

УДК 339.13:631.52 (477)

JEL Classification: Q13

DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003006>

О.В. ЗАХАРЧУК, доктор економічних наук,
старший науковий співробітник

Ефективність виробництва насіння та перспективи розвитку насінництва в Україні

Мета статті - розробити науково обґрунтовані пропозиції щодо розв'язання проблем розвитку та забезпечення ефективності виробництва насіння в Україні.

Методика дослідження. У процесі дослідження використано такі методи: діалектичне пізнання процесів і явищ; монографічний (аналіз сучасного стану та перспективи розвитку виробництва насіння); емпіричний (щодо комплексної оцінки ефективності використання насіння та садивного матеріалу); порівняльного аналізу (визначено основні проблеми розвитку насінництва в Україні); абстрактно-логічний (узагальнення та формулювання висновків).

Результати дослідження. Висвітлено підходи до оцінки ефективності виробництва насіння зернових культур, аналіз сучасного стану й перспективи розвитку насінництва в Україні, визначення потенційних обсягів виробництва сортового насіння і садивного матеріалу та забезпеченості такими сільськогосподарських товаровиробників. Намічено перспективні шляхи для прискорення розвитку організації ринку насіння і садивного матеріалу в Україні.

Елементи наукової новизни. Набули подальшого опрацювання теоретичні та методичні положення щодо розвитку насінництва в Україні, які нададуть можливість налагодження міжнародної співпраці для продукування нових високопродуктивних та якісних сортів вітчизняної селекції, що сприятиме впровадженню у рослинництво прогресивних технологій і підвищенню продуктивності праці.

Практична значущість. Розв'язання вказаних проблем надасть можливість налагодження міжнародної співпраці України з виробництва насіння та садивного матеріалу, сприятиме залученню додаткових інвестиційних коштів на розвиток селекційної галузі. Табл.: 4. Рис.: 1. Бібліогр.: 11.

Ключові слова: ефективність виробництва; насіння і садивний матеріал; інтелектуальна власність; система насінництва; добазове та базове насінництво.

Захарчук Олександр Васильович - доктор економічних наук, старший науковий співробітник, завідувач відділу інвестиційного та матеріально-технічного забезпечення, Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки» (м. Київ, вул. Героїв Оборони, 10)

E-mail: zahar-s@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-1734-1130>

Постановка проблеми. Економічне трактування поняття «насінництво» включає в себе господарську діяльність у сфері виробництва, сертифікації, продажу, купівлі, транспортування, маркування і контролю посівного матеріалу сортів культурних рослин у процесі його обороту. Економічну основу сучасного насінництва становить виробництво насіння і садивного матеріалу з мінімальними матеріальними витратами на її одиницю. Тобто економіка насінництва - це система показників, які враховують відповідні особливості насінницької продукції для визначення економічної ефективності окремих видів, родів, сортів та гібридів сільськогосподарських рослин.

Насінництво складається з кількох взаємопов'язаних ланок: селекція, добазове та базове насінництво, сертифіковане насінництво (розмноження насіння для сіви сільськогосподарськими товаровиробниками), контроль за посівними та сортовими якістьми насіння. Кожній з цих ланок притаманні якісно відмінні функції, виконання яких покладено на певні державні організації та сільськогосподарські підприємства. Ефективність окремих ланок і системи насінництва у цілому визначають за допомогою загальнозовжиганих показників економічної ефективності за кінцевими результатами виробництва у землеробстві.

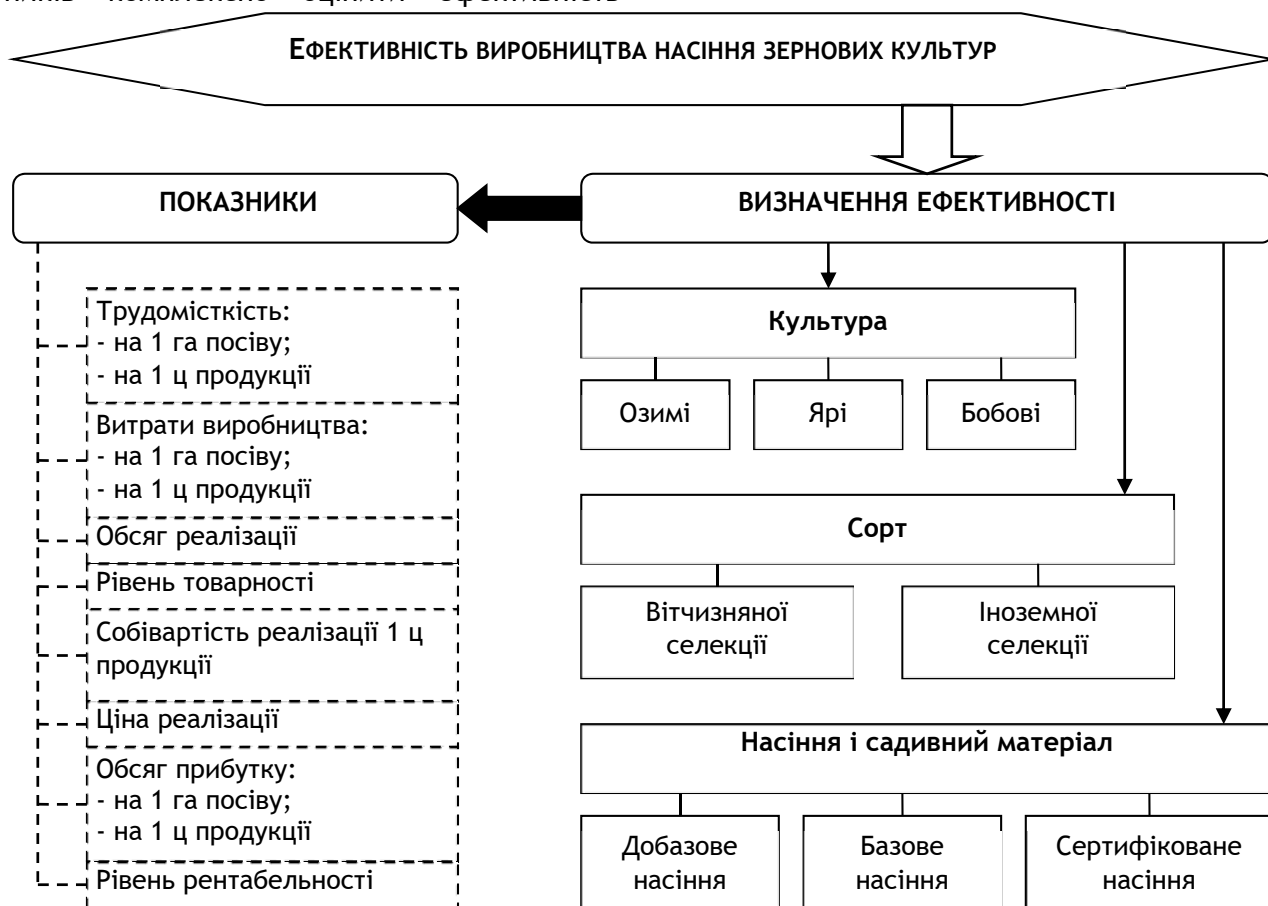
Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значним є внесок у розвиток насінництва, організації методологічних та методичних засад забезпечення економічної ефективності насіннєвої галузі в Україні таких вчених, як С. Бакай [1], А. Ключак, Е. Неттевич [4], К. Назаренко, П. Марініч, О. Пічкур [5], В. Орешніков, Л. Худолій [10], П. Цибульов та багатьох інших.

Мета статті - розробити науково обґрунтовані пропозиції щодо розв'язання проблем розвитку та забезпечення ефективності виробництва насіння в Україні.

Виклад основних результатів дослідження. Тривалий час сорти оцінювали переважно за натуральними показниками: урожайністю, якістю зерна, стійкістю проти сільськогосподарських шкідників та хвороб, вилягання та ін. За всієї важливості цих показників комплексно оцінити ефективність

сортів за їх допомогою практично неможливо. Так, не можна порівняти урожайність і якість урожаю. Істотна відмінність між сортами може бути пов'язана з різним рівнем витрат на насіння, вирощування, збирання тощо. Тому найоб'єктивнішою і найповнішою економічна оцінка сортів може бути лише за натуральними і вартісними показниками [1].

Для цього запропоновано використовувати з натуральних показників урожайність основної і побічної продукції та її якість, із вартісних - собівартість 1 ц (прямі виробничі витрати) і вартість валової продукції з 1 га; розмір чистого (умовно чистого) доходу з 1 га; економічний ефект від нового сорту з розрахунку на гектар, на рік (по господарству, області і т. д.); продуктивність праці та рівень рентабельності (рис.).



Показники та складові оцінки ефективності виробництва насіння зернових культур

Джерело: Власна розробка.

Підхід до оцінки ефективності виробництва насіння зернових культур ґрунтується на двох засадах: перша - сукупність показників, які дають змогу різносторонньо оцінити ефективність виробництва насіння зернових,

тоді як друга - на тому, що під час дослідження ефективності виробництва насіння мають бути охоплені всі процеси, аспекти та явища, які відбуваються в насіннєвому виробництві.

Щодо першої, то тут ключовими показниками оцінки ефективності виробництва насінницької продукції мають бути такі, як трудомісткість, витрати виробництва та обсяг прибутку з розрахунку на гектар посіву та на одиницю виробленої і реалізованої продукції, обсяг реалізації насіння, рівень товарності, собівартість, ціна реалізації та рівень рентабельності [2].

Під час дослідження економічної ефективності виробництва насіння зернових культур одними з основних показників виступають собівартість та ціна реалізації насінницької продукції. За основний показник ефективності нового сорту прийнято додатковий чистий дохід, одержаний з 1 га, порівняно з базовим.

Передбачено деякі відмінності у наборі показників економічної ефективності для різних культур. Так, для зернових, зернобобових і круп'яних культур застосовуються натуральні показники: урожайність зерна й соломки, якість продукції (вміст та якість клейковини, вихід борошна і крупи, підвищений вміст деяких амінокислот тощо). Показники, що впливають на рівень витрат: маса 1000 насінин, норма висіву, стійкість до вилягання, придатність для механізації вирощування та збирання урожаю.

Показники якості продукції для технічних культур доповнюються такими, як вміст олії, цукру, крохмалю, волокна тощо, їх вихід після заводської переробки.

Економічна оцінка сортів технічних культур провадиться з урахуванням загальної урожайності, але залежно від виходу основного продукту (олії, цукру і т.ін.) з 1 га та його якості.

Для оцінки сортів технічних культур важливі технологічні й біологічні властивості, серед яких втрата корисного продукту (цукор, крохмаль) при зберіганні, вихід олії при заводській переробці сировини.

Особливе значення під час оцінки сортів картоплі мають строки збирання урожаю, оскільки від них залежить ціна реалізації продукції. У зв'язку з цим при визначенні ефективності сортів слід оцінювати урожай за зональними сезонними цінами з урахуванням якості продукції. Технічні сорти картоплі оцінюються залежно від вмісту крохмалю.

Усі наведені показники ефективності - загальноприйняті.

За цією методикою ефективність сорту повинна визначатися на стадії його оцінки в сортовипробуванні, коли необхідно вирішувати питання про районування. Для визначення

ефективності сортів на рівні сільськогосподарського підприємства потрібно менше вихідної інформації, оскільки якісні показники, що визначаються у переробній промисловості (вихід борошна із зерна, олії з насіння соняшнику тощо), при прийманні продукції від сільськогосподарських виробників не враховуються. Однак методика визначення окремих показників вимагає деякого уточнення, зокрема, визначення відносної ефективності сортів сільськогосподарських культур на виробничих посівах [4].

При характеристиці сортів і гібридів застосовують такі нетотожні категорії, як урожайність і продуктивність. Так, якщо сорт високоврожайний, то слід пам'ятати, що врожай - це результат завершеного процесу виробництва, який залежить від сорту і від умов його вирощування.

Урожайні в одних умовах сорти можуть бути менш урожайними в інших, причому така закономірність може спостерігатися навіть у межах одного господарства на різних ґрунтових відмінностях, після різних попередників тощо. Тому для характеристики потенціальних можливостей сортів необхідний інший термін. Тобто продуктивність - це максимально можливий рівень урожайності, який сорт здатний забезпечити в оптимальних для нього умовах. Зрозуміло, що при досягненні урожайності на рівні продуктивності сорту подальше зростання витрат щодо цієї культури стає економічно невиправданим. Високо-, середньо- та низькопродуктивні сорти не залишаються без змін скрізь і завжди, оскільки урожай - результат компромісу між продуктивністю та стійкістю до несприятливих факторів середовища. До того, як генетики почали змінювати та перетворювати генотипи рослин створенням нових типів з небаченою різноманітністю ознак, у кожній країні можна було виявити тільки місцеві сорти, які залишалися незмінними в їхньому природному ареалі, де вони досить добре пристосувалися до умов середовища і створили дійсні «екотипи» [3].

У таких умовах за незмінного фактора рослини нові агротехнічні прийоми (як результат прогресу в землеробстві) могли, очевидно, тільки поліпшувати умови вирощування і тим самим сприяти підвищенню урожаю. Отже, урожай і продуктивність змінювалися в одному напрямі. Проте як тільки починається інтродукція сортів з інших країн з різними кліматичними умовами та коли постає

можливість створювати шляхом схрещування нові генотипи, взаємодія між рослинами і зовнішнім середовищем істотно змінюється й ці дві величини - урожай та продуктивність - стають незалежними. Тому урожайність сорту у виробництві не завжди тотожна його продуктивності.

Рівень продуктивності відображає урожайність сорту, одержану в оптимальних для нього умовах. Для її визначення варто використовувати показник найвищої урожайності сорту в сортовипробуванні чи виробництві, одержаний за роки його застосування. Слід, очевидно, враховувати кращий результат, одержаний в конкретній області чи зоні, оскільки він буде надійнішою характеристикою продуктивності сорту саме для цього агрокліматичного району. Важливе пізнавальне значення має також показник найвищої урожайності сорту, одержаної в межах України чи навіть в інших країнах.

Рівень продуктивності сорту слугує головним орієнтиром при визначенні інтенсивності його вирощування. Тому високопродуктивні сорти озимої пшениці та кукурудзи повинні застосовуватися на високих фонах, в умовах зрошення, тоді як ячмінь та просо можна розміщувати на богарі при дещо нижчому рівні агрофону. Хоча в перспективі ситуація, мабуть, зміниться і виробництву будуть потрібні значно продуктивніші сорти ярих колосових, зернобобових та інших культур.

Урожайність виступає одним з основних натуральних показників економічної ефективності сортів. Це досить широковживаний показник. Визначення урожайності як результату закінченого виробництва не викликає жодних утруднень. Разом із тим прогнозування урожайності при застосуванні того чи іншого сорту досить складне питання. Урожайність - це функція сорту та умов виробництва. Завдання науки і практики полягає в тому, щоб створити й застосувати для кожних конкретних умов виробництва сорт, здатний забезпечити максимально можливий урожай

потрібної якості. Біологічні властивості сорту характеризує сума ознак, які залежно від умов більшою чи меншою мірою визначають вихід продукції з 1 га: продуктивність, зимостійкість, посухостійкість, стійкість проти шкідників та ін. Реалізація потенціальних можливостей сорту залежить від комплексу природних й економічних умов виробництва та його біологічних властивостей.

Методична складність визначення урожайності сортів зумовлена тим, що навіть за умов окремого господарства на різних фонах урожайність сортів буде різною. Основне джерело інформації про урожайні якості сорту становлять результати державного сортовипробування, які можуть бути доповнені даними виробничого випробування сортів [3].

Потенційна пропозиція на ринку насіння і садивного матеріалу в умовах України завжди надто відрізняється від обсягів фактичного продажу і тим значніше, чим несприятливіші умови склалися для реалізації певного сорту рослин. Наприклад, якщо в 2018 р. у Державному реєстрі сортів рослин, придатних для поширення в Україні, було понад 10,0 тис. сортів, гібридів та ліній рослин, то для розмноження сортового добазового, базового та сертифікованого насіння висівали лише третину від їх кількості. На такі цілі нині в Україні використовується близько половини сортів вітчизняної та іноземної селекції.

За даними профільного міністерства, тільки для забезпечення посіву прогнозованих площ в Україні необхідно мати щорічно до 2,5-3,0 млн т високоякісного насіння різноманітних сортів лише зернових культур, із них озимих - 1,5-1,8 млн тонн і 1,0-1,2 млн тонн ярих зернових [2].

Насінництво сьогодні досить прибуткова галузь. Тому сюди щорічно спрямовуються значні інвестиції. За розрахунками, потенційний обсяг виробництва сортового насіння і садивного матеріалу може щорічно становити від 50 до 60 млрд грн (табл. 1).

1. Потенційна щорічна вартість виробленого насіння основних зернових та олійних сільськогосподарських культур

Культура	Площа до збирання насіннєвих посівів, тис. га	Урожайність, т/га	Валовий збір, тис. т	Вартість 1 т, тис. грн	Вартість усього, млрд грн
Пшениця озима	703,0	3,5	2460,5	10,5	25,8
Жито озиме	41,5	2,0	83,0	8,5	0,7
Ячмінь озимий	120,0	3,0	360,0	8,5	3,1
Ріпак озимий	6,7	2,0	13,4	60,0	0,8

Пшениця яра	33,9	2,5	84,8	9,0	0,8
Ячмінь ярий	227,8	3,0	683,4	8,5	5,8
Гречка	34,3	1,0	34,3	75,0	2,6
Горох	54,4	2,5	136,0	16,0	2,2
Кукурудза	29,4	1,5	44,1	45,0	2,0
Соняшник	33,4	1,0	33,4	120,0	4,0
Соя	113,4	2,0	226,8	22,0	5,0
Разом	1397,8	х	х	х	52,8

Джерело: Власні розрахунки та дані Державної служби статистики України.

Особливо значними потенційними можливостями щодо експорту виокремлюється виробництво насіння пшениці - понад 50%, ячменю (16,9%) та сої (9,5%), частка яких становить 3/4 від відповідного загального обсягу. Україні, важливому виробникові й експортеру насіння ріпаку, кукурудзи і соняш-

нику, необхідно спрямувати зусилля на збільшення потенційної вартості насіння вказаних культур.

Як показали дослідження, наша країна має доволі сильні потенційні експортні можливості насіння майже по всіх сільськогосподарських культурах (табл. 2).

2. Забезпеченість насінням сільськогосподарських товаровиробників у 2019 р.

Культура	Площа посіву, тис. га	Норма висіву на 1 га, кг	Потреба в насінні, тис. т	Потенційна пропозиція, тис. т	+, - до потреби, тис. т
Пшениця озима	6420,8	250	1605,2	2460,5	+855,3
Жито озиме	148,3	220	32,6	83,0	+50,4
Ячмінь озимий	872,6	240	209,4	360,0	+250,6
Ріпак озимий	974,0	5	4,9	13,4	+8,5
Пшениця яра	196,5	220	43,2	84,8	+41,6
Ячмінь ярий	1624,9	220	357,5	683,4	+325,9
Гречка	108,4	90	9,8	34,3	+24,5
Горох	435,5	400	174,2	136,0	-38,2
Кукурудза	4580,8	25	114,5	44,1	-70,4
Соняшник	6058,2	7	42,4	33,4	-9,0
Соя	1709,4	130	222,2	226,8	+4,6
Разом	23129,4	х	х	х	х

Джерело: Власні розрахунки та дані Державної служби статистики України.

Значний потенціал виявлено для виробництва насіння зернових культур, крім кукурудзи, та навіть сої, ріпаку і соняшнику. Тільки насіння пшениці можна експортувати не менш як 800 тис. т щорічно. Проте у 2019 р. ці потенційні можливості не були реалізовані вітчизняними селекційними установами. Протягом 2019 р. експортовано лише 8702 т пшениці, 1908 т жита, 159 т ячменю та 4417 т кукурудзи.

Залишається не вирішеною проблема забезпечення вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників насінням гібридної кукурудзи, соняшнику та гороху. Тому Україна протягом 2019 р. імпортувала 29,4 тис. т гібридного насіння кукурудзи, 29,6 тис. т соняшнику та 9,1 тис. т насіння ріпаку.

Підвищення платоспроможності в початковій і кінцевій ланках товаропросування насіння від селекціонера і до кінцевого споживача,

тобто зерновиробника, залишається першочерговим завданням, яке потрібно вирішувати в найближчій перспективі. Інакше подальше нарощування пропозиції насіння може призвести лише до збільшення перехідних запасів і зниження цін на внутрішньому ринку.

Тільки після поступового розв'язання проблеми нарощування попиту на насіння можливо зорієнтувати механізм управління ринком на збільшення обсягів пропозиції насіння, подальше його здешевлення, поліпшення якості та асортименту, стримування цін від надмірного зниження. Для вирішення більшості з цих завдань необхідно створити повноцінну інфраструктуру ринку сортів рослин, усі складові якої б працювали у злагодженому економічному режимі та передбачали максимально ефективну реалізацію насіння та розподіл ризиків у процесі його виробництва й реалізації.

Для підвищення ефективності галузі насінництва зернових культур бажано, щоб у кожній області було створено регіональну систему насінництва. Цю систему слід зорієнтувати на задоволення потреб господарств і врахування очікуваних їх змін у перспективі. У зв'язку із зазначеним доцільно забезпечити ефективну діяльність трьох організаційних елементів системи насінництва сільськогосподарських культур - селекційно-насінницького центру, насіннєвого заводу і регіонального об'єднання виробників насіння [11].

У структурі витрат на виробництво продукції рослинництва на насіння припадає зна-

чна частка. Останніми роками витрати сільськогосподарських товаровиробників на насіння підвищилися майже у 17,6 раза, тоді як рівень загальних витрат на гектар ріллі збільшився у понад 20,6 раза (табл. 3).

Витрати на насіння в рослинництві зросли за останні 14 років від 1,7 до 30,0 млрд грн. Частка ж насіння і садивного матеріалу в загальній сумі витрат зменшилася майже на 1,8%, що характеризує загальне більш швидке зростання вартості матеріально-технічних ресурсів порівняно із підвищенням цін на насіння і садивний матеріал.

3. Структура витрат на виробництво продукції рослинництва

Стаття витрат	Рік							
	2005		2009		2013		2018	
	млрд грн	%	млрд грн	%	млрд грн	%	млрд грн	%
Оплата праці	2,0	13,6	3,8	9,4	6,5	7,1	15,9	5,2
Відрахування на соціальні заходи	0,2	1,4	1,1	2,7	2,4	2,6	3,5	1,2
Насіння і посадковий матеріал	1,7	11,6	4,8	11,8	11,5	12,6	30,0	9,9
Мінеральні добрива	1,8	12,2	6,8	16,7	14,8	16,2	49,2	16,3
Нафтопродукти	2,6	17,7	5,3	13,1	10,8	11,8	30,6	10,1
Поточний ремонт	1,1	7,5	2,5	6,2	4,9	5,3	15,9	5,2
Амортизація	0,8	5,4	2,7	6,7	5,4	5,9	18,5	6,1
Оплата послуг і робіт	1,6	10,9	7,3	18,0	15,9	17,3	27,3	9,0
Інші витрати	2,9	19,7	6,3	15,4	19,4	21,2	111,9	37,0
Усього	14,7	100,0	40,6	100,0	91,6	100,0	302,8	100,0

Джерело: Власні розрахунки та дані Державної служби статистики України.

Витрати на насіння за аналізований період зростали під впливом різних факторів. По-перше, відбувався процес інтенсифікації галузі насінництва, в результаті якого одночасно зі збільшенням витрат на виробництво посівного матеріалу підвищувалася і його якість. По-друге, підвищилися ринкові ціни на окремі засоби виробництва і, по-третє, зросла частка купленого насіння. При цьому в сільськогосподарських товаровиробників насіння власного виробництва враховується у калькуляції витрат на продукцію за собівартістю, тоді як куплене - за ціною придбання. Ціна і собівартість, як відомо, різні економічні категорії. Тому певна частина приросту витрат на насіння - це результат впливу цінового фактора. Варто зазначити, що з поглибленням спеціалізації насінництва, коли дедалі більша частина застосованого в сільськогосподарських підприємствах садивного

матеріалу набуває товарної форми, обчислення втрат на насіння за середньою собівартістю не відповідає вимогам розвитку спеціалізації насінництва. Матеріали звітності сільськогосподарських підприємств поки що не можуть слугувати об'єктивною основою для порівняння ефективності виробництва при застосуванні власного та купленого насіння. Очевидно, варто погодитися з тими економістами, які пропонують вести облік витрат на насіння в сільськогосподарських підприємствах у ринкових цінах [10].

З метою формування цін на насіння і садивний матеріал повноцінного ринкового середовища для використання пропонується розрахунок нормативної собівартості, закупівельної ціни для заводу та реалізаційної ціни 1 т насіння пшениці озимої (табл. 4). Ідентичні розрахунки можливі й щодо насіння інших сільськогосподарських культур.

4. Розрахунок нормативної собівартості для фермера, закупівельної ціни для заводу та реалізаційної ціни для сільгоспвиробника 1 т насіння пшениці озимої (базове насінництво)

Стаття витрат	Структура витрат на 1 т продукції		Частка, %
	у натуральному виразі	у вартісному виразі, грн	
Оплата праці (пряма і непряма), люд.-год	6,32	271,51	6,8
Відрахування на соціальні заходи	х	59,73	1,5
Насіння, кг	46	483,00	12,2
Мінеральні добрива, кг д.р. NPK	21	611,10	15,4
Органічні добрива, т	0,5	150,00	3,8
Засоби захисту рослин, кг	х	716,46	18,1
Пально-мастильні матеріали, кг	20,3	606,97	15,3
Електроенергія, кВт-год	5,6	14,34	0,4
Амортизація	х	428,08	10,8
Поточний ремонт основних засобів	х	188,52	4,8
Плата за оренду земельних ділянок або часток (паїв)	х	333,33	8,4
Інші матеріальні витрати	х	81,21	2,0
Плата за користування позичками банків	х	12,52	0,3
Страхові платежі	х	7,50	0,2
Виробничі витрати, всього (виробнича собівартість)	х	3964,27	100,0
Вироблено насіння 45 * 0,7; ц	31,5	12487,45	х
Транспортні витрати на доставку	х	350,00	х
Повна собівартість 1 т насіння	х	4314,27	х
Норма прибутку, %	х	15,0	х
Маса прибутку	х	1367,78	х
<i>Рівень рентабельності у виробників насіння</i>	х	31,7	х
Закупівельна ціна для заводу, грн	х	5682,05	х
Доробка, грн/т	х	720,00	х
ПДВ	х	120,00	х
Доробка без ПДВ, грн/т	х	600,00	х
Протруювач, грн/т	х	700,00	х
Пакування, грн/т	х	80,00	х
Виплата роялті	х	800,00	х
Усього витрат заводу	х	2180,00	х
Реалізаційна ціна, грн	х	10500,00	х
<i>Рівень рентабельності при реалізації, %</i>	х	33,6	х

Джерело: Власні розрахунки.

Пропонуємо для виробників насіння і садивного матеріалу залишати частину прибутку від реалізації сортового матеріалу після збирання врожаю та централізовано відправляти партії насіння на великі переробні заводи, які мають всі можливості для його найповнішої переробки, протруєння та пакування. Тобто настав час перевести виробництво насіння із кустарного на широкомасштабний професійний рівень. Станом на 1 січня 2019 р. в Україні діє 47 насіннєвих заводів. Звідси практично кожна область може працювати за такою схемою. Це дало б можливість одержати сортовий матеріал, що дійсно пройшов очищення,

калібрування, протруєння, пакування відповідно до міжнародних вимог. Тільки тоді Україна зможе наблизитися до умов сортової сертифікації насіннєвого матеріалу та можливості виходу на міжнародний ринок.

В основу розробки нового економічного механізму формування та подальшого повноцінного функціонування ринку насіння і садивного матеріалу покладено такі основні принципи:

- мінімізація вартості заходів із регулювання;
- економічна ефективність механізму;
- несуперечність і одновекторність дії різних елементів;

- уникнення дискретності;
- забезпечення «прозорості» ринку.

Заходи державного регулювання, які стануть складовою частиною механізму функціонування ринку сортів рослин, передбачається здійснювати виключно через зміну попиту і пропозиції. Найдешевший механізм регулювання попиту і пропозиції - це саморегулюючий ринковий механізм встановлення рівноваги. Всі інші заходи потребують витрат з державного та місцевих бюджетів.

Для створення повноцінного ринкового середовища вкрай важливо створити ринкову інфраструктуру в регіонах, відтворити й зміцнити оптову ланку торгівлі сортами насінням з тим, щоб виробники насіння і садивного матеріалу та покупці мали можливість успішно контактувати, якнайповніше скористатися сортовими характеристиками насіння і садивного матеріалу, вибрати найкращі високоврожайні сорти, районовані для даної місцевості, профінансувати свої майбутні витрати. Для цього необхідно підключати мережу агроторгових домів, самостійних брокерських контор на вже існуючих біржах, які б найбільшою мірою були наближені до виробників насіння і садивного матеріалу та товаровиробників сільськогосподарської продукції.

Як важливий захід захисту прав власності на сорти рослин та вільний вибір покупців сільськогосподарської продукції слід вказати заборону всіляких обмежень на вільне переміщення насіння і садивного матеріалу по території України. Участь держави у створенні інфраструктури ринку сортів рослин не тільки бажана, а й обов'язкова, особливо на етапі формування цін на насіння і садивний матеріал.

Список бібліографічних посилань

1. Бакай С. С. Економіка насінництва. Київ : Урожай, 1977. 110 с.
2. Захарчук О. В. Економіка насінництва. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2015. 272 с.
3. Захарчук О. В. Теоретико-методологічні та практичні основи функціонування ринку сортів рослин. Київ : Вид-во «Алефа», 2009. 390 с.
4. Нettekвич Э. Д. Рождение и жизнь сорта. 2-е изд. Москва : Московский рабочий, 1983. 174 с.
5. Пічкур О. В. Правова охорона селекційних досягнень у рослинництві : монографія. Київ : ПП «Авокадо», 2006. 804 с.
6. Про внесення змін до Закону України «Про насіння і садивний матеріал» : Закон України від 8 груд. 2015 р. № 864-VIII / Верховна Рада України. URL : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/864-19/paran241#n241>.
7. Про охорону прав на сорти рослин: Закон України від 17 січ. 2002 р. № 2986-III / Верховна Рада України. *Відомості Верховної Ради України*. 2002. № 23. Ст. 163.

Висновки. Враховуючи передовий досвід європейських країн щодо підтримки розвитку насінництва в Україні доцільно:

- підвищити платоспроможність суб'єктів процесу виробництва і використання сортового насіння від початкової до кінцевої ланок товаропросування насіння;

- розробити механізм управління ринком насінництва в напрямі збільшення обсягів пропозиції сертифікованого насіння, подальшого його здешевлення, поліпшення якості та асортименту;

- створити систему насінництва зернових культур у кожному регіоні (області) - селекційно-насінницький центр, насіннєвий завод та регіональне об'єднання виробників насіння;

- запровадити практику прийняття періодичних, розрахованих мінімум на 4-5 років дії, базових законів із державного регулювання ринку насіння, що сприятиме стабільності й комплексності державного регулювання, його відповідності тенденціям у розвитку національної економіки, зниженню залежності державних програм підтримки від бюджетного процесу;

- здійснити заходи з подальшого приєднання України до Схем сортової сертифікації насіння для міжнародної торгівлі;

Вирішення цих проблем дасть можливість налагодити міжнародну співпрацю України у сфері охорони прав на сорти рослин та комерційного обігу насіння і садивного матеріалу в межах України, зростанню експортного потенціалу національного насінництва та сприятиме залученню додаткових інвестиційних коштів на розвиток селекційної галузі.

References

1. Bakai, S.S. (1977). *Ekonomika nasinnytstva* [Seed production economics]. Kyiv: Urozhai [In Ukrainian].
2. Zakharchuk, O.V. (2015). *Ekonomika nasinnytstva* [Seed production economics]. Kyiv: NNTs IAE [In Ukrainian].
3. Zakharchuk, O.V. (2009). *Teoretyko-metodolohichni ta praktychni osnovy funktsionuvannia rynku sortiv roslin* [Theoretical, methodological and practical principles of the functioning of the market of plant varieties]. Kyiv: Vyd-vo «Alefa» [In Ukrainian].
4. Netteklich, E.D. (1983). *Rozhdenie i zhizn' sorta* [Birth and life of a variety]. 2-e izd. Moskva : Moskovskij rabochij [In Russian].
5. Pichkur, O.V. (2006). *Pravova okhrona selektsiinykh dosiahnen u roslinnytstvi : monohrafiia*. [Legal protection of selection achievements in crop production: monograph]. Kyiv: PP «Avokado» [In Ukrainian].
6. *Pro vnesennia zmin do Zakonu Ukrainy «Pro nasinnia i sadyvnyi material» : Zakon Ukrainy vid 8 hrud. 2015 r. # 864-VIII* [On amendments to the Law of Ukraine On seeds and planting material: Law of Ukraine from 8.12.2015 No. 864-VIII]. (2015). Retrieved from: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/864-19/paran241#n241> [In Ukrainian].

8. Про приєднання до Міжнародної конвенції по охороні нових сортів рослин : Закон України, від 2 черв. 1995 р. № 209 / Верховна Рада України. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. № 22. Ст. 168.

9. Про приєднання України до Схеми сортової сертифікації насіння зернових культур, Схеми сортової сертифікації насіння кукурудзи та сорго Організації економічного співробітництва та розвитку : Закон України від 15 лют. 2011 р. № 3019-VI / Верховна Рада України. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3019-17>.

10. Худолій Л. М. Економічний механізм формування і функціонування ринку зерна в Україні. Київ : ІАЕ, 1998. 211 с.

11. Enabling the Business of Agriculture, 2015. Progress Report / O. V. Zakharchuk and others. Washington : World Bank Group, 2015.

7. Pro okhoronu prav na sorty roslin: Zakon Ukrainy vid 17 sich. 2002 r. # 2986-III [On the protection of plant variety rights: Law of Ukraine from 17.01.2002 No. 2986-III]. (2002). *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, 23, p. 163 [In Ukrainian].

8. Pro pryiednannia do Mizhnarodnoi konventsii po okhoroni novykh sortiv roslin : Zakon Ukrainy, vid 2 cherv. 1995 r. # 209 [On Ukraine's Accession to the International Convention for the Protection of New Varieties of Plants: Law of Ukraine from 2.06.1995 No. 209]. (1995). *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, 22, p. 168 [In Ukrainian].

9. Pro pryiednannia Ukrainy do Skhemy sortovoi sertyfikatsii nasinnia zernovykh kultur, Skhemy sortovoi sertyfikatsii nasinnia kukurudzy ta sorho Orhanizatsii ekonomichnoho spivrobitnytstva ta rozvytku : Zakon Ukrainy vid 15 liut. 2011 r. # 3019-VI [On accession of Ukraine to the Scheme of variety certification of cereal seeds, the Scheme of variety certification of corn and sorghum seeds of the Organization for Economic Cooperation and Development: Laq of Ukraine from 15.02.2011 No. 3019-VI]. (2011). Retrieved from: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3019-17> [In Ukrainian].

10. Khudolii, L.M. (1998). Ekonomichnyi mekhanizm formuvannia i funktsionuvannia rynku zerna v Ukraini [The economic mechanism for the formation and functioning of the grain market in Ukraine]. Kyiv: IAE [In Ukrainian].

11. Zakharchuk, O.V., et al. (2015). Enabling the Business of Agriculture. Washington: World Bank Group [In English].

Zakharchuk O.V. Seed production efficiency and prospects for seed farming in Ukraine

The purpose of the article is to develop scientifically based proposals for solving development problems and ensuring the efficiency of seed production in Ukraine.

Research methods. In the research process, the following methods were used: dialectical knowledge of processes and phenomena; monographic (analysis of the current state and prospects of seed development); empirical (according to a comprehensive assessment of the effectiveness of the use of seeds and planting material), comparative analysis (the main problems of development of seed production in Ukraine are identified); abstract and logical (generalization and formulation of conclusions).

Research results. The approaches to assessing the efficiency of production of seeds of grain crops, the analysis of the current state and prospects for the development of seed production in Ukraine, the determination of the potential volumes of production of varietal seeds and planting material and availability of such agricultural producers are highlighted. Promising ways to accelerate the development of the organization of the market of seeds and planting material to Ukraine have been outlined.

Scientific novelty. The theoretical and methodological provisions for the development of seed production in Ukraine have been further developed, which will provide an opportunity to establish international cooperation to develop new high-performance and high-quality varieties of domestic selection, which will contribute to the introduction of advanced technologies in crop production and increase labor productivity.

Practical significance. The solution to these problems will provide an opportunity for establishing the international cooperation of Ukraine in the production of seeds and planting material and will help to attract additional investment funds for the development of the selection industry. Tabl.: 4. Figs.: 1. Refs.: 11.

Keywords: production efficiency; seeds and planting material; intellectual property; seed production system; pre-basic and basic seed production.

Zakharchuk Oleksandr Vasylovych - doctor of economic sciences, senior research fellow, head of the department of investment, material and technical ensuring, National Scientific Centre "Institute of Agrarian Economics" (10, Heroiv Oborony st., Kyiv)

E-mail: zahar-s@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-1734-1130>

Захарчук А.В. Эффективность производства семян и перспективы развития семеноводства в Украине

Цель статьи - разработать научно обоснованные предложения по решению проблем развития и обеспечения эффективности производства семян в Украине.

Методика исследования. В процессе исследования использованы такие методы: диалектическое познание процессов и явлений; монографический (анализ современного состояния и перспективы развития производства семян); эмпирический (по комплексной оценке эффективности использования семян и посадочного материала), сравнительного анализа (определены основные проблемы развития семеноводства в Украине); абстрактно-логический (обобщение и формулирование выводов).

Результаты исследования. Освещены подходы к оценке эффективности производства семян зерновых культур, анализ современного состояния и перспективы развития семеноводства в Украине, определения потенциальных объемов производства сортовых семян и посадочного материала и обеспеченность такими сельскохозяйственными товаропроизводителями. Намечено перспективные пути для ускорения развития организации рынка семян и посадочного материала в Украине.

Элементы научной новизны. Получили дальнейшую разработку теоретические и методические положения по развитию семеноводства в Украине, которые предоставят возможность налаживания международного сотрудничества для выработки новых высокопроизводительных и качественных сортов отечественной селекции, что будет способствовать внедрению в растениеводство прогрессивных технологий и повышению производительности труда.

Практическая значимость. Решение указанных проблем даст возможность налаживания международного сотрудничества Украины по производству семян и посадочного материала, будет способствовать привлечению дополнительных инвестиционных средств на развитие селекционной отрасли. Табл. : 4. Илл. 1. Библиогр.: 11.

Ключевые слова: эффективность производства; семена и посадочный материал; интеллектуальная собственность; система семеноводства; базовое и базовое семеноводство.

Захарчук Александр Васильевич - доктор экономических наук, старший научный сотрудник, заведующий отделом инвестиционного и материально-технического обеспечения, Национальный научный центр «Институт аграрной экономики» (г. Киев, ул. Героев Оборона, 10)

E-mail: zahar-s@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-1734-1130>

Стаття надійшла до редакції 02.03.2020 р.

Фахове рецензування: 09.03.2020 р.

Бібліографічний опис для цитування:

Захарчук О. В. Ефективність виробництва насіння та перспективи розвитку насінництва в Україні. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 6 – 15. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003006>

Zakharchuk, O. V. (2020). Efektyvnist vyrobnytstva nasinnia ta perspektyvy rozvytku nasinnystva v Ukraini [Seed production efficiency and prospects for seed farming in Ukraine]. *Ekonomika APK*, 3, pp. 6 – 15. [In Ukrainian] <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003006>

* * *

Новини АПК

2019 року взаємна торгівля агропродукцією між Україною та ЄС сягнула рекордних 10,6 млрд дол. США - Микола Пугачов

У 2019 р. взаємна торгівля сільськогосподарською продукцією між Україною і Європейським Союзом майже на 18 % перевищила рекордний показник 2018 року і вперше сягнула позначки у 10,6 млрд дол. США, поінформував заступник директора Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки», член-кореспондент НААН Микола Пугачов. При цьому додатне сальдо становило 4,3 млрд дол. США.

За його словами, головними європейськими партнерами для України залишилися Нідерланди, Польща, Іспанія, Німеччина, Італія і Франція, а також Бельгія, яка протягом останніх двох років міцно закріпилася у цьому списку. Перелічені країни створюють понад 78 % сумарного вітчизняного торговельного обороту агропродовольством з Європейським Союзом.

Торік Україна імпортувала аграрної продукції з країн - членів ЄС на суму понад 3,1 млрд дол. США, що на 16,3 % більше ніж 2018 року.

В імпорті сільськогосподарської продукції до України з ЄС, зазначив Микола Пугачов, поки що відсутня така ж стала структура, як в експорті. При цьому вирізняються кілька груп товарів. У 2019 р. наша країна найбільше - 343 млн дол. США - витратила на закупівлю в ЄС напоїв, переважно алкогольних. Різних харчових продуктів, екстрактів і концентратів закуплено на 314 млн дол. США.

Поставки з Європи тютюну і виробів з нього збільшилися порівняно з 2018 р. більш ніж на 60 % - до 279 млн дол. США.

Залишків та відходів, продуктів для годівлі тварин закуплено на 190 млн дол. США.

У групі продуктів «какао-боби, шоколад», імпортувався переважно шоколад. На ці солодощі у 2019 р. було витрачено 184 млн дол. США.

Обсяги поставок на український ринок м'ясної продукції становили 147 млн дол. США.

Насіння олійних закупили на 140 млн дол. США.

У цілому ці групи продуктів зайняли близько 51 % у вартісних обсягах імпорту продовольства з Євросоюзу, підсумував Микола Пугачов.

Прес-служба ННЦ «Інститут аграрної економіки»

УДК 339.13.017: 634.1.076: 634.7

JEL Classification: Q02; Q13; Q21

DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003016>

*І.А. САЛО, доктор економічних наук,
старший науковий співробітник*

Розвиток ринку плодів та ягід в Україні

Мета статті - розглянути стан розвитку вітчизняного ринку плодів та ягід й оцінити необхідність фінансової державної підтримки галузі садівництва.

Методика дослідження. За основу досліджень слугували діалектичний метод пізнання ринкових процесів і системний підхід до вивчення проблем, які виникають при виробництві та просуванні продукції садівництва від виробника до споживача. Також використано методи: аналітичних узагальнень, балансовий, статистичного порівняння, конструктивно-розрахунковий, графічний - для узагальнення, аналізу та оцінки показників ринкової кон'юнктури.

Результати дослідження. Здійснено оцінку економічних параметрів розвитку вітчизняного ринку плодів та ягід - виробництво, споживання, цінова ситуація, зовнішня торгівля. Встановлено рівень споживчого забезпечення населення плодоягідними культурами й потребу виробництва за напрямками використання продукції. Розкрито особливості структурних і географічних змін експортно-імпорتنих поставок плодів та ягід. Визначено доцільність фінансового забезпечення галузі садівництва й особливості розподілу коштів.

Елементи наукової новизни. Обґрунтовано основні параметри розвитку вітчизняного ринку плодів та ягід з позиції необхідності раціонального забезпечення потреб населення, підвищення експортного потенціалу й подальшої державної підтримки галузі садівництва.

Практична значущість. Результати досліджень доцільно використати при формуванні цільової програми розвитку галузі садівництва на довгостроковий період, спрямованої, насамперед, на раціональне забезпечення населення України плодоягідною продукцією. Табл.: 1. Рис.: 4. Бібліогр.: 15.

Ключові слова: ринок; плоди; ягоди; споживання; ціна; державна підтримка.

Сало Інна Анатоліївна - доктор економічних наук, старший науковий співробітник, провідний науковий співробітник відділу ціноутворення та аграрного ринку, Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки» (м. Київ, вул. Героїв Оборони, 10)

E-mail: inna_salo@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-6413-1550>

Постановка проблеми. В політико-економічному просторі України відбулися кардинальні зміни: вступ до Світової організації торгівлі (2008 р.); воєнні дії на сході країни (з 2014 р.); застосування режиму Поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі між Україною та ЄС у рамках положень Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, яка набула чинності в повному обсязі з 1 вересня 2017 р.; скорочення фінансової державної підтримки аграрного сектору, формування нових зовнішньоторговельних зв'язків тощо. Ці події по-різному позначилися на функціонуванні та розвитку ринків окремих продуктів у системі продовольчого забезпечення країни. Так, виробники плодоягідної продукції все більше зацікавлені у створенні стандартних партій для збуту в Україні та на рин-

ках країн ЄС, особливо яблук, горіха грецького та малопоширених ягід, які користуються досить високим попитом. З огляду на це набуває актуальності питання оцінки розвитку кон'юнктури вітчизняного ринку плодів і ягід, зважаючи на їх високу значущість у раціоні харчування населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку продовольчого ринку та проблемам виробництва і споживання продуктів харчування приділяли увагу як вітчизняні, так і зарубіжні науковці. Над теоретичними і практичними економічними дослідженнями в садівництві, які послугували підґрунтям для вирішення проблем розвитку вітчизняного ринку плодів та ягід, працювали Л.О. Барабаш, М.О. Бублик, О.Ю. Єрмаков,

П.В. Кондратенко, Т.А. Маркіна, І.К. Омельченко, В.А. Рульєв, Г.М. Сатіна, О.М. Шестопаль [4] та ін.

Мета статті - розглянути стан розвитку вітчизняного ринку плодів та ягід й оцінити необхідність фінансової державної підтримки галузі садівництва.

Виклад основних результатів дослідження. На плодоягідному ринку України загальна пропозиція представлена продукцією вітчизняного виробництва на 75-77% та імпортом - переважно об'єктивно необхідні поставки (цитрусові та банани).

У 2019 р. рівень виробництва плодів і ягід в Україні досяг 2125,2 тис. т, що більше за 2005 р. в 1,3 раза (табл.). Основні їхні обсяги одержують у господарствах населення, зокрема у 2019 р. це 83,5 %, або 1774,5 тис. т. Причому частка вирощених ними плодів становила 83,1%, ягід - 89,1%. Серед плодів зерняткових культур у 2019 р. вироблялися переважно яблука - 87,2% (1153,4 тис. т), із кісточкових вишня - 31,0% (167,5 тис. т), із горіхів грецькі горіхи - 100,0% (126,1 тис. т), з ягід суниця - 45,8% (62,6 тис. т).

Динаміка площ, урожайності, валового збору плодів та ягід по категоріях господарств України

Рік	Усі категорії господарств	У тому числі			
		с.-г. підприємства	до всіх категорій господарств, %	господарства населення	до всіх категорій господарств, %
Площа плодоносних насаджень, тис. га					
2005	265,5	124,8	47,0	140,6	53,0
2010	223,2	75,1	33,6	148,1	66,4
2015	206,0	58,2	28,3	147,8	71,7
2016	196,7	51,0	25,9	145,7	74,1
2017	198,5	51,2	25,8	147,3	74,2
2018	198,5	50,7	25,5	147,8	74,5
2019	194,0	46,2	23,8	147,8	76,2
Урожайність, т/га					
2005	6,4	1,6	25,1	10,6	166,2
2010	7,8	3,8	48,8	9,9	126,0
2015	10,5	7,1	67,8	11,8	112,7
2016	10,2	7,3	71,1	11,2	110,1
2017	10,3	6,5	62,9	11,6	112,9
2018	12,9	10,8	83,7	13,6	105,7
2019	10,9	7,5	68,6	12,0	110,0
Валовий збір, тис. т					
2005	1689,9	200,1	11,8	1489,8	88,2
2010	1746,5	286,8	16,4	1459,7	83,6
2015	2152,8	391,1	18,2	1733,2	80,5
2016	2007,4	370,5	18,5	1636,8	81,5
2017	2048,0	333,8	16,3	1714,3	83,7
2018	2566,2	551,5	21,5	2014,7	78,5
2019	2125,2	350,7	16,5	1774,5	83,5

Джерело: Розраховано за даними Державної служби статистики України [3].

За останні п'ятнадцять років різко збільшились обсяги виробництва плодів та ягід у 2018 р. не лише в Україні, а й у Європі [12 - 15]. Того року в нашій країні отримали рекордний урожай яблук - 1457,4 тис. т (у сільськогосподарських підприємствах 504,6 тис. т і в господарствах населення 952,9 тис. т), що в 1,4 раза більше ніж обсяги 2017 р. Так, сприятливі природно-кліматичні умови 2018 р. вплинули на формування урожайності яблук, яка за всіма категоріями господарств становила 16 т/га, а це більше за попередній рік -

на 35,7 %. Варто зазначити, що до 2017 р. рівень урожайності в динаміці по господарствах населення коливався в межах 10-12 т/га, тоді як у сільськогосподарських підприємствах становив лише 5-7 т/га.

В Україні з виробництва плодів та ягід вирізняються регіональні лідери - Вінницька, Чернівецька, Хмельницька, Дніпропетровська, Закарпатська області. Разом їх валовий збір у 2019 р. досяг 954,3 тис. т, або 45 % від загального виробництва країни.

У споживчому кошику українців, незважаючи на корисність і важливість плодів та ягід у здоровому раціоні харчування, вони практично на останньому місці за рівнем відповідності фактичного споживання раціональній нормі 82 кг (без винограду) [4, 10]. Попит

на ці продукти в Україні в 2018 р. задоволено лише на 70 %, тобто до 57 кг на одну особу (рис. 1). За всіма видами продукції показники виробництва перевищують споживання через незначні обсяги імпорту та експорту поставок.

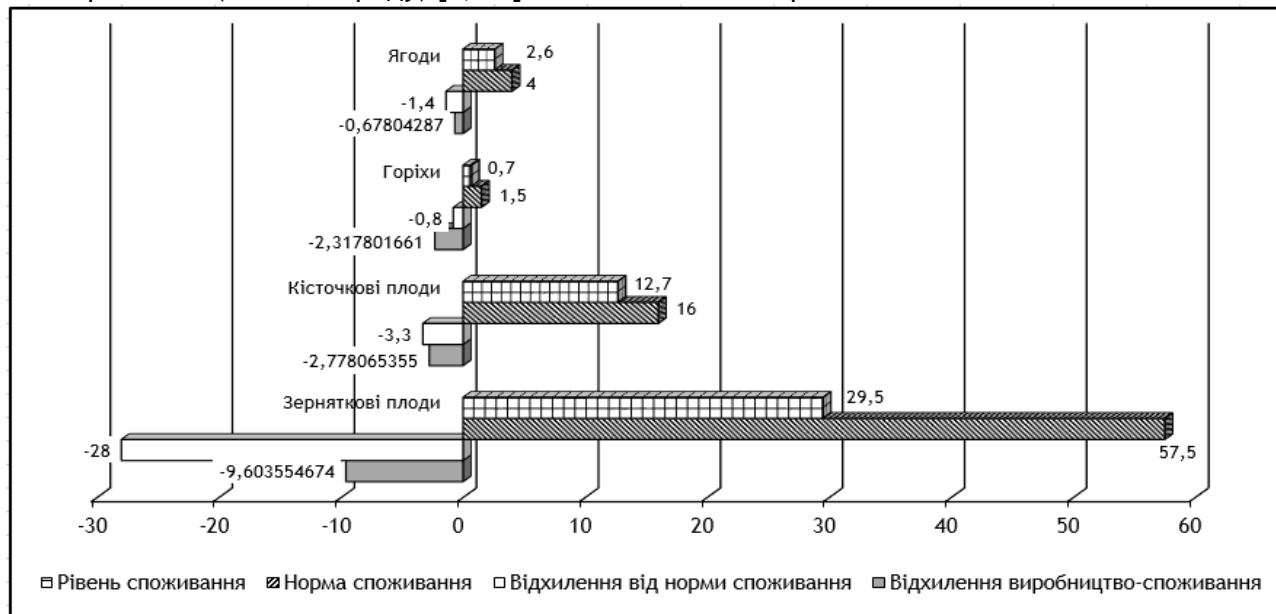


Рис. 1. Показники споживання плодів і ягід в Україні у 2018 р., кг на одну особу

Джерело: Розраховано за результатами досліджень автора, даними Державної служби статистики України, Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН [2, 3, 11].

Виробництво плодів та ягід на особу в 2019 р. становило 50,4 кг, у тому числі зерняткових - 31,4 кг, кісточкових - 12,8, горіхів - 3,0, ягід - 3,2 кг. Такий рівень нижчий від норми споживання у 1,6 раза. При цьому потреби населення України по регіонах задовольняються нерівномірно. Лідером з виробництва плодів та ягід на особу в 2019 р. була Чернівецька область - 244,8 кг, високі показники у Хмельницькій, Вінницькій та Закарпатській областях - 110,7-163,4 кг. Найменше вироблялося плодів та ягід з розрахунку на одну особу в рік у Чернігівській, Сумській, Донецькій, Харківській, Миколаївській та Луганській областях - 14,3-26,6 кг. Така варіація зумовлена різницею в географічному розміщенні плодових насаджень, чисельності населення, кількості домогосподарств тощо. Звідси рівень споживання плодів та ягід на одну особу в рік суттєво відрізняється від рівня виробництва.

Встановлено, що найвищий рівень споживання плодів у Київській області - до 65 кг на одну особу в рік, причому в міського населення - до 77 кг, тоді як у сільського вдвічі менше - до 40 кг. Така різниця пояснюється тим, що імпортовані плоди, зокрема, цитрусові та банани споживаються пе-

реважно міськими жителями, тоді як потреби сільських, у зв'язку з нижчою купівельною спроможністю та обмеженим доступом, задовольняються переважно продукцією власного виробництва.

