗ (яка відповідає інтересам розвинутих країн) має бути переглянута на прийнятну для ідеї сталого розвитку нову бухгалтерську доктрину. В основу такої доктрини має бути покладене зняття протиріччя між інформаційними інтересами глобальних корпорацій розвинутих країн та інтересами національних економік більшості країн, інтересами підвищення соціальних та екологічних стандартів життєдіяльності людства. Останнє вимагатиме розробки якісно нових стандартів фінансової звітності [8, с. 191]. Мова йде про забезпечення розкриття в нових моделях фінансової корпоративної звітності: функціонування людського капіталу; дотримання соціальних стандартів; примноження фізичного капіталу; відновлення природних ресурсів; дотримання вимог якості продукції та інших вимог законодавства зі сталого розвитку. Всі зацікавлені сторони повинні мати ідентичну загальнодоступну інформацію.

Проте як світове, так і національне сприйняття ідей та концепцій сталого розвитку ускладнює діяльність великих корпоративних суб'єктів господарювання, породжуючи збільшення трансакційних витрат, соціальних та екологічних зобов'язань [9, с. 144]. Науковцями й практиками доведено обмежені можливості існуючої системи МСФЗ протистояти, а тим більше, упереджувати негативні тенденції сучасної глобальної економіки. Так, основними проблемами запровадження МСФЗ визначені такі: одностороння мотивація їх розвитку від ТНК; проблеми конвергенції GAAP США та МСФЗ ЄС; неадекватність сьогоденню теоретичної бази; імплементація в національні системи бухгалтерського обліку.

Незважаючи на розвиток та пропагування МСФЗ, вони не отримали достатньо значного поширення в світі у зв'язку з нерівномірністю

економічного розвитку країн, політичними особливостями, національними та історичними традиціями, низкою інших об'єктивних обставин [10, с. 134]. Проте процеси міжнародної інтеграції мають глибоке коріння. Країни, що входять в регіональні угруповання, близькі територіально, історично, практично не мають мовних бар'єрів, традиційно економічно взаємопов'язані. Формування регіональних угруповань зміцнює торговельні зв'язки, сприяє прискоренню економічного зростання в країнах-учасниках.

Отже, діючі дотепер системи бухгалтерського обліку внаслідок ідеалізованих концептуальних основ — соціальних, унітарно-державних, юридичних, економічних, технологічних, інформаційних — не завжди спроможні бути фундаментальною основою облікових систем в період викликів та змін, появи нових вимог з боку економічних, соціальних та природоохоронних систем управління [11, с. 174]. Сучасні глобальні зміни в світовому середовищі вимагають відповідних змін від бухгалтерської інформаційної системи та формують потребу нової універсальності та якості світової обліково-фінансової мови бізнесу, яким є облік і звітність.

Висновки. Удосконалення національних облікових систем на основі гармонізації дозволить зблизити динамічні характеристики діяльності, підтягнувши менш розвинені в економічному відношенні країни до рівня більш розвинених. Інформація, отримана в гармонізованих облікових системах і наділена однаковими якісними характеристиками, створить об'єктивні умови прискорення позитивних процесів та розвитку бізнесу в цілому. Враховуючи неминучий вплив глобалізації на розвиток як економіки країни, так і системи бухгалтерського обліку і фінансової звітності, яка існує в Україні, потрібно, перш за все, враховувати і захищати національні потреби та інтереси.

Література

1. Нидлз Б. Принципы бухгалтерского учета / Б. Нидлз, Х. Андерсон, Д. Колдуэлл. — М. : Финансы и статистика, 2004. — 496 с.
2. Єфімов В. І. Напрями гармонізації бухгалтерського обліку та звітності в Україні / В. І. Єфімов // *Фінанси, облік і аудит*. — 2011. — № 18. — С. 278–284.
3. Світлична В. Ю. Гармонізація національної фінансової звітності з міжнародними стандартами: актуальність, порядок та перспективи [Електронний ресурс] / В. Ю. Світлична, С. М. Малик. — Режим доступу: <http://khg.kname.edu.ua/index.php/khg/article/view/58/58>.
4. Чепець О. Г. Гармонізація бухгалтерського обліку та фінансової звітності України з міжнародними стандартами [Електронний ресурс] / О. Г. Чепець, О. М. Губарик. — Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe.
5. Жук В. М. До проблем стратегії запровадження МСФЗ в Україні / В. М. Жук // *Бухгалтерський облік і аудит*. — 2010. — № 10. — С. 16–22.
6. Поступайло М. А. Міжнародні стандарти фінансової звітності та їх майбутнє в Україні [Електронний ресурс] /

М. А. Поступайло, Н. В. Гордополова. — Режим доступу : http://www.confcontact.com/2007may/1_postup.php.