За розрахунками, потреба в плодах і ягодах вітчизняного виробництва для раціонального забезпечення населення на 2020 р. має становити не менше 3,8 млн т, у тому числі обсяги експортних поставок до 0,7 млн т та на переробку не менше 0,2 млн т. Тобто існує необхідність додаткового формування загальної пропозиції вітчизняних плодів та ягід обсягом до 1,8 млн т.

Цінова ситуація на вітчизняному ринку плодів і ягід характеризується наступними тенденціями. За період 2015-2017 рр. закупівельні ціни реалізації плодів та ягід зросли в 1,5 раза. Проте в 2018 р. ціни знизилися порівняно з попереднім роком у 1,7 раза до 5054,0 грн /т, що пояснюється надмірним збільшенням ринкової пропозиції яблук. У 2019 р. ціни перевищували рівень минулого року на 25,4 % через зниження обсягів виробництва та зростання рівня цін на енергоресурси і засоби виробництва. Найвищими закупівельні ціни були у Волинській області,

що пояснюється найнижчим рівнем виробництва плодів та ягід порівняно з іншими регіонами, зокрема в 2019 р. лише 2 % або 39,6 тис. т.

Аналіз помісячної динаміки закупівельних цін на плоди та ягоди свідчить, що вони зростали з червня по серпень (за всіма каналами реалізації сільськогосподарськими підприємствами) - у 2019 р. становили 5,7-7,4 тис. грн за 1 т. При цьому саме у вказані місяці на ринку переважали плоди кісточкових та ягідних культур. Вони вирізняються сезонністю споживання через швидку втрату якісних властивостей і вищими цінами реалізації порівняно із зернятковими, більш трудомістким процесом вирощування та збирання врожаю тощо. Ці плоди користуються високим попитом вітчизняних споживачів, оскільки крім споживання у свіжому вигляді достатньо широко використовуються для харчової переробки. Із вересня, з розширенням пропозиції яблук на ринку, ціни суттєво знижуються - в 2-2,5 раза.

Крім річних та помісячних коливань цін на плоди і ягоди спостерігається їх варіація за регіонами країни. Так, у 2019 р. найвищими були роздрібні ціни на яблука в Дніпропетровській, Донецькій та Луганській областях - 15-18 грн/кг. Найнижчі ціни відзначено у Вінницькій та Чернівецькій областях - 9-10 грн /кг. В останніх сконцентровано 30% загального виробництва яблук у країні, отже ринки перенасичені. Також на формування ринкових роздрібних цін вплинула різниця в чисельності населення, його платоспроможності, затребуваності переробних підприємств. Так, оскільки найвища купівельна спроможність населення характерна для столиці, ціни на яблука тут сягнули 20 грн/кг. Унаслідок перевиробництва яблук роздрібні ціни з жовтня 2018 р. по квітень 2019 р. становили 9-10 грн/кг (рис. 2). У 2019 р. через зниження обсягів виробництва спостерігалось помісячне зростання цін упродовж року до 15 грн/кг у грудні, що практично відповідає рівню цін 2017 р.

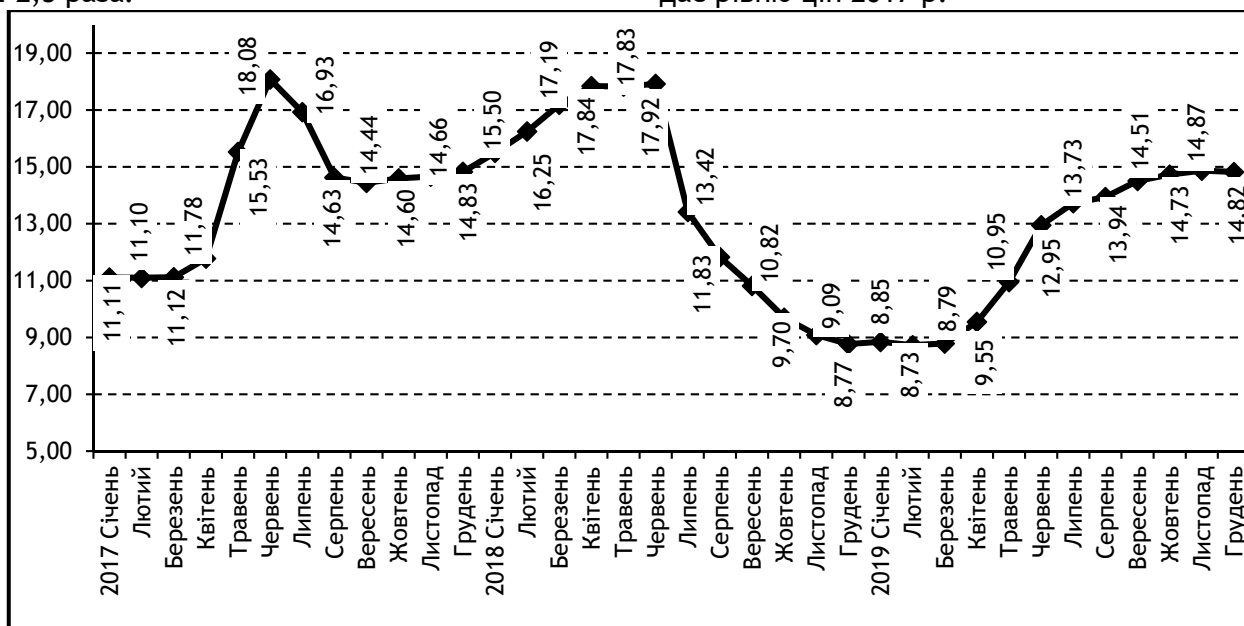


Рис. 2. Роздрібні ціни реалізації яблук, грн/кг

Джерело: [1].

В Україні відбулися впродовж останніх років не лише кількісні та вартісні структурні зміни в зовнішній торгівлі плодами та ягодами, а й у напрямках їх збуту. У 2018 р. експортні поставки плодів України досягли 146,8 тис. т (сушені плоди перераховано на свіжі), що в 1,8 раза більше за 2014 р. та в 1,2 раза більше за попередній. Головні позиції серед них посіли яблука та грецькі горіхи - 94,9% (83,9 тис. т). Зауважимо, що експорт

формується переважно сільськогосподарськими підприємствами - на 60-75% у 2014-2018 рр. Тут основу становлять яблука - у 2018 р. це 89,5% (42,4 тис. т). За рахунок господарств населення експортуються лише грецькі горіхи - 25-40% (31-41 тис. т щорічно). Вони є основними їх виробниками в Україні (у 2018 р. 99,0 %, або 125,9 тис. т). Близько 60% вирощених горіхів господарства населення використовують для власного споживання та до 35% для продажу. Однак варто

зазначити, що останніми роками частка продажу дещо зросла через розширення мережі закупок у населення та пунктів оптового приймання лущених і нелущених горіхів.

Тривалий час основні обсяги яблук експортувалися до Російської Федерації - понад 95 %. Із введенням останньою ембарго в 2014 р. на українську плодоовочеву продукцію яблука відвантажувалися на російський ринок через Крим. Уже в 2016 р. експорт яблук скоротився на 10% порівняно з 2014 р., але збільшився проти попереднього в 2,8 раза - до 13,8 тис. т. Основною країною-імпортером вітчизняних зерняткових плодів стала Білорусь. Так, у 2018 р. їй реалізовано 46%, або 19,4 тис. т яблук. Грецькі горіхи постачали переважно нелущеними в Азербайджан, Ірак, Туреччину - 87,8% (8,6 тис. т); лущеними в Азербайджан, Білорусь, Болгарію, Грецію, Францію, Грузію, Ірак, Туреччину - 61,9% (19,3 тис. т). На країни ЄС у вартості експорту за товарною групою 08 - істивні плоди та горіхи припадало до 33,4%.

У першому півріччі 2019 р. тенденції збереглися. Так, експорт яблук становив 42,3 тис. т, що практично відповідає рівню попереднього року, грецьких горіхів - 34,5 тис. т. Яблука експортувалися переважно до Білорусі, Іраку, Туреччини, Молдови - 73,5%, або 31,1 тис. т. Причому лідерські позиції, як і в попередні роки, посіла Білорусь - 27,2% (11,5 тис. т). Грецькі горіхи вивозилися здебільшого: нелущеними в Ірак, Туреччину - 83,6% (9,2 тис. т), лущеними в Азербайджан, Болгарію, Грецію, Францію, Ірак, Туреччину - 60,0% (14,1 тис. т).

Вважаємо, що в перспективі потенційними споживачами українських яблук можуть бути країни-члени ЄС (Естонія, Фінляндія, Латвія, Данія, Ірландія, Швеція, Словаччина, Болгарія, Греція), де виробництво цієї продукції на досить низькому рівні - до 10 кг на одну особу в рік, тоді як раціональна норма споживання їх у 5 разів вища.

Вартість експортних поставок плодів та ягід у 2018 р. становила 3,9 млрд грн, у тому числі грецьких горіхів 82 % (3,2 млн грн). Це в 3,5 раза більше, ніж у 2014 р. Через девальвацію гривні ціна на грецькі горіхи зросла у 2018 р. порівняно з 2014-м у 2,3 раза - до 77,7 грн/кг (2,8 дол. США).

Основна частка виручки від реалізації яблук у 2018 р. формувалася такими країнами як Білорусь, Молдова, Австрія - 9,0 млн дол. США (60,0%), грецьких горіхів нелущених -

Азербайджан, Ірак, Туреччина - 7,4 млн дол. США (84,1%) та лущених - Азербайджан, Білорусь, Болгарія, Греція, Франція, Грузія, Ірак, Туреччина - 55,7 млн дол. США (51,5%). Вартість експорту плодів країнам ЄС у 2018 р. досягла 152,9 млн дол. США, що на 10 % більше, ніж у 2017 р. і становить 4 % загальної вартості вивезених продуктів рослинного походження. Разом із тим вартість імпортних поставок до України в 2018 р. знизилася на 22 % порівняно з попереднім роком і була меншою від вартості експорту в 2 рази (на рівні 75,3 млн дол. США). Це пояснюється перенасиченням європейського ринку яблуками в 2018 р.

У першому півріччі 2019 р. виручка від реалізації яблук зменшилася до 13,2 млн дол. США, а це 88,0% доходу з них у 2018 р.; грецьких горіхів - 73,0 млн дол. США, або лише 32,4% минулорічної виручки.

Імпортні поставки плодів до України в 2018 р. становили 686,4 тис. т, що більше порівняно з попереднім роком лише на 7,2 %, та менше в 1,3 раза за 2012-2013 рр. Таке зменшення обсягів ввозу відбулося переважно за рахунок цитрусових плодів та бананів. У 2018 р. об'єктивно необхідний імпорт (цитрусові, банани, фініки, ананаси) був на рівні 608,0 тис. т, тобто 85,9 % загального імпорту плодів. Його вартість становила 10,5 млрд грн, або 80,2 % вартості усіх імпортних поставок. При цьому, навіть за незначного збільшення обсягів об'єктивно необхідного імпорту в 2018 р. порівняно з 2014 р. (на 10%), через суттєве зростання цін вартість поставок зросла в 1,6 раза.

Основними постачальниками імпортованих плодів на внутрішній ринок за останні роки стали країни Європи та Азії. Частка вартості країн ЄС, що постачають плодову продукцію на внутрішній ринок України, досягає 7,2 %.

Ринок плодів та ягід є одним з небагатьох, який формується переважно під впливом попиту і пропозиції. Державна фінансова підтримка галузі садівництва в Україні здійснювалася тільки шляхом розподілу коштів зі спецфонду: до 2011 р. з 1 %-го, а в подальшому з 1,5 %-го збору згідно із Законом України «Про збір на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства». Ефект від використання коштів спецфонду щороку зростав. На 1 грн витрачених у 2010 р. коштів отримано виручку від реалізації плодів - 5,46 грн, що у 18 разів більше, ніж у 2000 р. У 2012 р.

частка валових зборів плодів у сільськогосподарських підприємствах, сформована за рахунок державної підтримки, становила 90,5 % (327 тис. т). До того ж урожайність закладених садів була вищою у 6,3 раза (7,9 т/га) проти існуючих насаджень і це в умовах, коли не всі культури вступили у товарне плодоношення, зокрема, кісточкові 2009-2012 рр. посадки та зерняткові 2010-2012 рр. Тобто можна стверджувати, що занепад галузі садівництва вдалося призупинити.

Однак згаданий закон втратив чинність з 2013 р. Кошти, що відраховувалися зі збору

до спеціального фонду, почали спрямовуватися до загального. Як наслідок - наявні площі плодоягідних насаджень в Україні скоротилися від 254,9 тис. га в 2012 р. до 224,4 тис. га в 2016 р., тобто на 12 %.

Починаючи з 2017 р. урядом відновлено програму підтримки галузі садівництва 2801350 «Державна підтримка розвитку хмелярства, закладення молодих садів, виноградарства та ягідників і нагляд за ними» та оновлено процедуру розподілу коштів (рис. 3). Протягом 2017-2019 рр. закладено 13,6 тис. га плодівих та ягідних насаджень.

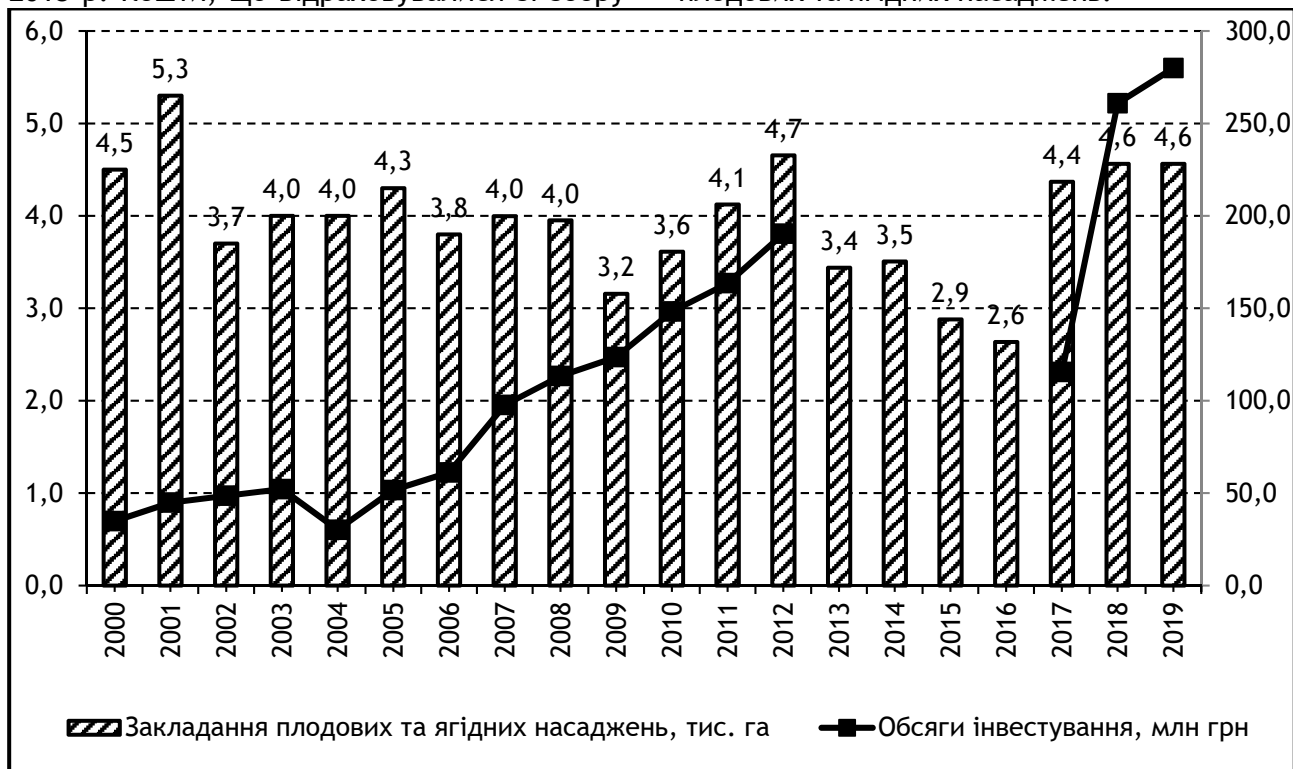


Рис. 3. Державне фінансування на закладання багаторічних насаджень в Україні

Джерело: [3, 5, 6, 9].

Обсяг фінансування у 2018 р. становив 395 млн грн, у тому числі за двома напрямками: компенсація витрат з придбання садивного матеріалу - 261 та будівництво холодильників - 131 млн грн. У 2019 р. в державному бюджеті передбачено фінансову підтримку садівницьких підприємств у розмірі 400 млн грн. Варто зазначити, що Міністерством аграрної політики та продовольства України наказ про розподіл коштів за цією програмою було підписано лише на початку другого півріччя 2019 р. [9]. Відтак, у першому півріччі 120 млн грн компенсовано сільгоспвиробникам за придбання садивного матеріалу, при цьому в другому - 160, що на 7,3 % більше, ніж у 2018 р. Однак на будівництво

холодильників з регульованим газовим середовищем, сортувальних ліній, морозильних камер дісталось на 8% менше, ніж у минулому році - 120 млн грн [6].

Спостерігається суттєва варіація у фінансуванні регіонів. Так, у 2018 р. найбільше коштів було сконцентровано в семи областях України: Вінницька, Дніпропетровська, Закарпатська, Київська, Львівська, Хмельницька, Чернівецька - 70,7 % (279,1 млн грн). У середньому на одне підприємство за першим напрямом фінансування припадало 2,3 млн грн, тоді як за другим у 6,3 раза більше - 14,5 млн грн. Підприємства, які фінансувалися за обома напрямками (5 одиниць), отримали більше, ніж по 16 млн грн. Тобто у 9-ти із 171 підприємства сконцентровано 35 %

загальної суми фінансової підтримки садівницьких підприємств.

У 2019 р. в першому півріччі 50,2 млн грн, або 42 % фінансування, зосередилось у 29 сільгоспвиробників Київської та Закарпатської областей. У другому півріччі затверджено перелік суб'єктів господарювання, які мають право на отримання компенсації витрат, пов'язаних із будівництвом холодильників з регульованим газовим середовищем - це ТОВ «Сади Дніпра», ФГ «Сам+», ТОВ «Молодіжна аграрна спілка» - 53,8 млн грн. Ємність холодильників зазначених господарств становить 4976 т. Також Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України передбачено зміни до нормативів, у межах яких проводиться компенсація у виноградарстві, садівництві та хмелярстві [7].

У результаті вступу в товарне плодоношення молодих садів спостерігається збільшення обсягів виробництва плодів та ягід у сільськогосподарських підприємствах за останні десять років - на 22,3 % (у 2019 р. - 350,7 тис. т). Однак відтворення багаторічних насаджень поки що залишається недостатнім, оскільки площі вибуття старих насаджень практично в 2 рази більші. Найпомітніше підвищення індексів вибуття насаджень кісточкових культур відзначено в 2014-2015 рр. (рис. 4). Це свідчить про значну перевагу площ вибуття (9,2 тис. га) порівняно з площами закладання (0,8 тис. га) - в 11,5 рази. Відповідно, найбільшою мірою необхідна підтримка виробників у закладанні саме садів кісточкових культур. Обсяги виробництва цих плодів сільськогосподарськими підприємствами в країні у 2019 р. становили 17,7 тис. т, а це лише 0,4 кг на одну особу (при раціональній нормі споживання 16 кг у рік).

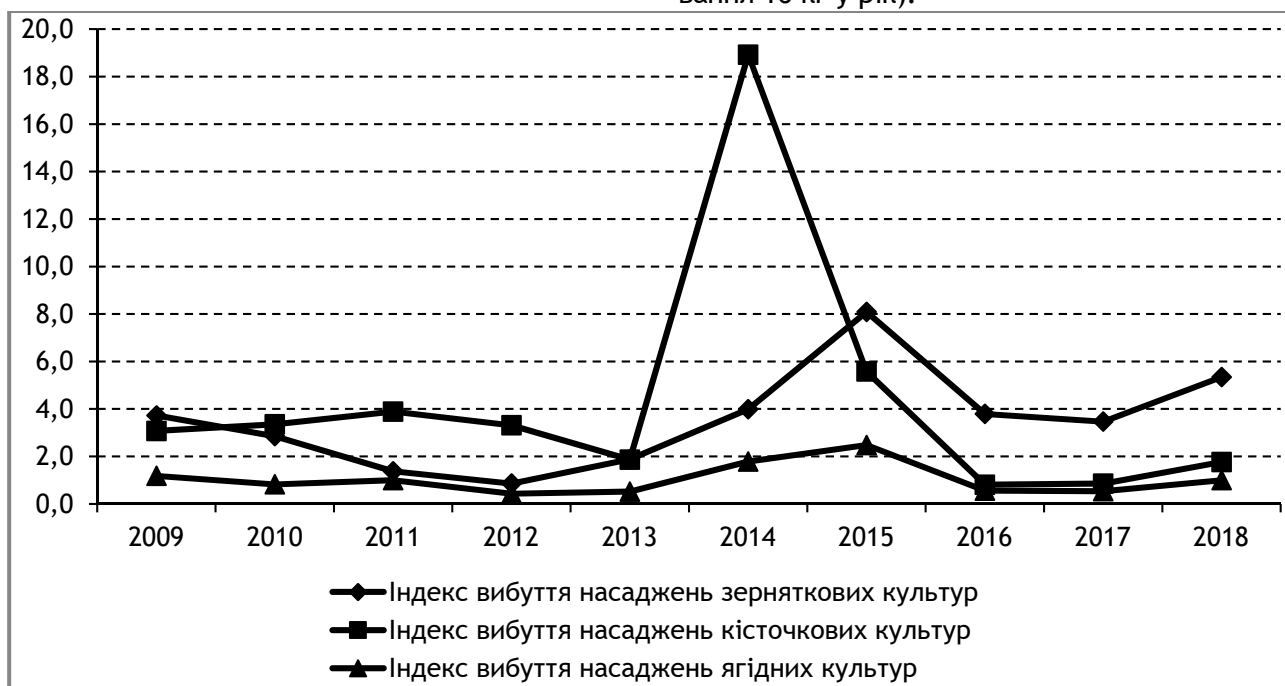


Рис. 4. Індекси вибуття плодових та ягідних насаджень

Джерело: Розраховано за даними Державної служби статистики України [3].

Через недостатньо відпрацьований механізм розподілу коштів протягом року змінювалися напрями їх використання, що не сприяло досягненню поставленої мети - раціонального продовольчого забезпечення населення. До того ж не було передбачено фінансування витрат із проведення науково-технічних досліджень та здійснення розробок у садівництві, а також витрат, пов'язаних зі зміцненням матеріально-технічної бази галузевих наукових установ та їх дослідних господарств, тоді як на ці заходи законодавчо

передбачено до 5 % виділених коштів згідно з п. 4 Постанови № 587 [8].

Висновки. Встановлено, що найбільш стабільно ринкова пропозиція плодів та ягід формується за рахунок господарств населення. Спостерігається висока залежність їх споживання від об'єктивно необхідних імпорتنих поставок. Основну частку у споживанні серед вітчизняних плодів становлять яблука. Потреби населення у плодах і ягодах залишаються недостатньо забезпеченими. Розвиток

промислового садівництва відбувається повільно, що суттєво залежить від державної фінансової підтримки. Ще досить високі в галузі показники вибуття старих насаджень, особливо кісточкових культур.

З активізацією співпраці з Європейським Союзом у форматі зони вільної торгівлі, в перспективі можна очікувати розширення експортних поставок вітчизняних плодів та ягід. Адже найважливіша її складова - це зближення регуляторних систем України та країн ЄС, що веде до суттєвого зниження нетарифних бар'єрів у торгівлі. Відтак, необхідно визначитися з інтеграційною стратегією розвитку вітчизняного ринку плодів та ягід, зважаючи на те, що Україна є транзитною державою між західними та східними країнами.

Список бібліографічних посилань

1. Аналітичні дослідження роздрібних цін на продукто-вих ринках / Демчук І.М. та ін. Київ : НДІ «Укрупропродуктивність», 2020. 92 с.
2. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України / за ред. О. М. Прокопенко. Київ : Держстат, 2019. 58 с.
3. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 27.02.2019 р.).
4. Економіка та організація промислового садівництва України / Шестопаль О. М. та ін. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2010. 334 с.
5. Про визначення напрямів державної підтримки розвитку виноградарства, садівництва і хмелярства на 2019 рік : затв. наказом М-ва аграрної політики та продовольства України від 28.01.2019 р. №24-19. URL : http://www.minap.gov.ua/uk/organic_ministry?nid=26928 (дата звернення: 27.02.2019 р.).
6. Про визначення напрямів державної підтримки розвитку виноградарства, садівництва і хмелярства на 2019 рік : затв. наказом М-ва розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України від 17.12.2019 р. №711-19. URL : <https://dialog.me.gov.ua/Ascod/List?lang=uk-UA&id=9a364a5c-7434-4e99-bb08-50ea1a5a2fef&tag=Vistavkovo-iarmarkovaDiialnistUKrainakh-OsnovnikhPartnerakhUkraini&fNum=711-19> (дата звернення: 27.02.2019 р.).
7. Про внесення змін до наказу Міністерства аграрної політики та продовольства України від 20 березня 2018 року № 151 НА : затв. наказом М-ва розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України від 29.11.2019 р. №461-19. URL : <https://dialog.me.gov.ua/Ascod/List?lang=uk-UA&id=9a364a5c-7434-4e99-bb08-50ea1a5a2fef&tag=Vistavkovo-iarmarkovaDiialnistUKrainakh-OsnovnikhPartnerakhUkraini&fNum=461> (дата звернення: 27.02.2019 р.).
8. Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для розвитку виноградарства, садівництва і хмелярства : Постанова Кабінету Міністрів України від 15.07.2005 р. № 587 (зі змінами) URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/587-2005-%D0%BF> (дата звернення: 27.02.2019 р.).
9. Про розподіл коштів за бюджетною програмою 2801350 «Державна підтримка розвитку хмелярства, закладення молодих садів, виноградників та ягідників і нагляд за ними» : затв. наказом М-ва аграрної політики та продовольства України від 13.08.2019 р. № 469-19. URL : http://search.ligazakon.ua/L_doc2.nsf/link1/FN054904.html (дата звернення: 27.02.2019 р.).
10. Перспективи розвитку вітчизняного аграрного сектору у зв'язку з підписанням України економічної частини Угоди про асоціацію з Європейським Союзом / Пугачов М. І., Власов В. І., Духницький Б. В. [та ін.] ; за ред. М. І. Пугачова. Київ : ННЦ ІАЕ, 2014. 44 с.

Дослідження переконують у необхідності: перегляду й удосконалення на державному рівні механізму розподілу коштів на закладення молодих садів та ягідників і догляд за ними як по регіонах, так і між окремими товаровиробниками; передбачення на пряму часткової компенсації вартості облаштування багаторічних насаджень захисним обладнанням, зокрема, протиградовими сітками; залучення галузевих наукових установ для встановлення оптимально необхідних обсягів та напрямів фінансування достатнього продовольчого забезпечення населення та з метою розробки цільової програми з довгостроковою спрямованістю державної підтримки галузі садівництва на базі використання інноваційних екологічнобезпечних технологій вирощування плодів та ягід.

References

1. Demchuk, I.M., Mytchenok, O.O., Trofimova, G.V., Zavalevska, V.O., Ivchenko, V.M., Maidaniuk, O.E., et. al. (2020). Analitichni doslidzhennia rozdribnykh tsin na produktovykh rynkakh [Analytical studies of retail prices on the food markets]. Kyiv: NDI «Ukruproproduktivnist» [in Ukrainian].
2. Prokopenko, O.M. (Ed.) (2019). Balansy ta spozhyvannia osnovnykh produktiv kharchuvannia naselenniam Ukrainy. [Balances and consumption of basic food products by the population of Ukraine]. Kyiv: Derzhstat [in Ukrainian].
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. [The State Statistics Service of Ukraine]. Retrived from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
4. Shestopal, O.M., Ruliev, V.A., Kondratenko, P.V., Satina, G.M., Bublyk, M.O., Omelchenko, I.K., et. al. (2010). Ekonomika ta orhanizatsiia promyslovoho sadivnytstva Ukrainy [Economics and organization of industrial horticulture of Ukraine]. Kyiv: NNTs «IAE» [in Ukrainian].
5. Pro vyznachennia napriamiv derzhavnoi pidtrymky rozvytku vynohradarstva, sadivnytstva i khmeliarstva na 2019 rik: zatv. nakazom M-va ahrarnoi polityky ta prodovolstva Ukrainy vid 28.01.2019 r. # 24-19 [On determination of directions of state support for the development of viticulture, horticulture and hop harvesting in 2019: Order of the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine from 28.01.2019, No. 24-19]. (2019). Retrived from: http://www.minap.gov.ua/uk/organic_ministry?nid=26928 [in Ukrainian].
6. Pro vyznachennia napriamiv derzhavnoi pidtrymky rozvytku vynohradarstva, sadivnytstva i khmeliarstva na 2019 rik: zatv. nakazom M-va rozvytku ekonomiky, torhivli ta silskoho hospodarstva Ukrainy vid 17.12.2019 r. # 711-19 [On determination of directions of state support for the development of viticulture, horticulture and hop harvesting in 2019: Order of the Ministry of Economic Development, Trade and Agriculture of Ukraine from 17.12.2019, No. 711-19]. (2019). Retrived from: <https://dialog.me.gov.ua/Ascod/List?lang=uk-UA&id=9a364a5c-7434-4e99-bb08-50ea1a5a2fef&tag=Vistavkovo-iarmarkovaDiialnistUKrainakh-OsnovnikhPartnerakhUkraini&fNum=711-19> [in Ukrainian].
7. Pro vnesennia zmin do nakazu Ministerstva ahrarnoi polityky ta prodovolstva Ukrainy vid 20 bereznia 2018 roku 151 NA: zatv. nakazom M-va rozvytku ekonomiky, torhivli ta silskoho hospodarstva Ukrainy vid 29.11.2019 r. # 461-19 [On amendments to the order of the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine from March 20, 2018 No. 151 NA: Order of the Ministry of Economic Development, Trade and Agriculture of Ukraine from 29.11.2019, No. 461-19]. (2019). Retrived from: <https://dialog.me.gov.ua/Ascod/List?lang=uk-UA&id=9a364a5c-7434-4e99-bb08-50ea1a5a2fef&tag=Vistavkovo-iarmarkovaDiialnistUKrainakh-OsnovnikhPartnerakhUkraini&fNum=461> [in Ukrainian].

11. Food and Agricultural Organization of the United Nations. URL : <http://www.fao.org/faostat/ru/#data> (дата звернення 27.02.2019 р.).

12. Schreier D. Wahnsinn wegen Überproduktion in Europa - Felder mit verdorbenen Äpfeln und Winzer müssen Trauben hängenlassen. *Netzfrauen*. 23.10.2018. №10. URL : <https://netzfrauen.org/2018/10/23/ueberproduktion/> (дата звернення 27.02.2019 р.).

13. Schreier D. Wahnsinn wegen Überproduktion in Polen - 70 Tonnen Äpfel einfach vernichtet und Regierung will eine halbe Million Tonnen Äpfel vom Markt nehmen - Überproduktion drückt den Preis!. *Netzfrauen*. 14.10.2018. №10. URL : <https://netzfrauen.org/2018/10/14/aepfel/> (дата звернення 27.02.2019 р.).

14. Streit C. Äpfel-Rekordernten mit Folgen. *Schweizerbauer*. 19.10.2018. №10. URL : <https://www.schweizerbauer.ch/markt-preise/marktmeldungen/aepfel-rekordernten-mit-folgen-45251.html> (дата звернення 27.02.2019 р.).

15. Rost C., Sebal C. Esst mehr Äpfel. *Süddeutsche Zeitung*. 04.10.2018. № 10. URL : <https://www.sueddeutsche.de/bayern/landwirtschaft-esst-mehr-aepfel-1.4155935> (дата звернення 27.02.2019 р.).

8. Pro zatverdzhennia Poriadku vykorystannia koshtiv, peredbachenykh u derzhavnomu biudzheti dlia rozvytku vynohradarstva, sadivnytstva i khmeliarstva: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 15.07.2005 r. # 587 [On approval of the Procedure for using funds envisaged in the state budget for development of viticulture, horticulture and humiculture: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine from 15.07.2005, No. 587]. (2005). Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/587-2005-%D0%BF> [In Ukrainian].

9. Pro rozpodil koshtiv za biudzhetnoiu prohramoiu 2801350 "Derzhavna pidtrymka rozvytku khmeliarstva, zakladannia molodykh sadiv, vynohradnykiv ta yahidnykiv I nahliad za nymy": zatv. nakazom M-va aharnoi polityky ta prodovolstva Ukrainy vid 13.08.2019 r. # 469-19 [On the allocation of funds under the budget program 2801350 "State support for the development of hop growing, laying young gardens, vineyards and berries and their supervision": Order of the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine from 13.08.2019, No. 469-19]. (2019). Retrieved from: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FN054904.html [in Ukrainian].

10. Pugachov, M.I., Vlasov, V.I., Dukhnytskyi, B.V., et al. (2014). Perspektivy rozvytku vitchyznianoho aharnoho sektoru u zviazku z pidpysanniam Ukrainy ekonomichnoi chastyny Uhody pro asotsiatsiiu z Yevropeiskym Soiuzom [Prospects for development of the domestic agrarian sector due to signing of the economic part of the Association Agreement with the European Union by Ukraine]. Kyiv : NNTs IAE [in Ukrainian].

11. Food and agricultural organization of the United Nations. Retrieved from: <http://www.fao.org/home/en> [In English].

12. Schreier, D. (2018). Wahnsinn, Weber Überproduktion in Europa - Felder mit Verdorbenen Äpfeln und Winzer müssen Trauben hängenlassen. *Netzfrauen*, 10. Retrieved from: <https://netzfrauen.org/2018/10/23/ueberproduktion/> [in Germany].

13. Schreier, D. (2018). Wahnsinn wegen Überproduktion in Polen - 70 Tonnen Äpfel einfach vernichtet und Regierung will eine halbe Million Tonnen Äpfel vom Markt nehmen - Überproduktion drückt den Preis!. *Netzfrauen*, 10. Retrieved from: <https://netzfrauen.org/2018/10/14/aepfel/> [in Germany].

14. Streit, C. (2018). Äpfel-Rekordernten mit Folgen. *Schweizerbauer*, 10. Retrieved from: <https://www.schweizerbauer.ch/markt-preise/marktmeldungen/aepfel-rekordernten-mit-folgen-45251.html> [in Germany].

15. Rost, C., Sebal, C. (2018). Esst mehr Äpfel. *Süddeutsche Zeitung*, 10. Retrieved from: <https://www.sueddeutsche.de/bayern/landwirtschaft-esst-mehr-aepfel-1.4155935> [in Germany].

Salo I.A. Fruit and berries market development in Ukraine

The purpose of the article is to consider the state of the Ukrainian fruit and berries market development and to assess the necessity of the state financial support of horticulture.

Research methods. The basis of the research was the dialectical method of knowledge of the market processes and a systematic approach to the study of problems that arise during production and movement of horticultural products from producer to consumer. The following methods were applied: analytical generalizations, balance, statistical comparisons, constructive and calculative, graphical in order to generalization, analysis and evaluate the market conjuncture indicators.

Research results. The economic parameters of the domestic fruits and berries market development (production, consumption, price situation, foreign trade) have been estimated. The level of consumer support with fruitful crops was established as well as the production requirement according to the product's usage direction. The features of structural and geographical changes in export-import supplies of fruits and berries are disclosed. The expediency of financial support for the horticulture industry and the specifics of the distribution of funds are determined.

Scientific novelty. The basic parameters of the domestic fruits and berries market development are substantiated in terms of the need to rationally meet the needs of the population, increase the export potential and further state support for the horticulture industry.

Practical significance. The research results should be used in the formation of a targeted program for the long term horticulture industry development, aimed primarily at the rational provision of fruitful products to the population of Ukraine. Tabl.: 1. Figs.: 4. Refs.: 15.

Keywords: market; fruits, berries; consumption; price; state support.

Salo Inna Anatoliivna - doctor of economic sciences, senior research fellow, leading research fellow of the department of pricing and agrarian market, National Scientific Centre "Institute of Agrarian Economics" (10, Heroiv Oborony st., Kyiv)
E-mail: inna_salo@ukr.net
ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-6413-1550>

Цель статьи - рассмотреть состояние развития отечественного рынка плодов и ягод и оценить необходимость финансовой государственной поддержки отрасли садоводства.

Методика исследования. Основой исследований послужили диалектический метод познания рыночных процессов и системный подход к изучению проблем, возникающих при производстве и движении продукции садоводства от производителя к потребителю. Также использованы методы: аналитический обобщенный, балансовый, статистического сравнения, конструктивно-расчетный, графический - для обобщения, анализа и оценки показателей рыночной конъюнктуры.

Результаты исследования. Осуществлена оценка экономических параметров развития отечественного рынка плодов и ягод - производство, потребление, ценовая ситуация, внешняя торговля. Установлены уровень потребительского обеспечения населения плодоягодными культурами и потребность производства по направлениям использования продукции. Раскрыты особенности структурных и географических изменений экспортно-импортных поставок плодов и ягод. Определены целесообразность финансового обеспечения отрасли садоводства и особенности распределения средств.

Элементы научной новизны. Обоснованы основные параметры развития отечественного рынка плодов и ягод с позиции необходимости рационального обеспечения потребностей населения, повышения экспортного потенциала и дальнейшей государственной поддержки отрасли садоводства.

Практическая значимость. Результаты исследований целесообразно использовать при формировании целевой программы развития отрасли садоводства на долгосрочный период, направленной прежде всего на рациональное обеспечение населения Украины плодоягодной продукцией. Табл.: 1. Илл.: 4. Библиогр.: 15.

Ключевые слова: рынок; плоды; ягоды; потребление; цена; государственная поддержка.

Сало Инна Анатольевна - доктор экономических наук, старший научный сотрудник, ведущий научный сотрудник отдела ценообразования и аграрного рынка, Национальный научный центр «Институт аграрной экономики» (г. Киев, ул. Героев Оборона, 10)

E-mail: inna_salo@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-6413-1550>

Стаття надійшла до редакції 09.03.2020 р.

Фахове рецензування: 12.03.2020 р.

Бібліографічний опис для цитування:

Сало І. А. Розвиток ринку плодів та ягід в Україні. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 16 — 25. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003016>

Salo, I. A. (2020). Rozvytok rynku plodiv ta yahid v Ukraini [Fruit and berries market development in Ukraine]. *Ekonomika APK*, 3, pp. 16 — 25. [In Ukrainian] <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003016>

*

УДК 339.13:631.52

JEL Classification: Q13; Q17

DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003025>

Н.М. БУНЯК, кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник
І.М. ДАНИЛКО

Організаційно-економічний механізм просування сортів зернових колосових культур іноземної селекції на ринки України

Мета статті - проаналізувати кількість і частку сортів іноземної селекції зернових колосових культур у Державному реєстрі сортів рослин, придатних для поширення в Україні, розглянути причини та організаційно-економічні механізми їх просування на ринки насіння в нашій країні.

Методика дослідження. В основу методики дослідження покладено комплексний підхід до вивчення організаційно-економічного механізму. Застосовано методи: статистико-економічний при вивченні динаміки просування; графічний і табличний - для наочного відображення результатів наукового дослідження.

Результати дослідження. Визначено частку сортів іноземної селекції групи зернових колосових культур в Державному реєстрі сортів рослин, придатних для поширення в Україні. На основі реальних даних про обсяги сертифікації насіння жита

Цель статьи - рассмотреть состояние развития отечественного рынка плодов и ягод и оценить необходимость финансовой государственной поддержки отрасли садоводства.

Методика исследования. Основой исследований послужили диалектический метод познания рыночных процессов и системный подход к изучению проблем, возникающих при производстве и движении продукции садоводства от производителя к потребителю. Также использованы методы: аналитический обобщенный, балансовый, статистического сравнения, конструктивно-расчетный, графический - для обобщения, анализа и оценки показателей рыночной конъюнктуры.

Результаты исследования. Осуществлена оценка экономических параметров развития отечественного рынка плодов и ягод - производство, потребление, ценовая ситуация, внешняя торговля. Установлены уровень потребительского обеспечения населения плодоягодными культурами и потребность производства по направлениям использования продукции. Раскрыты особенности структурных и географических изменений экспортно-импортных поставок плодов и ягод. Определены целесообразность финансового обеспечения отрасли садоводства и особенности распределения средств.

Элементы научной новизны. Обоснованы основные параметры развития отечественного рынка плодов и ягод с позиции необходимости рационального обеспечения потребностей населения, повышения экспортного потенциала и дальнейшей государственной поддержки отрасли садоводства.

Практическая значимость. Результаты исследований целесообразно использовать при формировании целевой программы развития отрасли садоводства на долгосрочный период, направленной прежде всего на рациональное обеспечение населения Украины плодоягодной продукцией. Табл.: 1. Илл.: 4. Библиогр.: 15.

Ключевые слова: рынок; плоды; ягоды; потребление; цена; государственная поддержка.

Сало Инна Анатольевна - доктор экономических наук, старший научный сотрудник, ведущий научный сотрудник отдела ценообразования и аграрного рынка, Национальный научный центр «Институт аграрной экономики» (г. Киев, ул. Героев Оборона, 10)

E-mail: inna_salo@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-6413-1550>

Стаття надійшла до редакції 09.03.2020 р.

Фахове рецензування: 12.03.2020 р.

Бібліографічний опис для цитування:

Сало І. А. Розвиток ринку плодів та ягід в Україні. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 16 — 25. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003016>

Salo, I. A. (2020). Rozvytok rynku plodiv ta yahid v Ukraini [Fruit and berries market development in Ukraine]. *Ekonomika APK*, 3, pp. 16 — 25. [In Ukrainian] <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003016>

*

УДК 339.13:631.52

JEL Classification: Q13; Q17

DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003025>

**Н.М. БУНЯК, кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник
І.М. ДАНИЛКО**

Організаційно-економічний механізм просування сортів зернових колосових культур іноземної селекції на ринки України

Мета статті - проаналізувати кількість і частку сортів іноземної селекції зернових колосових культур у Державному реєстрі сортів рослин, придатних для поширення в Україні, розглянути причини та організаційно-економічні механізми їх просування на ринки насіння в нашій країні.

Методика дослідження. В основу методики дослідження покладено комплексний підхід до вивчення організаційно-економічного механізму. Застосовано методи: статистико-економічний при вивченні динаміки просування; графічний і табличний - для наочного відображення результатів наукового дослідження.

Результати дослідження. Визначено частку сортів іноземної селекції групи зернових колосових культур в Державному реєстрі сортів рослин, придатних для поширення в Україні. На основі реальних даних про обсяги сертифікації насіння жита

озимого визначено частку конкретних сортів і гібридів під урожай 2020 р. Досліджено, що сільськогосподарські товаровиробники, які вирощують продовольче та фуражне жито на основі сортів, а не гібридів, використовують для сівби насіння власного виробництва, а сортооновлення або сортозаміну здійснюють один раз на три-п'ять років. Розкрито основні складові організаційно-економічного механізму просування насіння сортів іноземної селекції на ринки України.

Елементи наукової новизни. Визначено особливості просування насіння іноземних сортів на ринки України, які базуються на глобалізаційній та ринково-інноваційній системах господарсько-економічних відносин.

Практична значущість. Одержані результати можуть бути використані вітчизняними науковими установами для просування власних сортів як в Україні, так і за її межами. Табл.: 5. Рис.: 2. Бібліогр.: 15.

Ключові слова: організаційно-економічний механізм; сорт; категорія насіння; просування; іноземна селекція; власники сортів.

Буняк Наталія Миколаївна - кандидат економічних наук, старший науковий співробітник, директор, Носівська селекційно-дослідна станція Миронівського інституту пшениці ім. В.М.Ремесла НААН України (Чернігівська обл., Носівський р-н, с. Дослідне)

E-mail: buniak_nm@ukr.net

Данилко Ірина Миколаївна - головний бухгалтер, Носівська селекційно-дослідна станція Миронівського інституту пшениці ім. В.М.Ремесла НААН України (Чернігівська обл., Носівський р-н, с. Дослідне)

E-mail: danlim@ukr.net

Постановка проблеми. Щорічне зростання валових зборів зернових колосових культур в Україні значною мірою пов'язано зі збільшенням їх урожайності за рахунок застосування високоінтенсивних технологій вирощування, а також із підвищенням рівня максимальної продуктивності нових сортів. Останніми роками поля українських сільськогосподарських товаровиробників дедалі частіше засіваються насінням сортів іноземної селекції, а до Державного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні, щорічно вноситься значна їх кількість. Сорти вітчизняної селекції поступово витісняються з ринку. Проте питання економічної доцільності значного збільшення площ посіву сортів іноземної селекції та можливих ризиків втрати врожаю при несприятливих погодних умовах, порівняння показників рівня продуктивності сортів вітчизняної та іноземної селекції за однакових умов вирощування, дослідження стабільності в отриманні високих урожаїв при хорошій якості недостатньо висвітлюються в наукових виданнях. Перехід господарюючих суб'єктів на сівбу сортів іноземної селекції обмежує можливості наукових установ у покритті дефіциту бюджетного фінансування за рахунок надходження коштів до спецфонду внаслідок зменшення обсягів реалізації насіння власних сортів та виплат за використання об'єктів інтелектуальної власності, якими є сорти, у вигляді отримання роялті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Економічна наука активно досліджувала процеси, безпосередньо пов'язані з формуванням економічного (господарського) та організаційно-економічного механізму в минулому столітті. Вагомим виявився внесок у розвиток теорії «механізму» таких науковців,

як І. Лукінов [7], О. Олійник [10], О. Онищенко [11], Б. Пасхавер [12], О. Шпичак [14]. Слід зауважити, що в сучасних умовах формування дієвого організаційно-економічного механізму пов'язано з такими аспектами макро- та мікроекономіки, як фінансування, ціноутворення, оподаткування, страхування, управління та регулювання. Важливими щодо розробки вказаних питань стали праці П. Стецюка, В. Алексійчука [8]; О. Шпичака [14].

Питання насінництва, ринку сортів та насіння розглядалися на окремій секції V Міжнародної науково-практичної конференції «Світові рослинні ресурси: стан та перспективи розвитку», яку проводило Міністерство аграрної політики та продовольства України спільно з Українським інститутом експертизи сортів рослин у червні 2019 р. Знаними експертами в галузі економіки насінництва - О.В. Захарчуком, С.О. Ткачик, О.І. Завальнюком було запропоновано для обговорення доповідь «Становлення насіннєвого ринку в Україні, інноваційний шлях розвитку» [5]. Питання права інтелектуальної власності на сорти рослин розглянуто науковцями Українського інституту експертизи сортів рослин Є.Ф. Бобонич, М.К. Карпич, О.М. Мирон [1], аналіз Державного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні на 2019 р., виконали О.В. Ночвіна, Н.А. Мізерна, А.М. Носуля [9].

Мета статті - проаналізувати кількість і частку сортів іноземної селекції зернових колосових культур у Державному реєстрі сортів рослин, придатних для поширення в Україні, розглянути причини та організаційно-економічні механізми їх просування на ринки насіння в нашій країні.

Виклад основних результатів дослідження. Бізнес на насінні набагато вигідніший щодо виробництва товарного зерна,

тому іноземні компанії серйозно працюють над просуванням сортів власної селекції.

Наведені у табл. 1 дані засвідчують наявність сортів іноземної селекції в кожній групі

зернових колосових культур. Так, їхня частка в Реєстрі прямо залежить від площ посіву культури: чим більше площ посіву під окремими культурами, тим активніше проникають на ринок сорти іноземних компаній.

1. Кількість та частка сортів зернових колосових у Державному реєстрі сортів рослин, придатних для поширення в Україні, од./%

Культура	2007 р.			2018 р.		
	Усього сортів	У тому числі		Всього сортів	У тому числі	
		укр. селекції	іноземної селекції		укр. селекції	іноземної селекції
Пшениця озима	146	123/84	23/16	488	365/75	123/25
У т.ч.: м'яка	134	112/84	22/16	463	341/74	122/26
тверда	12	11/92	1/8	25	24/96	1/4
Пшениця яра	39	34/87	5/13	57	35/61	22/39
У т.ч.: м'яка	28	24/86	4/14	45	24/53	21/47
тверда	11	10/91	1/9	12	11/92	1/8
Жито	28	27/96	1/4	41	21/51	20/49
Ячмінь: озимий	23	18/78	5/22	65	28/43	37/57
ярий	81	59/73	22/27	165	93/56	72/44
Тритикале: озиме	24	21/87	3/13	32	32/100	0/0
яре	11	11/100	0/0	19	19/100	0/0

Джерело: Сформовано авторами на основі даних Державного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні.

Фактично площі під озимом пшеницею в Україні коливаються у межах 5-6 млн га, що становить понад 90% усіх озимих зернових. Як наслідок, 25% сортового складу це сорти озимої пшениці іноземної селекції. За 12 років кількість їх зросла на 100 одиниць, а частка - на 7%. Багато іноземних сортів і в групі ярого ячменю - 72, або 43,6 % від загальної кількості сортів ярого ячменю, занесених до Державного реєстру на 2018 р. Можливість заробляти додаткові кошти на насінні спонукає іноземні фірми вести агресивну кампанію з наповнення українського реєстру сортів. За період часу, який було проаналізовано, загальна кількість сортів іноземної селекції в групі зернових колосових культур зросла на 215 одиниць, а їхня частка подвоїлася до 31% від загальної кількості сортів у Реєстрі. Лише

у двох групах культур - озимому та ярому тритикале, немає іноземних сортів. За дванадцять років, з 2007-го по 2018-й, українські сорти у структурі сортів втратили відсоткових пунктів: по сортах озимої пшениці - 9, ярої пшениці - 26, озимого жита - 45, озимого ячменю - 35, ярого ячменю - 17. Можна стверджувати, що така тенденція має загрозливий характер, оскільки всі її наслідки для продовольчої безпеки держави, економічного стану сільськогосподарських товаровиробників передбачити важко і, на жаль, вони не слугують предметом дослідження науковців та спеціалістів органів управління аграрною галуззю в державі.

За аналізом внесення сортів до Державного реєстру, упродовж 2016-2018 рр. сорти іноземної селекції в групі зернових колосових культур становили 43 %(табл. 2).

2. Сорти зернових колосових культур, занесених до Державного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні

Культура	2016			2017			2018		
	Всього	Укр. селекції	Інозем. селекції	Всього	Укр. селекції	Інозем. селекції	Всього	Укр. селекції	Інозем. селекції
Пшениця озима	40	28	12	86	50	36	58	43	15
У т. ч. - м'яка	39	27	12	82	47	35	54	39	15
- тверда	1	1	-	4	3	1	4	4	-

Пшениця яра	4	2	2	7	5	2	5	1	4
у т. ч. - м'яка	3	2	1	7	5	2	5	1	4
- тверда	1	-	1	-	-	-	-	-	-
Жито озиме	5	2	3	8	-	8	3	-	3
Ячмінь озимий	3	-	3	11	3	8	5	2	3
Ячмінь ярий	21	7	14	20	10	10	11	5	6
Трити- кале озиме	1	1	-	2	2	-	4	4	-
Трити- кале яре	1	1	-	2	2	-	2	2	-

Джерело: Сформовано авторами на основі даних Державного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні.

При цьому особливу активність іноземних компаній було зафіксовано щодо озимого та ярого ячменю, озимого жита. Частка сортів української селекції знаходилася на рівні 26, 42 і 12,5% відповідно. За останні два роки не занесено жодного українського сорту жита. Володіючи потужним науковим потенціалом, що зосереджений в основному в системі наукових установ Національної академії аграрних наук України, низки приватних селекційних інститутів та окремих селекціонерів, внесених до списку суб'єктів, що реєструють сорти власної селекції, Україна втрачає домінуюче положення в структурі сортового складу зернових колосових культур.

На українському ринку насіння сортів зернових колосових культур представлені всі провідні світові селекційні компанії. Свої сорти озимої пшениці зареєстрували Заатбау Лінц рег.Ген.м.б.Х, Пробстдорфер Заатцухт Гез.м.б.Х. енд КоКГ - австрійські компанії; Сингента Сідз ГмбХ та Штрубе ГмбХ енд Ко. КГ - компанії, головні офіси яких знаходяться в Німеччині; Нордзаат Заатцухт ГмбХ, Нікерсон Інтернешнл Рісьорч СНС - Лімагрейн, РАЖТ 2н - Франція; Малопольська Годовля Рослин Сп з.о.о - Польща. На ринку переважають сорти озимого жита німецької компанії КВС Лохов ГмбХ. На ринку насіння

ячменю фірми КВС Лохов ГмбХ та Сингента Сідз ЛТД, що зареєстрована у Великобританії, є найбільшими іноземними компаніями, що пропонують своє насіння українському товаровиробникам.