7. Олійник О. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку / О. Олійник. — Чернівці : Українська консалтингова мережа, 2007. — 56 с.

8. Муравський В. В. Організаційні аспекти формування і подання фінансової звітності під впливом інформаційної технології гіпертексту / В. В. Муравський // Вісник ЖДТУ. — 2009. — № 1. — С. 190–193.

9. Діділовський О. М. Проблеми та перспективи застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні / О. М. Діділовський // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. — 2011. — № 1. — С. 142–146.

10. Лоханова Н. О. Реформування системи бухгалтерського обліку і звітності в Україні: реалії, проблеми перспективи / Н. О. Лоханова // Вісник соц.-економ. досліджень. — 2012. — Вип. 2. — С. 132–137.

11. Ловінська Л. Г. Організація бухгалтерського обліку та фінансового контролю в сучасних умовах господарювання в Україні / Л. Г. Ловінська, І. Б. Стефанюк. — К. : НДФІ, 2006. — 240 с.

References

1. Nidlz, B., Anderson, Kh. & Kolduell D. (2004). *Printsipy bukhgalterskogo ucheta* [Principles of Accounting]. Moscow, Finansy i statistika Publ. (in Russ.).

2. Yefimov, V. I. (2011). *Napryamy harmonizatsiyi bukhgalterskoho obliku ta zvitnosti v Ukraini* [Directions of Harmonization of Accounting and Reporting in Ukraine]. *Finansy, oblik i audyt*, 18, 278–284 (in Ukr.).

3. Svitlychna, V. Yu. & Malyk, S. M. (2011). *Harmonizatsiya natsionalnoyi finansovoyi zvitnosti z mizhnarodnyimi standartamy: aktualnist, porjadok ta perspektyvy* [Harmonization of national financial reporting with international standards: relevance, order and prospects]. Retrieved from <http://khg.kname.edu.ua/index.php/khg/article/view/58/58> (in Ukr.).

4. Chepets, O. H. & Hubaryk, O. M. (2012). *Harmonizatsiya bukhgalterskoho obliku ta finansovoyi zvitnosti Ukrainy z mizhnarodnyimi standartamy* [Harmonization of Ukraine's accounting and financial reporting with international standards]. Retrieved from http://irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe (in Ukr.).

5. Zhuk, V. M. (2010). *Do problem stratehiyi zaprovadzhennya MSFZ v Ukraini* [To the problems of the strategy of introduction of the IFRS in Ukraine]. *Bukhhalterskyi oblik i audyt*, 10, 16–22 (in Ukr.).

6. Postupaylo, M. A. & Hordopolova, N. V. (2007). *Mizhnarodni standarty finansovoyi zvitnosti ta yikh maybutnye v Ukraini* [International financial reporting standards and their future in Ukraine]. Retrieved from http://www.confcontact.com/2007may/1_postup.php (in Ukr.).

7. Oliynyk, O. (2007). *Mizhnarodni standarty bukhgalterskoho obliku* [International accounting standards]. Chernivtsi, Ukrayinska konsaltnyhova merezha Publ. (in Ukr.).

8. Muravskyy, V. V. (2009). *Orhanizatsiyni aspekty formuvannya i podannya finansovoyi zvitnosti pid vplyvom informatsiyanoi tekhnolohiyi hipertekstu* [Organizational aspects of the formation and presentation of financial reporting under the influence of information technology of hypertext]. *Visnyk ZHDTU*, 1, 190–193 (in Ukr.).