Іноземні компанії заходять на ринок сортів України по декількох видах культур та пропонують досить потужну лінійку своїх сортів. Лідером серед іноземних компаній, що працюють на ринку зернових колосових, виступає КВС: в сегменті гібридів озимого жита та його батьківських компонентів зареєстровано 35 одиниць, сортів ячменю - 15, останніми роками й сорти озимої та ярої пшениці. Німецька компанія Штрубе ГмбХ енд Ко. КГ працює лише на ринку сортів пшениці. Становить інтерес політика просування власних сортів французької компанії РАЖТ 2н: загальна кількість сортів, занесених до Реєстру, - 183: це сорти та гібриди кукурудзи, соняшнику, ріпаку, тоді як зернових колосових лише 5 сортів озимої пшениці (табл. 3). Під час спілкування з дилерами з'ясувалося, що це реакція на запити споживачів, котрі, отримавши урожай сортів соняшнику та кукурудзи, що їх цілком задовольняє, виявили бажання працювати з сортами пшениці, насіння яких може запропонувати згадана компанія.

3. Структура сортів зернових колосових культур окремих іноземних компаній, що внесені до Державного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні на 2018 рік

Назва компанії	Усього сортів	У тому числі по культурах						
		жито	пшениця			усього	ячмінь	
			усього	у т. ч.			озимий	ярий
				озима	яра			
КВС Лохов ГмбХ, Німеччина	58	35	8	4	4	15	5	10
Пробстдорфер Заатцухт Гез.м.б.Х. енд КоКГ, Австрія	13	0	11	8	2	2	0	2
Штрубе ГмбХ енд Ко. КГ Штрубе ГмбХ енд Ко. КГ, Німеччина	16	0	16	10	6	0	0	0
Сингента Сідз ЛТД, Великобританія	13	0	0	0	0	13	9	4
Селген, а.с., Чеська Республіка	8	0	7	5	2	1	1	0
Заатбау Лінц рег. Ген.м.б.Х, Австрія	8	0	6	5	1	2	0	2
Нікерсон Інтернешнл Рісьорч СНС(Лімагрей)	6	0	6	6	0	0	0	0
РАЖТ 2н, Франція	5	0	5	5	0	0	0	0

Джерело: Сформовано авторами на основі даних Державного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні.

Головною перевагою при просуванні на ринки України іноземних сортів вважають вищий рівень урожайності порівняно з українськими. Проходячи державну реєстрацію, ці сорти демонструють позитивну тенденцію за рівнем продуктивності, проте реальну конкурентоспроможність сорту, на нашу думку, можна визначити лише в реальних умовах виробництва. За конкурентного ринку насіння стало традицією організовувати в різних природно-кліматичних зонах України демонстраційні полігони з вирощування різних культур за участі значної кількості установ-оригінацій сортів. Інститут сільського господарства Північного Сходу НААН для аналізу та порівняння надав інформацію щодо рівня врожайності сортів, які висівалися на його полігоні протягом 2017-2019 рр. Свої сорти представляли п'ять науково-дослідних установ України та дві іноземні компанії - всього 43 та 41 сорти відповідно по роках. Сорти ярого ячменю, що їх просуває ТОВ «Мальтюрорп Юкрейн» (5), були представлені на полігоні в 2018-2019 рр. Середній рівень їх продуктивності в 2018 р. становив 5,5 т з 1 га і був нижчим за середню врожайність сортів Інституту рослинництва ім. В.Я. Юр'єва НААН на 0,4 т з 1 га, Миронівського інституту пшениці ім. В.М. Ремесла НААН на 0,28 т з 1 га. Найвищий рівень урожайності сортів, представлених ТОВ «Мальтюрорп Юкрейн», показав

сорт КВС Ірина - 5,85 т з 1 га. Шість сортів вітчизняної селекції перевершили цей показник: їх продуктивність коливалася від 5,87 до 6,34 т з 1 га. Загальний рівень продуктивності сортів ярого ячменю в 2019 р. був нижчим порівняно з 2018 р., проте сорти ТОВ «Мальтюрорп Юкрейн» виявилися дещо пластичнішими до несприятливих умов та показали кращі результати порівняно з вітчизняними сортами. Три гібриди озимого жита КВС Лохов ГмбХ були представлені на полігоні лише один рік, у 2018 р., і стали лідерами за рівнем продуктивності.

Значна частина іноземних сортів після занесення до Реєстру сортів не потрапляє на поля українських аграріїв: у 2018 р. було сертифіковано насіння лише 7 гібридів озимого жита та 35 сортів озимої пшениці, що становить відповідно 35 та 29 % від загальної їх кількості, внесеної до Реєстру. Серед сортів іноземної селекції практично відсутні сорти - довгожителі, що перебувають у Реєстрі більше 15 років. За такої ситуації можна припустити, що вони або не здатні демонструвати тривалу стабільність у формуванні високих рівнів урожайності та якості зерна, або установи-оригінації проводять маркетингову політику регулярної сортозаміни.

Детально роль насіння іноземних сортів у валовому виробництві зерна пропонується розглянути на прикладі виробництва жита. Всього у 2019 р. було сертифіковано насіння

27 сортів та гібридів жита загальною кількістю 5419,8 т. Сертифікати, що засвідчують посівні якості насіння на вісім сортів фірми КВС Лохов ГмбХ урожаю 2019 р., видані ТОВ «КВС-Україна», яка вирощувала їх на території Хмельницької, Тернопільської та Житомирської областей, на загальну кількість 3455 т категорії сертифіковане насіння. ТОВ «КВС-Україна» - єдине підприємство нашої країни, що має право вирощувати насіння

жита гібридів КВС Лохов ГмбХ. Ця фірма завезла з Італії 76,2 т насіння семи гібридів категорії еліта. Чотири комерційні структури: ТОВ «Торговий дім Насіння», ТОВ «Агросем», ТОВ «Агроекспорт», ТОВ «Спектр-АГРО» пересертифікували насіння урожаю 2018 р. в обсязі 1089,7 т. Загальний показник насіння сортів КВС Лохов ГмбХ становив 4620,9 т, або 85 % до загальної кількості сертифікованого насіння (табл. 4).

4. Обсяги сертифікації насіння сортів жита КВС Лохов ГмбХ, тонн

Сорт	2018 р.			2019 р.		
	усього	у т. ч.		усього	у т. ч.	
		еліта	СН, F1		еліта	СН, F1
Пікассо	725,8	12,7	713,1	342,0	0	342,0
Гуттіно	755,0	3,2	751,8	1216,5	5,5	1211,0
Бразетто	1835,6	13,3	1822,3	1576,7	8,7	1568,0
КВС Магніфіко	143,3	-	143,3	718,0	1,7	716,3
КВС Прогас	3,3	3,3	0	247,4	6,4	241,0
КВС Боно	12,2	12,2	0	24,2	24,2	0
КВС Етерно	8,6	8,6	0	487,3	20,9	466,4
КВС Вінетто	0	0	0	8,8	8,8	0
Усього	3483,8	53,3	3430,5	4620,9	76,2	4544,7

Джерело: Сформовано авторами на основі даних Реєстру сертифікатів на посівні якості насіння.

Організаційний механізм просування сортів жита КВС Лохов ГмбХ базується на передачі права виробництва насіння єдиній компанії - «КВС-Україна», яка на договірних умовах вирощує насіння в сільськогосподарських підприємствах України, що є її власністю. Насіння вищих категорій надходить з європейських країн. Після його сертифікації компанія сама не займається прямим продажем,

а використовує для цього систему дистрибуції. Підприємства, що продають насіння компанії «КВС-Україна», застосовують різні маркетингові інструменти: реалізація з відтермінуванням оплати товару, додаткове забезпечення іншими матеріальними ресурсами для вирощування врожаю, консультаційний супровід технологічних процесів (рис. 1).



Рис. 1. Схема просування насіння гібридів КВС Лохов ГмбХ в Україні

Джерело: Розроблено авторами.

Дев'ять установ системи Національної академії аграрних наук України виробили 552,3 т насіння 14 сортів і гібридів, або 10 % загальної кількості насіння, що пройшло сертифікацію.

Для сівби під урожай 2020 р. загальний обсяг пропозиції на ринку насіння жита становив 5419,8 т. Така кількість була сертифікована органами з оцінювання якості насіння, при цьому суб'єктами первинного продажу продукту були 14 юридичних осіб. За категоріями сертифіковано добазового - 2,8 %, базового - 7,4 %, сертифікованого - 89,8 %. Загальна кількість сортів і гібридів на ринку - 27. Домінує насіння 8 гібридів жита компанії KBC (85 %). Гібридне насіння української селекції представляє Інститут рослинництва ім. В.Я. Юр'єва НААН: загальна кількість насіння трьох гібридів - 45 т. Добазове насіння вирощували 4 суб'єкти ринку: три наукові установи системи НААН та прива-

тне підприємство ТОВ «Воскор-Агро». За ліцензійними договорами насіння одержували ще в чотирьох наукових установах, де обсяги виробництва були незначними - від 4 до 75 т. Загальна кількість сортів і гібридів жита української селекції, насіння яких проходило сертифікацію, - 14, найбільше - 3 сорти і 3 гібриди - Інститут рослинництва ім. В.Я. Юр'єва НААН; 5 сортів - Носівська селекційно-дослідна станція МІП ім. В.М. Ремесла НААН; 2 сорти - ННЦ «Інститут землеробства НААН» та 1 сорт Інституту сільського господарства Західного Полісся НААН (табл. 5). На прикладі насіння сортів жита простежується чітка закономірність: сільськогосподарські товаровиробники, які вирощують продовольче та фуражне жито на основі сортів, а не гібридів, використовують для сівби насіння власного виробництва, при цьому сортооновлення або сортозаміну здійснюють кожні три-п'ять років.

5. Обсяги сертифікації насіння озимого жита по суб'єктах ринку за сортами (гібридами) та генераціями у 2019 р., т

№ з/п	Підприємство, установа	Кількість сортів (гібридів)	Усього сертифіковано	У тому числі за категоріями		
				ДБ	БН	СН
1	ТОВ «КВС-Україна»	8	3531,2	0	76,2	3455
2	Веселоподільська ДСДС НААН	1	65,0	0	15,0	50,0
3	Інститут рослинництва ім. В.Я. Юр'єва НААН	7	63,6	3,6	15,0	45,0
4	Інститут с.г. Західного Полісся НААН	2	20,0	0	0	20
5	Інститут Карпатського регіону НААН	1	4,0	0	4,0	0
6	Інститут с.г. Полісся НААН	1	30,0	0	30,0	0
7	ІСМАВ НААН	1	75,0	0	50,0	25,0
8	ННЦ «Інститут землеробства НААН»	2	77,1	2,1	75,0	0
9	Носівська СДС НААН	5	169,0	24,0	120,0	25,0
10	Устимівська ДСД НААН	2	48,6	0	14,0	34,6
11	ТОВ «Воскор-Агро»	1	125,0	125,0	0	0
12	ТОВ «Затен Уніон Україна»		49,1	0	0	49,1
13	ТОВ «Торговий дім Насіння»	3	507,0	0	0	507,0
14	ТОВ «Агросем»	1	29,2	0	0	29,2
15	ТОВ «Агроекспорт»	3	548,0	0	0	548,0
16	ТОВ НВФ «Хелп-Агро»	1	49,7	0	0	49,7
17	ТОВ «ТОП СЗД Україна»	1	21,3	0	0	21,3
18	ТОВ «Спектр-АГРО»	1	7,0	0	0	7,0
	Усього		5419,8	154,7	399,2	4865,9

Джерело: Сформовано авторами на основі даних Реєстру сертифікатів на посівні якості насіння.

За попередніми даними, під урожай 2020 р. в Україні посіяно 120 тис. га жита. За умови, що все насіння гібридів фірми KBC викуплено товаровиробниками, загальна площа посіву гібридів, за рекомендованою нормою висіву 80 кг на 1 га, становила приблизно 57 тис. га,

або 47 % до загальної площі посіву. Насінням вітчизняних сортів теоретично можливо засіяти близько 4 тис. га, або 3 %. Отже, з упевненістю можна стверджувати, що як мінімум кожен другий гектар жита засівається влас-

ним насінням, що його виробляють сільськогосподарські товаровиробники. Вони змушені це робити в умовах нестачі обігових коштів з метою зниження витрат виробництва і, як правило, для цього використовується насіння сортів, а не гібридів. Із такого насіння не сплачується винагорода власникам патентів за використання права інтелектуальної власності, яким є сорт.

Ярий ячмінь пивоварного напрямку просувають іноземні компанії, що спеціалізуються на виробництві солоду в Україні. Пропонуючи насіння для сівби, вони контракують майбутній урожай за визначеними цінами, які набагато привабливіші, ніж пропонувані зернотрейдерами при закупівлі його для експорту за кордон. Зерно українських сортів ячменю пивоварного напрямку не допускається на солодові заводи, де власники іноземні компанії. Для вирощування товарної продукції сільськогосподарським виробникам пропонується насіння другої репродукції, вирощене в насінневих господарствах України за договорами, із доробкою до стадії насіння на насінневих заводах, після чого власниками насіння стають іноземні компанії. Тобто, володіючи лише

правом використання сорту, іноземні компанії отримують прибутки за рахунок націнки на насіння сортів ячменю, з якого їхні солодові заводи виробляють солод, не допускаючи до переробки сорти української селекції.

Детально пропонується розглянути таку схему на прикладі діяльності ТОВ «Малтюрорп Юкрейн» (рис. 2). Для проведення досліджень з метою визначення кращих за врожайністю і стійкістю до захворювань сортів, компанія укладає договори на проведення польових дослідів із тестування агрономічної цінності пивоварних сортів ярого ячменю. Мета цих робіт - вивчити і статистично визначити, які з досліджуваних сортів мають кращі показники врожайності та стійкості до захворювань порівняно з іншими. До тестів залучають сорти іноземної селекції, за загальної їх кількості близько 40 шт. За результатами досліджень виконавець готує два звіти за визначеною схемою, на основі яких ТОВ «Малтюрорп Юкрейн» приймає рішення про використання тих чи інших сортів у промисловому виробництві певних регіонів. Подібні дослідження проводяться в Сумській, Харківській та Чернігівській областях.



Рис. 2. Схема просування сортів пивоварного ячменю ТОВ «Малтюрорп-Україна»

Джерело: Розроблено авторами.

З відкритих джерел інформації встановлено, що для ТОВ «Малтюрор Юкрейн» насіннєвими підприємствами України було вирощено насіння чотирьох сортів ярого ячменю: Себастьян, Фатіма, Одісей, Ксанаду. Власники сортів та володільці патентів - Сейет Плантефоредлінг І/С, Бройн Сид ГмбХ & Ко.КГ, Лімагрейн Юроп, Заатен-Уніон ГмбХ відповідно. Насіння виробляли згідно з укладеними договорами, предмет яких - вирощування насіння ярого ячменю певного сорту і категорії та зобов'язання продати його виключно замовникові. На виконавця також було покладено обов'язок довести насіння до кондиції, що відповідає вимогам ДСТУ 2240-93. Орієнтовна кількість товару, що буде продана замовникові, - ТОВ «Малтюрор Юкрейн», визначається з розрахункової кількості товару на 1 га площі, в розглянутому випадку це 5 т. За умови, якщо кількість товару перевищуватиме договірну величину, підприємство зобов'язане пропонувати замовникові викуп надлишкової кількості. У будь-якому випадку реалізувати надлишкову продукцію підприємство може лише з дозволу замовника. За умовами договору ціна на товар (насіння) встановлюватиметься після збирання підприємством врожаю, сторони визначають окремо «Попередню ціну товару» та «Кінцеву ціну товару». Попередня ціна товару встановлюється на рівні середньої ринкової вартості пивоварного ячменю у відповідному регіоні України. Кінцева ціна товару розраховується за формулою $C = PЯ + _\%$, де C - кінцева ціна товару, $PЯ$ - ринкова ціна пивоварного ячменю на момент фіксації кінцевої ціни товару. Кінцева ціна товару встановлюється замовником на товар, що відповідає ДСТУ 2240-93, підтвердженням чого слугує оригінал Сертифіката на насіння. Націнка залежить від категорії вирощуваного насіння: СН1, СН2 - 3-4%. Загальна кількість насіння чотирьох сортів становить 2568 т і вироблена трьома підприємствами Чернігівської області. Концентрація виробництва коливається від 431 т в ТОВ «Арго-Регіон» до 1672 т у ТОВ «Нива 2008».

Другим видом договорів, що їх укладає ТОВ «Малтюрор Юкрейн», є договори на вирощування пивоварного ячменю певного сорту. Договорами передбачені: площа вирощування, урожайність, загальна кількість то-

вару за договором; якісні характеристики: вміст білка 9,0-12,0%, енергія проростання (3 дні) > 95 %, крупність (> 2,5 мм) - > 90,0 % та ряд інших показників. Рівень урожайності за договором не може бути нижчим 4 т, зазвичай в договорах фігурує величина 4,5-5,0 т. Ціна товару, що відповідає якісним показникам, відповідно до договору розраховується за формулою $C = ЦФЯ + 15\%$, де C - ціна товару, $ЦФЯ$ - ціна фуражного ячменю (розраховується покупцем як середня ціна фуражного ячменю на умовах поставки до українського порту СРТ на Чорному морі у не менше ніж п'яти трейдерів, серед яких Нібулон, ДПЗКУ, Cargill, Coffco та ін). Незважаючи на жорсткі умови, що їх висуває замовник до якості товару (пивоварного ячменю), серед сільськогосподарських товаровиробників достатньо бажаючих укласти такі договори. Мотивацією в такому випадку є гарантований збут продукції за гарантовано вищою на 15 % ціною.

Висновки. За останні дванадцять років Державний реєстр сортів рослин, придатних для поширення в Україні, суттєво поповнився сортами зернових колосових культур іноземної селекції. Частка їх у групі озимих культур зросла: по пшениці - від 16 до 25 %, озимому житу - від 4 до 49 %, ячменю озимому - від 22 до 57 %, а її величина значною мірою залежить від площ посіву культури: чим більша площа під окремою культурою, тим активніше на ринок України виходять іноземні компанії з власними сортами. На ринку домінує товар категорії сертифіковане насіння, вирощене в сільськогосподарських підприємствах Хмельницької, Тернопільської та Житомирської областей. Бажання й можливість володільців майнових прав на сорти рослин отримати додаткові прибутки слугує головною причиною активного просування сортів іноземної селекції на ринки України. В основі організаційно-економічного механізму просування насіння сортів іноземної селекції на ринки України знаходяться глобалізаційні та ринково-інноваційні системи господарсько-економічних взаємозв'язків - розвиток кредитно-грошових, правових, а також цільових відносин між виробниками і споживачами насіння.

Список бібліографічних посилань

1. Бобонич Є. Ф., Карпич М. К., МIRON О. М. Джерела права інтелектуальної власності на сорти рослин. *Світові рослинні ресурси: стан та перспективи розвитку* : матеріали V міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 7 червня 2019 р.). Вінниця, 2019. С. 159-160.
2. Буняк Н. М., Данилко І. М. Організаційно-економічний механізм виробництва дозавового насіння зернових колосових. *Економіка АПК*. 2018. № 5. С. 23-33.
3. Кожухар Т. Глобальний та український ринок насіння: обсяги та тренди. URL : <https://agravery.com/uk/posts/show/globalnij-ta-ukrainskij-rinok-nasinna-obsagi-ta-trendi>.
4. Державний реєстр сортів рослин, придатних для поширення в Україні за 2016, 2017, 2018 роки. URL : <https://www.profihort.com/wp-content/uploads/2018/07/5b488e7b71efe.pdf>.
5. Захарчук О. В., Ткачик С. О., Завальнюк О. І. Становлення насіннєвого ринку в Україні, інноваційний шлях розвитку. *Світові рослинні ресурси: стан та перспективи розвитку* : матеріали V міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 7 червня 2019 р.). Вінниця, 2019. С. 239-241.
6. Захарчук О. В. Теоретико-методологічні та практичні основи функціонування ринку сортів рослин. Київ : Алфера, 2009. 290 с.
7. Лукінов І. І. Вибрані праці : [у 2-х кн.]. Кн. 2. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2010. 472 с.
8. Науково-методичне забезпечення формування та реалізації фінансової політики підприємства / О. Є. Гудзь, П. А. Стецюк, С. А. Навроцький, В. М. Алексійчук. *Облік і фінанси*. 2013. № 2. С. 69-86.
9. Ночвіна О. В., Мізерна Н. А., Носуля А. М. Аналіз Державного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні 2019 року. *Світові рослинні ресурси: стан та перспективи розвитку* : матеріали V міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 7 червня 2019 р.). Вінниця, 2019. С. 162-163.
10. Олійник О. Економічний механізм розширеного відтворення в сільському господарстві. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 288 с.
11. Онищенко А. М. Формирование общих экономических интересов предприятий и организаций АПК. Киев : Урожай, 1987. 62 с.
12. Пасхавер Б. Й. Прибутковість і рентабельність сільськогосподарських підприємств в інфляційному процесі. *Економіка і прогнозування*. 2016. № 3. С. 66-76.
13. Реєстр сертифікатів на насіння та/або садивний матеріал за 2018 та 2019 роки. URL : <https://agro.me.gov.ua/ua/file-storage/reestr-sertifikativ-na-nasinnya-taabo-sadivnij-material>.
14. Шпичак О. М., Боднар О. В., Шпичак О. О. Теоретико-методологічні та практичні основи ціноутворення. Київ : ЦП «Компринт», 2017. 545 с.
15. Шубравська О. В. Розвиток селекційної діяльності та ринку селекційної продукції в Україні та світі. *Економіка і прогнозування*. 2012. № 2. С. 86-98.

References

1. Bobonych, Ye.F., Karpych, M.K., Myron, O.M. (2019). Dzhherela prava intelektualnoi vlasnosti na sorty roslyn [Sources of intellectual property rights on plant varieties]. *Svitovi roslinnyi resursy: stan ta perspektyvy rozvytku: materialy V mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* (pp. 159-160). Vinnytsia [In Ukrainian].
2. Buniak, N.M., Danylko, I.M. (2018). Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizm vyrobnytstva dozavovoho nasinnia zernovykh kolosovykh [Organizational and economic mechanism of production of prebasic spire cereal seeds]. *Ekonomika APK*, 5, pp. 23-33 [In Ukrainian].
3. Kozhukhar, T. (2019). Hlobalnyi ta ukrainskyi rynok nasinnia: obsiahy ta trendy [Global and Ukrainian seed market: volumes and trends]. Retrieved from: <https://agravery.com/uk/posts/show/globalnij-ta-ukrainskij-rinok-nasinna-obsagi-ta-trendi> [In Ukrainian].
4. Derzhavnyi reiestr sortiv roslyn, prydatnykh dla poshyrennia v Ukraini za 2016, 2017, 2018 roky [State register of plant varieties suitable for distribution in Ukraine for 2017, 2017, 2018] Retrieved from: <https://www.profihort.com/wp-content/uploads/2018/07/5b488e7b71efe.pdf> [In Ukrainian].
5. Zakharchuk, O.V., Tkachyk, S.O., Zavalniuk, O.I. (2019). Stanovlennia nasinnievoho rynku v Ukraini, innovatsiinyi shliakh rozvytku [Formation of the seed market in Ukraine, an innovative way of development]. *Svitovi roslinnyi resursy: stan ta perspektyvy rozvytku: materialy V mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* (pp. 239-241). Vinnytsia [In Ukrainian].
6. Zakharchuk, O.V. (2009). Teoretyko-metodolohichni ta praktychni osnovy funktsionuvannia rynku sortiv roslyn [Theoretical, methodological and practical principles of the functioning of the market of plant varieties]. Kyiv: Alfera [In Ukrainian].
7. Lukinov, I.I. (2010). Vybrani pratsi : [u 2-kh kn.] [Selected works in two books]. Kn. 2. Kyiv: NNTs «IAE» [In Ukrainian].
8. Hudz, O.Ye., Stetsiuk, P.A., Navrotskyi, S.A., Aleksiichuk, V.M. (2013). Naukovo-metodychne zabezpechennia formuvannia ta realizatsii finansovoi polityky pidpriemstva [Scientific and methodological support of the formation and implementation of the financial policy of the enterprise]. *Oblik i finansy*, 2, pp. 69-86 [In Ukrainian].
9. Nochvina, O.V., Mizerna, N.A., Nosulia, A.M. (2019). Analiz Derzhavnoho reiestru sortiv roslyn, prydatnykh dla poshyrennia v Ukraini 2019 roku [Analysis of the State register of plant varieties suitable for distribution in Ukraine in 2019]. *Svitovi roslinnyi resursy: stan ta perspektyvy rozvytku: materialy V mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* (pp. 162-163). Vinnytsia [In Ukrainian].
10. Oliinyk, O. (2006). Ekonomichni mekhanizm rozshyrenoho vidtvorennia v silskomu hospodarstvi [The economic mechanism of expanded reproduction in agriculture]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury [In Ukrainian].
11. Onishchenko, A.M. (1987). Formirovanie obshhih jekonomicheskikh interesov predpriatij i organizacij APK [The formation of the common economic interests of enterprises and organizations of agro-industrial complex]. Kiev: Urozhaj [In Russian].
12. Paskhaver, B.Y. (2016). Prybutkovist i rentabelnist silskohospodarskykh pidpriemstv v inflatsiinomu protsesi [Profit and profitability of the agricultural enterprises in the process of inflation]. *Ekonomika i prohoznovannia*, 3, pp. 66-76 [In Ukrainian].
13. Reiestr sertyfikativ na nasinnia ta/abo sadyvnyi material za 2018 ta 2019 roky [Register of certificates for seeds and/or planting material for 2018 and 2019]. Retrieved from: <https://agro.me.gov.ua/ua/file-storage/reestr-sertifikativ-na-nasinnya-taabo-sadivnij-material> [In Ukrainian].
14. Shpychak, O.M., Bodnar, O.V., Shpychak, O.O. (2017). Teoretyko-metodolohichni ta praktychni osnovy tsinoutvorennia [Theoretical and practical principles of pricing]. Kyiv: TsP «Komprynt» [In Ukrainian].
15. Shubravskaya, O.V. (2012). Rozvytok selektsiinoi dialnosti ta rynku selektsiinoi produktsii v Ukraini ta sviti [Development of selection activities and the market of selection products in Ukraine and in the world]. *Ekonomika i prohoznovannia*, 2, pp. 86-98 [In Ukrainian].

Buniak N.M., Danylo I.M. Organizational and economic mechanism for promoting varieties of spire cereal crops of foreign selection on the Ukrainian markets

The purpose of the article is to analyze the number and share of foreign varieties of spire cereal crops in the State register of plant varieties suitable for distribution in Ukraine, to study the causes and organizational and economic mechanisms of their promotion to the seed markets in our country.

Research methods. The research methodology is based on a comprehensive approach to the study of the organizational and economic mechanism. Methods used: statistical and economic in the study of the dynamics of promotion; graphic and tabular - for visual display of the results of scientific research.

Research results. The share of varieties of foreign selection of the group of spire cereal crops in the State register of plant varieties suitable for distribution in Ukraine is determined. Based on real data on the volumes of winter rye seeds certification, the share of specific varieties and hybrids for the 2020 crop was determined. It was studied that agricultural producers who grow food or feed rye based on varieties, rather than hybrids, use their own seed for sowing, and varietal renewal or replacement is carried out once every three to five years. The main components of the organizational and economic mechanism for promoting the seeds of varieties of foreign selection on the Ukrainian markets are revealed.

Scientific novelty. The features of the promotion of seeds of foreign varieties on the Ukrainian markets are determined, which are based on the globalization and market-innovative systems of economic relations.

Practical significance. The results can be used by domestic scientific institutions to promote their own varieties both in Ukraine and abroad. Tabl.: 5. Figs.: 2. Refs.: 15.

Keywords: organizational and economic mechanism; variety, seed category; promotion; foreign selection; varietal owners

Buniak Nataliia Mykolaivna - candidate of economic sciences, senior research fellow, director of the Nosivka Selection and Research Station of the V.M. Remeslo Myronivka Institute of Wheat (Doslidne vill., Nosivka dist., Chernihiv reg.)

E-mail: buniak_nm@ukr.net

Danylo Iryna Mykolaivna - chief accountant of the Nosivka Selection and Research Station of the V.M. Remeslo Myronivka Institute of Wheat (Doslidne vill., Nosivka dist., Chernihiv reg.)

E-mail: danlim@ukr.net

Буняк Н.Н., Данилко И.Н. Организационно-экономический механизм продвижения сортов зерновых колосовых культур иностранной селекции на рынки Украины

Цель статьи - проанализировать количество и удельный вес сортов иностранной селекции зерновых колосовых культур в Государственном реестре сортов растений, пригодных для распространения в Украине, рассмотреть причины и организационно-экономические механизмы их продвижения на рынки семян в нашей стране.

Методика исследования. В основу методики исследования положен комплексный подход к изучению организационно-экономического механизма. Применялись методы: статистико-экономический - при изучении динамики продвижения; графический - для наглядного отображения результатов научного исследования.

Результаты исследования. Определен удельный вес сортов зарубежной селекции группы зерновых колосовых культур в Государственном реестре сортов растений, пригодных для распространения в Украине. На основе реальных данных об объемах сертификации семян ржи озимой определен удельный вес конкретных сортов и гибридов под урожай 2020 г. Исследовано, что сельскохозяйственные товаропроизводители, выращивающие продовольственную или фуражную рожь на основе сортов, а не гибридов, используют для посева семена собственного производства, а сортообновление или сортозамену осуществляют один раз в три-пять лет. Раскрыты основные составляющие организационно-экономического механизма продвижения семян сортов иностранной селекции на рынки Украины.

Элементы научной новизны. Определены особенности продвижения семян иностранных сортов на рынки Украины, которые базируются на глобализационной и рыночно-инновационной системах хозяйственно-экономических отношений.

Практическая значимость. Полученные результаты могут быть использованы отечественными научными учреждениями для продвижения собственных сортов как в Украине, так и за её пределами. Табл.: 5. Илл.: 2. Библиогр.: 15.

Ключевые слова: организационно-экономический механизм; сорт, категория семян; продвижение; иностранная селекция; владельцы сортов.

Буняк Наталия Николаевна - кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, директор, Носовская селекционно-опытная станция Мироновского института пшеницы им. В.Н. Ремесло НААН (Черниговская обл., Носовский р-н, с. Дослідное)

E-mail: buniak_nm@ukr.net

Данилко Ирина Николаевна - главный бухгалтер, Носовская селекционно-опытная станция Мироновского института пшеницы им. В.Н. Ремесло НААН Украины (Черниговская обл., Носовский р-н, с. Дослідное)

E-mail: danlim@ukr.net

Стаття надійшла до редакції 04.03.2020 р.

Фахове рецензування: 06.03.2020 р.

Бібліографічний опис для цитування:

Буняк Н. М., Данилко І. М. Організаційно-економічний механізм просування сортів зернових колосових культур іноземної селекції на ринки України. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 25 — 35. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003025>

Buniak, N. M. & Danylo, I. M. (2020). Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm prosuvannia sortiv zernovykh kolosovykh kultur inozemnoi seleksii na rynky Ukrainy [Organizational and economic mechanism for promoting varieties of spire cereal crops of foreign selection on the Ukrainian markets]. *Ekonomika APK*, 3, pp. 25 — 35. [In Ukrainian] <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003025>

*

С.А. СЕГЕДА, кандидат економічних наук, доцент

Статистичний аналіз споживання м'яса та м'ясопродуктів в Україні

Мета статті - проаналізувати обсяги виробництва і споживання м'яса та м'ясопродуктів на одну особу населення в Україні, виявити наявність і щільність зв'язку між попитом і пропозицією м'яса загалом та за видами, визначити варіацію результативної ознаки від факторів впливу на неї.

Методика дослідження. У процесі дослідження використано такі методи: абстрактно-логічний - для формулювання висновків; монографічний - при деталізації виробництва м'яса в Україні загалом за видами; порівняльного аналізу і рядів динаміки - для порівняння показників та виявлення тенденцій їх зміни у часі; статистичний - при аналізі попиту і пропозиції на м'ясо та м'ясопродукти; графічний - для виявлення та ілюстрації тенденцій досліджуваних економічних явищ; економіко-математичні - при визначенні щільності й прямої зв'язку між результативними і факторними ознаками, а також для визначення впливу окремих незалежних змінних на варіацію споживання м'яса та м'ясопродуктів в Україні.

Результати дослідження. Проаналізовано сучасний стан виробництва і споживання м'яса та м'ясопродуктів в Україні, визначено основні зміни у попиті і пропозиції м'яса, щільність та напрям зв'язку між споживанням і факторами, що його обумовлюють, а також виявлено причинно-наслідкові залежності між споживанням і пропозицією м'яса та м'ясопродуктів в Україні.

Елементи наукової новизни. Набули подальшого розвитку аналітичні оцінки й визначення впливу основних факторів на споживання м'яса та м'ясопродуктів в Україні.

Практична значущість. Результати дослідження будуть корисними для виробників і споживачів м'яса та м'ясопродуктів, а також зацікавлених сторін продовольчого ланцюга. Обґрунтовані висновки можуть слугувати орієнтиром для урядовців при розробці довгострокової політики розвитку галузі тваринництва в Україні. Табл.: 5. Рис.: 3. Бібліогр.: 24.

Ключові слова: споживання; виробництво; м'ясо та м'ясопродукти; яловичина; свинина; м'ясо птиці.

Сегеда Сергій Андрійович - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку та оподаткування, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (Вінницька обл., м. Вінниця, вул. Соборна, 87)

E-mail: sehedas@gmail.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-6179-564X>

Постановка проблеми. Серед важливих факторів життєдіяльності суспільства виокремлюється забезпечення його повноцінними продуктами харчування.

М'ясо являє собою один із важливих продуктів у харчуванні людини. Воно слугує головним джерелом постачання незамінних тваринних білків для організму людини. У м'ясних продуктах міститься значна кількість мінеральних речовин (залізо, калій, кальцій, магній, цинк, мідь, фосфор, селен) та важливих для здоров'я людини вітамінів групи В (ніацин, холін, рибофлавін, вітаміни В6 і В12), вітамін А, вітамін D. Відповідно розвиток людини і структурних складових її ресурсного потенціалу значною мірою визначається рівнем споживання м'яса та м'ясопродуктів відповідно до потреб організму за науково обґрунтованими нормами, раціональною видовою структурою, асортиментом.

При цьому тваринницька продукція, а також навколишнє природне середовище мають бути екологічно безпечними для здоров'я людини.

Разом із цим на рівень споживання населенням країни м'яса м'ясопродуктів чинить вплив низка культурних, соціальних і економічних факторів. Серед головних - обсяги виробництва продукції, її надлишок або дефіцит на ринку, ціни, доходи громадян, культура споживання і т.ін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З огляду на надзвичайну важливість м'яса та м'ясопродуктів у житті людини рівень функціонування такого ринку постійно залишається предметом уваги як державних органів влади, так і науковців. Серед численних досліджень варто виділити праці О.М. Варченко, І.В. Свиноуса і О.В. Липкань

[3], І.Г. Власенко, В.В. Власенка і Г.С. Лоянича [4], В.С. Дієсперова [5], М.О. Карп'як [6], Ю.В. Кернасюка [7, 8], О.В. Ляховської [10], В. Хворостяного [17], Н.І. Шиян [18], О.В. Шлапак [19]. Проблеми споживання м'яса та м'ясопродуктів знайшли своє відображення в публікаціях О.А. Козак і О.Ю. Грищенко [9], Р.П. Мудрака і Б.Б. Музики [11] та інших науковців [14, 15]. Проте залишається ряд невирішених питань: досягнення науково обґрунтованих норм споживання м'яса та м'ясопродуктів, їх залежність від обсягів виробництва й імпорту продукції, доходів громадян і ринкових цін.

Крім того, рівень споживання м'яса та м'ясопродуктів виявляє значний вплив на соціально-медичну та економічну сфери життєдіяльності людини. Так, науковці із Сербії у своєму дослідженні виявили тісний зв'язок між споживанням продуктів харчування і основними показниками смертності населення. Зокрема, було доведено наявність оберненого зв'язку між споживанням яловичини і смертністю людей від новоутворень, ішемічної хвороби серця та цукрового діабету [22].

Інша група вчених дослідила взаємозв'язок між соціально-демографічними ін-

дикаторами розвитку людини та споживанням продовольчих товарів. Було виявлено прямий зв'язок між споживанням м'яса і рівнем народжуваності, очікуваною тривалістю життя й рівнем фертильності жінок; зворотній зв'язок - з рівнем смертності населення [23, 24].

Мета статті - проаналізувати обсяги виробництва і споживання м'яса та м'ясопродуктів на одну особу населення в Україні, виявити наявність і щільність зв'язку між попитом і пропозицією м'яса загалом та за видами, визначити варіацію результативної ознаки від факторів впливу на неї.

Виклад основних результатів дослідження. Протягом 1990-2001 рр. в Україні спостерігається поступове зменшення споживання м'яса та м'ясопродуктів від 68,2 до 31,1 кг на одну особу, або на 54,40% (рис. 1). Починаючи з 2002 р. обсяги споживання їх в Україні поступово збільшуються від 32,6 кг до 56,1 кг у 2013 р. Максимально досягнутий рівень споживання м'ясопродуктів (2013 р.) був менший від показника 1990 р. на 17,74% та нижчий раціональної норми (80 кг) - на 29,88%. Із 2014 р. споживання м'яса та м'ясопродуктів знизилося до 52,8 кг на одну особу в 2018 р.

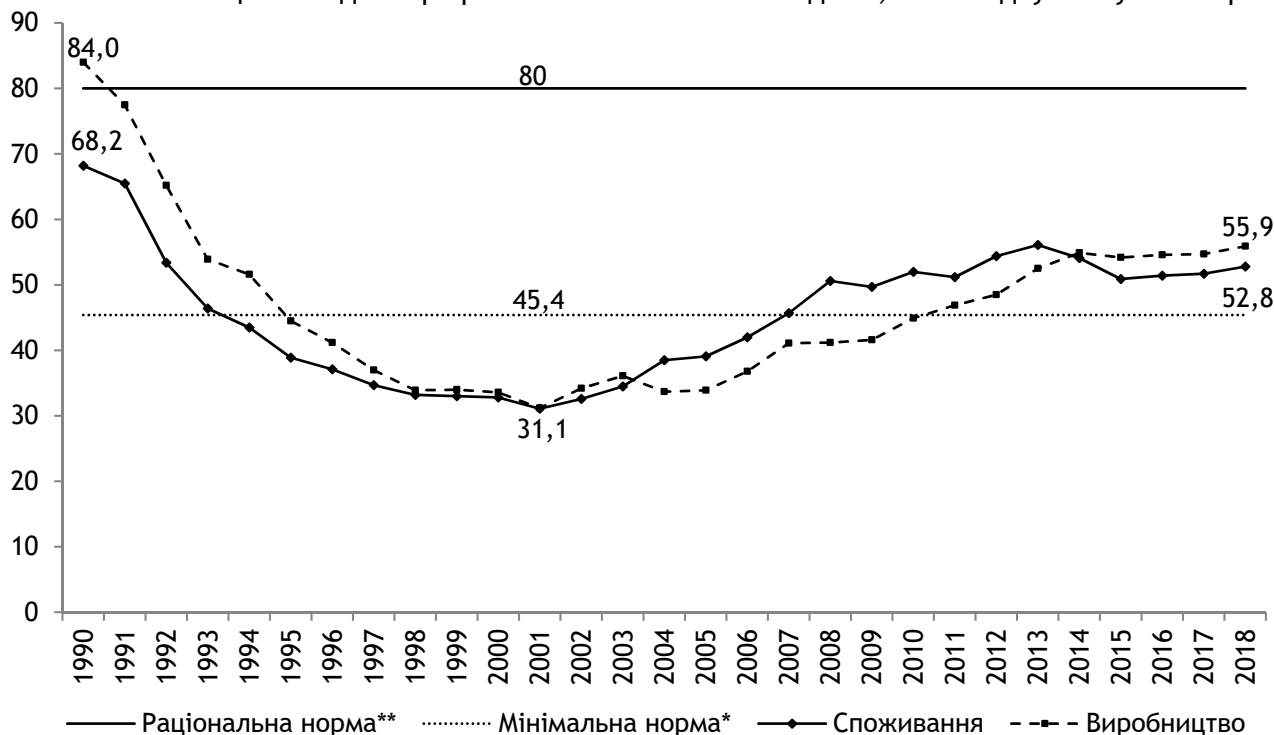


Рис. 1. Динаміка фактичних рівнів споживання і виробництва м'яса та м'ясних продуктів в Україні, кг на одну особу

* «Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення»: Постанова Кабінету Міністрів України від 11.10.2016 р. № 780 [13].

** За термінологією МОЗ України «Орієнтовний набір основних продовольчої сировини і харчових продуктів для забезпечення у середньому на душу населення на 2005-2015 роки»

Джерело: Розраховано автором за даними [1, 2].

Дослідження показали, що протягом 1990-2003 рр. обсяги споживання м'яса забезпечувалися його виробництвом усередині країни, але раціональної норми з розрахунку на одну особу не досягнуто. Починаючи від 2004 р. до 2013 р. спостерігалася зворотна тенденція - обсяги споживання м'яса та м'ясопродуктів перевищували обсяги виробництва. Дефіцит м'ясних продуктів частково подолано за рахунок імпортованої продукції. Від 2014 р. обсяги виробництва знову почали перевищувати обсяги споживання м'ясопродуктів на 5-6%, але не досягали раціональних

норм. Відповідно стверджувати, що чинником виникнення дефіциту м'яса та м'ясопродуктів в Україні може бути їхній експорт, неправильно. Разом із тим виробництво м'яса з розрахунку на особу населення не забезпечувало раціональної норми споживання.

Пропозицію м'яса на ринку формують такі основні його види - яловичина і телятина, свинина, баранина і козлятина та птиця усіх видів. Упродовж 1990-2018 рр. на ринку м'яса відбулися суттєві зміни. Особливо враливо те, що зменшилося виробництво яловичини і телятини від 38,3 до 8,5 кг на одну особу, або в 4,5 раза (рис. 2).

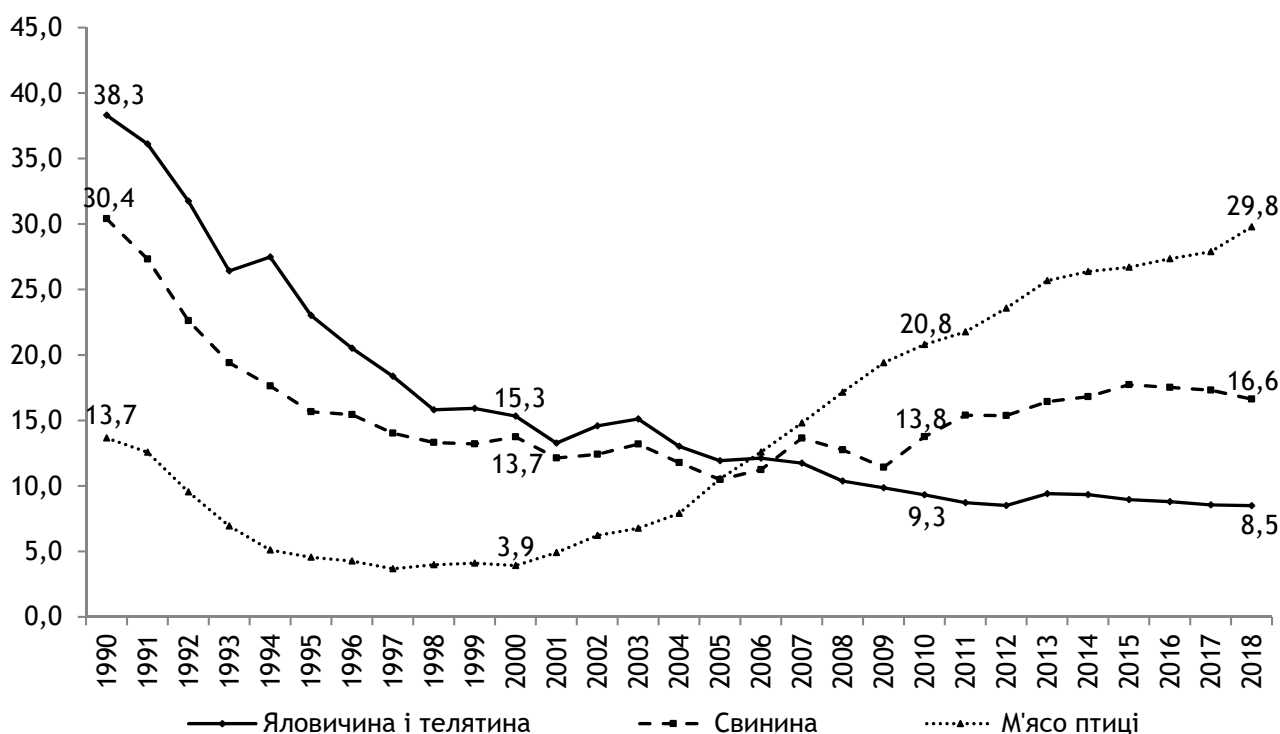


Рис. 2. Динаміка виробництва м'яса за видами в Україні, кг на одну особу

Джерело: Складено автором за даними Державної служби статистики України [1, 16].

Виробництво м'яса свинини знизилося за 1990-2005 рр. від 30,4 до 10,5 кг на особу, або в 2,9 раза. Проте протягом 2006-2018 рр. повільно збільшувалося - до 16,6 кг на особу. Виробництво м'яса птиці зменшилося за 1990-2000 рр. від 13,7 кг до 3,9 кг на особу, але в 2001-2018 рр. простежується його нарощування від 4,9 до 29,8 кг, або в 6,1 раза.

Дослідження засвідчили суттєві структурні зміни у виробництві м'яса. Якщо в 1990 р. у пропозиції м'яса частка яловичини становила 45,6%, то в 2018 р. знизилася до найменшого показника - 15,2%, або в 3 рази, частка свинини - відповідно від 36,2 до 29,7%, або на 6,5 в. п. Натомість частка м'яса птиці всіх видів протягом 1990-2018 рр. зросла від

16,3 до 53,3%, або в 3,3 раза, а інших видів м'яса (баранина, кролятина, конина) знизилася від 1,9 до 1,8%.

Зазначені зміни позначилися на попиті населення. Так, зростання споживання м'яса у період 2007-2018 рр. забезпечувалося переважно за рахунок м'яса птиці (сальдо в 2018 р. +203 тис. т) і лише частково за рахунок яловичини й телятини (сальдо в 2018 р. +41 тис. т). Обсяги виробництва свинини в країні не задовольняють наявний попит на продукцію (рис. 3), що протягом тривалого періоду частково задовольнявся за рахунок імпорту. Це свідчить про необхідність активізації розвитку галузі свиноводства в Україні.

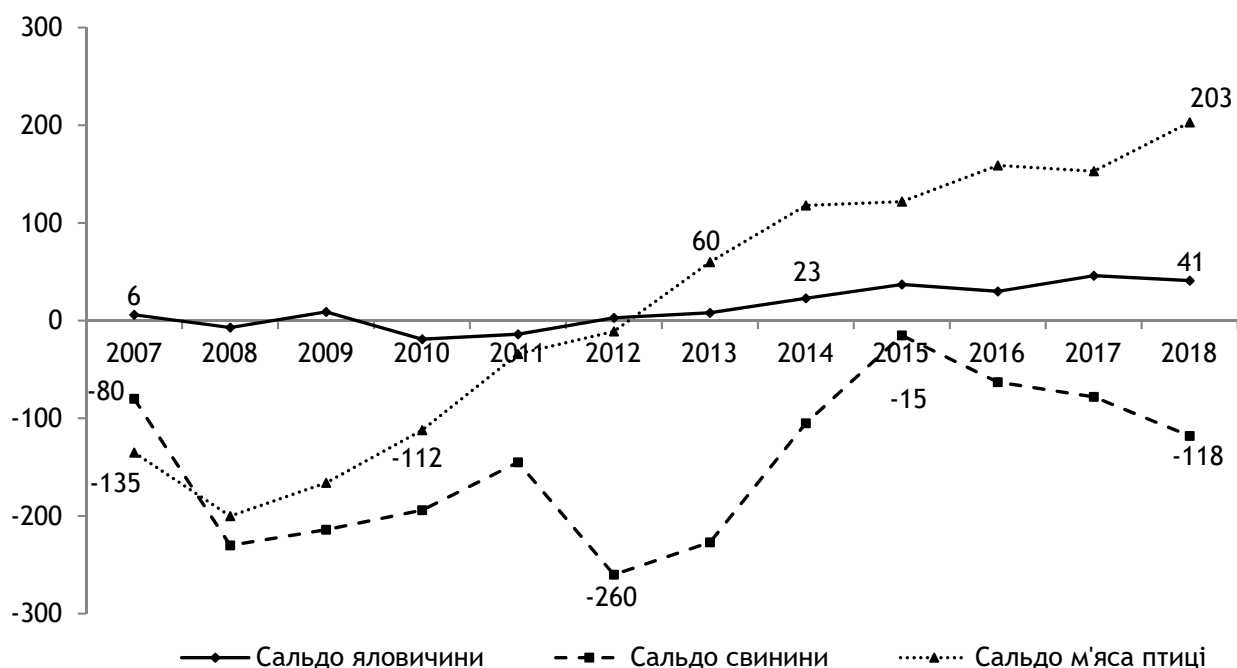


Рис. 3. Сальдо між виробництвом та споживанням окремих видів м'яса в Україні, тис. т

Джерело: Розраховано автором за даними Державної служби статистики України [16].

Наступний етап проведення дослідження - встановити наявність і тісноту зв'язку між рівнями споживання м'яса та м'ясопродуктів (загалом і за видами) та факторами, що їх зумовлюють, за допомогою методики кореляційно-регресійного аналізу [20, 21]. Відповідно споживання населенням країни м'ясної продукції буде результативною ознакою (Y).

Один із найважливіших факторів задоволення попиту людини на м'ясопродукти - це достатній рівень виробництва їх усередині країни (x_1).

Попит і пропозиція продукції залежать від рівня цін та доходів населення країни. У ринкових умовах функціонування економіки найбільшу вагу в доходах громадян країни має рівень заробітної плати. Для точності дослідження середньомісячну заробітну плату, що визначена у гривнях, було переведено в долари США (x_2), яка є наступним фактором впливу на рівень споживання м'яса та м'ясопродуктів.

Як важливий чинник забезпечення споживачів продуктами харчування, особливо м'ясом та м'ясопродуктами, слід вказати частку споживчих витрат на продовольчі товари (x_3).

У ринкових умовах темпи зростання заробітної плати можуть не відповідати темпам зростання цін на основні продукти харчу-

вання. Тому ще одним фактором впливу обрано індекс споживчих цін на м'ясо та м'ясопродукти (x_4).

Задоволення попиту людини на продукти харчування, крім внутрішнього виробництва, можливе й за рахунок імпорту відповідної продукції, особливо якщо виробництво такої продукції в Україні відсутнє. Звідси обсяги імпорту основних продуктів харчування впливатимуть на рівень їх споживання усередині країни (x_5).

Обробку даних проводили за допомогою програмного продукту Microsoft Excel. Для оцінки тісноти (сили) зв'язку в кореляційному аналізі використовували шкалу Чеддока: слабкий - від 0,1 до 0,3; помірний - від 0,3 до 0,5; помітний - від 0,5 до 0,7; високий - від 0,7 до 0,9; вельми високий (сильний) - від 0,9 до 0,99.

У результаті проведеного аналізу виявлено прямий і сильний зв'язок між рівнем споживання м'яса і м'ясопродуктів та середньомісячною заробітною платою покупців ($r=+0,9185$, $p<0,001$) (табл. 1). Коефіцієнт детермінації $r^2=0,8436$ свідчить, що варіація результативної ознаки Y (споживання м'яса і м'ясопродуктів) зумовлена варіацією факторної ознаки (x_2) на 84,36%. Це вказує на значний вплив доходів громадян країни на споживання продукції.

1. Результати кореляційного аналізу тісноти і значимості зв'язку між факторами впливу й рівнем споживання м'яса та м'ясопродуктів*

Показник	Фактор впливу				
	обсяг виробництва продукції, кг на одну особу	середньомісячна заробітна плата, дол. США	частка споживчих витрат на продовольчі товари, %	індекс споживчих цін на м'ясо, %	обсяг імпорту, кг на одну особу
	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5
Коефіцієнт кореляції Пірсона (r)	0,8792	0,9185	-0,8923	-0,3079	0,6004
Коефіцієнт детермінації (r^2)	0,7731	0,8436	0,7962	0,0948	0,3605
Критерій Фішера фактичний (F_f)	57,91	91,71	66,42	1,78	9,58
Критерій Фішера критичний (F_k)	4,45				
Критерій Стюдента фактичний (t_f)	7,61	9,58	-8,15	-1,33	3,10
Критерій Стюдента критичний (t_k)	2,11				
Рівень значимості (p)	<0,001	<0,001	<0,001	0,1997	0,0066
Тіснота зв'язку	високий	сильний	високий	помірний	помітний
Напрямок зв'язку	прямий	прямий	обернений	обернений	прямий
Висновок про фактор впливу	статистично значущий	статистично значущий	статистично значущий	статистично незначущий	статистично значущий

*Вказано за період 2000-2018 рр.

Джерело: Розраховано автором.

Дослідженнями виявлено високий і прямий зв'язок між обсягами виробництва (x_1) і споживанням м'яса та м'ясних продуктів ($r=+0,8792$, $p<0,001$), а також помітний зв'язок з обсягами імпорту (x_5) продукції ($r=+0,6004$). Останній фактор свідчить, що обсяги виробництва м'яса чи м'ясопродуктів у країні недостатні (нестабільні) або мають вищу ціну порівняно з імпортованою продукцією.

Зв'язок результативної ознаки з часткою споживчих витрат на продовольчі товари (x_3) обернений і високий ($r=-0,8923$, $p<0,001$). Відповідно, підвищення рівня життя населення країни зумовлюватиме зниження частки витрат на продовольство, що у свою чергу сприятиме збільшенню споживання м'яса та м'ясопродуктів, і навпаки.

Результати кореляційного аналізу засвідчили обернений і помірний зв'язок ($r=-0,3079$, $p=0,1997$) між споживанням продукції та індексом споживчих цін на м'ясопродукти (x_4). Тобто цей фактор не впливав суттєво на результативну ознаку і фактично статистично незначущий у подальших розрахунках.

Для дослідження форми зв'язку, вагомості впливу (тісноти зв'язку) всіх факторів (обсяги виробництва продукції, середньомісячна заробітна плата, частка споживчих витрат на продовольчі товари, індекс споживчих цін продукцію й обсяги імпорту) на рівень споживання м'яса та м'ясопродуктів, причинно-наслідкового зв'язку між залежними і незалежними змінними було використано методику множинного (багатофакторного) кореляційно-регресійного аналізу [20, с. 63-69; 21, с. 53-84]. Для об'єктивності результату застосовано колінеарну діагностику, сутність якої полягає у виключенні тих факторів, що показали значну взаємну кореляцію ($r>0,80$), а саме: парний коефіцієнт кореляції частки споживчих витрат на продовольчі товари ($r=-0,8891$), що корелював із рівнем середньомісячної заробітної плати.

У результаті розрахунків (табл. 2) одержано рівняння множинної регресії залежності споживання м'яса та м'ясопродуктів від незалежних факторів (обсяг виробництва, середньомісячна заробітна плата, обсяг імпорту):

$$Y_x = 10,9427 + 0,5790x_1 + 0,0240x_2 + 0,7355x_3.$$

2. Результати множинного кореляційно-регресійного аналізу форми, тісноти і значимості зв'язку між факторами впливу й рівнем споживання м'яса та м'ясопродуктів в Україні*

Продукт	Фактор впливу		
	обсяг виробництва продукції, кг на одну особу	середньомісячна заробітна плата, дол. США	обсяг імпорту, кг на одну особу
Рівняння множинної регресії	$Y_x = 10,9427 + 0,5790x_1 + 0,0240x_2 + 0,7355x_3$		
Коефіцієнт множинної кореляції (R)	0,9875		
Коефіцієнт множинної детермінації (R^2)	0,9751		
Критерій Фішера фактичний (F_{ϕ})	195,93		
Критерій Фішера критичний (F_k)	3,20		
Критерій Стюдента фактичний (t_{ϕ})	8,8053	3,4229	3,7371
Критерій Стюдента критичний (t_k)	2,1098		
Рівень значимості (p)	<0,001	0,004	0,002
Коефіцієнт еластичності (E)	0,5519	0,1177	0,0917
β -коефіцієнт	0,6027	0,3190	0,2535

*Вказано за період 2000-2018 рр.

Джерело: Розраховано автором.

Параметри регресії (a_1, a_2, a_3) показують, що при збільшенні обсягів виробництва м'яса та м'ясопродуктів в Україні на 1 кг/особу рівень їх споживання збільшиться в середньому на 0,58 кг; при підвищенні середньомісячної заробітної плати на 1 дол. США - на 0,02 кг; а при збільшенні обсягів імпорту на 1 кг/особу - на 0,74 кг.

Оскільки розраховані коефіцієнти (параметри) множинної регресії не можуть забезпечити чіткого й повного уявлення про істотність впливу кожного з включених до моделі факторів на результативну ознаку, було визначено коефіцієнти еластичності - $E_1=0,5519$; $E_2=0,1177$; $E_3=0,0917$. Звідси можна стверджувати, що збільшення на 1% обсягів виробництва м'яса та м'ясопродуктів призведе до збільшення їх споживання відповідно на 0,5519%, середньомісячної заробітної плати - на 0,1177%, обсягів імпорту продукції - на 0,0917%. Тобто найбільшою мірою на рівень споживання м'яса та м'ясопродуктів в Україні впливає обсяг їх виробництва всередині країни.

Коефіцієнт множинної (сукупної) кореляції трьох факторів показує, що тіснота зв'язку становить $R=0,9875$, що оцінюється як вельми висока (сильна).

Коефіцієнт множинної детермінації $R^2=0,9751$ свідчить, що 97,51% всієї варіації споживання м'яса та м'ясопродуктів зумовлені сукупною дією досліджуваних змінних -

обсягу виробництва, середньомісячної заробітної плати, обсягу імпорту продукції. Решта 2,49% зумовлені впливом на результативну ознаку інших чинників, що не враховані в моделі.

Фактичне значення критерію Фішера $F_{\phi}=195,926$ перевищує його табличний (критичний) рівень $F_k=3,29$, отже, ймовірність випадково отримати розраховане значення F -критерію не перевищує дозволений рівень значущості 5%. Таким чином підтверджується статистична значущість усього рівняння множинної регресії і показника тісноти зв'язку - множинного коефіцієнта кореляції.

Розраховані критерії Стюдента $t_1=8,8053$, $t_2=3,4229$ і $t_3=3,7371$ перевищують табличне значення ($t_k=2,1098$). Відповідно нульова гіпотеза про незначущість коефіцієнта множинної регресії відкидається, тобто він статистично значущий.

Для з'ясування вагової частки впливу кожного із факторів на мінливість результативної ознаки проведено розкладання загальної варіації споживання м'яса та м'ясопродуктів на фактори (табл. 3). Для цього визначено β -коефіцієнт (із 95% довірчим інтервалом). Так, β -нестандартизований коефіцієнт показує, наскільки результат змінюється за одним фактором, коли всі інші фактори зберігаються постійними. Отримано двостороннє значення p , що вказує на статистичну значущість при меншій ніж 0,05 похибці.

Весь статистичний аналіз виконувався за допомогою програмного продукту MS Excel.

За розрахунками, головним чинником варіації обсягу споживання м'яса та м'ясопродуктів

слугують обсяги виробництва продукції - 52,99% впливу. Другий за значимістю рівень заробітної плати - 29,30% впливу. Зміна обсягів імпорту м'яса та м'ясопродуктів забезпечує лише 15,22% впливу.

3. Розкладання загального обсягу варіації на фактори

№ з/п	Фактор	Парний коефіцієнт кореляції	β -коефіцієнт	Добуток, %
	x_i	r_{yxi}	β_i	$r_{yxi}\beta_i$
1	x_1 - обсяги виробництва	0,8792	0,6027	52,99
2	x_2 - заробітна плата	0,9185	0,3190	29,30
3	x_3 - обсяги імпорту	0,6004	0,2535	15,22
	Разом	-	-	97,51

Джерело: Розраховано автором.

Таким чином, обсяги виробництва м'яса та м'ясопродуктів справляють значний вплив на рівень їх споживання. Відповідно цей фактор потребує особливого вивчення з позиції достатності виробництва аграрно-продовольчої продукції.

Споживання м'яса та м'ясних продуктів в Україні зумовлено видовою структурою їх пропозиції. На вибір певного виду м'яса впливають доходи громадян, рівень виробництва продукції та імпорту продукції, вподобання споживачів, смакові якості продукції, релігійні чинники, сезонність виробництва і т.ін. Тому наступним кроком проведення дослідження було

виявити форму, тісноту і напрям зв'язку між результативною та факторними ознаками.

Залежну (результативну) змінну в дослідженні становить загальний рівень споживання м'яса та м'ясопродуктів в Україні (Y).

Як незалежні (факторні) ознаки обрано рівень виробництва яловичини і телятини (x_1), свинини (x_2), м'яса птиці всіх видів (x_3) та інших видів м'яса (баранина і козлятина, конина, кролятина тощо) - (x_4).

У результаті кореляційного аналізу виявлено сильний обернений зв'язок між споживанням м'яса та м'ясопродуктів та обсягами виробництва яловичини в країні ($r=-0,9471$, $p<0,001$) (табл. 4).

4. Результати парного кореляційного аналізу між споживанням м'яса та видами його виробництва в Україні*

Показник	Фактор впливу			
	яловичина і телятина, кг/особу	свинина, кг/особу	м'ясо птиці всіх видів, кг/особу	інші види м'яса, кг/особу
	x_1	x_2	x_3	x_4
Коефіцієнт кореляції Пірсона (r)	-0,9471	0,5553	0,9619	0,0980
Коефіцієнт детермінації (r^2)	0,8970	0,3084	0,9253	0,0813
Критерій Фішера фактичний (F_{ϕ})	148,09	7,58	210,65	2,39
Критерій Фішера критичний (F_k)	4,45			
Критерій Стюдента фактичний (t_{ϕ})	-12,1690	2,7535	14,5137	1,5457
Критерій Стюдента критичний (t_k)	2,1098			
Рівень значимості (p)	<0,001	0,01	<0,001	0,134
Тіснота зв'язку	сильний	помітний	сильний	слабкий
Напрямок зв'язку	обернений	прямий	прямий	прямий
Висновок про фактор впливу	статистично значущий	статистично незначущий	статистично значущий	статистично незначущий

*Вказано за період 2000-2018 рр.

Джерело: Розраховано автором.

Тобто яловичина не користується особливим попитом у споживачів. Серед основних причин можна виділити відсутність культури споживання яловичини в Україні, а також низький рівень доходів населення. Основними

споживачами продукції скотарства залишаються переробні підприємства.

Натомість результати аналізу показали прямий і сильний зв'язок між результативною ознакою та обсягами виробництва м'яса

птиці ($r=+0,9619$, $p<0,001$). Коефіцієнт детермінації $r^2=0,9253$ свідчить, що варіація споживання зумовлена варіацією виробництва м'яса птиці на 92,53%. Таким чином, подальше збільшення пропозиції м'яса птиці на ринку зумовлюватиме підвищення рівня споживання м'яса та м'ясопродуктів загалом. Фактично, м'ясо птиці через відносну фінансову доступність стало головним видом м'яса для населення країни.

Також дослідженнями виявлено помітний і прямий зв'язок між результативною ознакою та обсягами виробництва свинини ($r=+0,5554$, $p=0,01$) і слабкий зв'язок з іншими видами м'яса ($r=+0,0980$, $p=0,134$).

Для виявлення причинно-наслідкових залежностей між споживанням м'яса (результативна ознака) і обсягами його виробництва за видами (незалежними змінними) використано методику множинного (багатофакторного) кореляційно-регресійного аналізу. Після виключення статистично незначущих факторів (виробництво свинини та інших видів м'яса) і колінеарних чинників, що показали взаємну кореляцію (виробництво яловичини), у розрахунках залишилася лише одна змінна - виробництво м'яса птиці.

Результати кореляційно-регресійного аналізу виявилися такими:

1) коефіцієнт кореляції (r) - 0,9619, отже, щільність зв'язку дуже висока;

2) коефіцієнт детермінації (r^2) - 0,9253, отже, мінливість функції на 92,53% визначається мінливістю вибраних факторів;

3) критерій Фішера: $F_{\phi}=210,65$, $F_k=4,45$; $F_{\phi}>F_k$, отже, нульова гіпотеза про відсутність зв'язку між показниками відкидається - модель адекватна реальності;

4) критерій Стюдента: $t_{\phi}=14,5137$; $t_k=2,1098$; $t_{\phi}>t_k$, отже, нульова гіпотеза про незначущість коефіцієнта регресії відкидається - він статистично значущий;

5) рівняння регресії має вигляд:

$$Y=28,6055+1,1320x_1.$$

Рівняння регресії показує, що при збільшенні обсягів виробництва м'яса птиці з розрахунку на 1 кг/особу загальне споживання м'яса і м'ясопродуктів у країні збільшиться на 1,13 кг/особу.

Наступним кроком дослідження стало з'ясувати наявність і щільність зв'язку між обсягами споживання окремих видів м'яса (яловичина, свинина, м'ясо птиці всіх видів) із головними факторами впливу - обсяги виробництва та імпорту продукції, індекс споживчих цін на неї та рівень доходів громадян.

Дослідження показали дуже щільний прямий зв'язок між рівнем споживання яловичини та обсягами її виробництва в країні ($r=+0,9629$, $p<0,001$) (табл. 5).

5. Коефіцієнти кореляції Пірсона щільності та пряму зв'язку між факторами впливу і рівнем споживання основних видів м'яса населенням в Україні, (r) *

Продукт	Фактор впливу			
	обсяг виробництва продукції, кг на одну особу	середньомісячна заробітна плата, дол. США	індекс споживчих цін на м'ясо, %	обсяг імпорту м'яса, кг на одну особу
Яловичина і телятина	0,9629**	0,1881	-0,1751	0,5696
Свинина	0,4430	0,7768***	0,1227	0,5914****
М'ясо птиці усіх видів	0,6466****	0,3659	-0,0674	-0,2106

*Вказано за період 2006-2018 рр.

** $p<0,001$; *** $0,001<p<0,01$; **** $0,01<p<0,05$

Джерело: Розраховано автором.

Зв'язок між обсягами імпорту продукції та її споживанням був помітний (середній), але статистично незначущий ($r=+0,5696$, $p>0,05$). Тіснота зв'язку між доходами громадян ($r=+0,1881$) та індексом споживчих цін ($r=-0,1751$) виявилися слабкою. Таким чином, споживання яловичини залежить лише від обсягів її пропозиції на ринку. Встанов-

лена слабка тіснота зв'язку між середньомісячною заробітною платою свідчить про низьку культуру споживання яловичини населенням країни або переважання інших видів м'яса у харчуванні.

Дослідження показали сильний прямий зв'язок між споживанням свинини та доходами громадян ($r=+0,7768$, $p=0,003$) і прямий

помітний зв'язок з обсягами імпорту продукції ($r=+0,5914$, $p=0,04$). Це означає, що попит на свинину в країні обмежується низьким рівнем доходів населення країни. Як наслідок, споживачі купують імпортовану продукцію (м'ясо свиней та субпродукти), вартість якої нижча за вітчизняну. Щільність зв'язку з іншими факторами слабка та статистично незначуща.

Прямий помітний зв'язок також виявлено між обсягами виробництва та споживання м'яса птиці всіх видів ($r=+0,6466$, $p=0,02$). Це свідчить, що потребу в м'ясі та м'ясопродуктах значна частина населення задовольняє за рахунок більш доступного за ціною м'яса птиці. Зв'язок з іншими факторами (середньомісячна заробітна плата, індекс споживчих цін, обсяги імпорту продукції) слабкий та статистично незначущий.

Висновки. 1. В Україні спостерігається невідповідність рівнів споживання м'яса та м'ясопродуктів їх раціональній нормі, що зумовлено занепадом деяких галузей тваринництва та низьким рівнем доходів більшості населення країни. З 2001 р. спостерігається поступове зростання споживання м'яса та м'ясопродуктів населенням України. Проте рівня 1990 р. (68 кг на одну особу) досі не досягнуто.

2. До 2014 р. обсяги споживання м'яса та м'ясопродуктів перевищували обсяги їх виробництва. Цей факт стимулював збільшення імпорту продукції в країну, переважно свинини.

3. Протягом 1990-2018 рр. кардинальних змін зазнала структура виробництва м'яса. Частка м'яса птиці досягла 53,3%, свинини - 29,7 і яловичини - 15,2%.

4. На рівень зміни обсягу споживання м'яса та м'ясопродуктів найбільший вплив виявляють розмір середньомісячної заробітної плати, обсяги виробництва та імпорту продукції. Таким чином зростання доходів громадян є вагомим фактором збільшення споживання продукції. Також це потребує інтенсифікації розвитку галузі тваринництва.

5. Рівень споживання м'яса та м'ясопродуктів перебуває в прямому зв'язку з обсягами виробництва м'яса птиці (дуже висока тіснота) і свинини (помітна тіснота). Обернений сильний зв'язок спостерігається з обсягами виробництва яловичини.

6. Головний фактор зміни обсягу споживання яловичини населенням України - це обсяг її виробництва всередині країни. Варіація попиту на м'ясо птиці також перебуває в помітному зв'язку з обсягами її виробництва. Зміна споживання свинини зумовлюється дією таких факторів, як розмір середньомісячної заробітної плати та обсяги імпорту продукції.

Список бібліографічних посилань

1. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України за 2018 рік / за ред. О. М. Прокопенко. Київ : Держстат, 2019. 59 с.
2. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України за 2010 рік / за ред. О. М. Прокопенко. Київ : Держстат, 2011. 55 с.
3. Варченко О. М., Свиноус І. В., Липкань О. В. Особливості формування попиту на продовольство в сучасних умовах. *Актуальні проблеми економіки*. 2017. № 1 (187). С. 50-61.
4. Власенко І. Г., Власенко В. В., Лоянич Г. С. Стан виробництва і споживання м'яса в Україні. *Товари і ринки*. 2016. № 2. С. 21-31.
5. Дієсперов В. С. Скотарство як найбільш проблемна галузь тваринництва. *Економіка АПК*. 2016. № 2. С. 38-45.
6. Карп'як М. О. Ринок м'яса та м'ясопродуктів в Україні в умовах євроінтеграції: зовнішньоекономічні аспекти. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2018. Вип. 3. С. 18-21.
7. Кернасюк Ю. В. Ринок яловичини: нові перспективи. *Агробізнес сьогодні*. URL : <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichniy-hektar/item/9088-rynok-ialovychyny-novi-perspektyvy.html>.
8. Кернасюк Ю. Ринок м'яса: основні тренди. *Агробізнес сьогодні*. 2018. URL : <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichniy-hektar/item/11153-rynok-miasa-osnovni-trendy.html>.
9. Козак О. А., Грищенко О. Ю. Особливості формування попиту та пропозиції на ринку яловичини. *Економіка АПК*. 2019. № 7. С. 21-31.

References

1. Prokopenko, O.M. (Ed.) (2019). *Balansy ta spozhyvannia osnovnykh productive kharchuvannia naseleenniam Ukrainy za 2018 rik*. [Balances and consumption of the main food products by the population of Ukraine for 2018]. Kyiv: Derzhstat [In Ukrainian].
2. Prokopenko, O.M. (Ed.) (2011). *Balansy ta spozhyvannia osnovnykh productive kharchuvannia naseleenniam Ukrainy za 2010 rik*. [Balances and consumption of the main food products by the population of Ukraine for 2010]. Kyiv: Derzhstat [In Ukrainian].
3. Varchenko, O.M., Svyynous, I.V., & Lypkan, O.V. (2017). *Osoblyvosti formuvannia popytu na prodovolstvo v suchasnykh umovakh* [Features shaping demand for food in today's condition]. *Actual problems of economics*, 1, pp. 50-61 [In Ukrainian].
4. Vlasenko, I.H., Vlasenko, V.V., Loyanich, H.S. (2016). *Stan vyrobnytstva i spozhyvannia miasa v Ukraini* [Meat production and consumption in Ukraine]. *Goods and markets*, 2, pp. 21-31 [In Ukrainian].
5. Diiesperov, V.S. (2016). *Skotarstvo yak naibilsh problemna haluz tvarynnystva* [Livestock breeding as the most problematic sector of animal husbandry]. *Ekonomika APK*, 2, pp. 38-45 [In Ukrainian].
6. Karpiak, M.O. (2017). *Rynok miasa ta miasoproduktiv v Ukraini v umovakh yevrointehratsii: zovnishnoekonomichni aspekty* [Meat and Meat Market in Ukraine in the Context of European Integration: Foreign Economic Aspects]. *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine*, Vol. 3, pp. 18-21 [In Ukrainian].

10. Ляховська О. В. Основні тенденції зовнішньої торгівлі України м'ясом та м'ясними продуктами. *Агросвіт*. 2020. № 4. С. 70-75.
11. Мудрак Р. П., Музика Б. Б. Споживання м'яса та м'ясопродуктів в Україні: сучасний стан і перспективи. *Економічний часопис-XXI*. 2015. № 3-4. С.25-28.
12. Пасхавер Б. Й. Тенденції та проблеми національного продовольчого споживання. *Економіка АПК*. 2014. № 10. С. 5-13.
13. Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення : Постанова Кабінету Міністрів України від 11 жовтня 2016 року. № 780 URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/780-2016-%D0%BF>.
14. Сеґеда С. А. Аграрно-продовольче забезпечення населення України. *Економіка АПК*. 2017. № 10. С. 40-48.
15. Сеґеда С. А. Характеристика споживання продовольства в Україні та основні фактори впливу на його рівень. *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2015. № 2 (2). С. 197-201.
16. Тваринництво України 2018 : стат. зб. Київ, 2019. 166 с.
17. Хворостяний В. Ринок м'яса та м'ясопродуктів в Україні за 2017-2019 роки. URL : <https://agropolit.com/infographics/view/94>
18. Шиян Н. І. Розвиток скотарства як чинник формування соціальної ефективності. *Економіка АПК*. 2019. № 2. С. 32-41.
19. Шляпак О. В. Стратегічні напрями розвитку галузі м'ясного скотарства в Україні. *Економіка України*. 2013. № 3. С. 57-65.
20. Andren T. *Econometrics*. Tomas Andren & Ventus Publishing ApS, 2007. 141p.
21. Chatterjee S. and Hadi A.S. *Regression Analysis by Example*. John Wiley & Sons, Inc. Publication, Hoboken, New Jersey, 2006.
22. Ilic, M., Ilic, I., Stojanovic, G., et al. Association of the consumption of common food groups and beverages with mortality from cancer, ischaemic heart disease and diabetes mellitus in Serbia, 1991-2010: an ecological study. *BMJ Open* 2016;6: e008742. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2015-008742> [In English].
23. Sehed S., Datsenko G., Otkalenko O., Musil P. The agrarian food consumption in Ukraine and its association with socio-demographic indicators of human development. *Economic Annals-XXI*. 2019. № 1-2 (175). Pp. 45-52. <https://doi.org/10.21003/ea.V175-08> [In English].
24. Sehed S. Per capita food consumption trends in Ukraine. 2018. URL : <http://ageconsearch.umn.edu/record/271974> [In English].

7. Kernasiuk, Yu.V. (2017). Rynok yalovychny: novi perspektyvy [Beef market: new perspectives]. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/9088-rynok-yalovychny-novi-perspektyvy.html> [In Ukrainian].
8. Kernasiuk, Yu.V. (2018). Rynok miasa: osnovni trendy. [The meat market: the main trends]. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/11153-rynok-miasa-osnovni-trendy.html> [In Ukrainian].
9. Kozak, O.A. & Hryshchenko, O.Iu. (2019). Osoblyvosti formuvannya popytu ta propozyitsii na rynku yalovychny [Demand and supply features in the beef market]. *Ekonomika APK*, 7, pp. 21-31 [In Ukrainian]. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.201907021>
10. Liakhovska, O.V. (2020). Osnovni tendentsii zovnishnoi torhivli Ukrainy miasom ta miasnymi produktamy [Main trends in the foreign trade of Ukraine in meat and meat products]. *Agrosvit*, 4, pp. 70-75 [In Ukrainian].
11. Mudrak, R.P. & Muzyka, B.B. (2015). Spozhyvannia miasa ta miasoproduktiv v Ukraini: suchasnyi stan i perspektyvy [Consumption of meat products in Ukraine: current situation and prospects]. *Economic Annals-XXI*, 3-4, 25-28 [In Ukrainian].
12. Paskhaver, B.I. (2014). Tendentsii ta problemy natsionalnoho prodovolchoho spozhyvannia [Trends and problems of national food consumption]. *Ekonomika APK*, 10, pp. 5-13 [In Ukrainian].
13. Pro zatverdzhennia naboriv produktiv kharchuvannia, naboriv neprodovolchikh tovariv ta naboriv posluh dla osnovnykh sotsialnykh i demografichnykh hrup naselennia: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy № 780 vid 11 zhovtnia 2016 roku [On approving the sets of food and non-food items and sets of services for main social and demographic groups: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 11.10.2016, No. 780]. *Zakon Rada*. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/780-2016-%D0%BF> [In Ukrainian].
14. Sehed S.A. (2017). Ahrarno-prodovolche zabezpechennia naselennia Ukrainy [Agrarian and Food Supply of the Population of Ukraine]. *Ekonomika APK*, 10, pp. 40-48 [In Ukrainian].
15. Sehed S.A. (2015). Kharakterystyka spozhyvannia prodovolstva v Ukraini ta osnovni faktory vplyvu na yoho riven [Characteristics of food consumption in Ukraine and the main factors influencing its level]. *Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic sciences*, 2, pp.197-201 [In Ukrainian].
16. Prokopenko, O.M. (Ed.) (2019). Tvarynytstvo Ukrainy za 2018 rik. [Animal production of Ukraine for 2018]. Kyiv: Derzhstat [In Ukrainian].
17. Khvorostianyi, V. Rynok miasa ta miasoproduktiv v Ukraini za 2017-2019 roku [Meat and Meat Market in Ukraine for 2017-2019]. Retrieved from: <https://agropolit.com/infographics/view/94>.
18. Shyian, N.I. (2019). Rozvytok skotarstva yak chynnyk formuvannia sotsialnoi efektyvnosti [Development of the cattle husbandry as a factor of social efficiency formation]. *Ekonomika APK*, 2, pp. 32-41 [In Ukrainian].
19. Shlapak, O.V. Stratehichni napriamy rozvytku haluzi miasnoho skotarstva v Ukraini [Strategic directions for the development of the beef cattle industry in Ukraine]. *Ekonomika Ukrainy*, 3, pp.57-65 [In Ukrainian].
20. Andren, T. (2007). *Econometrics*. Tomas Andren & Ventus Publishing ApS Copenhagen, Denmark [In English].
21. Chatterjee, S. and Hadi A.S. (2006). *Regression Analysis by Example*. John Wiley & Sons, Inc. Publication, Hoboken, New Jersey, USA [In English].
22. Ilic, M., Ilic, I., Stojanovic, G., et al. (2016). Association of the consumption of common food groups and beverages with mortality from cancer, ischaemic heart disease and diabetes mellitus in Serbia, 1991-2010: an ecological study. *BMJ Open* 2016;6: e008742. doi:10.1136/bmjopen-2015-008742
23. Sehed S., Datsenko G., Otkalenko O., Musil P. (2019). The agrarian food consumption in Ukraine and its association with socio-demographic indicators of human development. *Economic Annals-XXI*, 1-2 (175). pp. 45-52. [In English].
24. Sehed S. (2018). Per capita food consumption trends in Ukraine. URL: <http://ageconsearch.umn.edu/record/271974> [In English].

The purpose of the article is to analyze the volume of production and consumption of meat and meat products per capita in Ukraine, to identify the presence and density of the link between the supply and demand of meat in general and by types, as well as to determine the variation of the productive feature of the factors affecting her.

Research methods. The following methods were used in the research process: abstract-logical - to formulate conclusions; monograph - detailing meat production in Ukraine in general and by type; benchmarking and series of dynamics - to compare indicators and identify trends in their changes over time; statistical - in the analysis of supply and demand for meat and meat products; graphic - to identify and illustrate the trends of the studied economic phenomena; economic and mathematical methods - in determining the density and direction of the relationship between performance and factor traits, as well as to determine the impact of individual independent variables on the variation of meat and meat consumption in Ukraine.

Research results. The current state of production and consumption of meat and meat products in Ukraine is analyzed, the main changes in the supply and demand of meat are determined, the density and direction of the connection between consumption and the factors that cause it are determined, and the cause and effect dependencies are revealed between consumption and supply of meat and meat products in Ukraine.

Scientific novelty. Analytical assessments and determinants of the impact of major factors on the consumption of meat and meat products in Ukraine have been further developed.

Practical significance. The results of the study will be useful for producers and consumers of meat and meat products, as well as stakeholders in the food chain. Reasonable conclusions can serve as a benchmark for government officials in developing a long-term livestock policy in Ukraine. Tabl.: 5. Figs.: 3. Refs.: 24.

Keywords: consumption; production; meat and meat products; beef; pork; poultry.

Seheda Serhii Andriiovych - candidate of economic sciences, associate professor (docent), associate professor (docent) of the department of accounting and taxation, Vinnytsia Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics (87, Soborna st., Vinnytsia)
E-mail: seheda@gmail.com
ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-6179-564X>

Сегеда С.А. Статистический анализ потребления мяса и мясопродуктов в Украине

Цель статьи - проанализировать объемы производства и потребления мяса и мясопродуктов на душу населения в Украине, выявить наличие и плотность связи между спросом и предложением мяса в целом и по видам, определить вариацию результативного признака от факторов влияния на нее.

Методика исследования. В процессе исследования использованы следующие методы: абстрактно-логический - для формулировки выводов; монографический - при детализации производства мяса в Украине в целом и по видам; сравнительного анализа и рядов динамики - для сравнения показателей и выявления тенденций их изменения во времени; статистический - при анализе спроса и предложения на мясо и мясопродукты; графический - для выявления и иллюстрации тенденций исследуемых экономических явлений; экономико-математические - при определении плотности и направления связи между результативными и факторными признаками, а также для определения влияния отдельных независимых переменных на вариацию потребления мяса и мясопродуктов в Украине.

Результаты исследования. Проанализировано современное состояние производства и потребления мяса и мясопродуктов в Украине, определены основные изменения в спросе и предложении мяса, плотность и направление связи между потреблением и факторами, что его обуславливают, а также выявлены причинно-следственные зависимости между потреблением и предложением мяса и мясопродуктов в Украине.

Элементы научной новизны. Получили дальнейшее развитие аналитические оценки и определения влияния основных факторов на потребление мяса и мясопродуктов в Украине.

Практическая значимость. Результаты исследования будут полезными для производителей и потребителей мяса и мясопродуктов, а также заинтересованных сторон продовольственной цепи. Обоснованные выводы могут служить ориентиром для чиновников при разработке долгосрочной политики развития отрасли животноводства в Украине. Табл. : 5. Илл. : 3. Библиогр. : 24.

Ключевые слова: потребление; производство; мясо и мясопродукты; говядина; свинина; мясо птицы.

Сегеда Сергей Андреевич - кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры учёта и налогообложения, Винницкий торгово-экономический институт Киевского национального торгово-экономического университета (Винницкая обл., г.Винница, ул. Соборная, 87)
E-mail: seheda@gmail.com
ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-6179-564X>

Стаття надійшла до редакції 17.03.2020 р.

Фахове рецензування: 20.03.2020 р.

Бібліографічний опис для цитування:

Сегеда С. А. Статистичний аналіз споживання м'яса та м'ясопродуктів в Україні. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 36 — 46. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003036>

Seheda, S.A. (2020). Statystychnyi analiz spozhyvannia m'iasa ta m'iasoproduktiv v Ukraini. [Statistical analysis of meat consumption and meat products in Ukraine]. *Ekonomika APK*, 3, pp. 36 — 46. [In Ukrainian] <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003036>

*

Г.О. ПЧЕЛЯНСЬКА, кандидат економічних наук, доцент

Поведінка споживачів на продовольчому ринку: інституційний та маркетинговий підходи

Мета статті - розкрити фактори впливу на поведінку споживачів на продовольчому ринку з використанням інституційного й маркетингового підходів та розробити напрями вдосконалення діяльності суб'єктів продовольчого ринку.

Методика дослідження. Застосовано діалектичний метод наукового пізнання процесів і явищ, монографічний (для аналізу й узагальнення теоретичних основ інституційної теорії та маркетингового підходу до поведінки споживачів); графічний (для відображення типів споживачів за рівнем опору ринку, структури виробництва харчових продуктів, індексу споживчих настроїв); індексний (для визначення індексу споживчих настроїв, поточного становища та економічного очікування); емпіричний (для визначення типів інституційних споживачів), абстрактно-логічний (для формування висновків дослідження).

Результати дослідження. У процесі вивчення поведінки споживачів на продовольчому ринку розкрито сутність інституційного і маркетингового підходів, проаналізовано розвиток продовольчого ринку та його структуру. Виявлено основні групи інституційних споживачів залежно від сфери діяльності: виробництво сільськогосподарської продукції, виробництво харчових продуктів, дистрибуція та ринки збуту.

Елементи наукової новизни. Набули подальшого розвитку теоретичні положення інституційного підходу до поведінки споживачів на продовольчому ринку, основу яких становить поняття факторів впливу інституційного і маркетингового середовища на діяльність суб'єктів. Набув подальшого розвитку інституційний підхід до визначення опору споживачів, а саме: виділено невідомі та невідомі причини відсутності споживання на ринку.

Практична значущість. Встановлено, що на поведінку споживачів впливатимуть інституційні й маркетингові чинники, такі як споживчі настрої населення, фактори формування конкурентних переваг для підприємства, діюча маркетингова концепція. Запропоновано заходи, необхідні для поліпшення інституційного середовища споживачів продовольчого ринку. Рис.: 3. Бібліогр.: 20.

Ключові слова: маркетинг; поведінка споживачів; інституційний підхід; продовольчий ринок; маркетинг партнерських відносин.

Пчелянська Галина Олегівна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та реклами, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (м. Вінниця, вул. Соборна, 87)

E-mail: pchelianska@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-9147-5631>

Постановка проблеми. Продовольчий ринок - це ключова система у формуванні національної економіки країни. Так, за даними Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільськогосподарства України, 20% зайнятого населення зосереджено у сфері аграрно-продовольчого виробництва, крім того, галузь забезпечує 39% усього національного експорту [13]. Таким чином, на ринку продовольчих товарів відбувається рух продовольства між виробниками, посередниками і споживачами, формується економічна безпека держави, в тому числі й продовольча.

Дослідження поведінки споживачів на продовольчому ринку дасть змогу визначити,

які фактори і процеси впливатимуть на кількість та якість придбаних і спожитих продуктів харчування. Поведінка споживача - одне з найскладніших соціально-економічних явищ. Вона не суто раціональна чи виключно емоційна. Передусім споживча поведінка слугує проявом моральної свідомості людини, оскільки не може бути етично нейтральною стосовно самого споживача та інших суб'єктів господарювання [2].

Для визначення поведінки споживачів на продовольчому ринку слід скористатися інституційним і маркетинговим підходами. Ринок продовольчих товарів згідно з інституційним підходом розглядається як сукупність комерційних та некомерційних інститутів, що

формують інституційне середовище діяльності суб'єктів ринку продовольчих товарів (держави, інфраструктури, суб'єктів попиту і пропозиції, кінцевих споживачів та інших зацікавлених учасників). Маркетинговий підхід до визначення поведінки споживачів спрямований на дослідження внутрішніх і зовнішніх чинників, що впливають на маркетингову поведінку людини - споживача продовольчих товарів. Актуальність дослідження зумовлюється прагненням автора детермінувати вплив різних процесів і явищ та інституційного середовища на купівельну поведінку споживачів на ринку продовольчих товарів, оскільки результатом такої поведінки стають стан і перспективи формування добробуту, фізичного та інтелектуального здоров'я, трудовий потенціал населення країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження інституційного підходу до визначення аграрного та продовольчого ринку відображені у багатьох працях українських і зарубіжних науковців, зокрема Ю.М. Лопатинського, В.І. Кифяка [5]; Ю.О. Лупенка [6]; М.Й. Маліка [8]; В.А. Мамчура [9]; О.О. Прутської, О.М. Супруна [15]; В.В. Россохи [11]; О.Г. Шпикуляка [8, 15]; Chaney D., Slimane K.B. [16] та інших. Маркетингові аспекти поведінки споживачів на різних типах ринків вивчали О.В. Євтушевська [2]; О.В. Корнієцький [4]; Т.В. Мазана, В.П. Ткаченко [7]; В.В. Стадник [12]; А.М. Танасійчук [20]; Katherine N. Lemon, Peter C. Verhoef [18] та ін. Науковий розгляд особливостей поведінки споживачів потребує більшої уваги до інституційних та маркетингових аспектів, що визначатимуть перспективи розвитку продовольчого ринку.

Мета статті - розкрити фактори впливу на поведінку споживачів на продовольчому ринку з використанням інституційного й маркетингового підходів та розробити напрями вдосконалення діяльності суб'єктів продовольчого ринку.

Методологія дослідження. Діалектичний метод наукового пізнання процесів і явищ; монографічний (для аналізу та узагальнення теоретичних основ інституційної теорії та маркетингового підходу до поведінки споживачів); графічний (для відображення типів споживачів за рівнем опору ринку, структури виробництва харчових продуктів, індексу споживчих настроїв); індексний (для визначення індексу споживчих настроїв, поточного становища та економічного очікування);

емпіричний (для визначення типів інституційних споживачів); абстрактно-логічний метод (для формування висновків дослідження).

Виклад основних результатів дослідження. Посилення науково-технічного прогресу, інтенсивності конкуренції, світових інтеграційних та глобалізаційних процесів, розвиток Інтернет-технології формують перед суб'єктами продовольчого ринку нові виклики, пов'язані з інтенсифікацією виробничої, комерційної, інноваційної діяльності. Для подолання реальних і потенційних загроз підприємствам життєво необхідно застосовувати маркетинговий підхід до управління господарською діяльністю. Сутність згаданого підходу полягає в тому, що стратегія підприємства розробляється на основі маркетингових досліджень ринку, потреб і купівельної поведінки споживачів, аналізу конкурентів. Маркетинговий підхід до управління передбачає організацію діяльності підприємства таким чином, щоб у кінцевому результаті пропонувати такі товари і послуги, які б найповніше задовольняли потреби і побажання споживачів на потенційних та реальних ринках збуту. Для успішної діяльності суб'єкта господарювання потрібно не лише пропонувати потрібний на ринку продукт, а й створювати конкурентні переваги, зміцнювати власні позиції на ринку. Тому особливої уваги менеджменту потребує налагодження партнерських відносин зі споживачами, кінцевими й індустріальними, посередниками, постачальниками, оскільки ефективна взаємодія із зазначеними суб'єктами впливає на формування конкурентних переваг. Таким чином, продовольчий ринок необхідно розглядати як сукупність різних організацій-споживачів, які вступають одна з одною у взаємодію для досягнення власних комерційних інтересів. Отже, можна стверджувати, що саме раціональна й обґрунтована поведінка споживачів, та особливо організацій - споживачів, і визначатиме успіх господарської діяльності.

Теорія маркетингу розділяє споживачів на два типи: кінцевих та індустріальних, або інституційних. Кінцевий споживач купує товари для власного некомерційного споживання. Об'єктом проведення дослідження стала поведінка інституційного споживача як суб'єкта ринку продовольчих товарів. Організації-споживачі, або інституційні споживачі,

вачі, на продовольчому ринку купують продукцію та послуги з метою використання у виробництві чи для подальшого перепродажу. Такими суб'єктами можуть бути не лише покупці продовольства, але і його виробники, тобто аграрні підприємства, що купують ресурси (насіння, корми, пально-мастильні матеріали, засоби захисту рослин і добрива та інші товари чи послуги), є суб'єктами здійснення купівельної поведінки.

Отже споживачі на продовольчому ринку постійно взаємодіють, відбувається кругообіг ресурсів, посилюються або послаблюються комерційні зв'язки між суб'єктами ринку.

Споживачів на продовольчому ринку можна розділити на групи залежно від сфери діяльності: виробництво сільськогосподарської продукції, виробництво харчових продуктів, дистрибуція та ринки збуту (рис. 1).

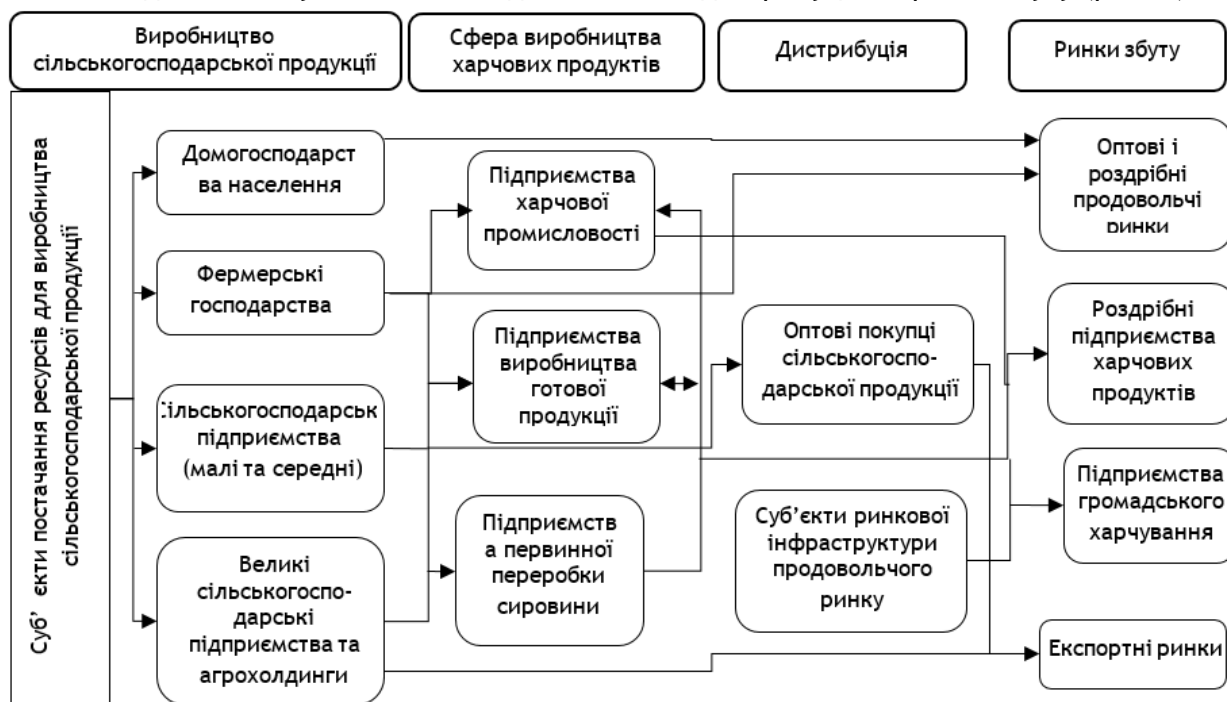


Рис. 1. Інституційні (промислові) споживачі продовольчого ринку за сферами діяльності

Джерело: Сформовано автором за результатами дослідження.

Суб'єкти, що забезпечують виробництво первинної сільськогосподарської продукції, виступають споживачами ресурсів для здійснення своєї діяльності (насіння, засоби захисту рослин, добрива, корми, стимулятори росту, харчові добавки, молодняк худоби та птиці, ветеринарні препарати, технології, сільськогосподарське устаткування та техніка, пально-мастильні матеріали тощо). Результатом діяльності виробників стає сільськогосподарська продукція, яка потребує подальшої підготовки до продажу або переробки (сушіння, очищення, зберігання) залежно від каналів реалізації. До суб'єктів, що належать до сфери виробництва харчових продуктів, можна віднести підприємства первинної обробки сільськогосподарської сировини (елеватори, млини, заморожування, подрібнення), підприємства харчової промисловості і підприємства з виробництва готової продук-

ції (хлібозаводи, м'ясокомбінати, кондитерські фабрики, плодоовочеві комбінати та ін.). Наступна група інституційних споживачів забезпечує дистрибуцію продовольчих товарів на різних каналах: оптових і роздрібних продовольчих ринках, підприємствах торгівлі та громадського харчування і на експорт.

Для визначення впливу середовища взаємодії зазначених учасників на їхню поведінку доцільно скористатися інституційним підходом, оскільки аграрно-продовольча галузь перебуває в процесі інституційних перетворень. Під інституційними перетвореннями в аграрному секторі економіки М.Й. Малік та О.Г. Шпикуляк розуміють спосіб усунення суперечностей між вимогами ринку та логікою поведінки суб'єктів господарювання, що полягає у здійсненні організаційно-господарських, фінансово-економічних, правових і технічних заходів, спрямованих на реорганіза-

цію підприємств, зміну форм власності, управління, організаційно-правової форми, що сприятиме фінансовому оздоровленню економіки, збільшенню обсягів випуску конкурентоспроможної продукції, підвищенню ефективності виробництва [8]. Кожному із сегментів національного ринку також притаманні свої інституційні особливості, які визначаються специфікою інститутів-суб'єктів (органи державного управління, галузеві органи, органи галузевої інфраструктури) та інститутів-правил (кодекси, закони, постанови, розпорядження тощо). Водночас базисні економічні інститути (власність, влада, управління, конкуренція, праця) також мають певну специфіку прояву на окремих ринках [15]. Інституції розташовують у певному порядку стимули в людському обміні, зокрема політичні, суспільні, економічні, зменшуючи цим економічну невизначеність за допомогою структуризації щоденного життя, а також передбачають систему механізмів, що забезпечують їх виконання, зменшують невизначеність, створюючи певний напрям (путівник) для щоденного розвитку. Встановлено, що інститути та інституції формують передумови та створюють механізми регулювання соціально-економічних процесів ринкової поведінки, доходів, витрат, цін тощо [9].

Таким чином, інституційний механізм продовольчого ринку дасть змогу визначити закономірності й логіку поведінки споживачів відповідно до фінансових, правових, організаційних, інфраструктурних, галузевих та інших особливостей ринку. Дослідники Ю.М. Лопатинський і В.І. Кифяк стверджують, що функціонування інституційного механізму призводить до інституціоналізації середовища через інституційні зміни. Якщо вакуум інституцій ринкової економіки заповнювався стихійно виникаючими інституціями саморегулювання (спонтанними), то можуть формуватися неефективні стійкі інституції. За приклад таких інституцій слугує корупція, бюрократизм, тіньова економіка, інші явища - загрози національній економіці. Це бар'єри інституційного середовища, які формують неефективні умови розвитку національної економіки [5]. Крім зазначених інституційних бар'єрів В.В. Россоха та О.М. Шарапа розглядають формування інституційних пасток аграрного ринку, спричинених негативним впливом інституцій, зокрема: підвищення закупівельної ціни на сировину, що спричиняє зростання ціни на продукцію споживання,

тоді як подальше зниження ціни на сільськогосподарську сировину не повертає ціни на кінцеві продукти у своє попереднє положення, що забезпечує формування додаткової маржі в роздрібній торгівлі при неврахованні інтересів сільськогосподарських товаровиробників; неузгодженості взаємовідносин у продовольчих ланцюгах «виробництво (збут) - переробка (заготівля) - торгівля» та ін. [11]. Таким чином, інституційний підхід до визначення поведінки організації-споживача передбачає, що вона перебуває під впливом інституційних змін організаційно-правових форм, власності, конкуренції, техніко-технологічних умов, ринкових факторів.

Інституційний підхід до визначення опору споживачів удосконалили D. Chaney та K. B. Slimane (2019). Дослідники виділили дві основні причини відсутності споживання на ринку: ненавмисні (споживачі хочуть купувати, але не можуть) та навмисні (споживачі бажають купувати, але не бажають). Також визначено, що споживачі або чинять опір домінуванню на ринку, або ж ні. Відповідно до зазначених параметрів було окреслено чотири групи споживачів («Бунтарі», «Відстаючі», «Ентузіасти», «Пасивні»). «Бунтарі» можуть купувати продукцію, але не бажають, вони протистоять цілому чи частині ринку, тоді як «ентузіасти» бажають споживати, але тримаються поза ринком. Ці дві категорії стійких споживачів розглядаються як інституційні підприємці, оскільки вони впливають на інституційне середовище. «Бунтарі» - це суб'єкти, що змінюють правила гри, їхній опір має на меті порушити ринкові та споживчі практики, тоді як «ентузіасти» - юристи, їхній опір спрямований на розширення можливостей тих, хто залишився позаду [16]. Спротив споживачів має інституційні передумови і стає стимулом для інституційних змін. Спираючись на це припущення, дослідники зображують споживачів, що чинять опір, як інституційних підприємців, які можуть формувати інститути. Таким чином, вплив інституційних споживачів (учасників ринку) на розвиток продовольчого ринку буде не менш важливим, ніж вплив інституційного середовища (чи макросередовища) [20].

Інші дослідники об'єднують інституційних (промислових) покупців у дві основні категорії: перша - «втрачені назавжди» або ж «вірні» і друга - «завжди готові до змін». Так звана категорія споживачів «втрачених назавжди» передбачає, що клієнт або повністю

відданий постачальнику, або повністю втрачений, і є постійним покупцем іншого постачальника. Друга група споживачів - «завжди готові до змін», легко переходить від одного постачальника до іншого, керуючись низьким рівнем витрат [19]. Таким чином, для такої категорії покупців вирішальним фактором вибору постачальника будуть низькі ціни та низький рівень витрат, що пов'язаний з переходом до іншого продавця.

Отже, погоджуємося з Т.В. Мазаною і В.П. Ткаченком, що мотиваційна сфера покупця дуже різноманітна, оскільки формується під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників навколишнього середовища, які істотно впливають на вибір споживача, активізуючи його поведінку на ринку або, навпаки, ускладнюючи вибір [7]. Тому для повноти проведення дослідження об'єктивно необхідним, окрім інституційного підходу до визначення поведінки споживачів, вбачається розгляд і маркетингового підходу до цього питання. Адже одним із ключових елементів розуміння та управління досвідом споживача слід вказати можливість розуміти й контролювати реакцію споживачів на пропозиції фірми, визначати, яке їхнє ставлення та сприйняття. Розвиток маркетингових концепцій від концепції вдосконалення виробництва до концепції маркетингу партнерських відносин передбачав формування систем і принципів до визначення позиції та стратегії фірми на ринку, розуміння потреб і поведінки споживачів.

Маркетинг взаємовідносин як новітня концепція маркетингу більш властива для інституційних споживачів на ринку B2B (тобто «Бізнес-для-бізнесу»). За визначенням Katherine N. Lemon і Peter C. Verhoef (2016), базовими елементами такої концепції стали довіра, витрати переключення або переходу до інших постачальників, лояльність у взаємовідносинах та якість цих взаємовідносин. Зокрема, в контексті B2B теорія трансакційних витрат розглядається як передумова виникнення якісних і тривалих ділових стосунків за рахунок можливості здійснення спеціальних інвестицій у розвиток маркетингу взаємовідносин [18]. Таким чином, поведінка інституційних споживачів виступає важливим елементом сучасної концепції маркетингу партнерських відносин і потребує детального вивчення. Крім того, вважаємо, що поведінку споживачів на продовольчому ринку необхідно розглядати комплексно, поєднуючи як інституційний, так і маркетинговий підхід.

Функціонування механізму маркетингу регламентується державним законодавством, правилами, нормами і заборонами, відпрацьованими протягом багатьох десятиліть і які діють у суспільстві під наглядом урядових, громадських та судових органів [4]. Отже, маркетинговий підхід до управління поведінкою споживачів на продовольчому ринку, як і інституційний, передбачає розгляд різноманітних за об'єктом і суб'єктом впливу факторів. Умовно їх можна розподілити на дві групи залежно від того, на яку складову конкурентоспроможності підприємства вони впливають найбільшою мірою на [12]:

- здатність створювати споживчу цінність для цільових груп клієнтів, яка формуватиме основу вибору бізнес-стратегії (науково-технічні й технологічні, соціокультурні, демографічні і природно-екологічні чинники);

- здатність підтримувати економічну безпеку підприємства під час партнерської взаємодії у створеній бізнес-мережі в процесі реалізації бізнес-стратегії (економічні, у тому числі інституційне забезпечення економічних процесів, та політичні як локального, так і глобального характеру) [12].

Окрім того, поведінка покупця змінюється залежно від новизни проблеми, кількості інформації, необхідної для прийняття рішення, та наявних варіантів задоволення конкретної потреби [17]. Таким чином, інституційні споживачі продовольчого ринку функціонують у середовищі, що сформоване під впливом різноманітних факторів.

Взаємодія покупців продовольчого ринку перебуває під впливом попиту, пропозиції, інституційного середовища [3]. Розвиток продовольчого ринку та поведінку споживачів на ньому визначатиме розмір пропозиції продовольчих товарів. За даними Державної служби статистики України, за підсумком 2019 р. реалізація харчових продуктів становила 443022,2 млн грн, а виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів зросло лише на 0,2% порівняно з 2018 р. При цьому в останні місяці року обсяги виробництва скорочувалися в річному вимірі, зокрема, у грудні - на 2,4%. У структурі виробництва продовольчої продукції переважають інші продукти (цукор, рибні продукти й інші товари) - 30%, олія та тваринні жири - 25,2%, м'ясо та м'ясопродукти - 14,5% (рис. 2).