9. Didilovskyy, O. M. (2011). *Problemy ta perspektyvy zastosuvannya mizhnarodnykh standartiv finansovoyi zvitnosti v Ukraini* [Problems and prospects of application of international financial reporting standards in Ukraine]. *Problemy teorii ta metodolohiyi bukhgalterskoho obliku, kontrolyu i analizu*, 1, 142–146 (in Ukr.).

10. Lokhanova, N. O. (2012). *Reformuvannya systemy bukhgalterskoho obliku i zvitnosti v Ukraini: realiyi, problemy perspektyvy* [Reforming the accounting and reporting system in Ukraine: realities, perspective problems]. *Visnyk sots.-ekonom. doslidzhen*, 2, 132–137 (in Ukr.).

11. Lovinska, L. H. & Stefanyuk, I. B. (2006). *Orhanizatsiya bukhgalterskoho obliku ta finansovoho kontrolyu v suchasnykh umovakh hospodaryuvannya v Ukraini* [Organization of accounting and financial control in modern economic conditions in Ukraine]. Kyiv, NDFI Publ. (in Ukr.).

АННОТАЦИИ

Величко Т. Г. Направления усовершенствования управления развитием и эффективностью отраслевых рынков . — С. 9.

Аннотация. В статье осуществлен анализ особенностей отраслевых рынков и проблем их развития в Украине. Обоснованы критерии и приведена их классификация с целью повышения эффективности. В соответствии с выявленными особенностями охарактеризованы направления совершенствования управления развитием и повышением эффективности отраслевых рынков. Они касаются оптимизации транзакционных издержек, вертикальной интеграции предприятий и государственного регулирования рынков и поддержки отечественных товаропроизводителей. В перспективе совершенствование управления также будет осуществляться с помощью рыночных и государственных институтов.

Ключевые слова: отраслевые рынки, предприятия, развитие, эффективность, транзакционные издержки, вертикальная интеграция, государственное регулирование, совершенствование, управление.

Горячая О. Л., Майоров Е. Ю., Коссе Н. Ф. Маркетинговые стратегии экспорта пшеницы . — С. 13.

Аннотация. Рассмотрен экспортный потенциал аграрного сектора Украины. Приведен поэтапный генезис развития стратегического маркетинга экспорта пшеницы. Приведена структура экспорта-импорта культуры в стране, перечислены основные экспортеры. Кроме того, рассмотрены возможные угрозы для экспортного потенциала АПК.

Ключевые слова: экспорт, импорт, маркетинговая стратегия.

Княженко И. И., Меренчук К. В., Никольченко И. О. Проектно-ориентированный подход к управлению агропродовольственной системой Украины. — С. 18.

Аннотация. Дано определение проекта и определены предмет и способы управления агропродовольственной системой Украины. Описаны факторы преимуществ и недостатков проектно-ориентированного подхода. Рассмотрены направления государственного регулирования экономики страны и обоснована необходимость регламентации проектов. Освещены вопросы стандартизации управления проектами.

Ключевые слова: проект, проектно-ориентированный подход, управление проектами, агропродовольственная система.

Михов Л. И., Гуржий К. В., Жур В. В. Современные тенденции развития рынка услуг в Украине. — С. 21.

Аннотация. В статье рассмотрены основные тенденции развития рынка услуг в Украине, включая их особенности и составляющие. Приведены показатели туристических потоков за последние 5 лет и обоснована динамика их роста. Кроме того, рассмотрены услуги гостинично-ресторанного бизнеса, предоставления рекламы и их недостатки. Более подробно исследованы услуги IT, а также факторы, влияющие на общее развитие сферы услуг.

Ключевые слова: рынок, услуга, IT, сфера услуг.

Рунчева Н. В., Вороновская З. С., Дышкант А. О. Экологическая рента в сельском хозяйстве. — С. 25.

Аннотация. В статье рассматривается понятие экологической ренты как одного из механизмов оптимизации взаимодействий природы и общества. Произведен анализ образования экологической ренты. Обоснована необходимость формирования достоверной информационной базы доходов и расходов, связанных с производством сельскохозяйственной продукции с учетом экологического императива.

Ключевые слова: устойчивое развитие, сельское хозяйство, физическая экономия, экологическая рента.