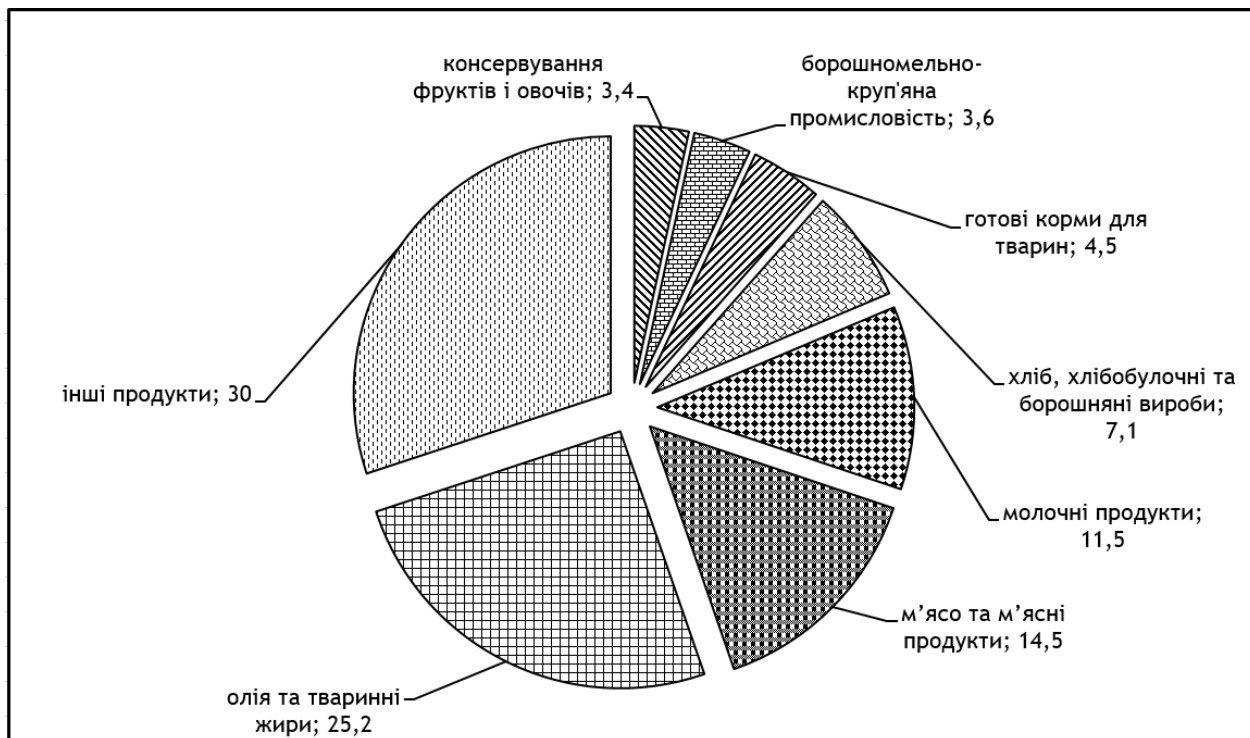


Рис. 2. Структура виробництва харчових продуктів в Україні у 2019 р., %

Джерело: Побудовано за даними Державної служби статистики України [1].

Важливу групу інституційних споживачів на продовольчому ринку становлять мережі магазинів продовольчих товарів (рітейл). За даними аналітиків, станом на кінець 2019 р. лідером за кількістю магазинів в українському продуктовому рітейлі залишалася мережа АТБ-маркет, що об'єднувала 1078 магазинів. У трійці лідерів також групи Fozzy (Сільпо, Фора, Le Silpo, Thrash!, Fozzy C&C, Favore) і Volwest (Наш Край, Spar), які на кінець 2019 р. налічували 561 і 277 магазинів відповідно. За інформацією GT Partners Ukraine, в 2019 р. виявлено, що продуктові мережі в Україні сумарно відкрили 697 магазинів. Від початку моніторингу компанією продуктового ринку в 2009 р. продовольчі оператори вперше відкрили за рік понад 600 нових торгових точок. Для порівняння, у 2018 р. в Україні було відкрито 505 магазинів, у 2017-му - 511 [14].

Таким чином, стрімкий розвиток продовольчого рітейлу являє собою похідне від зростання попиту на споживчому ринку. Погоджуємося з Ю.О. Лупенком, що внутрішній ринок агропродовольчої продукції України характеризується низькою ємністю та високим ступенем чутливості до зміни роздрібних цін на продукти харчування, а через високу

частку витрат на харчування у сімейному бюджеті домогосподарств зниження реальних доходів населення може спричинити соціальні збурення. Ситуація ускладнюється тим, що ефективність проходження сільськогосподарської продукції від виробників до споживачів знижує недосконалість міжгалузевих зв'язків. Зокрема, якщо зростання цін у первинній ланці призведе до підвищення їх на продовольство, то зворотний зв'язок відсутній – здешевлення сировини не веде до зниження цін на продовольчі товари [6]. Отже, кон'юнктуру продовольчого ринку визначатимуть не тільки інституційні споживачі, які забезпечують як пропозицію, так і попит, а й кінцеві споживачі - вагомий попитотворюючий елемент. Вплив кінцевих споживачів на діяльність інституційних буде визначатися розміром платоспроможного попиту, появою нових незадоволених потреб, споживчими настроями.

Дослідження Info Sapiens «Споживчі настрої в Україні» за фінансової підтримки Dragon Capital свідчать, що динаміка індексу споживчих настроїв має тенденцію до зростання (за винятком останніх пів року) (рис. 3).



Рис. 3. Динаміка індексу споживчих настроїв

Джерело: [10].

Для визначення індексу споживчих настроїв респондентам ставлять такі запитання: 1. Як змінилося матеріальне становище вашої сім'ї за останні шість місяців? 2. Як, на вашу думку, зміниться матеріальне становище вашої сім'ї впродовж наступних шести місяців? 3. Говорячи про економічну ситуацію в країні загалом, ви вважаєте, що наступні дванадцять місяців будуть для економіки країни сприятливим чи несприятливим часом? 4. Як ви охарактеризували б наступні п'ять років - як сприятливий чи несприятливий час для економіки країни? 5. Як ви гадаєте, тепер загалом сприятливий чи несприятливий час робити великі покупки для дому? [20]. Отже, такі споживчі настрої, як очікування майбутніх доходів, сприйняття розвитку економіки виявлятимуть суттєвий вплив на продовольчий ринок загалом та становище інституційних споживачів зокрема.

Висновки. Формування поведінки споживачів на продовольчому ринку буде зумовлюватися як видом споживача (це кінцевий споживач чи інституційний), так і впливом інституційного середовища як сукупності фінансових, правових, організаційних, інфраструктурних, галузевих та інших особливостей ринку. Аналіз споживачів на продовольчому ринку показав, що на їхню поведінку впливатимуть маркетингові чинники, такі як споживчі

настрої населення, фактори формування конкурентних переваг для підприємства, діюча маркетингова концепція. Здійснення закупівлі інституційним споживачем має стратегічний вплив на результати всієї діяльності підприємства, оскільки можуть виникати ризики, пов'язані зі значними фінансовими витратами на придбання оптової партії товару чи отримання продукції неналежної якості.

Таким чином, для вдосконалення діяльності суб'єктів продовольчого ринку необхідне поліпшення інституційного середовища, а саме:

- розвиток агропродовольчих хабів для харчових продуктів як окремого напрямку бізнесу;
- розвиток науково-технічної бази для навчання та підвищення кваліфікації підприємців - суб'єктів продовольчого ринку, з метою підвищення професійної майстерності з маркетингу, фінансової грамотності, логістики;
- створення асоціацій малих і середніх виробників сільськогосподарської продукції та харчових продуктів для налагодження маркетингу взаємовідносин;
- удосконалення законодавчої бази у сфері стандартизації та сертифікації агропродовольчої продукції, в тому числі органічної.
- створення умов для розвитку і створення логістичних центрів із сучасним обладнанням для зберігання агропродовольчої продукції.

Список бібліографічних посилань

1. Виробництво промислової продукції за видами. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/pr/ovp/ovp_u/arh_ovp_u.html (дата звернення: 19.01.2020).
2. Євтушевська О. В. Внутрішні чинники поведінки споживачів на ринку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 3. С. 42-45. URL : http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2017/9.pdf (дата звернення: 21.12.2019).
3. Калетнік Г. М., Шпикуняк О. Г., Пчелянська Г. О. Інститути інфраструктури та ціноутворення у розвитку аграрного ринку: регіональний аспект : монографія. Вінниця : ТОВ «Фірма «Планер», 2012. 324 с.
4. Корнієцький О. В. Оцінка структурних перетворень комплексу продовольчого маркетингу. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2017. № 3. С. 52-57.
5. Лопатинський Ю. М., Кишак В. І. Розвиток аграрного сектора національної економіки на інституційних засадах : монографія. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2014. 248 с.
6. Лупенко Ю. О. Розвиток аграрного сектору економіки України: прогнози та перспективи. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія: Економіка*. 2015. Вип. 2(2). С. 30-34. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2015_2\(2\)_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2015_2(2)_7) (дата звернення: 13.01.2020).
7. Мазана Т. В., Ткаченко В. П. Ринкова поведінка споживача та її вплив на результативність функціонування підприємства. *Агросвіт*. 2017. № 7. С. 38-41. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2017_7_7 (дата звернення: 05.02.2020).
8. Малік М. Й., Шпикуняк О. Г. Інституціоналізація аграрного підприємництва: трансформація та ефективність. *Економіка АПК*. 2010. № 7. С. 132-139.
9. Мамчур В. А. Аграрний ринок як інститут розвитку аграрного бізнесу *Ефективна економіка*. 2013. № 9. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2342> (дата звернення: 24.01.2020).
10. Прес-реліз Індекс споживчих настроїв у січні 2020 року зменшився на 3,1 п. і становить 89,0 URL : https://sapiens.com.ua/publications/socpol-research/109/CCI_Jan20_PR_UKR.pdf (дата звернення: 27.02.2020).
11. Россоха В. В., Шарапа О. М. Інституційне забезпечення управління господарською діяльністю аграрних підприємств. *Економіка АПК*. 2016. № 10. С. 73-82.
12. Стадник В. В., Головчук Ю. О. Маркетингові підходи до аналізу чинників макросередовища в контексті економічної безпеки бізнес-стратегій підприємств туристичної індустрії. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 5. С. 224-232. URL : <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/8502/1/24.pdf> (дата звернення: 30.12.2019).
13. Стан агропромислового комплексу у січні-листопаді 2019. URL : https://agro.me.gov.ua/storage/app/sites/1/stanAPK_pdf_zvity/%20APK%2011%20mic.%202019%20roku.pdf (дата звернення: 12.01.2020).
14. Top-10 продуктових ритейлерів України за кількістю магазинів. URL : <https://rau.ua/novyni/top-10-produktovyh-ritejleriv/> (дата звернення: 21.01.2020).
15. Шпикуняк О. Г., Прутська О. О., Супрун О. М. Засади формування інституційної безпеки аграрних підприємств в умовах трансформацій. *Modern Economics*. 2017. № 4. С. 130-141. URL : <http://modecon.mnau.edu.ua/issue/4-2017/UKR/shpykuliak.pdf> (дата звернення: 25.01.2020).
16. Chaney D., Slimane K. B. Rethinking consumer resistance through institutional entrepreneurship. *International Journal of Market Research*. 2019. Vol. № 61(5). P. 468-477. <https://doi.org/10.1177/1470785319864234>.
17. Jaakkola E. Purchase decision-making within professional consumer services. Organizational or consumer buying behaviour? *Marketing Theory*. 2007. № 7. P. 93-108. URL : https://www.researchgate.net/profile/Elina_Jaakkola/publication/247757012_Purchase_decision-making_within_professional_consumer_services_Organizational_or_consumer_buying_behaviour/links/564c464a08ae3374e5de5437.pdf (дата звернення: 04.01.2020).

References

1. Vyrobnystvo promyslovoi produktsii za vydamy [Production of industrial products by types]. Retrieved from: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/pr/ovp/ovp_u/arh_ovp_u.html [In Ukrainian]
2. Yevtushevska, O.V. (2017). Vnutrishni chynnyky povedinky spozhyvachiv na rynku [Internal factors of consumer behavior in the market]. *Investysii: praktyka ta dosvid*, 3, pp. 42-45. Retrieved from: http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2017/9.pdf [In Ukrainian].
3. Kaletnik, G.M., Shpykuliak, O.H., Pchelianska, G.O. (2012). Instytuty infrastruktury ta tsinoutvorennia u rozvytku ahrarnoho rynku: rehionalnyi aspekt: monohrafiia [Institutes of infrastructure and pricing in the development of the agrarian market: regional aspect: monograph]. Vinnytsia: Planer Firm LLC [In Ukrainian].
4. Kornietskyi, O.V. (2017). Otsinka strukturnykh peretvoren kompleksu prodovolchoho marketynhu [Assessment of structural transformations of the food marketing complex]. *Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky*, 3, pp. 52-57 [In Ukrainian].
5. Lopatynskyi, Yu.M., Kyfiak, V.I. (2014) Rozvytok ahrarnoho sektora natsionalnoi ekonomiky na instytutsiinykh zasadakh : monohrafiia [Development of the agricultural sector of the national economy on an institutional basis]. Chernivtsi: Chernivetskyi nats. un-t. [In Ukrainian].
6. Lupenko, Yu.O. (2015). Rozvytok ahrarnoho sektoru ekonomiky Ukrainy: prohnozy ta perspektyvy [Development of the agrarian sector of the Ukrainian economy: forecasts and prospects]. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu. Ser. : Ekonomika*, 2(2), pp. 30-34. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2015_2\(2\)_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2015_2(2)_7). [In Ukrainian].
7. Mazana, T.V., Tkachenko, V.P. (2017). Rynkova povedinka spozhyvacha ta yii vplyv na rezul'tatyvnyist funktsionuvannia pidpriemstva [Market behavior of the consumer and its impact on the performance of the enterprise]. *Ahrosvit*, 7, pp. 38-41. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2017_7_7 [In Ukrainian].
8. Malik, M.Y., Shpykuliak, O.H. (2010). Instytutsionalizatsiia ahrarnoho pidpriemnytstva: transformatsiia ta efektyvnist [Institutionalization of agrarian entrepreneurship: transformation and efficiency]. *Ekonomika APK*, 7, pp. 132-139 [In Ukrainian].
9. Mamchur, V.A. (2013) Ahrarnyi rynek yak instytut rozvytku ahrarnoho biznesu [Agrarian market as an institute for development of agrarian business]. *Efektivna ekonomika*, 9. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2342> [In Ukrainian].
10. Pres-reliz Indeks spozhyvchykh nastroyv u sichni 2020 roku zmenshyvsia na 3,1 p. i stanovyt 89,0 [Press Release Consumer Confidence Index in January 2020 decreased by 3.1 points to 89.0]. Retrieved from: https://sapiens.com.ua/publications/socpol-research/109/CCI_Jan20_PR_UKR.pdf [In Ukrainian].
11. Rossokha, V.V., Sharapa, O.M. (2016). Instytutsiine zabezpechennia upravlinnia hospodarskoio diialnistiu ahrarnykh pidpriemstv [Institutional support for managing the economic activity of agricultural enterprises]. *Ekonomika APK*, 10, pp. 73-82 [In Ukrainian].
12. Stadnyk, V.V., Holovchuk, Yu.O. (2019). Marketynhovi pidkhody do analizu chynnykh makrosredovyscha v konteksti ekonomichnoi bezpeky biznes-stratehii pidpriemstv turystychnoi industrii [Marketing approaches to analysis of macroenvironmental factors in a context of economic security of business strategies of tourism industry enterprises]. *Bulletin of Khmelnytskyi National University*, 5, pp. 224-232. Retrieved from: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/8502/1/24.pdf> [In Ukrainian].
13. Stan ahropromyslovoho kompleksu u sichni-lystypadi 2019 (2019). [Condition of the agro-industrial complex in January-November 2019.] Retrieved from: URL: agro.me.gov.ua/stanAPK_pdf_zvity > APK 11 mic. 2019 roky.pdf [In Ukrainian].
14. Top-10 produktovykh ritejleriv Ukrainy za kilkistiu mahazyniv [Top 10 grocery retailers in Ukraine by number of stores]. Retrieved from: <https://rau.ua/novyni/top-10-produktovyh-ritejleriv/> [In Ukrainian]

18. Katherine N. Lemon, Peter C. Verhoef. Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey *Journal of Marketing: AMA/MSI Special Issue*. 2016. Vol. 80 (November 2016), pp. 69-96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>. URL : <https://phavi.umcs.pl/at/attachments/2017/0422/113134-2016-customer-journey-verhoef.pdf> (дата звернення: 08.02.2020).

19. Paul D. Berger, Nada I. Nasr. Customer lifetime value: marketing models and applications. *Journal of interactive marketing*. 1998. Vol. 12. No 1. P.17-30.

20. Tanasiichuk A., Hromova O., Abdullaieva A., Holovchuk Y., Sokoliuk K. Influence of transformational economic processes on marketing management by an international diversified conglomerate enterprise. *European journal of sustainable development*. European center sustainable development. Italy. 2019. Vol. 8. No 3. URL : <https://ecsdev.org/ojs/index.php/ejsd/article/view/898> (дата звернення: 18.01.2020).

15. Shpykuliak, O.H., Prutska, O.O., Suprun, O.M. (2017). Zasady formuvannia instytutitsiinoi bezpeky ahrarykh pidpriemstv v umovakh transformatsii [Principles of formation of institutional security of agricultural enterprises in the conditions of transformation]. *Modern Economics*, 4, pp. C.130-141. Retrieved from: <http://modecon.mnau.edu.ua/issue/4-2017/UKR/shpykuliak.pdf> [In Ukrainian].

16. Chaney, D., Slimane, K.B. (2019). Rethinking consumer resistance through institutional entrepreneurship. *International Journal of Market Research*, 61(5), pp. 468-477. Retrieved from: <https://doi.org/10.1177/1470785319864234> [In English].

17. Jaakkola, E. (2007). Purchase decision-making within professional consumer services. Organizational or consumer buying behaviour? *Marketing Theory*. 7. pp. 93-108. Retrieved from: https://www.researchgate.net/profile/Elina_Jaakkola/publication/247757012_Purchase_decision-making_within_professional_consumer_services_Organizational_or_consumer_buying_behaviour/links/564c464a08ae3374e5de5437.pdf [In English].

18. Katherine N. Lemon & Peter C. Verhoef (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing: AMA/MSI Special Issue*. Vol. 80 (November 2016), pp. 69-96. Retrieved from: <https://phavi.umcs.pl/at/attachments/2017/0422/113134-2016-customer-journey-verhoef.pdf> [In English].

19. Paul D. Berger and Nada I. Nasr (1998). Customer lifetime value: marketing models and applications. *Journal of interactive marketing*. Vol. 12. No 1. pp.17-30 [In English].

20. Tanasiichuk, A., Hromova, O., Abdullaieva A., Holovchuk Y., Sokoliuk K. (2019). Influence of transformational economic processes on marketing management by an international diversified conglomerate enterprise. *European journal of sustainable development*, 8(3). Retrieved from: <https://ecsdev.org/ojs/index.php/ejsd/article/view/898> [In English].

Pchelianska H.O. Consumer behavior in the food market: institutional and marketing approaches

The purpose of the article is to reveal the content and factors influencing consumer behavior in the food market using institutional and marketing approaches and develop directions for improving the activities of food market entities.

Research methods. Dialectical method of scientific knowledge of processes and phenomena, monographic method (for analyzing and generalizing the theoretical foundations of institutional theory and marketing approach to consumer behavior, graphic method (for displaying consumer types by the level of market resistance, food production structure, consumer index), sentiment), index method (for determining the consumer sentiment index, current situation and economic expectation), empirical (for determining the types of institutional consumers), abstract-logical (for forming research conclusions).

Research results. In the process of studying consumer behavior in the food market, the essence of the institutional and marketing approach is revealed, the development of the food market and its structure are analyzed. It is established that consumers in the food market constantly interact, there is a turnover of resources, and commercial ties between market participants are strengthened or weakened. The main groups of institutional consumers depending on the sphere of activity are identified: agricultural production, food production, distribution and sales markets.

It is established that the activities of food market entities are influenced by institutional changes in organizational and legal forms, ownership, competition, technical and technological conditions, and market factors.

Scientific novelty. The theoretical provisions of the institutional approach to consumer behavior in the food market were further developed, based on the concept of factors that influence the institutional and marketing environment on the activities of subjects. The institutional approach to determining consumer resistance has been further developed, namely, the unintended and deliberate reasons for the lack of consumption in the market have been identified.

Practical significance. It is established that the behavior of consumers is influenced by institutional factors and marketing factors, such as consumer behaviour of the population, factors of formation of competitive advantages for the enterprise, the current marketing concept. The measures necessary to improve the institutional environment of consumers of the food market are proposed. Figs.: 3. Refs.: 20.

Keywords: marketing; consumer behavior; institutional approach; food market; partnership marketing.

Pchelianska Halyna Olehivna - candidate of economic sciences, associate professor (docent), associate professor (docent) of the department of marketing and advertising, Vinnytsia Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics (21050, Vinnytsia, Soborna St, 87)

E-mail: pchelianska@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-9147-5631>

Пчелянская Г.О. Поведение потребителей на продовольственном рынке: институциональный и маркетинговый подходы

Цель статьи - раскрыть факторы влияния на поведение потребителей на продовольственном рынке с использованием институционального и маркетингового подходов и разработать направления совершенствования деятельности субъектов продовольственного рынка.

Методика исследования. Использованы диалектический метод научного познания процессов и явлений, монографический (для анализа и обобщения теоретических основ институциональной теории и маркетингового подхода к поведению потребителей); графический (для отображения типов потребителей по уровню сопротивления рынка, структуры произ-

водства пищевых продуктов, индекса потребительских настроений); индексный (для определения индекса потребительских настроений, текущего положения и экономического ожидания); эмпирический (для определения типов институциональных потребителей); абстрактно-логический (для формулировки выводов исследования).

Результаты исследования. В процессе изучения поведения потребителей на продовольственном рынке раскрыта сущность институционального и маркетингового подхода, проанализировано развитие продовольственного рынка и его структуру. Выявлены основные группы институциональных потребителей в зависимости от сферы деятельности: производство сельскохозяйственной продукции, производство пищевых продуктов, дистрибуция и рынки сбыта.

Элементы научной новизны. Получили дальнейшее развитие теоретические положения институционального подхода к поведению потребителей на продовольственном рынке, основу которых составляет понятие факторов влияния институциональной и маркетинговой среды на деятельность субъектов. Получил дальнейшее развитие институциональный подход к определению сопротивления потребителей, а именно: выделены непреднамеренные и преднамеренные причины отсутствия потребления на рынке.

Практическая значимость. Установлено, что на поведение потребителей будут влиять институциональные и маркетинговые факторы, такие как потребительские настроения населения, факторы формирования конкурентных преимуществ для предприятия, действующая маркетинговая концепция. Предложены меры, необходимые для улучшения институциональной среды потребителей продовольственного рынка. Илл.: 3. Библиогр.: 20.

Ключевые слова: маркетинг; поведение потребителей; институциональный подход; продовольственный рынок; маркетинг партнерских отношений.

Пчелянская Галина Олеговна - кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и рекламы, Винницкий торгово-экономический институт Киевского национального торгово-экономического университета (г. Винница, ул. Соборная, 87)

E-mail: pchelianska@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-9147-5631>

Стаття надійшла до редакції 17.03.2020 р.

Фахове рецензування: 19.03.2020 р.

Бібліографічний опис для цитування:

Пчеляньська Г. О. Поведінка споживачів на продовольчому ринку: інституційний та маркетинговий підходи. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 47 – 56. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003047>

Pchelianska, H. O. (2020). Povedinka spozhyvachiv na prodovolchomu rynku: instytutsiyni ta marketynhovyi pidkhody [Consumer behavior in the food market: institutional and marketing approaches]. *Ekonomika APK*, 3, pp. 47 – 56. [In Ukrainian] <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003047>

* * *

Новини АПК

Виробництво зернових в Україні у 2020 році становитиме 67,4 млн т - Юрій Лупенко

За прогнозом науковців Інституту аграрної економіки, у 2020 р. обсяги виробництва зернових та зернобобових культур в Україні будуть на рівні 67,4 млн т. Це на 7,7 млн т, або на 10,3 %, менше порівняно з історично рекордним урожаєм зернових у 2019 р., поінформував директор Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки» академік НААН **Юрій Лупенко**, презентуючи чергову розробку наукового колективу під керівництвом академіка НААН Віктора Меселя-Веселяка «Прогноз виробництва сільськогосподарської продукції в Україні у 2020 році (лютий 2020 року)».

Таке зниження відбудеться переважно за рахунок зменшення виробництва озимої пшениці - до 24,2 млн т (-12,5 %), кукурудзи на зерно - до 32,2 млн т (-10,3 %), а також ячменю - до 8,1 млн т (-8,7%), пояснив Юрій Лупенко.

Водночас, зауважив він, зросте виробництво жита - до 355,4 тис. т (+6,7 %), ярої пшениці - до 696,8 тис. т (+5,3 %), гречки - до 96,4 тис. т (+13,3 %) та гороху - до 687,4 тис. т (+20,0 %). Практично на рівні 2019 року збережеться виробництво рису - 54,5 тис. т (-0,2 %).

По решті зернових культур також прогнозується невеликий спад. Виробництва вівса зменшиться на 2 %, проса - на 1,6 %.

З урахуванням погодних умов і зниження дохідності основних сільськогосподарських культур торік, прогнозні показники визначалися за песимістичним сценарієм, тоді як за середнім прогнозом зниження обсягів виробництва зернових перевищить 3%.

Прогнозоване зниження обсягів урожаю зернових у 2020 р. не є критичним для України, тим більше, що його обсяги поступатимуться лише рівню останніх двох років і спроможні задовольнити не лише потреби внутрішнього ринку, а й експорту, підсумував Юрій Лупенко.

Прес-служба ННЦ «Інститут аграрної економіки»

УДК 338.488.2:502/504(477)

JEL Classification: L26; Q26

DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003057>

В.Г. ГРАНОВСЬКА, доктор економічних наук, доцент
В.О. БОЙКО, кандидат економічних наук, доцент

Функціонування екоготелів в Україні як чинник активізації підприємницької діяльності

Мета статті - розглянути екоготельний бізнес як складову індустрії гостинності та чинник активізації підприємницької діяльності в Україні.

Методика дослідження. За теоретичну і методичну основу дослідження слугували наукові праці вітчизняних та зарубіжних науковців, які вивчають індустрію гостинності. Основним методом дослідження став системний аналіз для комплексного розгляду перспектив розвитку екоготелів в Україні та південному регіоні. Метод теоретичного узагальнення та абстрактно-логічний - для обґрунтування необхідності розширення мережі й удосконалення функціонування аналогічних об'єктів розміщення в регіонах України.

Результати дослідження. Розвиток екологічних готелів являє собою перспективний напрям у сфері гостинності України. Розглянуто особливості функціонування екоготелів, як чинника активізації підприємницької діяльності, також основні критерії, яким повинні відповідати такі об'єкти розміщення. Обґрунтовано, що розбудова мережі екоготелів сприяє залученню додаткових туристів і коштів до регіональних бюджетів. Визначено основні напрями розвитку екотуризму в південному регіоні.

Елементи наукової новизни. Виокремлення особливостей функціонування екоготельного господарства у системі стратегічного розвитку регіонів України.

Практична значущість. Полягає у можливості використання пропозицій щодо ефективного розвитку екоготельного господарства при формуванні стратегії розвитку регіонів України. Табл.: 1. Рис.: 1. Бібліогр.: 22.

Ключові слова: екологізація; екоготель; підприємницька діяльність; екотуризм; екологічна сертифікація.

Грановська Вікторія Григорівна - доктор економічних наук, доцент, професор кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, Державний вищий навчальний заклад «Херсонський державний аграрний університет» (м. Херсон, вул. Стрітенська, 23)

E-mail: vgranovska@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0003-0348-9692>

Бойко Вікторія Олександрівна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, Державний вищий навчальний заклад «Херсонський державний аграрний університет» (м. Херсон, вул. Стрітенська, 23)

E-mail: boiko.vo17@gmail.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-8032-5731>

Постановка проблеми. Економічне зростання в сучасних умовах супроводжується посиленням антропогенного навантаження на навколишнє середовище, вичерпанням природних ресурсів, що у загальному обмежує перспективи подальшого розвитку агроформувань як суб'єктів підприємницької діяльності. З огляду на це важливого значення набуває «екологізація» економічної діяльності, конкурентоспроможний розвиток соціально-економічних систем на засадах «зеле-

ної» економіки. Економічні важелі на сьогодні не здатні повною мірою забезпечити якісні параметри розвитку підприємств, а отже, потребують посилення з боку інших складових економічного зростання, зокрема, екологічного. Сучасними трендами розвитку суспільства розглядаються посилення взаємодії з навколишнім середовищем, зростання попиту на екологічне житло, одяг з натуральних тканин, їжу з органічних продуктів тощо. Завдяки усвідомленості та екологічній

відповідальності більшість населення спрямовує свою діяльність у «природну» сферу, щоб організувати ведення екологічно чистого бізнесу. Перспективним напрямом для економіки України нині став розвиток туристичного бізнесу, зокрема екоготельного підприємництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням, пов'язаним із функціонуванням екоготельного господарства, перспективам його розвитку та аналізу діяльності приділяли увагу як вітчизняні, так і зарубіжні науковці. Так, О.С. Пушка, Д.Ю. Тіхонова [11], О.Є. Паук [8] проаналізували стан розвитку екоготелів у світі, розглянули основні засоби розміщення з екологічним спрямуванням в Україні. Можливість управління споживчим попитом на «зелений» готель через нейромаркетингові технології розглядають Н.М. Шувар, Г.М. Закалик, І.Р. Удуд [14].

Створення та розвиток екоготелів новим трендом функціонування сфери готельного господарства для України вважають О. В. Полянничко, Т. В. Катоніна [9]. Впровадження екологізації готельних підприємств сприяє підвищенню їх туристичної привабливості й надає конкурентні переваги в процесі розвитку малого та середнього бізнесу [16]. При цьому Л.Ю. Матвійчук, І.В. Тищук [6] розглянули особливості організації та перспективи розвитку «зеленого» туризму в окремих регіонах України, провели категоризацію агроосель, а також визначили фактори регіонального розвитку «зеленого» туризму. Найбільш ефективні шляхи підвищення конкурентоспроможності екоготелів, зокрема, можливість застосування екскурсійного пневмотранспорту з урахуванням зростаючих запитів клієнтів до екологічності готельних послуг обґрунтувала О.Л. Загорянська [4].

Як встановили О.А. Лозова, Д.Ю. Мамотенко [5], готельне господарство слугує матеріально-технічною базою, основою для освоєння туристично-рекреаційного потенціалу та розвитку туризму в країні, тому для забезпечення сталого розвитку туристичної сфери необхідно підвищувати якість готельної пропозиції, що відповідає європейським стандартам. Так, Л.Д. Завідною [3] досліджено основні фактори, що впливають на формування готельного бізнесу й запропоновано заходи з ефективного функціонування та подальшого стратегічного розвитку готельного господарства України.

Питання негативного впливу закладів розміщення туристичної інфраструктури на навколишнє середовище, який досить істотний (насамперед потужних готельно-ресторанних і розважальних комплексів), проаналізували Н.Є. Паньків, В.М. Гунько [7]. Діяльність таких закладів часто пов'язана з надмірним споживанням природних ресурсів (прісної води, енергії), забрудненням вод через відсутність високотехнологічних систем очищення стоків, продукуванням значної кількості твердих побутових відходів. Концентрація великої кількості таких об'єктів на територіях з високою рекреаційною цінністю може призводити до погіршення естетичної значимості ландшафту. Загострення проблем, пов'язаних з розвитком індустрії гостинності, і стало поштовхом для розвитку екоготелів.

Зарубіжні науковці, зокрема Maria-del-Mar Alonso-Almeida, Alfredo Rocafort and Fernando Borrajo [22], позиціонують екотуризм як альтернативу масовому туризму, аналізуючи екоінновації, які розроблені та впроваджені по всьому світу. Так, Alejandro García-Pozo, Jose-Luis Sánchez-Ollero, Míriam Onscappa [15] розглядають вплив екоінновацій та екологічних заходів на продуктивність праці в готельній індустрії Андалузії. При цьому Kliment Arnudovy, Simona Martinoska [19] у своїх дослідженнях акцентують увагу на якість надання послуг екоготелями. Взаємозв'язок між основними показниками економічної стійкості, валовим внутрішнім продуктом і внутрішнім споживанням туристів у засобах розміщення визначили Z. Jurigová, Z. Tučková, M. Kuncová [18].

Проте на сучасному етапі в туристичній галузі залишається ще чимало нерозв'язаних проблем функціонування готельного господарства.

Мета статті - розглянути екоготельний бізнес як складову індустрії гостинності та чинник активізації підприємницької діяльності в Україні.

Виклад основних результатів дослідження. Готельний бізнес виступає одним із ключових елементів сучасного підприємництва, особливо значущим у контексті розширення територіальних меж ділових, політичних, наукових комунікацій; розвитку спорту і туризму, а також підвищення якості життя населення. Готельний бізнес як у вітчизняній, так і світовій практиці - перспективна

сфера підприємницької діяльності, яка зосереджує в собі значний потенціал для розвитку не тільки на регіональному, державному, а й на міжнародному рівнях та здатна забезпечувати стійкий дохід.

Стрімке зростання кількості готелів і загострення конкурентної боротьби у сфері індустрії гостинності обґрунтовують необхідність розробки та впровадження нових векторів їх розвитку. У зв'язку з прийнятим у 2011 р. Законом України «Про основні засади (стратегії) державної екологічної політики України

на період до 2020 року», який визначає політичний курс України на екологізацію усіх сфер економіки, таким інноваційним напрямом розвитку може стати створення екологічних готелів (рис.). Наявність готелів та інших закладів розміщення сприяє розвитку туристичного сектору й економіки регіону, адже зміцнює міжрегіональні та державні зв'язки, регулює торгівельні й виробничі стосунки, стимулює мобільність населення і розвиток туризму в цілому, створює можливості для особистого спілкування людей.



Передумови екологізації готельної сфери

Джерело: Складено авторами на основі [13].

Зростання вимог туристів і прагнення готелів розширити комплексність обслуговування надає нам можливість розглядати готельне господарство в багатьох аспектах. Однією з інноваційних тенденцій розвитку готельного господарства як в Україні, так і у світі стає орієнтація на екологічність. Перевага екотуризму в тому, що тут відсутня та величезна кількість туристів, яку можна спостерігати на популярних курортах світу. Такий відпочинок особливо потрібний для жителів великих міст. Згідно з офіційними статистичними даними Всесвітньої туристичної організації на «зелені» подорожі припадає від 7 до 20 % у загальному обсязі туристичних поїздок. Наявність екологічної сертифікації слугує інноваційним інструментом підвищення туристичної привабливості. Все більше людей у світі бажають бути клієнтами

тільки тих компаній і брендів, які відповідають за наслідки своєї діяльності. Йдеться про об'єкти, розташовані в екологічно чистих місцях - біля річки чи озера, далеко від автомагістралей. Ці об'єкти, як правило, будують з екологічних матеріалів, а гостей годують стравами з органічних продуктів.

Частка екоготелів у країнах Західної Європи та США відносно невелика й нечасто перевищує 20% від загальної кількості готелів. В Україні їх набагато менше, і зазвичай вони пропонують 10-15 номерів. Розширення згаданого сегмента на ринку туристичних послуг на сьогодні унеможливорюється рядом нецінових бар'єрів. До них відноситься наявність і складність процедур з отримання дозвільної документації, безпосередньо санітарної, пожежної та інших інституцій. Також існує певна неузгодженість між вимогами

українського законодавства щодо розташування і наявності різних видів приміщень у готелі та концепцією екоготелів.

Відкриття великих екоготелів на 200-300 номерів нині не вигідно, оскільки може зумовити значні труднощі. Отримати дозвіл на будівництво об'єкта розміщення в Україні дуже складно, проте набагато важче для зведення екологічного готелю. Наприклад, процес узгодження дозвільної документації з пожежною інспекцією для великого готелю з дерева може розтягнутися на роки. За вимогами українського законодавства, на перших поверхах готелів мають розташовуватися різні приміщення: склади, кімнати відпочинку, перукарні, а це не завжди екологічні об'єкти. Варто вказати на існуючі ефекти масштабу, що виражені у необхідності залучення для будівництва екоготелю значних інвестицій. Так, для відкриття стандартного тризіркового готелю потрібно вкласти не менше 2,5 тис. дол. США за 1 кв. м, п'ятизіркового - близько 3 тис. дол. США. За оцінками експертів, кошторис будівництва екоготелю може відрізнятись від стандартного мінімум удвічі. В країнах Західної Європи спеціальні фонди надають кредит під дуже низькі відсотки для будівництва екоготелю, або дарують частину обладнання для його роботи. В Україні такої практики немає. Тому всі ці витрати неминуче позначаться на вартості проживання: прайси як мінімум на 30% вищі порівняно з іншими готелями, що суттєво послаблює конкурентні позиції на ринку [2].

У теперішній ситуації вітчизняні підприємці використовують на ринку лише деякі елементи екологічних готелів, серед яких

безпечні миючі засоби, економні душі, сонячні батареї та ін. Деякі готелі пропонують відвідувачам лише екологічно чисті, органічні продукти [20]. Усе це дозволяє отримати диплом міжнародної організації про те, що готель дружній до навколишнього середовища.

В Україні поширена програма «Зелений Ключ», розроблена французькою компанією FEE та датською HORESTA. «Зелений Ключ» є міжнародною екологічною сертифікацією готелів і туристичних об'єктів (головний офіс знаходиться у Нідерланди), яка відзначає їх відповідальне і дбайливе ставлення до навколишнього середовища та активну участь у соціальному житті. Для отримання «Зеленого Ключа» готель повинен дотримувати ряд вимог, які стосуються питань екологічного менеджменту, моніторингу та зменшення використання електроенергії, ощадливого споживання водних ресурсів, сортування, переробки й утилізації відходів, участі в соціальному житті міста. Значною перевагою саме екосертифікації «Зелений Ключ» слід вважати наявність критеріїв, спрямованих на екологічне навчання, формування дружньої до довкілля свідомості гостей, співробітників і постачальників готелю (табл.).

У багатьох країнах світу «Зелений Ключ» представлений національним комітетом, до якого входять ділові структури, недержавні організації. Їх головна мета - підтвердження готовності готелів та курортів отримати сертифікацію, контроль за поточною діяльністю в напрямках програми «Зеленого Ключа». В Україні програма екосертифікації представлена громадською організацією «Екологічна Ініціатива» [10].

Об'єкти розміщення в Україні, які отримали екосертифікат Green Key

Місто	Підприємства готельного господарства
м. Київ та Київська область	Maison Blanche (Mytnitsa) Ecohouse; Maison Blanche (Berezovka) Ecohouse; Hotel Galera; Park Inn by Radisson Kyiv Troyitska; Radisson Blu Hotel Kyiv; InterContinental; Maison Blanche Kyiv; Radisson Blu Hotel, Kyiv Podil.
с. Поляниця Івано-Франківської області	Radisson Blu Resort, Bukovel

Джерело: Дані на 2019 рік [21].

Першим екосертифікованим готелем в Україні за програмою екологічної сертифікації готелів і курортів «Зелений Ключ» став готель Radisson Blu у Києві. Також до закладів

цього типу розміщення відносять екоготель «ШишкіNN» на Чернігівщині, збудований згідно з останніми тенденціями індустрії туризму та відпочинку. Екоготель «ШишкіNN»

пропонує 43 комфортабельних номери категорії 4* європейського рівня. Всі номери обладнані системою кондиціонування та обігріву повітря, електронним замком, кабельним телебаченням, телефоном, мінібаром, електронним сейфом. Гостей годують екологічно чистою їжею. Для любителів активних видів відпочинку в екоготелі пропонуються прогулянки на велосипедах сосновим лісам, катання на конях, квадроциклах, а також полювання та риболовля - ідеальне місце для активного відпочинку й усамітнення наодинці з природою [12].

Екоготель «Friend House» в Дніпропетровській області можна вважати зразком екологічної архітектури, адже побудований він із натуральних біорозкладних матеріалів: дерева, глини, черепашнику та очерету. Готельний комплекс складається з одноповерхової групи споруд із відкритим двором, паркінгом, терасами, садово-парковими зонами. «Friend House» мало відомий серед жителів України, хоча незвичайний екоготель вже отримав Гран-прі Міжнародного фестивалю архітектури та дизайну, а також приз журі на ArchiBau / ArchiEurope. Сьогодні в Україні налічується значна кількість об'єктів «зеленого» туризму, проте показник їх сертифікації доволі низький.

Найбільша кількість екоготелів у Західній Україні, Черкаській і Полтавській областях. У Карпатах екоготель в с. Ізки в зимову пору року може запропонувати катання на лижах, лазню та чан. Також тут можна замовити велотури, виїзні екскурсії, катання на конях, квадроциклах, піші й кінні екскурсії, масаж, мед з власної пасіки та ін. Ще один екоготель знаходиться в с. Орів Львівської області. Тут пропонують купання в озерах і вилов форелі, відвідання майстерні народних ремесел (гончарство, ковальство, столярство, випалювання по дереву), тир (стрільба з лука, страйкбол), прокат спорядження (пейнтбол, гірські та бігові лижі, сноуборди, ковзани, клюшки, снігоступи). Заклади такого типу розміщені подалі від міст та мегаполісів і розраховані насамперед на місцян. Сільські жителі надають значний перелік послуг для відпочинку туристам, цим самим забезпечуючи свою зайнятість.

Напрямок «еко» популярний за кордоном і серед хостелів. Як і в екоготелях, вартість проживання в такому екохостелі буде дещо дорожчою у своєму ринковому сегменті, але конкурує за ціною з класичними готелями.

Серед особливостей політики хостелів: використання органічних засобів для прибирання, туалетного паперу, виготовленого щонайменше з 95% вторсировини, органічні сніданки, прокат велосипедів, аби не пересуватися по місту громадським транспортом, що забруднює екологію. Також при хостелах можуть бути магазинчики з органічною продукцією. У деяких хостелах меблі та декор виготовлені з вторсировини. Також хостели можуть продукувати власну електроенергію з енергії вітру, з допомогою сонячних батарей. Здійснюють сортування і передають на переробку сміття. Зазвичай туристів цікавить хостел поблизу метро, в центрі міста чи біля вокзалу, щоб зручно й швидко дістатися в будь-який куточок міста [1]. Якщо екоготелі розміщують подалі від мегаполісів, то побудова екохостелу - це прибутковий бізнес для ведення підприємницької діяльності в містах.

Екоготелі, екобази відпочинку, зелені садиби сільського туризму - це напрям бізнесу, який має всі шанси на зростання. На Херсонщині зелений туризм набирає обертів, адже 70% населення проживає у місті. Тому сільський відпочинок приваблює дедалі більше містян, які обирають для проведення відпустки не комфортні дорогі готелі, а бюджетну сільську садибу з національним колоритом. У Херсонській області є значний потенціал для розвитку сільського зеленого туризму, на території області діє 49 таких садиб.

Херсонщина екологічно-чиста, інвестиційно-приваблива й відкрита для співпраці зі своїми невичерпними природними та людськими ресурсами. Туризм, відпочинок, лікування й оздоровлення набувають все відчутнішого значення в соціально-економічному розвитку цього регіону. Разом із тим значна частина природних територій, об'єктів культурної спадщини та туристичної інфраструктури непристосована відповідно до міжнародних вимог для туристичних відвідувань, а туристичні послуги в усіх секторах індустрії туризму в більшості не відповідають вимогам щодо якості обслуговування. Створення привабливого туристичного іміджу області, залучення інвесторів для розвитку туристичної інфраструктури й реконструкції існуючої бази, відкриття нових туристичних маршрутів і розбудова мережі сертифікованого екоготельного господарства - це одна з пріоритетних стратегій розвитку області.

За рахунок розвитку сільського зеленого туризму підвищується матеріальний добробут та частково вирішуються проблеми зайнятості сільського населення. Важливою перспективою розвитку сільського зеленого туризму стає розширення можливостей реалізації продукції особистого підсобного господарства - продажу її на місці не як сільсько-господарської сировини, а як готових продуктів харчування після відповідної обробки і приготування. Садиби, які приймають відпочиваючих, удосконалюють і структуру посівів на присадибних ділянках з урахуванням потреб гостей, розширюють асортимент овочів, плодів, ягід тощо; розвивають й урізноманітнюють присадибне тваринництво, займаються тепличним господарством.

Щорічно в рамках Міжнародного туристичного форуму «Херсонщина - відпочинок, лікування, подорожі в екологічних умовах Таврії» проводяться засідання секцій «Сільський зелений туризм - перспективний напрям відродження села», на яких презентується потенціал сільських територій Херсонської області у сфері зеленого туризму.

Сьогодні на ринку спостерігається певна невідповідність між обсягами попиту і пропозиції на товари й послуги екологічного сегмента. Споживачі, піклуючись про своє здоров'я, готові купувати екологічні товари й послуги, проте пропозиція у підприємців поки ще незначна за кількістю та якістю, особливо в регіонах [17]. На цей вид діяльності значний вплив, окрім якості послуг, виявляє їхня вартість. Будівництво екотуристичних приміщень, їх оснащення дороге і тривале.

Маючи один з найбільших природно-заповідних фондів, два моря, плавні, пустелю й неабиякий штучний ліс, Херсонська область по праву претендує стати туристично-курортним центром України та підтвердити свій статус екологічно чистого регіону.

Звідси стає зрозуміло, що для екотуристичного розвитку Херсонщини слід використовувати потенційні природні можливості, підвищувати привабливість регіону за рахунок розвитку інфраструктури, насамперед історичних зон і місць, що відвідають туристи.

Реставрувати вже існуючі об'єкти із впровадженням екосистем та новітніх технологій збереження навколишнього середовища. Підвищувати якість наданих послуг за рахунок ефективності фахового управління і професійної кваліфікації обслуговуючого та управлінського персоналу. Конкурентні переваги південного регіону дадуть змогу залучити інвестиції для екоготельного бізнесу й розбудувати інфраструктуру за новітніми світовими стандартами, цим самим збільшити надходження до регіонального бюджету і стійке зростання регіональної економіки.

Висновки. Основними напрямками розвитку екотуризму і розбудови екоготельної індустрії в Україні є: розвиток сучасної туристично-інформаційної інфраструктури та індустрії гостинності; маркетингове просування туристичного продукту на українському й міжнародному туристичних ринках; підвищення рівня обслуговування та якості надання туристичних послуг; просвітницька діяльність і науково-освітнє забезпечення сталого розвитку галузі та діяльності курортів; активізація сталого розвитку внутрішнього й міжнародного туризму.

З метою розбудови туристичної інфраструктури та удосконалення функціонування регіонального сектору HoReCa, органам місцевого самоврядування територіальних громад при розробці стратегій регіонального розвитку необхідно враховувати актуальні тренди в туристичній сфері, сфері розваг, фестивальному русі, рекреаційній індустрії. Корисним та дієвим може бути досвід розвинених країн щодо організації однорідних надавачів послуг: професійні об'єднання, асоціації, готельні оператори, з метою отримання синергетичного ефекту від їх взаємодії.

У світі спостерігається тенденція до збереження природних ресурсів, адже вони не безмежні й вичерпні. Тому розвиток екоготельної індустрії, основна діяльність якої направлена на збереження природних ресурсів - це високоприбутковий бізнес, який здатен забезпечити значний внесок у зростання валового внутрішнього продукту при відносно низьких витратах та коротких термінах окупності.

Список бібліографічних посилань

1. Адажіо. Київ: що таке екоготель? URL : <https://www.adagio-hostel.com.ua/uk/адажіо-кіїв-що-таке-екоготель/>.
2. В Україні зростає попит на екоготелі. URL : <https://news.finance.ua/ua/news/-/328187/v-ukrayini-zrostaie-popyt-na-ekogoteli>.
3. Завідна Л. Д. Аналіз, проблеми та перспективи розвитку готельного господарства в Україні. *Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова*, 2015. Т. 20. Вип. 3. С.91-95.
4. Загорянська О. Л. Оцінка конкурентоспроможності екологічних готелів у сучасних умовах господарювання. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 22. С. 662-668.
5. Лозова О. А., Мамотенко Д. Ю. Сучасний розвиток готельного господарства в Україні. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*. 2017. Вип. 185. С. 251-259.
6. Матвійчук Л. Ю., Тишук І. В. Регіональні особливості поширення зеленого туризму в Україні. *Економічні науки. Сер. Регіональна економіка*. 36. наук. праць. Луцьк, 2014. Вип. 11 (43). С. 149-157.
7. Паньків Н. Є., Гунько В. М. Вплив закладів туристичної інфраструктури на навколишнє середовище та розвиток екоготелів як інноваційної концепції гостинності. *Науковий вісник НЛТУ України*, 2017. Вип. 27(3). С. 108-112.
8. Паук О. Є. Інноваційні напрями розвитку готельного господарства України: екологізація засобів розміщення. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2016. Вип. 26. 2. С. 29-32.
9. Полянничко О. В., Катоніна Т. В. Екологізація готельно-ресторанної сфери в Україні. Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку: *Матеріали Міжнар. наук.-практич. Інтернет-конференції* (м. Київ, 16 березня 2018 р.). Київ : КНЕУ, 2018. С. 160-163.
10. Презентація міжнародної екологічної сертифікації готелів та курортів «Green Key» («Зелений Ключ»). URL : <http://csrjournal.com/2844-prezentaciya-mizhnarodnoyi-ekologichnoyi-sertifikaciyi-goteliv-ta-kurortiv-green-key-zelenij-klyuch.html>.
11. Пушка О. С., Тихонова Д. Ю. Розвиток сучасних еко-тенденцій у готельних господарствах міста Києва. *«Young Scientist»*. 2017. № 4 (44). Р. 739-742.
12. У Сновянці офіційно відкрився екоготель «ШиськінНН». URL : https://www.cult.gov.ua/news/u_snovjanci_oficijno_vidkrivsja_eko_otel_shishkinn_foto/2012-07-03-3771.
13. Цілі сталого розвитку 2016-2030. URL : <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku>.
14. Шувар Н. М., Закалик Г. М., Удуд І. Р. Перспективи розвитку екоготелів в Україні: економічний і психологічний аспекти. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 15. С. 502-508.
15. Alejandro García-Pozo, Jose-Luis Sánchez-Ollero, Miriam Ons-Cappa. ECO-innovation and economic crisis: a comparative analysis of environmental good practices and labour productivity in the Spanish hotel industry. *Journal of Cleaner Production* Volume 138, Part 1, 2016, P. 131-138. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.01.011> Get rights and content.
16. Boiko V. Determinants of development of small and medium enterprises in the region of Kherson. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2017. Vol. 3. No. 2. P. 22-29. URL : www.are-journal.com.
17. Boiko V., Kwilinski A., Misiuk M., Boiko L. Competitive advantages of wholesale markets of agricultural products as a type of entrepreneurial activity: the experience of Ukraine and Poland. *Economic Annals-XXI*. 2019. 175(1-2). Pp. 68-72. <https://doi.org/10.21003/ea.V175-12>.
18. Jurigová Z., Tučková Z., Kuncová M. Economic sustainability as a future phenomenon: moving towards a sustainable hotel industry. *Journal of Security and Sustainability Issues*. 2016. 6(1). P. 103-112. [https://doi.org/10.9770/jssi.2016.6.1\(7\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2016.6.1(7)).
19. Kliment Arnaudov, Simona Martinoska. Eco hotels as a prerogative for the future tourism offer of OHRID1. (2019).P. 53-69. <https://doi.org/10.20544/HORIZONS.A.23.2.18.P04>. URL : <https://uklo.edu.mk/filemanager/HORIZONTI%202019/Serija%20A%20br%2023/p04.pdf>.

References

1. Adazhio. Kyiv: shcho take ekohotel? [Adagio. Kyiv: What is an eco-hotel?]. (2020). Retrieved from: <https://www.adagio-hostel.com.ua/uk/адажіо-кіїв-що-таке-екоготель/> [in Ukrainian].
2. V Ukraini zrostaie popyt na ekogoteli [Demand for eco-hotels is increasing in Ukraine]. (2020). Retrieved from: <https://news.finance.ua/ua/news/-/328187/v-ukrayini-zrostaie-popyt-na-ekogoteli> [in Ukrainian].
3. Zavidna, L.D. (2015). Analiz, problemy ta perspektivyvy rozvytku hotelnoho hospodarstva v Ukraini [Analysis, problems and prospects for the development of the hospitality industry in Ukraine]. *Visnyk ONU imeni I.I. Nechnykova*, 20 (3), pp. 91-95 [in Ukrainian].
4. Zahorianska, O.L. (2018). Otsinka konkurentospromozhnosti ekolohichnykh hoteliv u suchasnykh umovakh hospodariuvannia [Estimation of competitiveness of ecological hotels under current economic conditions]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, 22, pp. 662-668 [in Ukrainian].
5. Lozova, O.A., Mamotenko, D.Yu. (2017). Suchasnyi rozvytok hotelnoho hospodarstva v Ukraini [Modern development of the hospitality industry in Ukraine]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho tekhnichnoho universyteru silskoho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky*, 185, pp. 251-259 [in Ukrainian].
6. Matviichuk, L.Yu., Tyshchuk, I.V. (2014). Rehionalni osoblyvosti poshyrennia zelenoho turyzmu v Ukraini [Regional features of the green tourism expansion in Ukraine]. *Ekonomichni nauky. Ser. Rehionalna ekonomika. Zb. nauk. prats*, 11 (43), pp. 149-15. [in Ukrainian].
7. Pankiv, N.Ye., Hunko, V.M. (2017). Vplyv zakladiv turystychnoi infrastruktury na navkolyshnie seredovyshe ta rozvytok ekogoteliv yak innovatsiinoi kontseptsii hostynnosti [The impact of tourism infrastructure on the environment and the development of eco-hotels as innovative concept of hospitality]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, 27(3). pp. 108-112 [in Ukrainian].
8. Pauk, O.Ye. (2016). Innovatsiini napriamy rozvytku hotelnoho hospodarstva Ukrainy: ekolohizatsiia zasobiv rozmishchennia [Innovative trends in the hospitality industry development in Ukraine: ecologization of the means of lodging]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, 26. 2, pp. 29-32 [in Ukrainian].
9. Polianychko, O.V., Katonina, T.V. (2018). Ekolohizatsiia hotelno-restoranoi sfery v Ukraini. Turystychnyi biznes: suchasni trendy ta stratehii rozvytku [Ecologization of hotel and restaurant industry in Ukraine. Tourism business: modern trends and strategies for development]. *Materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi Internet-konferentsii* (Kyiv, 16 bereznia 2018 r.), pp. 160-163 [in Ukrainian].
10. Prezentsiia mizhnarodnoi ekolohichnoi sertyfikatsii hoteliv ta kurortiv "Green Key" ("Zelenyi Kliuch") [Presentation of the international ecological certification of the hotels and resorts "Green Key"]. Retrieved from: <http://csrjournal.com/2844-prezentaciya-mizhnarodnoyi-ekologichnoyi-sertifikaciyi-goteliv-ta-kurortiv-green-key-zelenij-klyuch.html> [in Ukrainian].
11. Pushka, O.S., Tikhonova D.Yu. (2017). Rozvytok suchasnykh eko-tendentsii u hotelnykh hospodarstvakh mista Kyieva [The development of the modern eco-trends in the hospitality industry of Kyiv city]. *«Young Scientist»*, 4 (44), pp. 739- 742 [in Ukrainian].
12. U Snoviansi ofitsiino vidkryvsia eko-hotel "ShyshkinNN" [The eco-hotel "ShyshkinNN" has been opened officially in Snovianka]. Retrieved from: https://www.cult.gov.ua/news/u_snovjanci_oficijno_vidkrivsja_eko_otel_shishkinn_foto/2012-07-03-3771 [in Ukrainian].
13. Tsili staloho rozvytku 2016-2030 [Sustainable development goals 2016-2030]. Retrieved from: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku> [in Ukrainian].
14. Shuvar, N.M., Zakalyk, H.M., Udud, I.R. (2018). Perspektyvy rozvytku ekogoteliv v Ukraini: ekonomichnyi i psykholohichni aspekty [Prospects for the eco-hotels development in Ukraine: economic and psychological aspects]. *Ekonomika i suspilstvo*, 15, pp. 502-508 [in Ukrainian].