Юрченко Ю. Ю., Батрак С. В. Дорожное картирование как инструмент стратегического планирования развития туризма. — С. 29.

Аннотация. Рассматривается методология дорожного картирования как инструмент стратегического планирования сферы туризма. Обосновывается выбор Бердянской дестинации в качестве объекта дорожного картирования. В рамках концептуальной схемы дорожного картирования определены ключевые стейкхолдеры и сценарии развития туризма. Акцентировано внимание на проблеморазрешающих ресурсах, в составе которых основные драйверы — движущие силы туристского сектора и стабилизирующие ресурсы туризма. Предложена общая схема построения и реализации дорожной карты.

Ключевые слова: дорожная карта, туризм, туристический продукт, сценарии развития, проблемосодержащая модель, проблеморазрешающие ресурсы, драйверы.

Бритвенко А. С., Семенов А. В., Тулопов Д. В. Маркетинговые информационные системы в АПК. — С. 34.

Аннотация. Рассмотрены основные понятия, уровни и этапы процесса создания и развития маркетинговой информационной системы аграрного рынка. Предложено разработать государственную целевую программу и создать национальный информационно-аналитический центр с региональными отделениями. Описана деятельность Центрального Бюро Информации и Маркетинга в сельском хозяйстве «САМІВ». Приведены цели создания web-сайта, а также полезные web-сервисы для аграрного маркетинга. Кроме того, рассмотрены преимущества и риски использования мобильных приложений.

Ключевые слова: АПК, инновации, информационная система, web-сайт, web-сервис, мобильное приложение.

Новак Н. П., Кривец Ю. М., Постол А. А. Повышение конкурентоспособности аграрных предприятий путем развития органического производства на основе диверсификация деятельности и социальной ответственности. — С. 38.

Аннотация. В статье рассматриваются важные вопросы совершенствования структуры и повышения эффективности и конкурентоспособности аграрных предприятий путем развития органического производства. При этом его внедрение обосновывается на основе диверсификации деятельности и социальной ответственности. Итак, в этом смысле речь идет не только о его производственно-экономической и экологической направленности и конкурентоспособности, но и о социальной направленности в плане обеспечения качественного питания как основы здорового образа жизни. Также важным является решение на основе органического производства вопросов диверсификации деятельности аграрных предприятий и расширения маркетинговых каналов сбыта готовой продукции, увеличения возможностей занятости сельских жителей, улучшения организации и развития сельских территорий.

Ключевые слова: аграрные предприятия, органическое производство, деятельность, внедрение, диверсификация, социальная ответственность, экология, эффективность, конкурентоспособность, развитие, управление.

Мармуль Л. О., Петренко В. С. Стратегическое позиционирование предприятий с иностранными инвестициями в аграрной сфере экономики. — С. 43.

Аннотация. Предприятия с иностранными инвестициями представляют собой относительно новую организационно-социальную форму международного предпринимательства, при которой создается совместная собственность на материальные и финансовые ресурсы, используемые для выполнения производственных, научно-технических, внешнеторговых и других функций. Но при этом особенности создания аграрных пред-

приятий с иностранными инвестициями и их дальнейшее существование не предусматривает максимизации прибыли, а может быть четко направлено на стратегическое завоевание доли рынка материнской компаний.

Ключевые слова: предприятия с иностранным капиталом, аграрная сфера, симметричный партнер, асимметричный партнер, стратегическое позиционирование.

Пилипенко К. А. Органическое производство как инструмент укрепления продовольственной безопасности. — С. 48.

Аннотация. Рассмотрена необходимость и перспективность органического производства. Определены основные приоритеты производства органической продукции, что положительно влияет как на здоровье людей, так и на укрепление продовольственной безопасности страны. Доказано, что в современных условиях ведения хозяйства возникает необходимость в обеспечении производства экологически безопасной продукции, которая бы отвечала международным требованиям, подтверждалась соответствующими сертификатами международного образца с целью выхода продукции на новые рынки сбыта.

Ключевые слова: органическая сельскохозяйственная продукция, органическое производство, продовольственная безопасность, сертификация органического производства, экологически безопасное производство.

Романюк И. А., Яровой В. Ф. Социально-экономическая эффективность функционирования предприятий сельского зеленого туризма и области туризма в целом сферы. — С. 53.

Аннотация. В статье выявлены особенности функционирования предприятий сельского зеленого туризма и отрасли туризма в целом. При этом впервые сравнивается их эффективность, а также поведение на рынке не только как родственных, но и конкурентных видов деятельности. Благодаря этому были выявлены возможные направления интеграции между ними, а также стратегии развития и управления с целью преодоления конкурентных рисков и вызовов.

Ключевые слова: предприятия, туристическая отрасль, сельский зеленый туризм, интеграция, конкуренция, эффективность, стратегии, управление.

Рунчева Н. В. Развитие аграрных предприятий с иностранными инвестициями. — С. 59.

Аннотация. В статье приведены результаты исследования по развитию аграрных предприятий с иностранными инвестициями. Определены основные тенденции и формы интеграционных процессов в агросфере Украины. По данным статистической информации проведен анализ и сформирован перечень задач для решения вопро-

сов совершенствования деятельности предпринимательских структур агробизнеса.

Ключевые слова: аграрные предприятия, иностранные инвестиции, интеграция, сельское хозяйство, иностранные компании.

Сильченко И. А., Архипова В. М. Планирование как определяющая необходимость развития инновационной деятельности предприятий. — С. 63.

Аннотация. В статье проанализированы основные виды планирования в современных условиях неопределенности и риска. Охарактеризованы основные этапы планирования, выделена специфика каждого из них. Определены общие и отличительные признаки процессов стратегического, тактического и оперативного планирования.

Ключевые слова: планирование, инновационная деятельность, переменчивость, риск, этапы планирования, виды планирования, планирование инновационной деятельности.

Гудзь П. В. Теоретическое обоснование практической реализации кластерной политики в регионе. — С. 68.

Аннотация. Определена необходимость дальнейших научных исследований теории и практики кластерной политики в Украине, несмотря на двадцатилетнюю историю первых публикаций. Предложено авторское определение и трактовка содержания кластерной политики на основе приоритета региональной политики. На основе ретроспективного анализа деятельности кластеров в Запорожской области определены проблемы их низкой эффективности. Главной причиной кризиса кластерной политики определены низкий стратегический уровень мышления руководителей власти и бизнеса, низкая эластичность к компромиссам руководителей бизнес-структур, мелкого предпринимательства.

Ключевые слова: регион, кластер, кластерная политика, региональная экономика, экономика региона, концепция кластера.

Пашкевич М. С., Финагина О. В. Формирование положительного имиджа территорий как базис развития деловой среды регионов Украины. — С. 74.

Аннотация. В статье проведен анализ новейших методов и современных методик формирования имиджа территорий как инструменты активизации деловой деятельности, стимулирования инвестиций и инноваций. Доказано, что формирование положительного имиджа позволяет создавать уникальный образ региона, стимулировать его конкурентные преимущества, развивать бизнес-среду. Развитие деловой среды предложено рассматривать с позиций парадигмы отношений развития имиджа в региональном менеджменте. Предложены ключевые принципы, на которые влияет имидж региона как мотивационный фактор.

Ключевые слова: деловая среда, региональное развитие, имидж региона.

Кирова Л. Л., Воробьев Н. А. Комплексный анализ финансово-экономического состояния ПАО «Укрсоцбанк» с предложением дальнейших путей его финансового оздоровления. — С. 79.

Аннотация. В статье рассмотрены сущность и основные особенности поэтапного анализа финансово-экономического состояния украинского коммерческого банка с предложением дальнейших путей его финансового оздоровления.

Ключевые слова: финансовое состояние, финансовые ресурсы, комплексный анализ основных экономических показателей, финансовое оздоровление коммерческого банка, ПАО «Укрсоцбанк».

Игнатенко М. М. Формирование информационной безопасности предприятий и организаций в условиях автоматизации учета и финансовой отчетности. — С. 84.