20. Kyrylov Y., Thompson S., Hranovska V., Krykunova V. The World Trends of Organic Production and Consumption. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2018. Vol. 40. № 4. P. 514-530 <https://doi.org/10.15544/mts.2018.46>.

21. Map of all the Green Key sites in the world. URL : <https://www.greenkey.global/>.

22. Maria-del-Mar Alonso-Almeida, Alfredo Rocafort and Fernando Borrajo. Shedding Light on Eco-Innovation in Tourism: A Critical Analysis. *Sustainability* 2016, 8. <https://doi.org/10.3390/su8121262>. www.mdpi.Com/journal/sustainability.

15. Alejandro García-Pozo, Jose-Luis Sánchez-Ollero, Miriam Ons-Cappa. (2016). ECO-innovation and economic crisis: a comparative analysis of environmental good practices and labour productivity in the Spanish hotel industry. *Journal of Cleaner Production* Volume 138, Part 1, pp. 131-138. [in English]. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.01.011>

16. Boiko, V. (2017). Determinants of development of small and medium enterprises in the region of Kherson. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, 3(2), pp. 22-29. Retrieved from : www.are-journal.com [in English].

17. Boiko, V., Kwilinski, A., Misiuk, M., & Boiko, L. (2019). Competitive advantages of wholesale markets of agricultural products as a type of entrepreneurial activity: the experience of Ukraine and Poland. *Economic Annals-XXI*, 175(1-2), pp. 68-72 [in English]. <https://doi.org/10.21003/ea.V175-12>

18. Jurigová, Z.; Tučková, Z.; Kuncová, M. (2016). Economic sustainability as a future phenomenon: moving towards a sustainable hotel industry. *Journal of Security and Sustainability*, 6(1), pp. 103-112 [in English]. [http://dx.doi.org/10.9770/jssi.2016.6.1\(7\)](http://dx.doi.org/10.9770/jssi.2016.6.1(7))

19. Kliment Arnudov, Simona Martinoska. (2019). Eco hotels as a prerogative for the future tourism offer of ohrid1. Retrieved from: <https://uklo.edu.mk/filemanager/HORIZONTI%202019/Serija%20A%20br%2023/p04.pdf> [in English]. DOI 10.20544/HORIZONS.A.23.2.18.P04.

20. Kyrylov, Y., Thompson, S., Hranovska, V., Krykunova, V. (2018). The world trends of organic production and consumption. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 40(4), pp. 514-530 [in English]. <https://doi.org/10.15544/mts.2018.46>

21. Map of all the Green Key sites in the world. Retrieved from: <https://www.greenkey.global/> [in English].

22. Maria-del-Mar Alonso-Almeida, Alfredo Rocafort and Fernando Borrajo. (2016). Shedding light on eco-innovation in tourism: a critical analysis. *Sustainability*, 6 [in English]. doi:10.3390/su8121262 www.mdpi.Com/journal/sustainability

Hranovska V.H., Boiko V.O. Functioning of eco-hotels in Ukraine as a factor of activization of entrepreneurial activity

The purpose of the article is to examine eco-hotel business as a component of the hospitality industry and factor of activization of entrepreneurial activity in Ukraine.

Research methods. Theoretical and methodological foundations of the research are scientific studies of the Ukrainian and foreign scholars who are engaged in exploring the hospitality industry. The main method of the research is systemic analysis for complex examination of prospects for the eco-hotels development in Ukraine and its southern region. The method of theoretical generalization and abstract-logical method are used to substantiate the necessity to expand the network of eco-hotels and improve the functioning of analogous means of lodging in the regions of Ukraine.

Research results. The development of ecological hotels is a promising trend in the area of hospitality of Ukraine. The paper looks at the features of the functioning of eco-hotels as a factor of activization of entrepreneurial activity and also the main criteria for such means of lodging. It proves that the development of the network of eco-hotels contributes to attracting additional tourists and finance to the regional budgets. The study determines main directions of the development of eco-tourism in the southern region.

Scientific novelty. It's identified characteristics of the functioning of eco-hotel businesses in the system of strategic development of Ukraine's regions.

Practical significance of the obtained results consists in the possibility of using the proposals for efficient development of the eco-hotel industry in choosing the strategy for the development of Ukraine's regions. *Tabl.: 1. Figs.: 1. Refs.: 22.*

Keywords: ecologization; eco-hotel; entrepreneurial activity; eco-tourism; ecological certification.

Hranovska Viktoriia Hryhorivna - doctor of economic sciences, associate professor (docent), professor of the department of hotel-restaurant and tourism business, State Institute of Higher Education «Kherson State Agrarian University» (23, Stritsenska str., Kherson)

E-mail: vgranovska@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0003-0348-9692>

Boiko Viktoriia Oleksandrivna - candidate of economic sciences, associate professor (docent), associate professor (docent) of the department of hotel-restaurant and tourism business, State Institute of Higher Education «Kherson State Agrarian University» (23, Stritsenska str., Kherson)

E-mail: boiko.vo17@gmail.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-8032-5731>

Грановская В.Г., Бойко В.А. Функционирование экоотелей в Украине как фактор активизации предпринимательской деятельности

Цель статьи - рассмотреть экогостиничный бизнес как составляющую индустрии гостеприимства и фактор активизации предпринимательской деятельности в Украине.

Методика исследования. Теоретической и методической основой исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных ученых, изучающих индустрию гостеприимства. Основным методом исследования стал системный анализ для комплексного рассмотрения перспектив развития экоотелей в Украине и южном регионе. Метод теоретического обобщения и абстрактно-логический - для обоснования необходимости расширения сети и совершенствования функционирования аналогичных объектов размещения в регионах Украины.

Результаты исследования. Развитие экологических отелей является перспективным направлением в сфере гостеприимства Украины. Рассмотрены особенности функционирования экоотелей, как фактора активизации предпринимательской деятельности, также основные критерии, которым должны отвечать такие объекты размещения. Обосновано, что расширение сети экоотелей способствует привлечению дополнительных туристов и средств в региональные бюджеты. Определены основные направления развития экотуризма в южном регионе.

Элементы научной новизны. Выделение особенностей функционирования экогостиничного хозяйства в системе стратегического развития регионов Украины.

Практическая значимость. Заключается в возможности использования предложений по эффективному развитию экогостиничного хозяйства при формировании стратегии развития регионов Украины. Табл.: 1. Илл.: 1. Библиогр.: 22.

Ключевые слова: экологизация; экоотель; предпринимательская деятельность; экотуризм; экологическая сертификация.

Грановская Виктория Григорьевна - доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры гостинично-ресторанного и туристического бизнеса, Государственное высшее учебное заведение «Херсонский государственный аграрный университет» (г. Херсон, ул. Сретенская, 23)

E-mail: vgranovska@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0003-0348-9692>

Бойко Виктория Александровна - кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры гостинично-ресторанного и туристического бизнеса, Государственное высшее учебное заведение «Херсонский государственный аграрный университет» (г. Херсон, ул. Сретенская, 23)

E-mail: boiko.vo17@gmail.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-8032-5731>

Стаття надійшла до редакції 02.03.2020 р.

Фахове рецензування: 15.03.2020 р.

Бібліографічний опис для цитування:

Грановська В. Г., Бойко В. О. Функціонування екоотелів в Україні як чинник активізації підприємницької діяльності. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 57 — 65. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003057>

Hranovska, V. H. & Boiko, V. O. (2020). Funktsionuvannia ekohoteliv v Ukraini yak chynnyk aktyvizatsii pidpriemnytskoi diialnosti [Functioning of eco-hotels in Ukraine as a factor of activization of entrepreneurial activity]. *Ekonomika APK*, 3, pp. 57 — 65. [In Ukrainian] <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003057>

*

UDC 338.48

JEL Classification: R2

DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003065>

A.O. YAKOVENKO, candidate of economic sciences,
associate professor (docent)
T.O. GAKAL, PhD student*

Infrastructural support for the development of domestic green tourism enterprises

The purpose of the article is to substantiate and generalize effective infrastructural support for the development of the market for tourism services and inland rural green tourism enterprises.

Research methods. Methods and approaches of economic theory, institutional theory and sustainable development theory were used in the research process. In particular, systematic and holistic approaches, method of analysis and synthesis, method of structural modeling (formation of effective areas of infrastructure development) were used; monograph method (compilation of the latest research in the field of legal support and statistics); abstract-logical method (theoretical generalization and formulation of proposals for further development of tourist services market infrastructure).

Research results. The article deals with the concept of tourism infrastructure of the agricultural sector and defines the structural components. Features of functioning of subjects of management of green tourism are revealed. The economic,

* Scientific supervisor - A.G. Sakyn, candidate of economic sciences, associate professor (docent).

© A.O. Yakovenko, T.O. Gakal, 2020

Результаты исследования. Развитие экологических отелей является перспективным направлением в сфере гостеприимства Украины. Рассмотрены особенности функционирования экоотелей, как фактора активизации предпринимательской деятельности, также основные критерии, которым должны отвечать такие объекты размещения. Обосновано, что расширение сети экоотелей способствует привлечению дополнительных туристов и средств в региональные бюджеты. Определены основные направления развития экотуризма в южном регионе.

Элементы научной новизны. Выделение особенностей функционирования экогостиничного хозяйства в системе стратегического развития регионов Украины.

Практическая значимость. Заключается в возможности использования предложений по эффективному развитию экогостиничного хозяйства при формировании стратегии развития регионов Украины. Табл.: 1. Илл.: 1. Библиогр.: 22.

Ключевые слова: экологизация; экоотель; предпринимательская деятельность; экотуризм; экологическая сертификация.

Грановская Виктория Григорьевна - доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры гостинично-ресторанного и туристического бизнеса, Государственное высшее учебное заведение «Херсонский государственный аграрный университет» (г. Херсон, ул. Сретенская, 23)

E-mail: vgranovska@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0003-0348-9692>

Бойко Виктория Александровна - кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры гостинично-ресторанного и туристического бизнеса, Государственное высшее учебное заведение «Херсонский государственный аграрный университет» (г. Херсон, ул. Сретенская, 23)

E-mail: boiko.vo17@gmail.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-8032-5731>

Стаття надійшла до редакції 02.03.2020 р.

Фахове рецензування: 15.03.2020 р.

Бібліографічний опис для цитування:

Грановська В. Г., Бойко В. О. Функціонування екоотелів в Україні як чинник активізації підприємницької діяльності. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 57 — 65. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003057>

Hranovska, V. H. & Boiko, V. O. (2020). Funktsionuvannia ekohoteliv v Ukraini yak chynnyk aktyvizatsii pidpriemnytskoi diialnosti [Functioning of eco-hotels in Ukraine as a factor of activization of entrepreneurial activity]. *Ekonomika APK*, 3, pp. 57 — 65. [In Ukrainian] <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003057>

*

UDC 338.48

JEL Classification: R2

DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003065>

A.O. YAKOVENKO, candidate of economic sciences,
associate professor (docent)
T.O. GAKAL, PhD student*

Infrastructural support for the development of domestic green tourism enterprises

The purpose of the article is to substantiate and generalize effective infrastructural support for the development of the market for tourism services and inland rural green tourism enterprises.

Research methods. Methods and approaches of economic theory, institutional theory and sustainable development theory were used in the research process. In particular, systematic and holistic approaches, method of analysis and synthesis, method of structural modeling (formation of effective areas of infrastructure development) were used; monograph method (compilation of the latest research in the field of legal support and statistics); abstract-logical method (theoretical generalization and formulation of proposals for further development of tourist services market infrastructure).

Research results. The article deals with the concept of tourism infrastructure of the agricultural sector and defines the structural components. Features of functioning of subjects of management of green tourism are revealed. The economic,

* Scientific supervisor - A.G. Sakyn, candidate of economic sciences, associate professor (docent).

© A.O. Yakovenko, T.O. Gakal, 2020

social and environmental benefits of rural green tourism development are outlined. The factors that influence the development of tourist infrastructure are studied, among which the factors of negative action are highlighted. A number of problems of green tourism infrastructure development in Ukraine have been identified. Priority ways of development of transport routes and inland tourist routes have been determined based on the analysis of the current state of the transport system of Ukraine and the assessment of compliance with its European standards. The main incentives for the development of tourist services for foreign visitors are highlighted. The importance of state support in enhancing the tourist attractiveness of our country, in ensuring the proper implementation of investment programs for the development of the tourism industry, is emphasized.

Scientific novelty. The necessity to use a systematic approach in the process of developing the infrastructure of the tourist services market is substantiated. It made possible to identify the main directions of development of tourist services infrastructure, which include: qualitative and quantitative filling of tourist services according to the needs and requests of consumers; adequate level of convenience, safety and rational logistics of tourist transportation; development and implementation of information and modern technologies of the tourist market.

Practical significance. Results can be used in the process of further scientific elaboration of an important scientific problem - improving the efficiency of the market development of tourist services and rural green tourism enterprises. Refs.: 10.

Keywords: infrastructure; green tourism; economy; rural areas; development; tourist services.

Yakovenko Alla Oleksandrivna - candidate of economic sciences, associate professor (docent), associate professor (docent) of the department of accounting and taxation, Odesa State Agrarian University (13, Panteleimonivska st., Odesa)
E-mail: agorg@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-5262-2894>

Gakal Tetiana Oleksandrivna - PhD student of the department of accounting and taxation, State Higher Education Institution «Kherson State Agrarian University» (23, Stritenska st., Kherson)

E-mail: gakaltanya@gmail.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-0006-179X>

Scientific problem. Today, the tourist industrial direction is a priority for the economic development of the leading European countries; we are particularly active in building green (rural) tourism as the most promising and highly relevant vector for the development of the world economy. The development of entrepreneurial activity in this field has unrealized socio-economic potential to provide new jobs and develop the infrastructure of rural areas, replenishment of the state budget by paying tax payments and visiting our country by foreign tourists. According to statistical surveys, one in five jobs has been created in the tourism industry in recent years. As a result of research of domestic economists, it is determined that the economy in the tourism business is a complex of social relationships that are formed in the course of tourism activities, that is, in the production, distribution, exchange and consumption of a tourism product (in particular, tourist services), based on foreign experience of developed countries [3].

Analysis of recent research and publications. The theoretical and applied questions concerning the activity and development of the tourist market, its infrastructure component at the regional level are devoted to scientific achievements of such scientists as: I.Y. Grishova, M.V. Dubina, O.V. Nikoliuk, T.M. Gnatieva, T.S. Shabatura, A.O. Kravchuk, I.M. Mishchak, I.B. Yatsiv and others [1-10]. At the same time, a considerable amount of scientific work is concentrated on the general aspects of the formation of economic relations in the

tourism sphere. However, the current direction of the development still remains development of infrastructure for the tourist services market, especially taking into account the specific nature of green tourism in rural areas. As a result, the disclosure of the priority areas for the infrastructure development of this industry requires a comprehensive scientific and theoretical reflection.

The purpose of the article is to substantiate and generalize effective infrastructural support for the development of the market for tourism services and inland rural green tourism enterprises.

Research methodology is based on the application of methods and approaches of economic theory, sustainable development theory and institutional theory. In particular, for forming effective areas of infrastructure development applied systematic and holistic approaches, methods of analysis and synthesis, method of structural modeling; monograph method was used to work out the latest research, legal support, statistics; abstract-logical method is applied for the purpose of theoretical generalization and formulation of proposals for further development of the infrastructure of the tourist services market.

Research results. In general, the concept of infrastructure in the agricultural sector of the national economy, as an economic category, is sufficiently well-known in scientific research and has a wide range of approaches and authorial positions on its interpretation and content.

Mainly, the Law of Ukraine "On Tourism" stipulates that "... the objects of tourist infrastructure are hotels, other objects intended for providing accommodation services, catering establishments, resort establishments, etc." [10]. It is well known that tourist infrastructure is a building, a structure, certain components of a transport network, cultural institutions and other institutions involved in the provision of tourist services. Among the components of the basic (production) infrastructure are the objects of accommodation, catering and transportation of tourists. Accompanying (servicing) infrastructure include cultural institutions, sports and entertainment establishments, health care establishments where additional tourist services are provided [6, 7].

Summarizing the processed information, we can point out that the infrastructure of the market for tourism services of green tourism entities is a set of enterprises and organizations that provide the proper conditions for the effective functioning of the tourism industry in the agrarian sector, that is, form the production infrastructure, and servicing farms, which are directly involved in meeting travel requests. That is why, in modern scientific developments very common is a cluster approach to studying the mechanisms of organizational and economic support of green tourism enterprises.

The current state of infrastructure provision for increasing the activity of green tourism business entities is determined by the peculiarities of their functioning, as well as the natural and climatic conditions of the national territory and includes:

- tourist resources, namely all available natural-ecological, historical-cultural, socio-economic and other resources of the national territory, which are able to satisfy a considerable range of tourist requests;

- subjects of tourism activity, that is, entities that are registered in accordance with the requirements of the current legislation of Ukraine and have received permits for conducting entrepreneurial activity related to the provision of tourist services, as well as entered in the Licensed Register of entities of tour operator activity.

The process of developing the infrastructure of the tourist services market clearly requires a systematic approach in the governance structure. There is a need to develop a system of strategic management of the above process,

given the scientifically sound flow of its planning, regulation and adaptation to the constant transformation of tourist consumer needs, and most importantly, the surrounding conditions of operation. Studies determine that the development of the infrastructure of the tourist services market is influenced by a number of factors of different levels and directions of action, in particular: economic, sectoral, socio-cultural, environmental, etc. The negative impact of some factors leads to inconsistency, imbalance and limited development of tourism infrastructure. Among the main factors affecting the negative impact on the infrastructure development of the tourist services market, the following should be distinguished: - economic (low or zero level of financing for the development of new tourist infrastructure facilities, modernization and renovation of existing facilities; sometimes unresolved issues of ownership rights to certain tourist infrastructure facilities; limited and lack of infrastructure capacity; imbalance of territorial development, including substantial territorial development disparity in the provision of tourism industry with facilities of social and industrial infrastructure); - sectoral (seasonal and territorial affiliation of the use of individual infrastructural objects; targeting a specific target segment, etc.); - socio-cultural (damage, loss of presentability or change in the appearance of historical sites that are tourist sites or located in certain tourist areas, etc.); - ecological (differences between the regional tourist infrastructure and the level of capacity of the designated area; excess in some tourist zones the level of anthropogenic load of the territory, etc.).

Despite the fact that the state tourism development policy is aimed at eliminating the most problematic places and existing gaps in the provision of tourist services at all levels of government, its impact in this direction is rather insignificant in view of the small size and, in some cases, the lack of adequate funding. Under similar conditions an active position on enrichment and strengthening the infrastructure of the tourist services market should be taken up by local authorities (especially in the aspect of the decentralization reform underway), as well as the relevant organizational entities and entities that provide the implementation of tourist services. Ensure effective development of market infrastructure tourist

services are possible by balancing and streamlining the directions of this process with the tools of the organizational and economic mechanism, through the implementation of a certain instrumental and methodological apparatus of such a mechanism at the micro, meso and macro levels.

At the same time, it should be noted that the availability of tourist infrastructure is not enough, because it needs to be seen in a much broader sense. Thus, the main infrastructure components should not only perform the above functions, but also be one of the determining factors for improving the overall socio-economic level of the country's development. It should be an infrastructure provision that is harmonized with world standards and targeted at domestic and foreign tourists.

In this aspect, it is worth focusing on our country's road transport system, including transit traffic, the organization of railway connections, the development of highways, air, sea, river transport. The modern transport system of Ukraine is represented by a developed network of roads, railways, airports, river and seaports. Aviation, road, rail, river and sea transport can provide for the transportation of tourists with a reserve of transport capacities for some of its types. However, our country's transport routes must comply with international standards and allow transfers at an appropriate level. At the same time, the density of Ukraine's highways is much lower, compared to some European countries, and is 0.28 km per 1 km². Whereas, for example, in the Federal Republic of Germany, this figure reaches the level of 2.0 km per 1 km², France - 1.65, Poland - 1.15 km per 1 km² [5]. The same at the low level is the technical and operational condition of domestic roads: 51.1% do not meet the European standards for equality, 39.2% - for strength [5]. In Ukraine, there is virtually no eco-transport culture, poor infrastructure for bicycle safety and the like. In addition, the situation with poor and inadequate public transport in cities and in rural areas is continuing and increasing. This creates additional obstacles to the development of tourist routes for European visitors.

One of the stimulants to the infrastructure development of the tourist services market for foreigners is the low cost airline. In this respect, cooperation with Ryanair (the largest low-cost company in Europe) has significantly affected Europeans' tourist flow to Ukraine.

In addition, the level of road safety remains quite low. These reasons, in addition, with insufficient provision of high-quality roads, significantly impede the development of the domestic market for tourist services.

At the same time, it is impossible to develop infrastructure without a system of communication, functioning of a variety of services, quality catering and household services, organization of cultural and entertaining services, etc. Therefore, the state must provide not only financing the sphere of tourism services from the budgets of different levels, but also to increase the investment attractiveness of our country and, accordingly, to implement large investment projects, in particular: construction of large objects and structures, formation of adequate transport infrastructure, adaptation to the tourist needs of infrastructure support, implementation of projects for the development of new recreational areas etc. Of course, an important and major question remains the financial support of the above aspects, and, of course, the investment attractiveness of Ukrainian tourism projects must be protected and justified by state guarantees for their implementation.

Summarizing, we can distinguish three main areas of development of the infrastructure of the tourist services market.

1. The main purpose of developing the infrastructure of the tourist services market is to ensure that they are properly and qualitatively filled in accordance with the consumer needs formed in this market. The developed and high-quality infrastructure of the tourist services market ensures the convenience of transportation, forming the proper conditions for consumption of the tourist product. Assessing the level of development of the infrastructure of the tourist services market in Ukraine, which in turn determines the development of the offer in this market, and the degree of its saturation, it is possible to reach a preliminary conclusion about the importance of the designated area for tourists. However, it is important to take into account the diversity of tourism needs, depending on the cost and income level of the population, preferences, travel destinations, etc. The needs and requests of tourists vary from the most comfortable and therapeutic conditions of rest to the active physical activity and power tests. In view of such a wide range of tourist preferences, their expectations should be provided by the relevant tourist sector facilities.

Certainly, it generates the need for diversification of tourist businesses, ensuring the proper specialization of services, their safety and legality. In addition, gaining extraordinary weight the implementation of international standards and requirements in the field of tourism, including marking, quality characteristics, a list of mandatory services etc.

2. It is necessary to ensure the proper level of the domestic transport network in terms of transport accessibility, convenience and safety of transportation of tourists, rational logistics, taking into account the seasonal and regional-spatial features of a particular tourist object. These requirements will help to ensure the most rational and acceptable use of resources, minimize the adverse effects of spatial and seasonal irregularities, balance the service system and attract qualified professionals.

3. An important direction of development of the infrastructure of the tourist services market is the development and improvement in this context of modern technologies, in particular information, the level of development of which is currently at rather low levels. Therefore, priority is given to the innovation and investment infrastructure component, which will allow through institutional support to influence the formation of the resource base of the tourist services market. Nowadays, in the process of creation, promotion and direct provision of tourist services in the market a significant role is given to information support, which allows potential tourists to assess the real status of the tourist object, the level of service, regional and spatial characteristics, as well as freely choose routes and fully plan your trip, which also testifies to the growing popularity of online resources such as AirBnB.com and Booking.com.

These areas of infrastructure development require the use of new approaches and a modern strategy for the formation and improvement

of infrastructure provision of the tourist services market, which will meet the current transformational trends and innovation processes. The development and enrichment of the tourist services industry is largely influenced by the systematic, rational and balanced infrastructure of such a market. The infrastructure should be aimed at ensuring a proper level of balance in the use of available resources, such as: natural-recreational, financial-investment, labor and others; as well as meeting the travel and travel needs of this market.

Conclusions. The infrastructure of the tourist services market, acting as one of its main components, simultaneously fulfills the function of a catalyst, thereby significantly increasing the tourist demand and also significantly determining the level of competitiveness of the tourism product. However, new trends in tourism research are increasingly focused on identifying innovative methods to combat over-tourism and offer a broader understanding of stakeholders in the sustainable tourism development. Drawing on qualitative empirical evidence, the authors' question how the negative effects of over-tourism can be mitigated by green tourism enterprises, which provide the commercial sector with good examples of preserving and adapting historic buildings to contemporary functions and encouraging environmentally sound consumer behavior. The development of infrastructure for domestic green tourism businesses affects to community cohesion, the quality of life of the locals, and encourages the practice of intangible heritage.

It remains urgent to work out further ways of investment attractiveness of the rural green tourism sector, which will aim to accelerate the qualitative socio-economic transformational changes of rural territories of Ukraine and the standard of living of its population.

Список бібліографічних посилань

1. Гнат'єва Т. М., Лівінський А. І. Методологія застосування імітаційних моделей у контексті розширеного відтворення підприємств аграрного виробництва. *Агросвіт*. 2019. № 5. С. 25-31. <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2019.5.25>.
2. Гришова І., Шабатура Т., Ніколюк О. Державне регулювання екотуризму в контексті Європейського досвіду. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2020. № 1. С. 126-136. URL : <https://instzak.com/index.php/journal/article/view/1783>.

References

1. Hnatieva, T.M., Livinskyi, A.I. (2019). Metodolohiia zastosuvannia imitatsiinykh modelei u konteksti rozshyrenoho vidtvorennia pidpriemstv ahranoho vyrobnytstva [Methodology of imitation models in the context of extended reproduction of agricultural production enterprises]. *Ahrosvit*, 5, pp. 25-31 [In Ukrainian]. <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2019.5.25>.
2. Gryshova, I., Shabatura, T., Nikoliuk, O. (2020). Derzhavne rehuliuвання ekoturizmu v konteksti Yevropeiskoho dosvidu [State regulation of ecotourism in the context of European experience]. *Naukovi zapysky Instytutu zakonodavstva Verkhovnoi Rady Ukrainy*, 1, pp. 126-136. Retrieved from: <https://instzak.com/index.php/journal/article/view/1783> [In Ukrainian].

3. Гришова І. Ю., Федоркін Д. В. Функціонування механізму управління екологічною безпекою аграрного виробництва. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2018. № 1(1). С. 59-69. URL : <https://instzak.com/index.php/journal/article/view/21>.

4. Дем'яненко М. Я., Гришова І. Ю. Сталий розвиток аграрної економіки в контексті розвитку сільського зеленого туризму. Теоретичні та прикладні аспекти сталого розвитку: функціональний, галузевий і регіональний вектори: колективна монографія / під ред. С. М. Шкарлета. Київ : ТОВ «Кондор», 2015. С. 48-54.

5. Кравчук А. О. Сільський зелений туризм як перспективний напрям розвитку суб'єктів агробізнесу в регіонах України. *Економічний аналіз: зб. наук. праць*. Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського НЕУ «Економічна думка», 2014. Т. 18. № 3. С. 45-52.

6. Кравчук А. О. Сільський туризм як стратегічний напрям диверсифікації операційної діяльності суб'єктів аграрного сектору Одещини. *Економічний аналіз: зб. наук. праць*. Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського НЕУ «Економічна думка», 2014. Т. 17. № 3. С. 42-49.

7. Мишак І. М. Проблеми та перспективи розвитку туризму на Прикарпатті. *Туристично-краєзнавчі дослідження. Федерація профспілок України. Інститут туризму*. Київ, 2004. Вип. 5. С. 192-198.

8. Gryshova I., Nikoliuk O., Marchuk L. Institutional aspects of the regulation of economic security of the agricultural production. *Food Industry Economics*. 2019. Vol.11, Issue 3. P. 23-32. <https://doi.org/10.15673/fie.v11i3.1458>.

9. Panzer-Krause S. Networking towards sustainable tourism: Innovations between green growth and degrowth strategies. *Reg. Stud.* 2019. Vol. 53. P. 927-938.

10. Shabaturo T. S., Kravchuk A. A., Hnatieva T. M. Model of economic development enterprise in the context to European integration. *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 3 (11). Ч. 2. С. 89-94.

3. Gryshova, I.Yu., Fedorkin, D.V. (2018). Funktsionuvannia mekhanizmu upravlinnia ekolohichnoiu bezpekoiu ahrarnoho vyrobnytstva [Functioning of the mechanism of managing the environmental safety of agricultural production]. *Naukovi zapysky Instytutu zakonodavstva Verkhovnoi Rady Ukrainy*, 1(1), pp. 59-69. Retrieved from: <https://instzak.com/index.php/journal/article/view/21> [In Ukrainian].

4. Dem'ianenko, M.Ya., Gryshova, I.Yu. (2015). Stalyi rozvytok ahrarnoi ekonomiky v konteksti rozvytku silskoho zelenoho turizmu. Teoretychni ta prykladni aspekty staloho rozvytku: funktsionalnyi, haluzevyi i rehionalnyi vektory: kolektyvna monohrafiia [Sustainable development of the agrarian economy in the context of rural green tourism development. Theoretical and applied aspects of sustainable development: functional, sectoral and regional vectors: monograph]. Kyiv: TOV «Kondor» [In Ukrainian].

5. Kravchuk, A.O. (2014). Silskyi zelenyi turizm yak perspektyvnyi napriam rozvytku sub'iektiv ahrobyznesu v rehionakh Ukrainy [Rural green tourism as a promising direction for the development of agribusiness in the regions of Ukraine]. *Ekonomichnyi analiz: zb. nauk. prats. Ternopil: Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr Ternopils'koho NEU «Ekonomichna dumka»*, 3(18), pp. 45-52 [In Ukrainian].

6. Kravchuk, A.O. (2014). Silskyi turizm yak stratehichnyi napriam dyversyfikatsii operatsiinoi diialnosti sub'iektiv ahrarnoho sektoru Odeshchyny [Rural tourism as a strategic direction of diversification of operational activity of the subjects of agrarian sector of Odesa region]. *Ekonomichnyi analiz: zb. nauk. prats. Ternopil: Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr Ternopils'koho NEU «Ekonomichna dumka»*, 3(17), pp. 42-49 [In Ukrainian].

7. Myshchak, I.M. (2004). Problemy ta perspektyvy rozvytku turizmu na Prykarpatti [Problems and prospects of tourism development in the Carpathian region]. Kyiv: Federatsiia profspilok Ukrainy. Instytut turizmu [In Ukrainian].

8. Gryshova, I., Nikoliuk, O., Marchuk, L. (2019). Institutional aspects of the regulation of economic security of the agricultural production. *Food Industry Economics*, 11(3), pp. 23-32 [In English].

9. Panzer-Krause, S. (2019). Networking towards sustainable tourism: innovations between green growth and degrowth strategies. *Regional Studies*, 53, pp. 927-938 [In English].

10. Shabaturo, T.S., Kravchuk, A.A., Hnatieva, T.M. (2017). Model of economic development enterprise in the context to European integration. *Naukovyj visnyk Polissia*, 3 (11), part. 2, pp. 89-94 [In English].

Яковенко А.О., Гагал Т.О. Інфраструктурне забезпечення розвитку вітчизняних підприємств зеленого туризму

Мета статті – обґрунтувати та узагальнити ефективну інфраструктурну підтримку розвитку ринку туристичних послуг та сільських підприємств зеленого туризму.

Методика дослідження. У процесі дослідження застосовано методи й підходи економічної, інституціональної та теорії стійкого розвитку. Зокрема, використано системні та цілісні підходи, методи аналізу і синтезу, структурного моделювання (формування ефективних областей розвитку інфраструктури); монографічний (опрацювання найновіших досліджень у напрямку правового забезпечення та статистики); абстрактно-логічний (теоретичне узагальнення та формулювання пропозицій щодо подальшого розвитку інфраструктури ринку туристичних послуг).

Результати дослідження. Розглянуто поняття туристичної інфраструктури сільськогосподарського сектору та визначено структурні складові. Розкрито особливості функціонування суб'єктів управління зеленим туризмом. Виділено економічні, соціальні й екологічні переваги розвитку сільського зеленого туризму. Досліджено фактори, що впливають на розвиток туристичної інфраструктури, серед яких виділено фактори негативної дії. Виявлено низку проблем розвитку інфраструктури зеленого туризму в Україні. На основі аналізу сучасного стану транспортної системи нашої держави та оцінки відповідності її європейським нормам визначено пріоритетні транспортні та внутрішні туристичні маршрути. Розкрито основні стимули щодо розвитку туристичних послуг для іноземних мандрівників. Наголошено на важливості державної підтримки у питаннях підвищення туристичної привабливості нашої країни, забезпеченні належної реалізації інвестиційних програм розвитку туристичної галузі.

Елементи наукової новизни. Обґрунтовано необхідність використання системного підходу в процесі розвитку інфраструктури ринку туристичних послуг. Виділено основні напрями розвитку інфраструктури туристичних послуг, а саме якісне та кількісне наповнення туристичних послуг відповідно до потреб і запитів споживачів; належний рівень зручності, безпеки й раціональної логістики туристичних перевезень; розробка та впровадження інформаційних та новітніх технологій туристичного ринку.

Практична значущість. Одержані результати можуть бути використані в процесі подальшого наукового опрацювання важливої проблеми – підвищення ефективності розвитку ринку туристичних послуг та підприємств сільського зеленого туризму. *Бібліогр.*: 10.

Ключові слова: інфраструктура; зелений туризм; економіка; сільські території; розвиток; туристичні послуги.

Яковенко Алла Олександрівна – кандидат економічних наук доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування, Одеський державний аграрний університет (м. Одеса, вул. Пантелеймонівська, 13)

E-mail: agorg@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-5262-2894>

Гакал Тетяна Олександрівна - аспірант кафедри обліку і оподаткування, Державний вищий навчальний заклад «Херсонський державний аграрний університет» (м. Херсон, вул. Стрітенська, 23)
E-mail: gakaltanya@gmail.com
ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-0006-179X>

Яковенко А.А., Гакал Т.А. Инфраструктурное обеспечение развития отечественных предприятий зеленого туризма

Цель статьи - обосновать и обобщить эффективную инфраструктурную поддержку развития рынка туристических услуг и сельских предприятий зеленого туризма.

Методика исследования. В процессе исследования использованы методы и подходы экономической, институциональной и теории устойчивого развития. В частности, использованы системные и целостные подходы, методы анализа и синтеза, структурного моделирования (формирование эффективных областей развития инфраструктуры); монографический (обработка новейших исследований в направлении правового обеспечения и статистики); абстрактно-логический (теоретическое обобщение и формулирование предложений по дальнейшему развитию инфраструктуры рынка туристических услуг).

Результаты исследования. Рассмотрено понятие туристической инфраструктуры сельскохозяйственного сектора и определены ее структурные составляющие. Раскрыты особенности функционирования субъектов управления зеленым туризмом. Выделены экономические, социальные и экологические преимущества развития сельского зеленого туризма. Исследованы факторы, влияющие на развитие туристической инфраструктуры, среди них выделены факторы негативного воздействия. Выявлен ряд проблем развития инфраструктуры зеленого туризма в Украине. На основе анализа современного состояния транспортной системы нашего государства и оценки соответствия ее европейским нормам определены приоритетные транспортные и внутренние туристические маршруты. Раскрыты основные стимулы относительно развития туристических услуг для иностранных путешественников. Подчеркнута важность государственной поддержки в вопросах повышения туристической привлекательности нашей страны, обеспечении надлежащей реализации инвестиционных программ развития туристической отрасли.

Элементы научной новизны. Обоснована необходимость использования системного подхода в процессе развития инфраструктуры рынка туристических услуг. Выделены основные направления развития инфраструктуры туристических услуг, а именно: качественное и количественное наполнение туристических услуг в соответствии с потребностями и запросами потребителей; надлежащий уровень удобства, безопасности и рациональной логистики туристических перевозок; разработка и внедрение информационных и новейших технологий туристического рынка.

Практическая значимость. Полученные результаты могут быть использованы в процессе дальнейшей научной проработки важной проблемы - повышение эффективности развития рынка туристических услуг и предприятий сельского зеленого туризма. Библиогр.: 10.

Ключевые слова: инфраструктура; зеленый туризм; экономика; сельские территории; развитие; туристические услуги.

Яковенко Алла Александровна - кандидат экономических наук доцент, доцент кафедры учёта и налогообложения, Одесский государственный аграрный университет (г. Одесса, ул. Пантелеймоновская, 13)
E-mail: agorg@ukr.net
ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-5262-2894>

Гакал Татьяна Александровна - аспирант кафедры учёта и налогообложения, Государственное высшее учебное заведение «Херсонский государственный аграрный университет» (г. Херсон, ул. Сретенская, 23)
E-mail: gakaltanya@gmail.com
ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-0006-179X>

The article has been received 19.03.2020

Revision: 22.03.2020

Бібліографічний опис для цитування:

Yakovenko A. O., Gakal T. O. Infrastructural support for the development of domestic green tourism enterprises. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 65 – 71. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003065>

Yakovenko, A. O. & Gakal, T. O. (2020). Infrastructural support for the development of domestic green tourism enterprises. *Економіка АПК*, 3, pp. 65 – 71. [In English] <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003065>

* * *

УДК 338.4

JEL Classification: Q1

DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003072>

О.В. КОВАЛЕНКО, доктор економічних наук,
старший науковий співробітник
Г.П. ЛИСЕНКО

Втрати продовольства як індикатор збалансованості інноваційних процесів у продовольчому ланцюгу

Мета статті - оцінити вплив інноваційно-інвестиційних процесів на скорочення втрат продовольства у виробничо-збутових ланцюгах та обсягів відходів виробництва харчових продуктів; обґрунтувати чинники, здатні впливати на прогрес країни у зменшенні втрат продовольства та відходів виробництва харчових продуктів.

Методика дослідження. У процесі дослідження використано методи системного узагальнення та емпіричний (для комплексної оцінки сучасного стану інноваційних процесів у харчовій промисловості на етапах продовольчого ланцюга), метод лінійної регресії (для визначення залежності індексу втрат і відходів харчових продуктів від чинників, що можуть вплинути на їх скорочення), аналітичний, порівняння та абстрактно-логічний (для теоретичних узагальнень та формулювання висновків).

Результати дослідження. Здійснено оцінку втрат харчових продуктів від їх проходження етапами продовольчого ланцюга за допомогою Індексу Ласпейреса (FLI), що дає можливість оцінити прогрес агропродовольчого сектору в зниженні втрат. Визначено, що у 2018 р. вартісні втрати харчових продуктів були на 12,6% більші, ніж у 2010 р., а єдиними галузями харчової промисловості, які спромоглися скоротити свої збитки, стали галузі з виробництва цукру, олії та яєць. Починаючи з 2014 р. і дотепер обсяг відходів від виробництва харчових продуктів також має тенденцію до зростання. Агропродовольчий сектор України потребує інноваційної модернізації, адже через недостатній рівень впровадження інноваційних процесів на етапах продовольчого ланцюга Україна щорічно втрачає тисячі тонн харчових продуктів.

Елементи наукової новизни. Виявлено тісний зв'язок між індексом втрат харчових продуктів та рівнем капітальних інвестицій у харчову промисловість і сільське господарство. Збільшення капітальних інвестицій зумовлює скорочення втрат продовольства при транспортуванні та зберіганні харчових продуктів. Зростання іноземних інвестицій у харчову промисловість, зокрема інвестицій на інноваційне оновлення виробництва (придбання машин, обладнання та програмного забезпечення), має тісний зв'язок із скороченням рівня відходів від виробництва харчових продуктів.

Практична значущість. Результати досліджень мають науково-практичний характер і містять інформацію щодо ефективності системи контролю втрат харчових продуктів на етапах продовольчого ланцюга в Україні. Наведено чинники, що можуть впливати на зниження втрат відходів. Отримані результати слугують базою для подальших наукових досліджень, прогнозування розвитку харчової промисловості та сільського господарства, прийняття рішень щодо державної підтримки розвитку їх основних галузей. Табл.: 3. Рис.: 3. Бібліогр.: 13.

Ключові слова: продовольчий ланцюг; втрати харчових продуктів; відходи виробництва харчових продуктів; харчова промисловість; інноваційні процеси; модернізація.

Коваленко Ольга Володимирівна - доктор економічних наук, старший науковий співробітник, завідувач відділу економічних досліджень та інноваційного провайдингу, Інститут продовольчих ресурсів НААН (м. Київ, вул. Євгена Сверстюка, 4А)

E-mail: okovalenko0960@gmail.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-8364-3316>

Лисенко Ганна Петрівна - молодший науковий співробітник відділу економічних досліджень та інноваційного провайдингу, Інститут продовольчих ресурсів НААН (м. Київ, вул. Євгена Сверстюка, 4А)

E-mail: lysenko_hanna@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-2006-4111>

Постановка проблеми. Відповідно до щорічної доповіді Продовольчої і сільськогоспо-

дарської організації ООН (FAO) про становище в галузі харчових продуктів і сільського

господарства за 2019 р. [9], щороку 14% світових харчових продуктів псується ще до появи на полицях магазинів - під час зберігання, переробки і транспортування.

Втрати харчових продуктів та харчові відходи є марним витрачанням ресурсів, що застосовуються у виробництві продовольства, зокрема: природних (землі, води, енергії), трудових та фінансових. Виробництво їжі, яка не буде спожита, призводить до надмірного викиду CO₂, а також втрат економічної цінності харчових продуктів [1]. Тому пошук ефективних шляхів скорочення втрат харчових продуктів на етапах продовольчого ланцюга та відходів виробництва харчових продуктів - вкрай актуальний напрям дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання збалансованості інноваційних процесів на етапах продовольчого ланцюга досліджували вчені Я.М. Гадзало [8], П.Т. Саблук, О. Г. Шпикуляк [3], М.П. Сичевський [7], А.Е. Юзефович [6] та ін. Проблему скорочення втрат харчових продуктів на етапах продовольчого ланцюга та зменшення відходів виробництва харчових продуктів вивчали S. Gebhardt і R. Thomas [10], T. Searchinger і C. Hanson [13], L. Rejinders і S. Soret [12], а серед українських учених М.М. Бабиш [1], В.М. Жуковська [2], І.О. Седікова і Ю.В. Дьяченко [5] та ін.

За даними FAO, світові обсяги втрат харчових продуктів зменшуються. Проте в Україні частка харчових продуктів, що не доходять до споживача, зростає. Це свідчить про наявність проблем у збалансованості інноваційних процесів та контролі втрат харчових продуктів у продовольчому ланцюзі, зумовлюючи необхідність подальшого вивчення цього питання.

Мета статті - оцінити вплив інноваційно-інвестиційних процесів на скорочення втрат продовольства у виробничо-збутових ланцюгах та обсягів відходів виробництва харчових продуктів; обґрунтувати чинники, здатні впливати на прогрес країни у зменшенні втрат продовольства та відходів виробництва харчових продуктів.

Методологія дослідження. У процесі дослідження використано методи системного узагальнення та емпіричний (для комплексної оцінки сучасного стану інноваційних процесів у харчовій промисловості на етапах продовольчого ланцюга), метод лінійної регресії (для визначення залежності індексу

втрат та відходів харчових продуктів від факторів, що можуть вплинути на їх скорочення), аналітичний, порівняння та абстрактно-логічний (для теоретичних узагальнень та формулювання висновків).

Виклад основних результатів дослідження. Дотримання високої якості кінцевої харчової продукції має важливе значення на всіх етапах продовольчого ланцюга: при виробництві сировини, зберіганні та транспортуванні, переробці й пакуванні готової продукції, доставки до споживача та продажу. Адже крім рівня якості, створеної виробником харчової продукції, існує ряд факторів, що визначають її якість на етапі споживання. У продовольчому ланцюгу можна виділити втрати продовольства, які стають непередбачуваним наслідком сільськогосподарських процесів або технічних обмежень у сфері зберігання, інфраструктури, пакування та/або маркетингу. Так, продукція може бути розлита, розсипана або зіпсована через неналежне зберігання (недотримання температури, рівня вологості, терміну зберігання тощо), що може призвести до зниження її якості до того, як харчові продукти потраплять до споживача [1].

Нині темп інноваційно-технічного оновлення харчової промисловості України надто повільний та недостатній для ефективного розвитку галузі. Незважаючи на те, що рівень капітальних інвестицій в галузь виробництва харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів за 2015-2018 рр. зріс більше ніж удвічі, інвестування здійснювалося нестабільно та в недостатньому обсязі, тому ступінь зносу основних засобів у галузі скоротився лише на 2% і становив у 2018 р. 48%.

У 2018 р. впровадженням інновацій займалися тільки 15,6% підприємств харчової промисловості, а серед впроваджених ними інноваційних процесів маловідходні та ресурсозберігаючі становили лише 46,3%. Як наслідок, втрати харчових продуктів на етапах продовольчого ланцюга та обсяги відходів виробництва харчових продуктів зростали.

За даними Державної служби статистики України, у 2018 р. втрати м'яса та м'ясних продуктів при зберіганні й транспортуванні від етапу виробництва до етапу реалізації та харчового споживання населенням були на рівні 10 тис. т, молока та молочних продуктів - 12 тис. т, яєць - 4 тис. т (з розрахунку середньої маси одного яйця 57,75 г), зернових і зернобобових - 1253 тис. т, картоплі - 3799 тис. т,

овочів і баштанних продовольчих культур - 1052 тис. т, плодів, ягід і винограду - 285 тис. т, цукру - 70 тис. т, олії - 25 тис. т.

Оскільки оцінювати загальний рівень втрат харчових продуктів у фізичному вимірі складно через велику кількість різноманітної продукції, проаналізуємо його у грошовому вимірі.

Для аналізу обсягу втрат харчових продуктів у грошовому вимірі при зберіганні та транспортуванні на етапах продовольчого ланцюга у проведених дослідженнях було використано індекс втрат харчових продуктів Ласпейреса (FLI), що обчислюється за формулою з фіксованим базовим періодом і дозволяє порівняти виражену у відсотках частку грошових втрат харчових продуктів продовольчого кошика по країні в поточний період з часткою втрат у базовому періоді. Базовий рівень для розрахунку приймається за

100% (за який було обрано 2010 р.), що дозволяє оцінити позитивні та негативні зміни, а також прогрес країни в зниженні втрат.

$$FLI_{it} = \frac{\sum_j l_{ijt} * (q_{ijt0} * p_{jt0})}{\sum_j l_{ijt0} * (q_{ijt0} * p_{jt0})} * 100, \quad (1)$$

де i - країна; t - поточний період; t_0 - базовий період; j - харчовий продукт; $(q_{ijt0} * p_{jt0})$ - вартість загального обсягу продукції (виробленої та імпортованої) в базовому періоді; l_{ijt} - втрати у відсотках харчової продукції від загального обсягу [9].

Загальний індекс втрат харчових продуктів України, розрахований для харчової промисловості, свідчить, що у 2018 р. до споживачів надійшло на 12,6% вартісного обсягу харчових продуктів менше, ніж у 2010 р. Динаміка скорочення індексу вартісних втрат вказує на позитивні зрушення в збалансованості й інноваційному оновленні харчового ланцюга порівняно з 2011 р. Проте цей показник все ще не досягнув значення 2010 року (рис. 1).

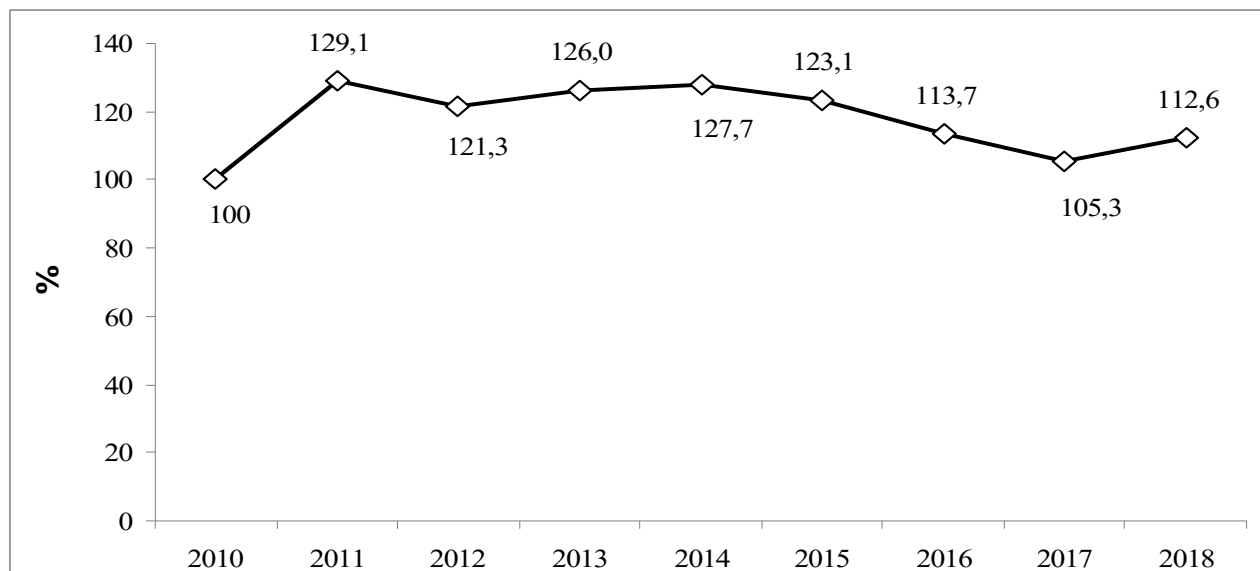


Рис. 1. Індекс вартісних втрат харчових продуктів України, %

Джерело: Сформовано за даними Державної служби статистики України.

Оскільки харчова промисловість охоплює велику кількість галузей, що надто різні як за технологією виробництва продукції, так і за інноваційною оснащеністю, окремо було

проаналізовано індекси вартісних втрат для продукції основних галузей з виробництва продовольства в Україні (табл. 1).

1. Індекси вартісних втрат продовольства за галузями в Україні

Галузь	Рік								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
	Індекс вартісних втрат, %								
М'ясо та м'ясні продукти	100	88	82	100	95	98	122	119	115
Молоко та молочні продукти	100	63	111	119	177	201	193	181	170
Зернові та зернобобові культури	100	186	138	140	136	115	110	91	101
Картопля	100	108	117	114	120	123	104	108	120

Овочі та баштанні продовольчі культури	100	106	112	124	130	131	131	117	115
Плоди, ягоди та виноград	100	121	111	135	133	136	133	133	150
Виробництво цукру	100	86	104	107	92	108	73	71	72
Виробництво олії	100	112	80	89	59	60	39	32	33
Виробництво яєць	100	143	206	216	200	131	77	41	26

Джерело: Розраховано за даними Державної служби статистики України.

Одержані індекси свідчать, що найбільше фінансових збитків при зберіганні та транспортуванні продукції, частка якої внаслідок цього не дійшла до етапу роздрібної торгівлі і не потрапила до споживачів, Україна зазнала у галузях з виробництва молока та молочних продуктів (більше на 70%, ніж у 2010 р.), плодів, ягід і винограду (більше на 50%). Порівняно з 2010 р. було втрачено на 20% більше коштів при зберіганні та транспортуванні картоплі, на 15% - м'яса та м'ясних продуктів, на 1% - зернових і зернобобових.

У 2018 р. менше збитків зазнали оператори ринку яєць, олії та цукру, що свідчить про значне підвищення ефективності цих продовольчих ланцюгів, зокрема впровадження сучасних інноваційних методів зберігання та транспортування продукції. За допомогою лінійного регресійного аналізу оцінено фактори, які найбільшою мірою впливали на підвищення ефективності виробничо-збутових ланцюгів у цих галузях (табл. 2).