Аннотация. В статье определены преимущества внедрения автоматизации, программного обеспечения и компьютеризации учетных процессов отечественных предприятий и организаций. Предоставлена содержательная характеристика достоинств и свойств наиболее употребляемых программ. Одновременно выявлены риски и угрозы информационной безопасности, их источники и проявления. Обоснован комплекс мероприятий сохранения и укрепления информационной безопасности. Разработан алгоритм их применения. Представлены предложения по осуществлению дальнейших исследований.

Ключевые слова: предприятия, организации, информационная безопасность, компьютерные сети, автоматизация, бухгалтерский учет, финансовая отчетность, программные продукты.

Мармуль Л. А., Коваль С. В., Круковская А. В. Перспективы развития национальных стандартов бухгалтерского учета и финансовой отчетности. — С. 89.

Аннотация. В статье раскрыты новые тенденции и проблемы экономического развития в условиях глобализации, его проявления и риски. Выявлены проблемы необходимости соответствия бухгалтерского учета и финансовой отчетности этим процессам. Определены информационные источники их формирования в условиях международной стандартизации. Обоснованы перспективы развития бухгалтерского учета и финансовой отчетности на основе сохранения национальных интересов.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, финансовая отчетность, глобализация, международные и национальные стандарты, развитие, совершенствование.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Величко Тетяна Григорівна, доцент кафедри менеджменту організацій Одеського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України, кандидат економічних наук, доцент.

65000, Одеса, Генуезька вулиця, 22.

Наукові інтереси: розвиток управління та підвищення ефективності галузевих ринків.

Горяча Оксана Любомирівна, доцент кафедри економіки і фінансів Бердянського університету менеджменту і бізнесу, кандидат економічних наук, доцент.

71118, Запорізька обл., м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: фінансові послуги, фінансові ринки, фінансові посередники, інвестиційна діяльність.

Князєнко Ірина Іванівна, доцент кафедри менеджменту і туризму Бердянського університету менеджменту і бізнесу, кандидат економічних наук.

71118, Запорізька обл., м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: державне регулювання економіки агропродовольчої системи України.

Міхов Леонід Іванович, професор кафедри економіки і фінансів Бердянського університету менеджменту і бізнесу, кандидат економічних наук, доцент.

71118, Запорізька обл., м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: удосконалення матеріального стимулювання робітників у сільському господарстві.

Вороновська Зоя Сергіївна, аспірант кафедри економіки і фінансів Бердянського університету менеджменту і бізнесу.

71118, Запорізька обл., м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: економіко-екологічні аспекти розвитку сільського господарства.

Юрченко Юлія Юрївна, завідувач кафедри економіки Бердянського університету менеджменту і бізнесу, доктор економічних наук, професор.

71118, Запорізька обл., м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: туризм в Україні.

Бритвєнко Анастасія Сергіївна, доцент кафедри економіки і фінансів Бердянського університету менеджменту і бізнесу, кандидат економічних наук, доцент.

71118, Запорізька обл., м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: економіка і управління аграрних та переробних підприємств.

Новак Наталія Петрівна, доцент кафедри обліку і оподаткування Херсонського державного аграрного університету, доктор економічних наук, доцент.

73006, м. Херсон, вул. Стрітенська, 23.

Наукові інтереси: економічні аспекти розвитку органічного землеробства.

Кривець Юрій Миколайович, докторант Херсонського державного аграрного університету, кандидат економічних наук.

73006, м. Херсон, вул. Стрітенська, 23.

Наукові інтереси: удосконалення обліку зобов'язань в управлінні підприємствами.

Постол Анатолій Анатолійович, докторант Херсонського державного аграрного університету, кандидат економічних наук.

73006, м. Херсон, вул. Стрітенська, 23.

Наукові інтереси: економіка сільськогосподарських підприємств.

Петренко Вікторія Сергіївна, доцент кафедри економіки, фінансів і підприємництва Херсонського державного університету, кандидат економічних наук, доцент.

73006, м. Херсон, вул. Стрітенська, 23.

Наукові інтереси: управління та розвиток аграрних підприємств з іноземними інвестиціями.

Пилипенко Катерина Анатоліївна, доцент кафедри організації обліку та аудиту Полтавської Державної аграрної академії, кандидат економічних наук, доцент.

36000, м. Полтава, вул. Сковороди, 1/3.

Наукові інтереси: економічна безпека агропродовольчої системи України.

Яровий Вадим Федорович, доцент кафедри туризму Херсонського державного університету, кандидат економічних наук, доцент.

73006, м. Херсон, вул. Стрітенська, 23.

Наукові інтереси: туристичні підприємства, сільський зелений туризм.

Романюк Ірина Анатоліївна, асистент кафедри економіки та маркетингу Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. П. Василенка, кандидат економічних наук. 61000, м. Харків, просп. Московський, 45.

Наукові інтереси: сільське господарство, інтенсивний розвиток, туристичний ринок.

Рунчева Наталя Вікторівна, завідувач кафедри обліку і фінансів Бердянського університету менеджменту і бізнесу, кандидат економічних наук, доцент.

71118, Запорізька обл., м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: корпоративні відносини економіки аграрної сфери України.

Сільченко Ірина Анатоліївна, старший викладач кафедри економіки і фінансів Бердянського університету менеджменту і бізнесу.

71118, Запорізька обл., м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: економіка й організація інноваційної діяльності підприємства.

Гудзь Петро Васильович, директор Економіко-гуманітарного інституту Запорізького національного технічного університету, доктор економічних наук, професор.

69063, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 64, ЗНТУ, кафедра менеджменту.

Наукові інтереси: регіональна економіка, економіка міста, економіка курорту.

Пашкевич Марина Сергіївна, завідувач кафедри обліку і аудиту Національного гірничого університету, доктор економічних наук, доцент.

18000, м. Черкаси, вул. Смілянська, 94, кв. 9.

Наукові інтереси: розвиток ділового середовища регіонів України, формування іміджу регіону, розвиток регіонів.

Фінагіна Олеся Валентинівна, завідувач кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування Черкаського державного технологічного університету, доктор економічних наук, професор.

18000, м. Черкаси, вул. Смілянська, 94, кв. 9.

Наукові інтереси: інформаційна економіка, формування іміджу регіону, розвиток регіонів.

Кірова Людмила Леонідівна, доцент кафедри економіки і фінансів Бердянського університету менеджменту і бізнесу, кандидат економічних наук, доцент.

71118, Запорізька обл., м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: проблеми формування та розвитку сільськогосподарської кооперації.

Ігнатенко Микола Миколайович, завідувач кафедри економіки підприємств Переяслав-Хмельницького державного педагогічного університету ім. Г. Сковороди, доктор економічних наук, професор.

08400, Київська обл., м. Переяслав-Хмельницький, вул. Сухомлинського, 30.

Наукові інтереси: соціально-економічна відповідальність у аграрній сфері України.

Мармуть Лариса Олександрівна, професор кафедри публічного управління та гуманітарних наук Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, доктор економічних наук, професор, Заслужений працівник освіти України.

02000, м. Київ, вул. Лаврська, 9.

Наукові інтереси: розвиток аграрного менеджменту.

Круковська Олена Володимирівна, доцент кафедри обліку і оподаткування Херсонського державного аграрного університету, кандидат економічних наук, доцент.

73006, м. Херсон, вул. Стрітенська, 23.

Наукові інтереси: облік у сільському господарстві.

БЕРДЯНСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ І БІЗНЕСУ

Наукове видання

**ВІСНИК
БЕРДЯНСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ
МЕНЕДЖМЕНТУ І БІЗНЕСУ**

Випуск 4(40)'2017

Науковий економічний журнал

Українською, російською та англійською мовами

Технічний редактор *Д. В. Акіндєєв*

Адреса редакції:

Україна, 71118, м. Бердянськ, вул Свободи, 117-А
Тел. 8 (06153) 6-48-54

Підписано до друку 14.12.2017 р.
Формат 60x84/8. Папір офсетний.
Гарнітура «Newton С». Друк — лазерний.
Ум. друк. арк. 11,39. Обл.-вид. арк. 11,17.
Наклад 150 прим. Зам. № 185.

Друк ТОВ «УСПІХ ПРИНТ»
69035, Запорізька обл., м. Запоріжжя,
пр-т Соборний/вул. Південноукраїнська,
дом 161/7, оф. 12