2. Узагальнені результати лінійного регресійного аналізу

Чинники	Рівняння	Коефіцієнт детермінації та критерій Фішера	Економічний ефект
y - індекс вартісних втрат олії; x - капітальні інвестиції у виробництво олії та тваринних жирів, тис. грн	$y=108,2-1,38x$	$R^2=0,79$ $F=0,01$	+ 1 тис. грн ↓ - 0,56 тис т
y - індекс вартісних втрат олії; x - капітальні інвестиції, спрямовані у вирощування рослинницьких культур (вирощування однорічних, дворічних, багаторічних культур та відтворення рослин), тис. грн	$y=102,8-1,37x$	$R^2=0,87$ $F=0,002$	+ 1 тис. грн ↓ - 0,56 тис т
y - індекс вартісних втрат цукру; x - капітальні інвестиції в галузь з виробництва харчових продуктів, тис. грн	$y=117,8-2,02x$	$R^2=0,68$ $F=0,04$	+ 1 тис. грн ↓ - 1,9 тис. т
y - індекс вартісних втрат цукру; x - капітальні інвестиції в сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних із ними послуг, тис. грн	$y=109,8-5,97x$	$R^2=0,81$ $F=0,007$	+ 1 тис. грн ↓ - 5,6 тис. т
y - індекс вартісних втрат яєць; x - капітальні інвестиції в галузь з виробництва харчових продуктів, тис. грн	$y=239,3-8,3x$	$R^2=0,6$ $F=0,08$	+ 1 тис. грн ↓ - 0,61 тис т
y - індекс вартісних втрат яєць; x - капітальні інвестиції у сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних із ними послуг, тис. грн	$y=217,8-2,8x$	$R^2=0,82$ $F=0,007$	+ 1 тис. грн ↓ - 0,45 тис т

Джерело: Розраховано за даними Державної служби статистики України.

Основними параметрами, які найбільшою мірою вплинули на зменшення індексів вартісних втрат досліджених галузей, стали капітальні інвестиції, зокрема індекс втрат олії найчутливіший до нарощування капітальних

інвестицій і в сільськогосподарське виробництво сировини (рис. 2), і в промислову її переробку. При збільшенні капітальних інвестицій у кожен з цих сфер виробництва на 1 тис. грн індекс втрат олії може скоротитися на 1,38 та 1,37 в.п. порівняно з 2010 р., тобто

приблизно на 560 т за кожним із критеріїв. За одночасного інвестування цих двох критеріїв

фізичні втрати олії в продовольчому ланцюгу можуть зменшитися на 1,12 тис. т.

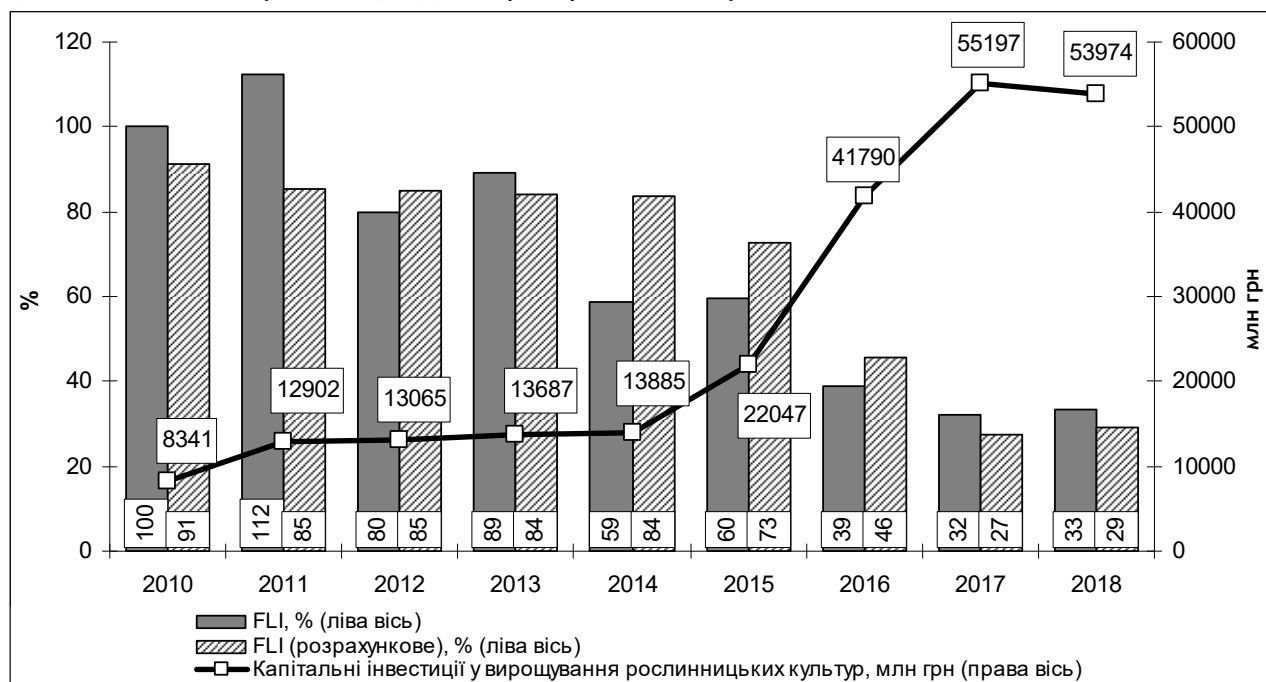


Рис. 2. Залежність індексу втрат (FLI) олії від капітальних інвестицій, спрямованих у вирощування рослинницьких культур

Джерело: Розроблено за даними Державної служби статистики України.

У державній статистиці відсутні дані щодо обсягу капітальних інвестицій у виробництво цукру та яєць, тому як фактори впливу на їх індекси втрат було використано капітальні інвестиції у харчову промисловість та сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних із ними послуг.

Так, з'ясовано, що при збільшенні капітальних інвестицій в харчову промисловість на 1 тис. грн фізичні втрати цукру можуть скоротитися на 1,9 тис. т, а ріст капітальних інвестицій в сільське господарство може забезпечити зменшення втрат до 5,6 тис. т, тобто в три рази більше, ніж капітальні інвестиції в харчову промисловість. Загальне скорочення втрат цукру при інвестуванні обох критеріїв може досягти 7,5 тис. т.

При зростанні капітальних інвестицій у харчову промисловість втрати яєць можуть скоротитися на 0,61 тис. т, а при збільшенні інвестицій у сільське господарство - ще на 0,45 тис. т, тобто разом фізичні втрати яєць можуть зменшитися на 1,06 тис. т.

Такий відчутний зв'язок індексу втрат харчових продуктів олії, цукру та яєць з капітальними інвестиціями свідчить про ефективне використання інвестицій операторами ринків цих видів продукції, а саме: не лише в розширення

виробництва, а й в інноваційний розвиток інфраструктури, впровадження ресурсозберігаючих технологій як на рівні виробництва сировини, так і у промисловій переробці, використання сучасного пакування продукції тощо. Крім того, за останні 10 років саме на розвиток цих галузей залучено найбільше капітальних інвестицій, зокрема у 2018 р. на вирощування рослинницьких сільськогосподарських культур спрямовано 53973,8 млн грн, або 83% від усіх капітальних сільськогосподарських інвестицій, на тваринництво - 9409,7 млн грн (14,5%), а у виробництво олії та тваринних жирів - 5116,8 млн грн, або 20% від капітальних інвестицій харчової промисловості.

Відходи виробництва - це залишки сировини, матеріалів, напівфабрикатів, які утворюються в процесі отримання певного продукту, частково або повністю втрачають свої первісні властивості, не мають подальшого застосування за місцем утворення, однак можуть бути використані в інших виробництвах.

У період з 2010-го по 2018 р. обсяг відходів, утворений в процесі виробництва харчових продуктів, скоротився на 19,7% (рис. 3). У 2011 р. обсяг відходів зріс на 21,8% і досяг максимального значення за розглянутий період - 8,8 млн т, після чого у 2013 р. знизився

у 2,4 раза до 3,7 млн т. Починаючи з 2014 р. і дотепер обсяг відходів має тенденцію до

зростання, що свідчить про несвоєчасне інноваційне оновлення виробничих процесів.

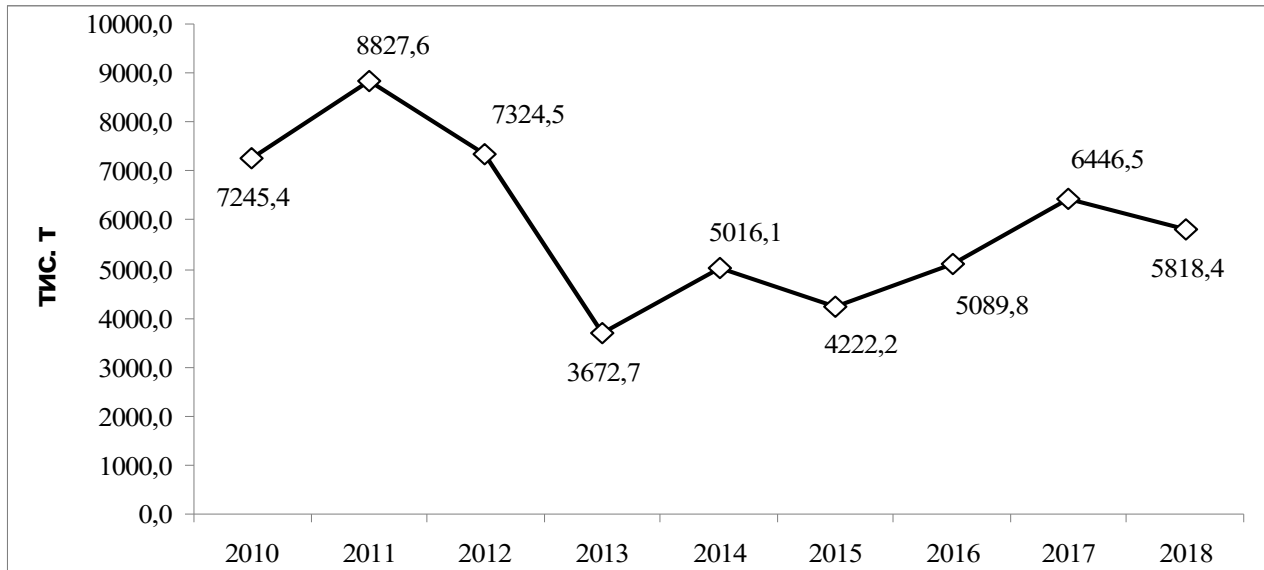


Рис. 3. Відходи виробництва харчових продуктів, тис. т

Джерело: Сформовано за даними Державної служби статистики України.

На основі лінійного регресійного аналізу було визначено, що основними параметрами, які найбільшою мірою впливають на скорочення відходів від виробництва харчових продуктів, є рівень іноземних інвестицій

та обсяг інвестицій в інновації, що спрямовуються на придбання машин, обладнання і програмного забезпечення (табл. 3).

3. Результати лінійного регресійного аналізу

Чинник	Рівняння	Коефіцієнт детермінації та критерій Фішера	Економічний ефект
y - відходи виробництва харчових продуктів, тис. т; x - іноземні інвестиції у виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів, млн дол. США	$y=13655,8-3,069x$	$R^2=0,83$ $F=0,011$	+ 1 млн дол. США ↓ - 3,069 тис. т
y - відходи виробництва харчових продуктів, тис. т; x - інвестиції в інновації на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення для виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів, млн грн	$y=9141,2-2,45x$	$R^2=0,69$ $F=0,056$	+ 1 млн грн ↓ - 2,45 тис. т

Джерело: Обчислено за даними Державної служби статистики України.

У результаті досліджень було з'ясовано, що при збільшенні іноземних інвестицій на 1 млн дол. США відходи виробництва харчових продуктів можуть скоротитися на 3,069 тис. т. При зростанні інвестицій в інновації, що спрямовуються на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення на 1 млн грн, відходи виробництва харчових продуктів скоротяться на 2,45 тис. т. Тобто разом можна зменшити відходи на 5,52 тис. т.

Висновки. На скорочення виробничих втрат та зменшення відходів виробництва харчових продуктів значно впливають капітальні інвестиції в харчову промисловість і сільське господарство, іноземні інвестиції та інвестиції, спрямовані на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення для виробництва харчових продуктів. Крім того, аналіз впливу цих чинників на втрати харчових продуктів та відходи від виробництва висвітлює кілька вагомих проблем: відсутність

ефективної системи контролю втрат у продовольчому ланцюгу, недостатній рівень впровадження сучасних ресурсозберігаючих технологій та оновлення основних засобів, високий ступінь зносу основних фондів підприємств-виробників сировини і переробленої продукції харчової промисловості, а також використання значних інвестицій харчової промисловості на цілі, що не пов'язані з підтримкою якості харчових продуктів у продовольчому ланцюгу.

Список бібліографічних посилань

1. Бабич М. М. Виклики та масштаби проблеми втрат продовольства та харчових відходів у світовому вимірі. *World Science*. 2018. № 5(33), Vol. 4. С. 4-9.
2. Жуковська В. М. Соціоекологічна відповідальність підприємств ритейлу у скороченні харчових відходів та втрат. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 6(1). С. 78-83.
3. Інноваційна діяльність у аграрній сфері: інституціональний аспект : монографія / Саблук П. Т. та ін. Київ : ННЦ «Ін-т аграр. економіки», 2010. 704 с.
4. Коваленко О. В., Лисенко Г. П. Потенціал матеріально-сировинних ресурсів у виробничих ланцюгах основних галузей харчової промисловості. *Продовольчі ресурси*. 2018. № 11. С. 62-79.
5. Седікова І. О., Дьяченко Ю. В. Шляхи зниження продовольчих втрат та харчових відходів. *Економіка харчової промисловості*. 2019. Т. 11. Вип. 4. С. 98-104.
6. Сичевський М. П., Юзефович А. Е. Розвиток харчової промисловості: акценти державної політики. *Економіка АПК*. 2014. № 7. С. 46-52.
7. Сичевський М. П., Коваленко О. В. Чинники інноваційної конкурентоспроможності харчової промисловості в контексті глобалізації. *Економіка АПК*. 2016. № 11. С. 60-67.
8. Харчова промисловість України: стратегічні аспекти розвитку : монографія / [Я. М. Гадзало та ін.] ; за заг. ред. Я. М. Гадзала. Київ : Аграрна наука, 2016. 378 с.
9. FAO. The State of Food and Agriculture 2019. Moving forward on food loss and waste reduction. Rome. 2019. URL: <http://www.fao.org/3/ca6030en/ca6030en.pdf>.
10. Gebhardt S., Thomas R. Nutritive Value of Foods. Beltsville, Maryland: U.S. Department of Agriculture, Agricultural Research Service, Home and Garden Bulletin. 2002. 98 p. URL: <https://naldc.nal.usda.gov/download/CAT11131126/PDF>.
11. Kovalenko O., Verbytskyi S., Lysenko H. Evaluation of effectiveness of innovative modernization of food industry. *The Scientifi c Journal of Cahul State University "Bogdan Petriceicu Hasdeu" Economic and Engineering Studies*. 2017. 2(2). P. 50-56.
12. Rejinders L., Soret S. Quantification of the environmental impact of different dietary protein choices. *The American Journal of Clinical Nutrition*. 2003. Vol. 78, Issue 3. Pp. 664-668.
13. Searchinger T. et al. The Great Balancing Act. Working Paper, Installment 1 of Creating a Sustainable Food Future. Washington: World Resources Institute. 2013. 16 p. URL : http://pdf.wri.org/great_balancing_act.pdf.

Більшість галузей з переробки сільськогосподарської сировини в Україні потребують інноваційної модернізації, адже за 2010 – 2018 рр. лише галузі з виробництва олії, цукру та яєць спромоглися досягти зрушень у зменшенні своїх втрат при переміщенні продукції у продовольчих ланцюгах, що було досягнуто надходженням та ефективним застосуванням значного обсягу капітальних інвестицій.

References

1. Babych, M.M. (2018). Vyklyky ta masshtaby problemy vtrat prodovolstva ta kharchovykh vidkhodiv u svitovomu vymiri [The challenges and extent of the problem of food loss and food waste in a global dimension]. *World Science*, 5(33), Vol.4. pp. 4-9 [In Ukrainian].
2. Zhukovska, V.M. (2017). Sotsioekologichna vidpovidalnist pidpriemstv ryteilu u skorochenni kharchovykh vidkhodiv ta vtrat [Socio-environmental responsibility of retailers in reducing food waste and losses]. *Ekonomichnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii*, 6(1). pp. 78-83 [In Ukrainian].
3. Sabluk, P.T., Shpykuliak, O.H., Kurylo, L.I., Malik, M.Y., Bilozor, L.V., Vitkov, M.S., et al. (2010). *Innovatsiina diialnist v aharnii sferi: instytutsionalnyi aspekt: monohrafiia* [Innovative activity in the agrarian sphere: institutional aspect: monograph]. Kyiv: Instytut aharnoi ekonomiky [In Ukrainian].
4. Kovalenko, O.V., Lysenko, H.P. (2018) Potentsial materialno-syrovynnykh resursiv u vyrobnychkykh lantsiuhakh osnovnykh haluzei kharchovoi promyslovosti. [The potential of food and raw material resources in production chains of the main branches of the food industry]. *Prodovolchi resursy*, 11, pp. 62-79 [In Ukrainian].
5. Sedikova, I.O., Diachenko, Yu.V. (2019) Shliakhy znyzhennia prodovolchykh vtrat ta kharchovykh vidkhodiv [Ways to reduce food losses and food waste]. *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*, Vol. 11, no. 4, pp. 98-104 [In Ukrainian].
6. Sychevskyi, M.P., Yuzefovych, A.E. (2014) Rozvytok kharchovoi promyslovosti: aktsenty derzhavnoi polityky [Food industry development: state policy emphasis]. *Ekonomika APK*, 7, pp. 46-52 [In Ukrainian].
7. Sychevskyi, M.P., Kovalenko, O.V. (2016) Chynnyky innovatsiinoi konkurentospromozhnosti kharchovoi promyslovosti v konteksti hlobalizatsii [Factors of innovative competitiveness of the food industry in the context of globalization]. *Ekonomika APK*, 11, pp. 60-67 [In Ukrainian].
8. Hadzalo, Ya.M., Sychevskyi, M.P., Bokii, O.V., Verbytskyi, S.B., Yemtsev, V.I., et al. (2016). *Kharchova promyslovist Ukrainy: stratehichni aspekty rozvytku: monohrafiia* [Food industry of Ukraine: strategic aspects of development: monograph]. Ya.M. Hadzalo (Ed.). Kyiv : Aharna nauka [In Ukrainian].
9. FAO. (2019). *The State of Food and Agriculture 2019. Moving forward on food loss and waste reduction*. Rome. Retrieved from: <http://www.fao.org/3/ca6030en/ca6030en.pdf> [In English].
10. Gebhardt, S., Thomas, R. (2002). *Nutritive Value of Foods*. Beltsville, Maryland: U.S. Department of Agriculture, Agricultural Research Service, Home and Garden Bulletin. Retrieved from: <https://naldc.nal.usda.gov/download/CAT11131126/PDF> [In English].
11. Kovalenko, O., Verbytskyi, S., Lysenko, H. (2017) Evaluation of effectiveness of innovative modernization of food industry. *The Scientifi c Journal of Cahul State University "Bogdan Petriceicu Hasdeu" Economic and Engineering Studies*, 2(2), pp. 50-56 [In English].
12. Rejinders, L., Soret, S. (2003) Quantification of the environmental impact of different dietary protein choices. *The American Journal of Clinical Nutrition*, Vol. 78, Issue 3, pp. 664S-668S [In English].

Kovalenko O.V., Lysenko H.P. Food loss as an indicator of the balance of innovation in the food chain

The purpose of the article is to assess the impact of innovation-investment processes on reducing food losses in the food chain and food waste; to justify the factors that can influence a country's progress in reducing food losses and food waste.

Research methods. The study used methods of systematic generalization and empirical (for a comprehensive assessment of the current state of innovation processes in the food industry at the stages of the food chain), linear regression method (for a determine the dependence of the food loss index and food waste on factors that may affect their reduction), analytical, comparison and abstract-logical methods (for theoretical generalizations and formulation of conclusions).

Research results. Food losses from their passage through the food chain stages have been estimated using the Laspeyres Index (FLI), which makes it possible to assess the progress of the agri-food sector in reducing losses. It was determined that in 2018, the cost of food loss was 12.6% higher than in 2010, and the only food industries that have succeeded in reducing their losses are the sugar, oil and egg industries. Starting in 2014 and up to the present, the volume of food waste also tends to increase. The agri-food sector of Ukraine needs innovative modernization, because due to the insufficient level of implementation of innovative processes at the stages of the food chain, Ukraine annually loses thousands of tons of food.

Scientific novelty. A close link between the food loss index and the level of capital investment in the food and agriculture sectors has been identified. An increase in capital investment causes a reduction in food losses in the transportation and storage of food. The increase in foreign investment in the food industry, in particular investment in innovative production upgrades (purchases of machinery, equipment and software) is closely linked to reducing the level of food waste.

Practical significance. The results of the researches have scientific and practical character and contain information on the effectiveness of the food loss control system in the food chain stages in Ukraine. Factors that can reduce waste losses are given. The results obtained are the basis for further scientific research, forecasting the development of the food industry and agriculture, making decisions on state support for the development of their main industries. Tabl.: 3. Figs.: 3. Refs.: 13.

Keywords: food chain; food loss; food waste; food industry; innovation processes; modernization.

Kovalenko Olha Volodymyrivna - doctor of economic sciences, senior research fellow, head of the department of economic research and innovative providing, Institute of Food Resources of NAAS (4A, Yevhen Sverstiuk st., Kyiv)

E-mail: okovalenko0960@gmail.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-8364-3316>

Lysenko Hanna Petrivna - junior researcher of the department of economic research and innovative providing, Institute of Food Resources of NAAS (4A, Yevhen Sverstiuk st., Kyiv)

E-mail: lysenko_hanna@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-2006-4111>

Коваленко О.В., Лысенко А.П. Потери продовольствия как индикатор сбалансированности инновационных процессов в продовольственной цепи

Цель статьи - оценить влияние инновационно-инвестиционных процессов на сокращение потерь продовольствия в производственно-сбытовых цепочках и объемов отходов производства пищевых продуктов; обосновать факторы, способные влиять на прогресс страны в уменьшении потерь продовольствия и отходов производства пищевых продуктов.

Методика исследования. В процессе исследования использованы методы системного обобщения и эмпирический (для комплексной оценки современного состояния инновационных процессов в пищевой промышленности на этапах продовольственной цепи), метод линейной регрессии (для определения зависимости индекса потерь и отходов пищевых продуктов от факторов, которые могут повлиять на их сокращение), аналитический, сравнения и абстрактно-логический (для теоретических обобщений и формулирования выводов).

Результаты исследования. Осуществлена оценка потерь пищевых продуктов от их прохождения этапами продовольственной цепи с помощью Индекса Ласпейреса (FLI), что даёт возможность оценить прогресс агропродовольственного сектора в снижении потерь. Определено, что в 2018 г. стоимостные потери пищевых продуктов были на 12,6% больше, чем в 2010 г., а единственными отраслями пищевой промышленности, которые смогли сократить свои убытки, стали отрасли по производству сахара, масла и яиц. Начиная с 2014 г. и до настоящего времени объем отходов от производства пищевых продуктов также имеет тенденцию к росту. Агропродовольственный сектор Украины нуждается в инновационной модернизации, ведь при недостаточном уровне внедрения инновационных процессов на этапах продовольственной цепи Украина ежегодно теряет тысячи тонн пищевых продуктов.

Элементы научной новизны. Обнаружена тесная связь между индексом потерь пищевых продуктов и уровнем капитальных инвестиций в пищевую промышленность и сельское хозяйство. Увеличение капитальных инвестиций приводит к сокращению потерь продовольствия при транспортировке и хранении пищевых продуктов. Рост иностранных инвестиций в пищевую промышленность, в частности инвестиций на инновационное обновление производства (приобретение машин, оборудования и программного обеспечения), имеет тесную связь с сокращением уровня отходов от производства пищевых продуктов.

Практическая значимость. Результаты исследований имеют научно-практический характер и содержат информацию об эффективности системы контроля потерь пищевых продуктов на этапах продовольственной цепи в Украине. Приведены факторы, которые могут влиять на снижение потерь отходов. Полученные результаты служат базой для дальнейших научных исследований, прогнозирования развития пищевой промышленности и сельского хозяйства, принятия решений по государственной поддержке развития их основных отраслей. Табл.: 3. Илл.: 3. Библиогр.: 13.

Ключевые слова: продовольственная цепочка; потери пищевых продуктов; отходы производства пищевых продуктов; пищевая промышленность; инновационные процессы; модернизация.

Коваленко Ольга Владимировна - доктор экономических наук, старший научный сотрудник, заведующая отделом экономических исследований и инновационного провайдинга, Институт продовольственных ресурсов НААН (г. Киев, ул. Евгения Сверстюка, 4А)

E-mail: okovalenko0960@gmail.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-8364-3316>

Лысенко Анна Петровна - младший научный сотрудник отдела экономических исследований и инновационного провайдинга, Институт продовольственных ресурсов НААН (г. Киев, ул. Евгения Сверстюка, 4А)
E-mail: lysenko_hanna@ukr.net
ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-2006-4111>

Стаття надійшла до редакції 28.02.2020 р.

Фахове рецензування: 10.03.2020 р.

Бібліографічний опис для цитування:

Коваленко О. В., Лысенко Г. П. Втрата продовольства як індикатор збалансованості інноваційних процесів у продовольчому ланцюгу. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 72 – 80. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003072>

Kovalenko, O. V. & Lysenko, H. P. (2020). Vtraty prodovolstva yak indykator zbalansovanosti innovatsiinykh protsesiv u prodovolchomu lantsiuhu [Food loss as an indicator of the balance of innovation in the food chain]. *Ekonomika APK*, 3, pp. 72 – 80. [In Ukrainian] <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003072>

*

УДК 338.43.01

JEL Classification: M12

DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003080>

**T.S. SHABATURA, doctor of economic sciences,
associate professor (docent)**

**O.V. NIKOLIUK, doctor of economic sciences,
associate professor (docent)**

I.Yu. GRYSHOVA, doctor of economic sciences

Benchmarking as an innovative tool for the financial activity of the rural green tourism enterprises

The purpose of the article is to substantiate the need to use benchmarking by domestic rural green tourism enterprises as an innovative tool to improve their financial performance.

Research methods. In the process of research were used the methods of analytical generalizations (systematization of modern views on the use of benchmarking by enterprises); induction and deduction (determining the rating of the largest corporations in the world engaged in the development of benchmarking strategies and use it in their practical activity), synthesis and analysis (consideration of characteristic features and tendencies of the development of the rural green tourism enterprises, as well as carrying out the complex assessment of their financial status), personal survey (definition of the level of popularization of benchmarking and problems of its use among the rural green tourism enterprises of Odessa region), abstract-logical (theoretical generalizations and formulation of conclusions).

Research results. The modern tendencies and peculiarities of the use of benchmarking in marketing researches of world companies are considered. The world experience of using benchmarking in order to improve the financial results of the companies of European countries is investigated. The main dominants of the use of financial benchmarking by the rural green tourism enterprises are identified, on the basis of which it is divided into internal, external and financial and strategic. The state of development of the rural green tourism enterprises of Ukraine is analyzed: lists the objects that are attributed to the rural green tourism of Ukraine as of 2018 by regions; based on the survey, the level of popularization of benchmarking and the problem of its use among the rural green tourism enterprises in Odessa region was determined, as well as a comprehensive assessment of their financial status.

Scientific novelty. The necessity to use benchmarking by domestic rural green tourism enterprises is grounded not only in marketing research in order to strengthen their market positions and increase competitive advantages, but also as a financial instrument for ensuring the configuration of financial flows in the directions of their formation and use by interpreting the experience of financial development in the world into their own activities.

Practical significance. The results can be used in the process of further scientific elaboration of an important scientific problem - the use of benchmarking in the financial activity of rural green tourism enterprises of Ukraine and determining its contribution to ensuring their financial stability and independence. Tabl.: 2. Figs.: 1. Refs.: 19.

Keywords: benchmarking; marketing researches; financial stability; an innovative tool; rural green tourism enterprises; quality of ecotourism services.

Лысенко Анна Петровна - младший научный сотрудник отдела экономических исследований и инновационного провайдинга, Институт продовольственных ресурсов НААН (г. Киев, ул. Евгения Сверстюка, 4А)
E-mail: lysenko_hanna@ukr.net
ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-2006-4111>

Стаття надійшла до редакції 28.02.2020 р.

Фахове рецензування: 10.03.2020 р.

Бібліографічний опис для цитування:

Коваленко О. В., Лысенко Г. П. Втрата продовольства як індикатор збалансованості інноваційних процесів у продовольчому ланцюгу. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 72 – 80. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003072>

Kovalenko, O. V. & Lysenko, H. P. (2020). Vtraty prodovolstva yak indykator zbalansovanosti innovatsiinykh protsesiv u prodovolchomu lantsiuhu [Food loss as an indicator of the balance of innovation in the food chain]. *Ekonomika APK*, 3, pp. 72 – 80. [In Ukrainian] <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003072>

*

УДК 338.43.01

JEL Classification: M12

DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003080>

**T.S. SHABATURA, doctor of economic sciences,
associate professor (docent)**

**O.V. NIKOLIUK, doctor of economic sciences,
associate professor (docent)**

I.Yu. GRYSHOVA, doctor of economic sciences

Benchmarking as an innovative tool for the financial activity of the rural green tourism enterprises

The purpose of the article is to substantiate the need to use benchmarking by domestic rural green tourism enterprises as an innovative tool to improve their financial performance.

Research methods. In the process of research were used the methods of analytical generalizations (systematization of modern views on the use of benchmarking by enterprises); induction and deduction (determining the rating of the largest corporations in the world engaged in the development of benchmarking strategies and use it in their practical activity), synthesis and analysis (consideration of characteristic features and tendencies of the development of the rural green tourism enterprises, as well as carrying out the complex assessment of their financial status), personal survey (definition of the level of popularization of benchmarking and problems of its use among the rural green tourism enterprises of Odessa region), abstract-logical (theoretical generalizations and formulation of conclusions).

Research results. The modern tendencies and peculiarities of the use of benchmarking in marketing researches of world companies are considered. The world experience of using benchmarking in order to improve the financial results of the companies of European countries is investigated. The main dominants of the use of financial benchmarking by the rural green tourism enterprises are identified, on the basis of which it is divided into internal, external and financial and strategic. The state of development of the rural green tourism enterprises of Ukraine is analyzed: lists the objects that are attributed to the rural green tourism of Ukraine as of 2018 by regions; based on the survey, the level of popularization of benchmarking and the problem of its use among the rural green tourism enterprises in Odessa region was determined, as well as a comprehensive assessment of their financial status.

Scientific novelty. The necessity to use benchmarking by domestic rural green tourism enterprises is grounded not only in marketing research in order to strengthen their market positions and increase competitive advantages, but also as a financial instrument for ensuring the configuration of financial flows in the directions of their formation and use by interpreting the experience of financial development in the world into their own activities.

Practical significance. The results can be used in the process of further scientific elaboration of an important scientific problem - the use of benchmarking in the financial activity of rural green tourism enterprises of Ukraine and determining its contribution to ensuring their financial stability and independence. Tabl.: 2. Figs.: 1. Refs.: 19.

Keywords: benchmarking; marketing researches; financial stability; an innovative tool; rural green tourism enterprises; quality of ecotourism services.

Shabatura Tatiana Serhiivna - doctor of economic sciences, associate professor (docent), associate professor (docent) of the department of economic theory and economics of the enterprise, Odesa State Agrarian University (13, Panteleimonivska st., Odesa)

E-mail: ta_sha77@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-7107-0167>

Nikoliuk Olena Volodymyrivna - doctor of economic sciences, associate professor (docent), associate professor (docent) of the department of management and logistics, Odesa National Academy of Food Technologies (112, Kanatna st., Odesa)

E-mail: alenavn11@gmail.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-1665-0361>

Gryshova Inna Yuriivna - doctor of economic sciences, professor, Jiangsu Normal University (101 Shanghai Rd, Tongshan Qu, Xuzhou Shi, 221100, Jiangsu Sheng, China)

E-mail: 6020180146@jsnu.edu.cn

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-6276-7619>

Scientific problem. The current conditions of economic development are characterized by instability of the external environment, through which the formation of new competitive advantages and maintaining market positions by domestic rural green tourism enterprises is becoming more and more challenging. This requires on their part a continuous process of integrating innovative tools to optimize internal reserves in order to ensure financial independence and sustainability of their economic development. Today, the most effective tool able to constantly improve the financial condition of the enterprise, increase productivity and improve the quality of eco services, is benchmarking. The use of benchmarking, as evidenced by world practice, contributes to the improvement of performance, but the realities of economic development of rural green tourism enterprises show limited opportunities for its implementation. That is why the views of scientists are aimed at solving the problems of using benchmarking in the economic development of domestic enterprises, in particular rural green tourism, in order to improve their financial activities.

Analysis of recent research and publications. Benchmarking has been studied in their writings by many foreign researchers, among whom should be noted B. Ashford [8], T. Bendell [10], D. Blumberg [11], R. Camp [12], M. Hinton [15], J. Moses [16], J. Rosengard [17], G. Watson [19].

Noteworthy is the scientific development of R. Camp (Camp R., 1995), who considers benchmarking in his writings as a tool used to constantly measure and compare the performance of an enterprise with more successful competitors in order to accumulate the information needed to identify areas for improvement and implementation of measures to improve the performance of the enterprise.

At the universality of benchmarking, as a tool to enhance competitive advantage, emphasizes G. Watson (Watson G., 2006), the peculiarity of which, in the opinion of the scientist, is the simplicity, convenience and flexibility of use, changing company benchmarks to emulate the experience.

Equally important was the scientific approach developed in this direction by T. Bendell (Bendell T., 1993) according to which benchmarking is a modern and promising tool for improving the management processes of adaptation of the enterprise. Scientists in their writings prove that it is through the use of benchmarking provided the formation of new long-term competitive advantages.

From a practical point of view, paying attention to the experience of world companies, there is a need to find many options for the use of benchmarking in practice and domestic business units in order to improve their performance and strengthen market positions. This encourages domestic scientists to conduct further research towards the use of innovative tools such as benchmarking.

Thus, in the domestic scientific literature, the study of the implementation of benchmarking methods and principles is revealed in the works of such scientists as: D Bobrovnik [1], M. Vargatyuk [2], L. Gerasymchuk [3], V. Negodenko [6] and I. Yatsiv [7]. In particular in literary sources [1, 3, 6] highlights the historical stages of benchmarking development, on the basis of which benchmarking is presented as a process of finding, implementing and integrating innovative developments and better experience in the practical plane of enterprise development in order to achieve their strategic and operational goals in any field.

At the same time, the study of literary sources [2, 7] revealed the theoretical and

methodological aspects and practical experience of effective organization of benchmarking in enterprises of any organizational and legal form of activity, where considerable attention is focused on the principles of organization and the use of its results in the practical management of enterprises.

Also, some scientists in their works justify the reasons that encourage enterprises to take benchmarking at the level of management and marketing.

However, despite the variety of scientific approaches developed by both foreign and domestic researchers, there is unfortunately no research to date on using benchmarking as a methodology to multiply knowledge within the financial development of enterprises, in particular rural green tourism, following this concept will not only enhance the image of eco-tourism businesses but also improve their financial performance, which in turn will increase their market value in the long run.

The purpose of the article is to substantiate the need to use benchmarking by domestic rural green tourism enterprises as an innovative tool to improve their financial performance.

Research methodology. In the process of research were used the methods of analytical generalizations (systematization of modern views on the use of benchmarking by enterprises); induction and deduction (determining the rating of the largest corporations in the world engaged in the development of benchmarking strategies and use it in their practical activity), synthesis and analysis (consideration of characteristic features and tendencies of the development of the rural green tourism enterprises, as well as carrying out the complex assessment of their financial status), personal survey (definition of the level of popularization of benchmarking and problems of its use among the rural green tourism enterprises of Odessa region), abstract-logical (theoretical generalizations and formulation of conclusions).

Research results. In the context of increased integration processes for most domestic rural green tourism enterprises, competition has global importance, which is why it is no coincidence that the achievement of world quality standards for eco-tourism services is a priority for most of them. In such circumstances, benchmarking is one of the best innovative tools for achieving enterprise compliance with the world market for ecotourism services, and the image created on this basis by

domestic rural green tourism enterprises will not give up to the world leaders of ecotourism. However, this innovative marketing technology, based on replicating the experience of leaders of eco-tourism companies, can be used by domestic companies in this field not only to increase their competitiveness, but also to increase their market value by improving the results of their financial activities.

Strengthening market positions, gaining new market segments, developing an image, finding opportunities to provide better ecotourism services, maximizing profits are the top priorities for the economic development of modern domestic tourism enterprises. Of course, achieving such priorities is possible through the development of our own development strategy, but there is another way - to copy the experience of leaders of eco-tourism companies in the world. For this purpose, to use benchmarking, as an innovative tool for research and integration of modern methods of conducting business operations, which contributes to a more rapid improvement of production processes with relatively lower costs and greatly facilitates the process of identifying priority goals of an enterprise's economic development based on identifying weaknesses.

Given that benchmarking is mainly a marketing tool to enhance the competitive advantage of an enterprise, its use in the practice of American, Japanese, Scandinavian and Western European managers and scientists acquires long-term nature. Some of the companies that develop benchmarking strategies include Wall Story (USA), General Motors (USA), British Petroleum (UK), Daimler Chrysler (Germany), Royal Dutch Shell (Great Britain), General Electric (USA), Toyota Motor (Japan) [3, p. 99].

N. Durglishvili notes, «according to Fortune ratings, over 40% of the world's largest corporations use different types of benchmarking. Good examples of using this tool can be seen at the following corporations: Bank of America, American Express, Xerox, TRW, Eastman Kodak, Internal Revenue Service, Alcoa, AT&T, DEC, IBM, Toyota, Nasa, etc. » [13].

Given that in terms of innovative development, the eco-tourism sector of the national economy is significantly inferior to the leading countries in terms of eco-tourism services provided, benchmarking can become a tool that will accelerate the pace of activity of eco-tourism enterprises, in particular rural green tourism.

In the world of ecotourism, rural green tourism is a fairly new area of tourism. Within the framework of the international development of ecotourism, it was at the World Summit in 2002 the Quebec Declaration on Ecotourism was approved, which became one of the main documents in the world for ecotourism activities, which initiated its rapid development [7, p. 121].

Considering that there are two models of ecotourism development in the world, namely Australian and Western European, where according to the Australian provision of tourist services occurs within the limits of wild nature, and the Western European - travel within the specially protected natural territories, then for our country the most recent model of ecotourism development was the last one [8, p. 55].

Considering the use of benchmarking in the activities of ecotourism enterprises, it should be noted that this management method is in reality applicable only to large enterprises in this sphere, as well as partially medium and small, which seek to maximize the results of their activities and are provided with an adequate volume of financial flows [9, p.200].

The research of the global experience of using benchmarking to improve financial performance has shown that for the first time the impact of marketing strategy on the profit was established by the consulting organization «PIMS». The beliefs of this organization were based on the fact that in order to make an effective decision in a competitive environment, one must be aware of the successful experience of enterprises [14, 18].

Benchmarking is characterized by multidimensional use, one of the vectors of which for ecotourism enterprises is to establish the gross cost of providing ecotourism services in any world company [8, p. 53]. As a result, there is an opportunity to make an informed decision on the implementation of effective measures to influence these costs. In other words, benchmarking enables to analyze how more successful companies work and helps to determine the directions of reducing the gross costs of providing ecotourism services, ensuring the symmetrical use of financial flows by comparing the financial development of competitors with their own system of organizing the flow of financial, investment, material and other resources, which, in the end, will have an effect on increasing the profitability of the enterprise, and thus will help maximize the market value of the business.

Application of benchmarking in the direction of researching the peculiarities of financial development of more successful companies implies the implementation of the algorithm in the following stages: determination of features of financial development of own enterprise; research on the specific financial development of more successful enterprises; comparison of own results of financial development with financial results of competitors; integration on this basis, more effective management decisions to address the identified "bottlenecks".

In our opinion, the use of benchmarking as an innovative financial instrument for the development of ecotourism enterprises should be based on the following generally accepted dominant factors (Figure).

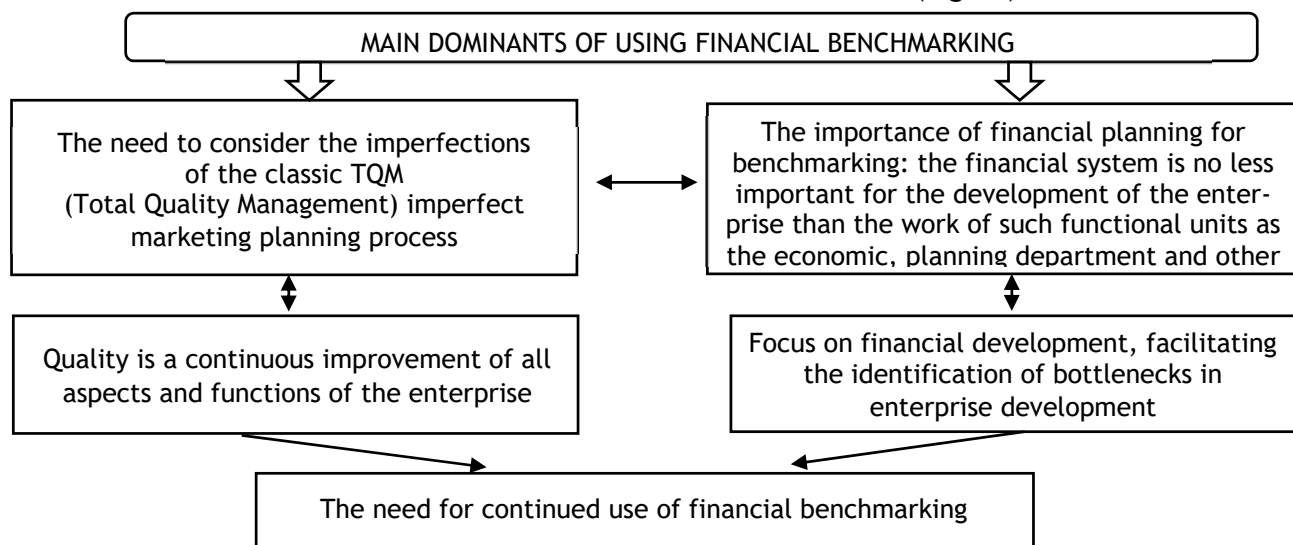


Figure. The main dominants of the use of financial benchmarking by ecotourism enterprises

Source: Systematized by the authors.

More thorough research of the advantages of using benchmarking by domestic enterprises of the ecotourism sphere, especially for testing it as an innovative tool for improving the state of their financial development, it is advisable to distinguish it into the following types:

- internal - comparing the results of financial development of structural units within one enterprise;
- external - comparison of own results of financial development with financial methods of more successful enterprises-competitors;
- financial-strategic - focused on the evaluation of alternative financial decisions based on the research of financial strategies of more successful competitors.

Ecotourism in Ukraine as a whole has not received wide development yet. The main re-

gions of ecotourism development in Ukraine include Odessa, Cherkasy, Poltava, Ternopil, Mykolaiv, Zakarpatya, Zaporizhzhya, Kherson regions and Polesie, as well as rivers: Southern Bug, Dniester, Danube, Sluch, Desna.

The most promising but little developed areas of ecotourism today are Mountain Tikich, Dnipro, and Black Cheremosh. In turn, Kharkiv, Sumy, Lviv, Vinnytsia, Ivano-Frankivsk, Khmelnytsky, Chernivtsi regions [5].

In Ukraine as a whole, ecotourism is positioned as a scientific and cognitive kind of rural green tourism, mainly in rural areas, not far or within the territories of national parks, protected areas and nature parks. Only a few of them have a purely environmental focus (Table 1).

Table 1. Objects of rural green tourism of Ukraine (as of 2018)

The name of the object	Regions
The farmstead «Where the mountains ... »	Ivano-Frankivsk
«Forest Hut»	
«The Natalia»	
The farmstead «Bulbona»	Chernivtsi
«Mountain Tale»	
The farmstead 703	Zakarpatya
«Green Light»	
"Not the limit ..."	
«House by the Lake»	
«Olesya»	
«Slavutich»	
«The Milky Way»	Kherson
«Blooming Embroidery»	
«Fishing State»	
The guest house «Pelican»	Mykolaiv
«Vitavka»	
Mini-hotel «Cuba - Daleko»	Odessa
Camping «Eco-Dacha»	
Manor «Safyany»	
Bessarabian courtyard	
Recreation center «Homestead on Kodyma»	

Source: Compiled by author by source [4].

In this list the Odessa region is no exception, however, the number of companies related to objects rural green tourism, given the region's resource potential, could be much greater. One of the problem of development of ecotourism infrastructure is the extremely high degree of economic development of the territory. However, this is not the main reason for the low development of the ecotourism services market in both Odessa region and Ukraine as a whole.

The fact is that the largest amount of demand for eco-tourism services today is in the countries of North America, Western Europe (including Germany and the United Kingdom),

as well as Australia / New Zealand. Exactly ecotourism companies in these countries inherit the high appraisal of the use of benchmarking as an innovative marketing tool that enables them to retain their leading position and remain financially stable and independent, despite the ongoing impact of the global crisis.

With regard to the use of benchmarking by domestic rural green tourism enterprises, the situation here is quite the opposite. As a result of our survey of owners and managers of enterprises of the Odessa region, which are related to the objects of rural green tourism (Table 1), it was found that 4 companies out of 5 do not

carry out marketing research at all due to lack of funds necessary for realization of marketing measures. The level of awareness of benchmarking as an innovative marketing tool, among them is very low, since marketing research is considered to be large-scale and long-lasting and therefore inextricably linked to significant personnel and financial costs. At the same time, each of the surveyed managers is aware expediency of conducting market research due to the limited information available making appropriate management decisions.

However, today it is not one of the main reasons for the need to implement the world ex-

perience of using benchmarking in the practical activity of domestic rural green tourism enterprises, because the increase of competitive advantages is impossible without ensuring the financial stability and independence of the enterprise.

Based on a comprehensive assessment of the financial condition of rural green tourism enterprises in the Odessa region (Table 2), it is found that although recently there has been a gradual increase in the level of profitability of these enterprises as a whole, however, the amounts of profits remain insufficient for their effective and full-fledged activity, in the context of increasing globalization processes.

Table 2. Comprehensive assessment of the financial status of rural green tourism enterprises in Odessa region

Indicator	Years			Rejection (+, -) 2018	
	2016	2017	2018	2015	2016
Assessment of property status					
The amount of cash at the disposal of farms, thousand UAH.	475632,8	463129,4	606301,3	130668,5	143171,9
Share of fixed assets in assets	0,42	0,34	0,32	-0,10	-0,02
Wear rate of fixed assets	0,44	0,47	0,48	0,04	0,01
Assessment of financial condition					
Total liquidity ratio	1,51	1,63	1,62	0,11	-0,01
Absolute liquidity ratio	0,06	0,06	0,02	-0,04	-0,04
The ratio of own working capital	0,17	0,27	0,28	0,11	0,01
Profitability assessment					
Gross profit, thousand UAH.	11733,5	17807,5	14852,4	3118,9	-2955,1
Net profit, thousand UAH.	7172,8	35738,7	25578,8	18406	-10159,9
Profitability level of production activity,%	8,4	10,7	9,8	1,4	-0,9
Assessment of the dynamic development					
Asset turnover ratio	0,82	0,96	0,80	-0,02	-0,16
The duration of the operating cycle, days	437	376	450	13	74
The duration of the financial cycle, days	148	146	173	24	27
Assessment of efficiency of use of economic potential					
The level of return on total capital,%	1,5	7,7	4,2	2,7	-3,5
The level of return on equity,%	2,7	12,5	7,1	4,3	-5,5

Source: According to the State Statistics Service of Odessa region.

According to the world experience of tourism development, financial stability and independence of leading eco-tourism companies depends not only on favorable economic and political conditions of doing business, protection of the state and other public institutions of financing, but also on taking over the positive experience of functioning competing companies in the international tourism market in the direction of making informed decisions about ways and methods of ensuring symmetrical use of financial flows in order to ensure

their financial stability and independence. Although the marketing activities for most domestic rural green tourism enterprises are associated with the improvement of their business results, their priorities in marketing directions are mostly determined incorrectly. Therefore, implementing their proven and tested experience of using benchmarking more successful companies in different areas of its use, including as an innovative financial instrument, is only a matter of time.

Conclusions. In Ukraine, the overwhelming majority of rural green tourism enterprises still

do not pay much attention to the search and use of innovative tools for conducting their own businesses due to lack of financial resources. However, the constant growth of requirements for the quality of providing ecotourism services, compliance with international standards of the tourism industry require them to constantly improve methods and means of carrying out production activities, which is impossible without significant financial investments. That is why, under the current conditions, the use of benchmarking for domestic rural green tourism enterprises is extremely relevant, since their services are of lower quality and are subject to much higher costs compared to the services of leading companies in European countries. That is why benchmarking is the most innovative tool whose versatility is not only to save money on conducting your own marketing

research, to locate or minimize probable risks, or to avoid many mistakes, but also to ensure the configuration of financial flows in the areas of their formation and use by interpreting experience of financial development of world leaders in their own activities. This will help them to further orient themselves in the dynamic market of tourist services, to determine strategic vectors of formation of new long-term competitive advantages, which is impossible without ensuring financial stability and independence.

Further research in this area should be based on the development of a methodology for using benchmarking in the financial activities of rural green tourism enterprises in Ukraine and determining its contribution to ensuring their financial stability and independence.

Список бібліографічних посилань

1. Бобровник Д. Підвищення ефективності бенчмаркінгу в контексті забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 3 (19). С. 194-201.
2. Варгатюк М. О. Науково-концептуальні засади використання бенчмаркінгу в управлінні підприємствами. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 2 (18). С. 67-73.
3. Герасимчук Л. М., Паньковська Л. С. Бенчмаркінг на підприємстві в умовах глобалізації. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 3. Т. 3. С. 99-103.
4. Головне управління статистики в Одеській області. URL : <http://www.od.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 17.11.2019).
5. Зелений туризм в Україні. URL : ua.dorogovkaz.com/stati_zelenyj%20turizm.php (дата звернення: 10.09.2019).
6. Негоденко В., Варгатюк М., Щербата М. Теоретичні аспекти визначення сутності категорії «бенчмаркінг». *Економічний аналіз. Тернопіль*, 2019. Т. 29. № 1. С. 208-214.
7. Яців І. Б., Бобровник Д. О. Концептуальні засади розвитку бенчмаркінгу на підприємствах аграрної сфери України. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Т. 3. № 1. С. 120-127.
8. Ashford B. How benchmarking can mitigate risk in business transformation. *BT Technology Journal, Springer Netherlands*. 2007. Vol. 25. № 1. P. 50-57. URL : <http://www.springerlink.com/content/9l08261p1wj2v173/?p=0e0f01e572fe4deaac615234e4e1f22c&pi=28> (дата звернення: 02.09.2019).
9. Basenko K. O., Batrakova T. I., Kushnir S. O. The activation of regulatory policy towards the development of social investment. *Науковий вісник Полісся*. Чернівці, 2017. № 1 (9). Ч. 1. С. 197-202.
10. Bendell T., Boulter L., Kelly J. Benchmarking for Competitive Advantage. New York : McGraw-Hill, 1993. 284 p.
11. Blumberg D. F. Strategic Benchmarking of Service and Logistic Support Operations. *Journal of Business, Logistics*. 1994. Vol. 15. № 2. P. 89-119.
12. Camp R. C. Business Process Benchmarking: Finding and Implementing Best Practices, ASQC Quality Press, Milwaukee, WI, 1995.
13. Durglishvili N., Kushnir S., Shestakovska T. Competitiveness of the agrarian business in the context of maintenance of leadership positions on the market. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 217. 2nd International Conference on Social, economic, and academic leadership. 2018. P. 177-184.

References

1. Bobrovnyk, D. (2019). Pidvyshchennia efektyvnosti benchmarkingu v konteksti zabezpechennia konkurentospromozhnosti ahrarnykh pidpryemstv [Increasing the effectiveness of benchmarking in the context of ensuring the competitiveness of agricultural enterprises]. *Problems and prospects of economy and management*, 3(19), pp. 194-201 [In Ukrainian].
2. Vargatyuk, M.O. (2019). Naukovo-kontseptualni zasady vykorystannia benchmarkingu v upravlinni pidpryemstvamy [Scientific and conceptual principles of using benchmarking in enterprise management]. *Problems and prospects of economy and management*, 2(18), pp. 67-73 [In Ukrainian].
3. Gerasymchuk, L.M., & Pankovska, L.S. (2011). Benchmarking na pidpryemstvi v umovakh hlobalizatsii [Benchmarking at the enterprise in the conditions of globalization]. *Bulletin of the Khmelnytsky National University*, 3(3), pp. 99-103 [In Ukrainian].
4. Holovne upravlinnia statystyky v Odeskii oblasti [Main Department of Statistics in the Odessa region]. Retrieved from: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/> [In Ukrainian].
5. Zelenyi turizm v Ukraini [Green tourism in Ukraine]. Retrieved from: ua.dorogovkaz.com/stati_zelenyj%20turizm.php [In Ukrainian].
6. Negodenko, V., Vargatiuk, M., & Shcherbata, M. (2019). Teoretychni aspekty vyznachennia sutnosti katehorii «benchmarking» [Theoretical Aspects of Determining the Essence of the Benchmarking Category]. *Economic analysis. Ternopil*, 29(1). pp. 208-214 [In Ukrainian].
7. Yatsiv, I.B., & Bobrovnyk, D.O. (2018). Kontseptualni zasady rozvytku benchmarkingu na pidpryemstvakh ahrarnoi sfery Ukrainy [Conceptual foundations of benchmarking development in agrarian enterprises of Ukraine]. *Ukrainian Journal of Applied Economics*, 3(1), pp. 120-127 [In Ukrainian].
8. Ashford, B. (2007). How benchmarking can mitigate risk in business transformation. *BT Technology Journal, Springer Netherlands*, 25(1), pp. 50-57. Retrieved from: <http://www.springerlink.com/content/9l08261p1wj2v173/?p=0e0f01e572fe4deaac615234e4e1f22c&pi=28> [In English].
9. Basenko, K.O., Batrakova, T.I. & Kushnir, S.O. (2017). The activation of regulatory policy towards the development of social investment. *Naukovyj visnyk Polissia*, 1(9), part 1, pp. 197-202 [In English].
10. Bendell, T., Boulter, L., & Kelly, J. (1993). Benchmarking for Competitive Advantage. New York: McGraw-Hill [In English].
11. Blumberg, D.F. (1994). Strategic Benchmarking of Service and Logistic Support Operations. *Journal of Business, Logistics*, 15(2), pp. 89-119 [In English].

14. Gryshova I., Diachenko O., Gerasimenko A. Бенчмаркінг як метод підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств: практичний досвід застосування. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*, 2019. № 6. Р. 62-72. URL : <https://doi.org/10.32886/instzak>. (дата звернення: 07.12.2019).

15. Hinton M., Francis G., Holloway J. Best practice benchmarking in the UK. *Benchmarking: An International Journal*. 2000. Vol. 7. № 1. P.52-61

16. Moses J. Benchmarking quality measurement. *Software Quality Journal*, (Eds.) Springer Netherlands. 2007. Vol. 15. Issue 4. P. 449-462. URL : <http://www.springerlink.com/content/564j96784305k588/?p=87cf28851cb04bb9b4a4bc35921da611&pi=0>; (дата звернення: 23.06.2019).

17. Rosengard J. S. Benchmarking: Springboard for Change. *TMA Journal*. 1996. Vol. 16. № 2. P. 29-32.

18. Shabatura T. S., Kravchuk A. A., Hnatieva T. M. Model of economic development enterprise in the context of European integration. *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 3 (11). Ч. 2. С. 89-94. URL : http://journals.urau.ua/nvp_chntu/issue/view/6943.

19. Watson G. H. Strategic Benchmarking : How to Rare Your Company's Performance against the World's Best. New York : Wiley, 1993. 288 p.

12. Camp, R.C. (1995). Business Process Benchmarking: Finding and Implementing Best Practices. Milwaukee: ASQC Quality Press [In English].

13. Durglishvili, N., Kushnir, S. & Shestakovska, T. (2018). Competitiveness of the agrarian business in the context of maintenance of leadership positions on the market. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 217, pp. 177-184 [In English].

14. Gryshova, I., Diachenko, O. & Gerasimenko, A. (2019). Benchmarking як метод підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств: практичний досвід застосування [Benchmarking as a method of increasing the competitiveness of agrarian enterprises: practical experience]. *Scientific notes of the Institute of Legislation of the Verkhovna Rada of Ukraine*, 6, pp. 62-72. Retrieved from: <https://doi.org/10.32886/instzak> [In Ukrainian].

15. Hinton, M., Francis, G., & Holloway, J. (2000). Best practice benchmarking in the UK. *Benchmarking: An International Journal*, 7(1), pp.52-61 [In English].

16. Moses, J. (2007). Benchmarking quality measurement. *Software Quality Journal*, (Eds.) Springer Netherlands, 15(4), pp. 449-462, Retrieved from: <http://www.springerlink.com/content/564j96784305k588/?p=87cf28851cb04bb9b4a4bc35921da611&pi=0> [In English].

17. Rosengard, J.S. (1996). Benchmarking: Springboard for Change. *TMA Journal*, 16(2), pp. 29-32 [In English].

18. Shabatura, T.S., Kravchuk, A.A. & Hnatieva, T.M. (2017). Model of economic development enterprise in the context of European integration. *Naukovy visnyk Polissia*, 3(11), pp. 89-94. Retrieved from: http://journals.urau.ua/nvp_chntu/issue/view/6943 [In Ukrainian].

19. Watson, G.H. (1993). Strategic Benchmarking: How to Rare Your Company's Performance against the World's Best. New York: Wiley [In English].

Шабатура Т.С., Ніколюк О.В., Гришова І.Ю. Бенчмаркінг як інноваційний інструмент фінансової діяльності підприємств сільського зеленого туризму

Мета статті - обґрунтувати необхідність використання бенчмаркінгу вітчизняними підприємствами сільського зеленого туризму як інноваційного інструменту поліпшення стану їх фінансової діяльності.

Методика дослідження. Застосовано методи: аналітичних узагальнень (систематизація сучасних поглядів на використання бенчмаркінгу підприємствами); індукції та дедукції (визначення рейтингу найбільших корпорацій світу, що займаються розробкою стратегій бенчмаркінгу та використовують його у своїй практичній діяльності); синтезу та аналізу (розгляд характерних особливостей та тенденцій розвитку підприємств сільського зеленого туризму, а також проведення комплексної оцінки їх фінансового стану); персонального опитування (визначення рівня популяризації бенчмаркінгу та проблем його використання серед підприємств сільського зеленого туризму Одеської області); абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення та формулювання висновків).

Результати дослідження. Розглянуто сучасні тенденції та особливості використання бенчмаркінгу в маркетингових дослідженнях світових компаній. Досліджено світовий досвід використання бенчмаркінгу в напрямі поліпшення фінансових результатів діяльності компаній європейських країн. Визначено головні домінанти використання фінансового бенчмаркінгу підприємствами сільського зеленого туризму, на основі чого його поділено на внутрішній, зовнішній та фінансово-стратегічний. Проаналізовано стан розвитку підприємств сільського зеленого туризму України: наведено об'єкти, які віднесено до сільського зеленого туризму України станом на 2018 р. за областями; на основі опитування визначено рівень популяризації бенчмаркінгу та проблеми його використання серед підприємств сільського зеленого туризму Одеської області, а також проведено комплексну оцінку їх фінансового стану.

Елементи наукової новизни. Обґрунтовано необхідність використання бенчмаркінгу вітчизняними підприємствами сільського зеленого туризму не лише в маркетингових дослідженнях з метою посилення їх ринкових позицій та нарощення конкурентних переваг, але і як фінансового інструменту для забезпечення конфігурації фінансових потоків за напрямками їх формування та використання в якості інтерпретації досвіду фінансового розвитку світових лідерів у власну діяльність.

Практична значущість. Результати можуть бути використанні в процесі подальшого наукового опрацювання важливої наукової проблеми - використання бенчмаркінгу у фінансовій діяльності підприємств сільського зеленого туризму України та визначення його внеску в забезпечення їх фінансової стабільності та незалежності. Табл.: 2. Рис.: 1. Бібліогр.: 19.

Ключові слова: бенчмаркінг; маркетингові дослідження; фінансова стабільність; інноваційний інструмент; підприємства сільського зеленого туризму; якість еко туристичних послуг.

Шабатура Тетяна Сергіївна - доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії і економіки підприємства, Одеський державний аграрний університет (м. Одеса, вул. Пантелеймонівська, 13)

E-mail: ta_sha77@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-7107-0167>

Ніколюк Олена Володимирівна - доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та логістики, Одеська національна академія харчових технологій (м. Одеса, вул. Канатна, 112)

E-mail: alenvn11@gmail.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-1665-0361>

Гришова Інна Юріївна - доктор економічних наук, професор, Цянзуський педагогічний університет (101 Shanghai Rd, Tongshan Qu, Xuzhou Shi, 221100, Jiangsu Sheng, Китай)
E-mail: 6020180146@jsnu.edu.cn
ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-6276-7619>

Шабатура Т.С., Николіук Е.В., Гришова І.Ю. Бенчмаркінг як інноваційний інструмент фінансової діяльності підприємств сільського зеленого туризму

Цель статьи - обосновать необходимость использования бенчмаркинга отечественными предприятиями сельского зеленого туризма как инновационного инструмента улучшения состояния их финансовой деятельности.

Методика исследования. Используются методы: аналитических обобщений (систематизация современных взглядов на использование бенчмаркинга предприятиями); индукции и дедукции (определение рейтинга крупнейших корпораций мира, занимающихся разработкой стратегий бенчмаркинга и использующих его в своей практической деятельности); синтеза и анализа (рассмотрение характерных особенностей и тенденций развития предприятий сельского зеленого туризма, а также проведение комплексной оценки их финансового состояния); персонального опроса (определение уровня популяризации бенчмаркинга и проблем его использования среди предприятий сельского зеленого туризма Одесской области); абстрактно-логический (теоретические обобщения и формулирование выводов).

Результаты исследования. Рассмотрены современные тенденции и особенности использования бенчмаркинга в маркетинговых исследованиях мировых компаний. Исследован мировой опыт использования бенчмаркинга в направлении улучшения финансовых результатов деятельности компаний европейских стран. Определены главные доминанты использования финансового бенчмаркинга предприятиями сельского зеленого туризма, на основе чего он разделен на внутренний, внешний и финансово-стратегический. Проанализировано состояние развития предприятий сельского зеленого туризма Украины: приведены объекты, которые отнесены к сельскому зеленому туризму Украины по состоянию на 2018 г. по областям; на основе опроса определен уровень популяризации бенчмаркинга и проблемы его использования среди предприятий сельского зеленого туризма Одесской области, а также проведена комплексная оценка их финансового состояния.

Элементы научной новизны. Обоснована необходимость использования бенчмаркинга отечественными предприятиями сельского зеленого туризма не только в маркетинговых исследованиях с целью усиления их рыночных позиций и наращивания конкурентных преимуществ, но и в качестве финансового инструмента для обеспечения конфигурации финансовых потоков по направлениям их формирования и использования путем интерпретации опыта финансового развития мировых лидеров в свою деятельность.

Практическая значимость. Результаты могут быть использованы в процессе дальнейшего изучения важной научной проблемы - использования бенчмаркинга в финансовой деятельности предприятий сельского зеленого туризма Украины и определения его вклада в обеспечение их финансовой стабильности и независимости. Табл.: 2. Илл.: 1. Библиогр.: 19.

Ключевые слова: бенчмаркинг; маркетинговые исследования; финансовая стабильность; инновационный инструмент; предприятия сельского зеленого туризма; качество экотуристических услуг.

Шабатура Татьяна Сергеевна - доктор экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической теории и экономики предприятия, Одесский государственный аграрный университет (г. Одесса, ул. Пантелеймоновская, 13)
E-mail: ta_sha77@ukr.net
ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-7107-0167>

Николіук Елена Владимировна - доктор экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и логистики, Одесская национальная академия пищевых технологий (г. Одесса, ул. Канатная, 112)
E-mail: alenvn11@gmail.com
ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-1665-0361>

Гришова Інна Юрьевна - доктор экономических наук, профессор, Цянзуський педагогічний університет (101 Shanghai Rd, Tongshan Qu, Xuzhou Shi, 221100, Jiangsu Sheng, Китай)
E-mail: 6020180146@jsnu.edu.cn
ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-6276-7619>

The article has been received 17.03.2020

Revision: 20.03.2020

Бібліографічний опис для цитування:

Shabatura T. S., Nikoliuk O. V., Gryshova I. Yu. Benchmarking as an innovative tool for the financial activity of the rural green tourism enterprises. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 80 – 88. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003080>

Shabatura, T. S., Nikoliuk, O. V. & Gryshova, I. Yu. (2020). Benchmarking as an innovative tool for the financial activity of the rural green tourism enterprises. *Ekonomika APK*, 3, pp. 80 – 88. [In English] <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003080>

* * *

УДК 65.012.123 : 631.11

JEL Classification: Q11; Q13

DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003089>

В.П. ПАВЛИК, кандидат технічних наук,
старший науковий співробітник

Удосконалення планування господарської діяльності сільськогосподарських підприємств

Мета статті - запропонувати методичні положення з удосконалення планування господарської діяльності сільськогосподарських підприємств на основі системного підходу для прийняття ефективних управлінських рішень.

Методика дослідження. Використано монографічний метод у процесі узагальнення наукових положень з удосконалення планування господарської діяльності підприємств. Для ідентифікації та інтерпретації конкретного сільськогосподарського підприємства запропоновано системний підхід, що дає змогу встановити взаємозв'язок і узгодженість показників виробництва й реалізації продукції на основі причинно-наслідкових зв'язків. Закономірності у зміні ціни продукції, рівня рентабельності господарювання залежно від співвідношення обсягів її реалізації й виробництва визначено за допомогою засобів Microsoft Excel.

Результати дослідження. Встановлено результати господарювання конкретного сільськогосподарського підприємства (державне підприємство «Дослідне господарство Інституту сільського господарства Північного Сходу Національної академії аграрних наук України», Сумський район, Сумська область) з виробництва й реалізації пшениці озимої та молока. За допомогою системного підходу, запропонованої системи рівнянь, яка визначає взаємозв'язок між показниками виробництва й реалізації продукції, здійснено ідентифікацію та інтерпретацію процесів виробництва й реалізації пшениці озимої та молока. Використовуючи засоби Microsoft Excel встановлено закономірності у зміні ціни, рівня рентабельності виробництва й реалізації пшениці озимої та молока залежно від відповідного співвідношення обсягів реалізації та виробництва продукції. Визначено рівень повної собівартості продукції та мінімальна її ціна, за яких досягається ефективність господарювання, забезпечується економічний ефект при плануванні господарської діяльності, приймаються науково обґрунтовані управлінські рішення.

Елементи наукової новизни. Встановлено послідовність управлінських рішень з планування господарської діяльності сільськогосподарських підприємств на основі визначення ситуації на ринку й у виробництві продукції, що мають науково обґрунтовану відмінність.

Практична значущість. Використання запропонованого методичного інструментарію з планування господарської діяльності сільськогосподарських підприємств дає змогу удосконалити процес управління, підвищити ефективність виробництва й реалізації продукції. Табл.: 7. Рис.: 4. Бібліогр.: 11.

Ключові слова: управління; сільськогосподарські підприємства; господарська діяльність; планування; методи; системний підхід; закономірність; ефективність.

Павлик Володимир Петрович - кандидат технічних наук, старший науковий співробітник, старший науковий співробітник відділу організації менеджменту, публічного управління та адміністрування, Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки» (м. Київ, вул. Героїв Оборони, 10)
E-mail: vladimir.pavlyk.kyiv@gmail.com

Постановка проблеми. Ефективність господарювання сільськогосподарських підприємств залежить від того, яку частку становитиме реалізація продукції у її виробництві. Вважається, що витрати на виробництво й реалізацію продукції повинні відшкодовуватися одержаним доходом, забезпечуючи певний прибуток. Відомо також, що дохід від продажу продукції може бути одержаний за рахунок зміни її ціни або обсягу реалізації,

які постійно змінюються залежно від ситуації на ринку, кількості виробників, споживачів, їхніх інтересів. Якщо частка реалізації порівняно низька - 25-75%, то витрати на виробництво й реалізацію продукції не відшкодовуються в повному обсягу, що вказує на неефективність господарювання підприємств. У зв'язку з цим на основі передбачення ситуації на ринку необхідно планувати господар-

ську діяльність сільськогосподарських підприємств, складати плани їх господарювання, оскільки це являє собою основу перспективного розвитку, запроваджувати інновації у виробництво продукції. В умовах невизначеності виникає проблема ефективного планування господарської діяльності підприємств, яка полягає у недосконалих методах прогнозування ситуації на ринку продукції. Дослідження, спрямовані на удосконалення методів прогнозування, тільки набувають актуальності. Недостатньо обґрунтованими залишаються процеси виробництва й реалізації продукції, зокрема, не визначений взаємозв'язок між економічними показниками, які їх характеризують, немає єдиного системного підходу, який би давав змогу досягати між ними узгодження. Недосконале й прогнозування обсягів надходження та продажу продукції на ринку, її реалізаційної ціни, відсутній їхній зв'язок із використанням підприємствами землі у процесі господарювання.

Складність розв'язання проблеми зумовлена багатьма чинниками випадкового характеру, що необхідно враховувати. Проте, якщо абстрагуватися, виділити основні чинники, від яких залежить обсяг реалізації продукції, їх систематизувати, то можливо визначити певну ситуацію, характерні умови функціонування того чи іншого ринку, з урахуванням чого спрогнозувати подальше господарювання підприємств. З огляду на це пропонується системний підхід у плануванні господарської діяльності сільськогосподарських підприємств на основі виявлення причинно-наслідкових зв'язків між показниками, що характеризують процеси виробництва й реалізації продукції, їх взаємоузгодження.

Наукова новизна полягає у визначенні послідовності управлінських рішень із планування господарської діяльності сільськогосподарських підприємств на основі визначення ситуації на ринку й виробництві продукції, що мають науково обґрунтовану відмінність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У використанні планування в господарській діяльності сільськогосподарських підприємств важливим вважається встановлення закономірностей у зміні показників господарювання [1-4, 7, 9-11]. Для цього можуть бути використані як статистичні дані, що враховують господарську діяльність групи підприємств, а також дослідження окремого підприємства [2]. Планування здійснюють за

допомогою математичних рівнянь, які визначають залежності між показниками, що характеризують процеси виробництва й реалізації продукції. Так, математичні рівняння, які визначено при одних умовах господарювання підприємства, не завжди відповідають для інших, відмінних від них. З огляду на це проведемо аналіз методів планування в господарюванні підприємств, зосереджуючи увагу на основних із них.

Зокрема, В.П. Галушко вважає, що «для підвищення ефективності економіко-математичних моделей у практиці управління необхідно застосовувати системний підхід, оскільки він дає змогу врахувати оптимальні варіанти рішень на різних етапах досліджень» [2, с. 61]. На його думку, «основною задачею теорії прийняття рішень є наближення наукових методів виробки рішень з практикою управління» [2, с. 3]. Вчений вказує: «якщо немає ситуації, яка підлягає розв'язанню, то немає необхідності приймати рішення» [2, с. 6]. «За даними 127 компаній США, де ведеться викладання кількісних методів, системний аналіз є універсальним методом, яким повинні оволодіти керівники у корпораціях» [2, с. 23]. При цьому В.П. Галушко зазначає: «Зниження ефективності виробництва можна пояснити й тим, що керівники підприємств та інші управлінські працівники часто не в змозі реагувати на змінювану обстановку. У таких ситуаціях втрачається швидка реакція. Оскільки обсяг робіт дуже великий за складністю, управлінські працівники повинні мати кмітливість та вміння швидко приймати рішення» [2, с. 26].

За Б.К. Скіртою, «методи кореляційного та регресійного аналізу широко використовуються при аналізі сільськогосподарського виробництва й побудови моделей довгострокового прогнозування....Перспективними є методи математичного моделювання при розв'язанні нових, складних задач у економіці та управлінні виробництвом, які практично неможливо розв'язувати традиційними методами» [7, с. 10]. Разом із тим цей автор вказує: «не дивлячись на значну кількість розробок, економіко-математичні методи поки ще не стали практичним інструментом планування й управління у господарстві - надто грубими й недосконалими виявилися моделі, які можливо було б використовувати. Невисока точність прогнозу, яка одержується за допомогою загальноприйнятих

математичних підходів, обумовлена насамперед тим, що побудовані на їх основі математичні моделі не враховують взаємозв'язку між складовими частинами об'єктів управління й планування, а також нелінійного характеру, що описують ці об'єкти, тобто не відповідають у повній мірі вимогам системного підходу» [7, с. 10-11].

На думку М.Ф. Кропивка: «Без прогнозу розвитку ситуації неможливі планування, організація і мотивація діяльності колективів. ... При розробці прогнозів економісти насамперед користуються кількісними статистичними і математичними методами, хоч це нерідко викликає у багатьох обґрунтовані сумніви. ... Якщо умови змінюються, то автоматично змінюються і результати прогнозу» [3, с. 10-11]. Вчений зазначає, що: «противники економічного прогнозування невірно розуміють співвідношення між прогнозом і планом, протиставляючи їх один одному. Насправді ж прогноз не тільки не виключає план, а є необхідною умовою ефективності планування в сучасних умовах. ... Процес планування - безперервний процес, тому що підприємство має на меті досягнення як близьких, так і більш далеких цілей. ... Найпоширенішими є прості у застосуванні методи екстраполяції, тренди, кореляції, складових. ... Значно важче з допомогою екстраполяції тренду виявити основні тенденції спрогнозувати зміни часткових показників. Тут метод екстраполяції тренду може дати сумнівні результати» [3, с. 15]. Автор пише: «Будь-який прогноз по суті є результатом теоретичних досліджень, аналітичних роздумів, висновком із логічних передумов і практичного досвіду» [3, с. 14]. ... «Обов'язкове виконання функції прогнозування зв'язане з невизначеністю і мінливістю ринкового середовища по причинах великої кількості факторів, що впливають на розвиток ситуації на ринках» [3, с. 215-216].

Як вказують В.М. Нелеп і М.І. Сидоренко: «Методи планування оцінюють залежно від того, як вони допомагають визначенню економічно доцільного темпу росту виробництва, узгодженню окремих частин господарської системи, забезпеченню оптимального використання всіх засобів. Головними методами перспективного планування в господарстві є розрахунково-конструктивний, балансовий, абстрактно-логічний і економіко-математичний» [4, с. 28]. За даними вчених, «балансовий метод найбільше відповідає

суті й механізму дії закону планомірного розвитку, тому його широко застосовують у плануванні. Суть цього методу в тому, що план розвитку підприємства, галузі обґрунтовується попереднім складанням балансів, які включають потреби господарства в ресурсах і джерелах задоволення цих потреб. Застосування балансового методу сприяє усуненню і, головне, запобіганню диспропорцій і встановленню правильних пропорцій. ... Однак методи внутрішньогосподарського планування, що широко застосовуються тепер, мають істотні недоліки, які в основному зводяться до того, що в сучасному вигляді вони не дають можливості розробити найекономічніший план розвитку господарства. Причина в тому, що ці методи розробки плану достатньо не відповідають завданням підвищення ефективності виробництва, в них неповно виражене співвідношення між витратами і результатами. Це видно на прикладі балансового методу планування. В плануванні використовують систему матеріальних, трудових і вартісних балансів, за допомогою яких встановлюють відповідні пропорції виробництва. Але планомірна пропорційність досягається при різних показниках ефективності. Можливі й такі баланси, при яких ці показники погіршуються.... Однак при існуючих традиційних методах планування кількісний аналіз явищ здійснюється з недостатньою точністю, без глибокого дослідження характеристик внутрішніх зв'язків економічних процесів» [4, с. 28-30].

На переконання цих авторів: «Тепер у плануванні сільськогосподарського виробництва все більше застосовують такі економіко-математичні методи: математичне програмування, виробничі функції, теорія ігор, матричні моделі, сітьове планування та інші» [4, с. 30]. Серед них виокремимо ті, яким приділено значну увагу в проведеному дослідженні - систему рівнянь, що розв'язується за допомогою матриць, зокрема, це: «Матричні моделі - один з видів економіко-математичних балансових моделей, які відбивають структуру витрат на виробництво, кінцеву продукцію та її розподіл по основних каналах. Застосовують такі типи матричних моделей: виробничо-технологічна, економічна, матричний баланс підприємства, виробничо-фінансовий план, галузевий баланс, міжгалузевий баланс районів, областей» [4, с. 31].

Однак, як зазначає М.Є. Браславець: «економічна наука поки що не завжди дає теоретично обґрунтовані відповіді на всі запитання організації та планування сільськогосподарського виробництва. Свої висновки вона будує переважно на основі традиційних методів аналізу середніх (статистичних) даних та узагальнення досвіду передових господарств; ці методи часто не дають змогу виявити дійсні причини досягнутих результатів. Недостатньо, наприклад, знати об'єктивний економічний закон планомірного, пропорційного розвитку або добре розробити форму виробничо-фінансового плану господарства; потрібно виявити та глибоко вивчити конкретні пропорції між окремими галузями, що склалися в господарстві; точно визначати, яку кількість та якої продукції повинно бути поставлено, залишено на виробничі та особисті потреби, яка сума капіталовкладень необхідна, щоб забезпечити обсяг виробництва продукції, який планується. Приймати рішення потрібно залежно від конкретної ситуації, пори року, а іноді навіть певного сезону, що склалися в господарстві....

Щоб забезпечити розроблення теоретично обґрунтованих рекомендацій для практики, аграрна економічна наука повинна концентрувати свою увагу не тільки на якісному аналізі виробництва, але й на кількісних закономірностях його розвитку, тобто повинна дослідження якісних закономірностей доводити до кількісного його виразу. Навіть порівняно невеликі й прості планово-економічні задачі вимагають розв'язання системи рівнянь з багатою кількістю невідомих. Якщо на початковому етапі застосування математичних методів в економіці мистецтво дослідника вважалося в умінні максимально спростити задачу, не враховуючи другорядні чинники, які не дають суттєвого впливу на процес, що досліджується, то тепер основна задача дослідника - як можливо точно й повно описати економічні явища, які досліджуються у термінах інформації. Це відкриває широку можливість формалізації навіть таких виробничих процесів та економічних явищ, які раніше вважалися особливо далекими від математики» [1, с. 3-5].

Враховуючи вищевикладене, пропонується зосередити дослідження на використанні універсальних математичних рівнянь, які розкривають причинно-наслідкові зв'язки відповідних показників виробництва й реалізації продукції та доводять узгодженість між

ними, дають змогу удосконалити планування господарської діяльності сільськогосподарських підприємств.

Мета статті - запропонувати методичні положення з удосконалення планування господарської діяльності сільськогосподарських підприємств на основі системного підходу для прийняття ефективних управлінських рішень.

Методологія дослідження. На основі узагальнення наукових положень як вітчизняних, так й іноземних учених із планування господарської діяльності підприємств встановлено, що напрями його удосконалення відбуваються виходячи з ідентифікації та інтерпретації самих підприємств, використовуючи для цього економіко-математичні методи. Необхідність застосування системного підходу при плануванні господарської діяльності сільськогосподарських підприємств зумовлена насамперед визначенням узгодженості між показниками, що характеризують процеси господарювання. Залежно від співвідношення обсягів виробництва та реалізації продукції встановлено закономірності у зміні ціни й рівня рентабельності, що дає змогу визначитися з можливими варіантами, планами господарювання в майбутньому. Встановлена ціна продукції на ринку слугує основним показником, від якого формується повна собівартість, витрати на її виробництво й реалізацію, технологічні, організаційні та економічні вимоги. Враховуючи це, важливим у дослідженні стає визначення для конкретного підприємства межі зниження ціни продукції на ринку й одночасному зростанні її повної собівартості. Звідси планування господарської діяльності орієнтовано на ефективний економічний розвиток підприємства, зростання рівня рентабельності виробництва та реалізації продукції.

Виклад основних результатів дослідження. Проведені дослідження ґрунтуються на використанні даних господарювання конкретного державного підприємства «Дослідне господарство Інституту сільського господарства Північного Сходу Національної академії аграрних наук України» [8]. При цьому запропоновано методичний інструментарій виконання економічних розрахунків у процесі планування господарської діяльності сільськогосподарських підприємств, який полягає в наступному.

1. Встановлення вихідних даних господарюючого об'єкта та їх ідентифікація, наближення розрахункових значень до фактичних (табл. 1).

1. Ідентифікація процесів господарювання сільськогосподарського підприємства

Показник, од. виміру	Значення показника при виробництві			
	Пшениця озима		Молоко	
	фактичні	розрахункові	фактичні	розрахункові
Qв, тис. ц	9,257	9,257	18,093	18,093
Qр, тис. ц	3,315	3,262	14,818	15,94
Y, тис. ц	-	7,3	-	12,4
Nв	-	15	-	14
Nс	-	9	-	5
Qр/Qв, %	35,8	35,2	81,9	88,1
Опр, тис. грн	222	250	1005	1005,2
З, га	210	210,5	-	-
Кг, голів	-	-	350	350
С, тис. грн	509	510	5247	5247
Ц, грн/ц	409,65	410	528,21	528,21
Д, тис. грн	1358	1337,3	7827	8419,88
П, тис. грн	849	827,3	2580	3172,88
Р, %	166,8	162,2	49,17	60,47

Позначення: Qв - обсяг виробництва продукції, тис. ц; Qр - обсяг реалізації продукції, тис. ц; Y - обсяг нереалізованої продукції, тис. ц; Nв - кількість виробників; Nс - кількість споживачів; Qр/Qв - товарність продукції, співвідношення обсягів реалізації та виробництва продукції, %; Опр - оплата праці, тис. грн; З - використання землі, га; Кг - кількість голів; С - повна собівартість продукції, тис. грн; Ц - ціна реалізації продукції, грн/ц; П - прибуток від реалізації продукції, тис. грн; Р - рівень рентабельності виробництва й реалізації продукції, %.

Джерело: Власні дослідження з використанням даних звіту підприємства [8].

Для проведення економічних розрахунків, ідентифікації господарюючого підприємства використано систему математичних рівнянь.

Формула для аналізу виробництва рослинницької продукції [5, с. 66]

$$\begin{cases} [Qв \cdot Nв / (Опр \cdot Nс)] - [Y \cdot Nв / (Опр \cdot Nс)] - 1 = C; \\ [Qв \cdot Nв / (З \cdot Nс)] - [Y \cdot Nв / (З \cdot Nс)] - 1 = C; \\ [Qв \cdot Nв / (С \cdot Nс)] - [Y \cdot Nв / (С \cdot Nс)] - 1 = C, \end{cases} \quad (1)$$

де Qв - обсяг виробництва продукції, тис. ц; Y - обсяг нереалізованої продукції, тис. ц; Nв - кількість виробників; Nс - кількість споживачів; Опр - оплата праці, тис. грн; З - використання землі, га; С - повна собівартість продукції, тис. грн.

Формула для аналізу виробництва тваринницької продукції:

$$\begin{cases} [Qв \cdot Nв / (Опр \cdot Nс)] - [Y \cdot Nв / (Опр \cdot Nс)] - 1 = C; \\ [Qв \cdot Nв / (Кг \cdot Nс)] - [Y \cdot Nв / (Кг \cdot Nс)] - 1 = C; \\ [Qв \cdot Nв / (С \cdot Nс)] - [Y \cdot Nв / (С \cdot Nс)] - 1 = C, \end{cases} \quad (2)$$

де Кг - кількість голів.

За аналізом табл. 1, відхилення між фактичними й розрахунковими даними знаходиться у допустимих межах. Це вказує на високу точність використання запропонованих систем рівнянь (1, 2), за допомогою яких застосовано системний підхід щодо прийняття управлінських рішень з господарювання підприємства.

2. Проведення досліджень з інтерпретації господарювання підприємства, визначення умов виробництва й реалізації продукції для встановленої ситуації на ринку (табл. 2 і 3).

2. Інтерпретація господарювання підприємства для встановленої ситуації на ринку при виробництві й реалізації пшениці озимої

Показник, од. виміру	Значення показника при відповідному варіанті плану господарювання, залежно від товарності продукції				
	1	2	3	4	5
Qр/Qв, %	22	35,2	49,6	80,2	98,2
Qв, тис. ц	9,257	9,257	9,257	9,257	9,257
Qр, тис. ц	2,095	3,262	4,595	7,428	9,095
Y, тис. ц	8	7,3	6,5	4,8	3,8
Nв	15	15	15	15	15
Nс	9	9	9	9	9

Опр, тис. грн	250	250	250	250	250
З, га	210,5	210,5	210,5	210,5	210,5
С, тис. грн	510	510	510	510	510
Ц, грн/ц	425	410	385	255	209
Д, тис. грн	890,4	1337,3	1769,075	1894,225	1900,855
П, тис. грн	380,4	827,3	1259,075	1384,225	1390,855
Р, %	74,58	162,2	246,88	271,4	272,7

Джерело: Власні дослідження.

3. Інтерпретація господарювання підприємства для встановленої ситуації на ринку при виробництві й реалізації молока

Показник, од. виміру	Значення показника при відповідному варіанті плану господарювання, залежно від товарності продукції				
	1	2	3	4	5
Qp/Qв, %	32,39	52,5	72,63	88,1	98,9
Qв, тис. ц	18,093	18,093	18,093	18,093	18,093
Qр, тис. ц	5,86	9,5	13,14	15,94	17,9
У, тис. ц	16	14,7	13,4	12,4	11,7
Nв	14	14	14	14	14
Nс	5	5	5	5	5
Опр, тис. грн	1005,2	1005,2	1005,2	1005,2	1005,2
Кг, голів	350	350	350	350	350
С, тис. грн	5247	5247	5247	5247	5247
Ц, грн/ц	1000	800	620	528,21	500
Д, тис. грн	5860,4	7600,3	8147,05	8419,88	8950,2
П, тис. грн	613,4	2353,3	2900,05	3172,88	3703,2
Р, %	11,69	44,85	55,27	60,47	70,58

Джерело: Власні дослідження.

У процесі проведення дослідження використано формули (1, 2).

Виходячи зі встановленої ситуації на ринку при виробництві й реалізації пшениці озимої, для якої характерний 2-й варіант плану господарювання (див. табл. 2), а молока - 4-й варіант плану господарювання (див. табл. 3), визначено діапазон зміни відповідних показників залежно від товарності продукції. Встановлено, що із збільшенням товарності продукції рівень рентабельності її виробництва й реалізації зростає, тоді як ціна - знижується.

3. На основі прогнозування зміни повної собівартості продукції залежно від її ціни на ринку визначається допустимий рівень зрос-

тання величини повної собівартості продукції та мінімальне значення її ціни за формулою [6, с. 113]:

$$Ц = C + (N\% \cdot C) / 100\%, \quad (3)$$

де Ц - встановлена на ринку ціна продукції, грн/ц; С - повна собівартість виробленої й реалізованої продукції, грн/ц; N% - числове значення у відсотках, що у математичному виразі $(N\% \cdot C) / 100\%$ вказує величину, на яку ціна продукції перевищує її собівартість.

Звідси прогнозована повна собівартість продукції дорівнює:

$$C = Ц / [1 + (N\% / 100\%)]. \quad (4)$$

Проміжні економічні розрахунки за формулою (4) наведено у табл. 4 і 5.

4. Прогнозована повна собівартість виробництва й реалізації пшениці озимої

Значення показника							
Ц, грн/ц	Qp/Qв, %	С, грн/ц	Qв, тис. ц	С, тис. грн	Qр, тис. ц	Д, тис. грн	П, тис. грн
425	22	70,83	9,257	655,7	2,095	890,4	234,67
410	35,2	68,33	9,257	632,6	3,262	1337,4	704,86
385	49,6	64,16	9,257	594	4,595	1769,1	1175,08
255	80,2	42,5	9,257	393,4	7,428	1894,1	1500,72
209	98,2	34,83	9,257	322,4	9,095	1900,9	1578,4
Сумарне значення				2598,13			
Середнє значення				519,6			

Джерело: Власні дослідження.

5. Прогнозована повна собівартість виробництва й реалізації молока

Значення показника							
Ц, грн/ц	Qp/Qв, %	С, грн/ц	Qв, тис. ц	С, тис. грн	Qp, тис. ц	Д, тис. грн	П, тис. грн
1000	32,4	436,68	18,093	7900,87	5,86	5860	-2040,87
800	52,5	349,34	18,093	6320,7	9,5	7600	1279,3
650	72,6	283,84	18,093	5135,57	13,14	8541	3405,43
528,21	88,1	230,66	18,093	4173,32	15,94	8419,67	4246,35
500	98,9	218,34	18,093	3950,44	17,9	8950	4999,56
Сумарне значення				27480,9			
Середнє значення				5496,18			

Джерело: Власні дослідження.

У розрахунках за формулою (4) прийнято для виробництва й реалізації пшениці озимої $N\% = 500\%$, для молока $N\% = 129\%$, допустима величина повної собівартості виробництва й реалізації цієї культури на рівні 519,6 тис. грн, мінімальна ціна реалізації - 380 грн/ц, допустима величина повної собівартості виробництва й реалізації молока на рівні 5500,2 тис. грн, мінімальна ціна реалізації

- 660 грн/ц, виходячи з конкретної ситуації на ринку продукції. Процес інтерпретації господарювання підприємства проведено за формулами (1, 2).

4. Результати інтерпретації господарювання підприємства за умови виробництва й реалізації продукції для можливої, прогнозованої ситуації на ринку, наведено (табл. 6 і 7).

6. Інтерпретація господарювання підприємства для можливої ситуації на ринку при виробництві й реалізації пшениці озимої

Показник, од. виміру	Значення показника при відповідному варіанті плану господарювання, залежно від товарності продукції				
	1	2	3	4	5
Qp/Qв, %	23,57	38,7	57,2	82,5	99,3
Qв, тис. ц	9,9	9,9	9,9	9,9	9,9
Qp, тис. ц	2,33	3,83	5,66	8,16	9,83
Y, тис. ц	8,5	7,6	6,5	5	4
Nв	15	15	15	15	15
Nс	9	9	9	9	9
Опр, тис. грн	250	250	250	250	250
З, га	205	205	205	205	205
С, тис. грн	519,6	519,6	519,6	519,6	519,6
Ц, грн/ц	420	380	320	243	210
Д, тис. грн	980	1456,67	1813,3	1984,5	2065
П, тис. грн	460,4	937,1	1293,7	1464,9	1545,4
Р, %	88,61	180,3	248,98	281,9	297,4

Джерело: Власні дослідження.

7. Інтерпретація господарювання підприємства для можливої ситуації на ринку при виробництві й реалізації молока

Показник, од. виміру	Значення показника при відповідному варіанті плану господарювання, залежно від товарності продукції				
	1	2	3	4	5
Qp/Qв, %	32,06	52,66	72,5	89,27	96,9
Qв, тис. ц	18,351	18,351	18,351	18,351	18,351
Qp, тис. ц	5,88	9,663	13,3	16,38	17,78
Y, тис. ц	16,25	14,9	13,6	12,5	12
Nв	14	14	14	14	14
Nс	5	5	5	5	5
Опр, тис. грн	1005,2	1005,2	1005,2	1005,2	1005,2
Кг, голів	358	358	358	358	358
С, тис. грн	5500,2	5500,2	5500,2	5500,2	5500,2
Ц, грн/ц	1100	855	710	660	650
Д, тис. грн	6471,08	8261,7	9444,99	10812,65	11558,82
П, тис. грн	970,88	2761,5	3944,79	5312,45	6058,62
Р, %	17,65	50,2	71,72	96,6	110,15

Джерело: Власні дослідження.

У процесі проведення дослідження використано формули (1, 2).

У табл. 6 і 7 наведено результати аналогічних економічних розрахунків, що й у табл. 2 і 3 тільки значення показників обчислено з урахуванням прогнозованої повної собівартості продукції й допустимої її ціни на ринку.

5. Встановлення закономірностей у зміні ціни, рівня рентабельності виробництва й реалізації продукції для визначеної ситуації на ринку (рис. 1-2).

6. Встановлення закономірностей у зміні ціни, рівня рентабельності виробництва й реалізації продукції для можливої, прогнозованої ситуації на ринку (рис. 3 і 4).

На рис. 1-4 наведено закономірності, які можуть бути визначено за вказаними формулами. Для цього замість аргументу x необхідно підставити числові значення від 1 до 5. Таким чином, встановлені закономірності для визначеної та прогнозованої ситуації на ринку дають змогу порівнювати числові значення ціни, рівня рентабельності виробництва й реалізації відповідної продукції.

7. Визначення ефективності господарювання підприємства в процесі його планування, виходячи з конкретної ситуації у виробництві та на ринку продукції.

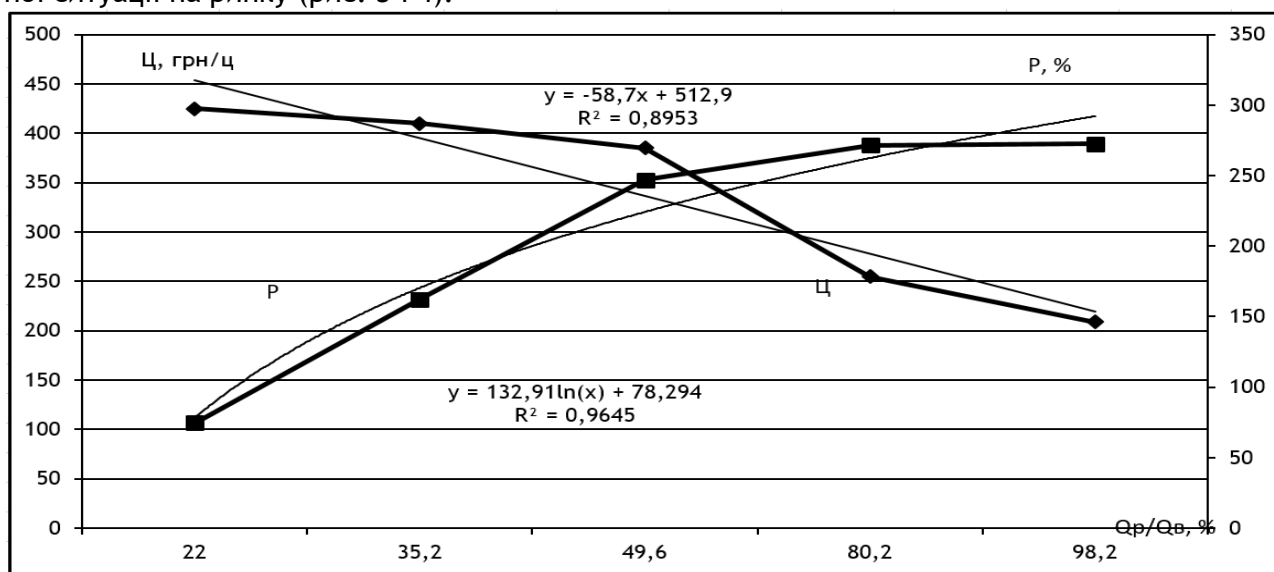


Рис. 1. Закономірності у зміні ціни, рівня рентабельності виробництва й реалізації пшениці озимої для визначеної ситуації на ринку

Джерело: Власні дослідження.

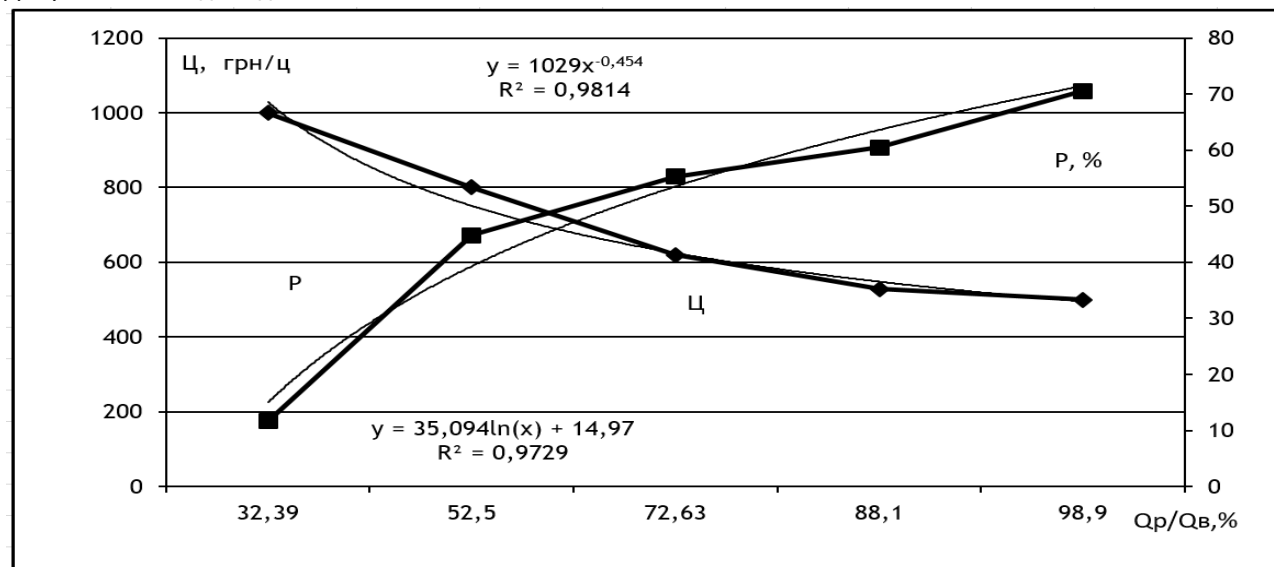


Рис. 2. Закономірності у зміні ціни, рівня рентабельності виробництва й реалізації молока для визначеної ситуації на ринку

Джерело: Власні дослідження.

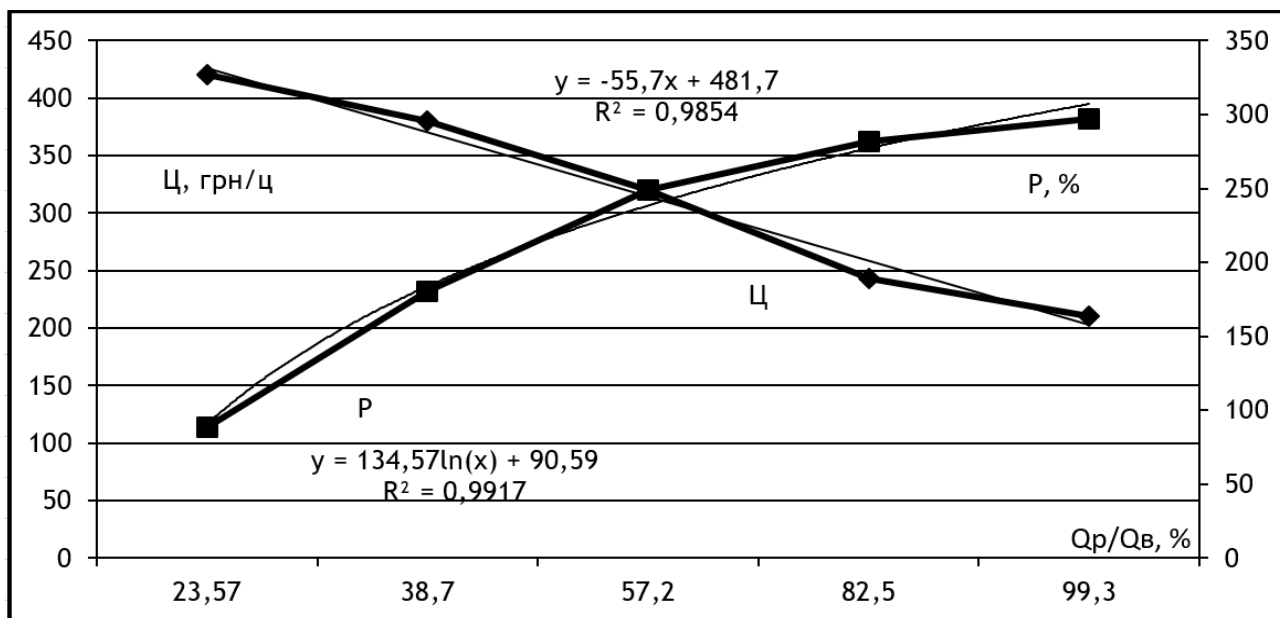


Рис. 3. Закономірності у зміні ціни, рівня рентабельності виробництва й реалізації пшениці озимої для можливої прогнозованої ситуації на ринку

Джерело: Власні дослідження.

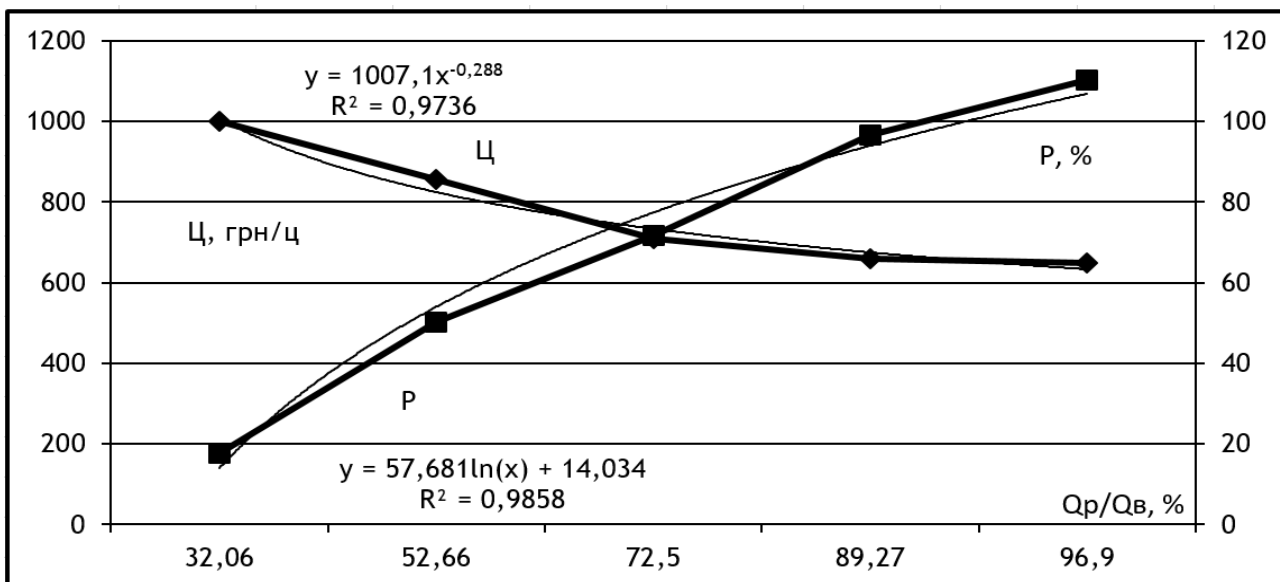


Рис. 4. Закономірності у зміні ціни, рівня рентабельності виробництва й реалізації молока для можливої, прогнозованої ситуації на ринку

Джерело: Власні дослідження.

За даними табл. 2, 6 економічний ефект - Е від планування господарської діяльності при виробництві й реалізації пшениці озимої для конкретної ситуації на ринку буде таким:

$E = 937,1 \text{ тис. грн} - 827,3 \text{ тис. грн} = 109,8 \text{ тис. грн}.$

При цьому рівень рентабельності виробництва й реалізації пшениці озимої вищий на 18,1 %, ціна реалізації продукції нижча на 7,32%, повна собівартість продукції більша на 1,85%, використання землі менше на 5,5 га.

За даними табл. 3, 7 економічний ефект від планування господарської діяльності при

виробництві й реалізації молока для конкретної ситуації на ринку:

$E = 5312,45 \text{ тис. грн} - 3172,88 \text{ тис. грн} = 2139,57 \text{ тис. грн}.$

При цьому рівень рентабельності виробництва й реалізації молока вищий на 36,13%, ціна реалізації продукції вища на 19,97%, повна собівартість продукції вища на 4,6%, використання поголів'я більше на 8 голів.

Висновки. Методи системного аналізу, врахування взаємозв'язків між показниками виробництва й реалізації продукції, виявлення закономірностей у їх зміні виходячи з

ринкових умов можна віднести до універсальних, оскільки за їхньою допомогою здійснюється передбачення процесів господарювання підприємств з високою точністю.

Універсальність запропонованого системного підходу полягає у використанні одних і тих самих математичних рівнянь, що складають систему для розв'язання задач із знаходження взаємозв'язку та встановлення узгодженості між показниками виробництва й реалізації як рослинницької, так і тваринницької продукції, при цьому форма залишається незмінною, а лише змінюється її зміст.

Список бібліографічних посилань

1. Брасловец М. Е. Экономико-математические методы в организации и планировании сельскохозяйственного производства: учебник для экон. фак. с.-х. вузов. Москва : Экономика, 1971. 368 с.
2. Галушко В. П. Управленческие решения и их формализация. Киев : Вища шк., 1983. 128 с.
3. Кропивко М. Ф. Інформація в управлінні агропромисловим виробництвом. Київ : ІАЕ УААН, 1997. 252 с.
4. Нелеп В. М., Сидоренко М. І. Перспективне планування в сільськогосподарських підприємствах. Київ : Урожай, 1975. 232 с.
5. Павлик В. П. Інформаційно-аналітична модель організації господарської діяльності сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2017. № 8. С. 65-69.
6. Павлик В. П. Методи управління сільськогосподарським підприємством : монографія. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2011. 156 с.
7. Скурта Б. К. Имитационное моделирование в управлении сельскохозяйственным производством : учеб. пособие. Киев : Вища шк., 1990. 206 с.
8. Фінансова звітність Державного підприємства «Дослідне господарство Інституту сільського господарства Північного Сходу Національної академії аграрних наук України» за 2016 рік. URL : <http://dpdg-sad.com.ua/2016>.
9. Donald D. Osburn, Kenneth C. Schneeberger. Modern agricultural management : a systems approach to farming. Virginia : Reston Publishing Company, 1983. 416 p.
10. Grünig R. Planung und Kontrolle: Ein Ansatz zur integrierten Erfüllung der beiden Führungsaufgaben. 3. Aufl, Bern[etc.] : Haupt 2002. 196 s.
11. Sawyer G. Business policy and strategic management : planning, strategy, and action. San Diego[etc.] : Harcourt College Pub, 1990. 528 p.

У перспективі на проведеному дослідженні можливо розвинути методи типізації, класифікації, стандартизації, що розкривають закон пропорційного розвитку, перехід від одного об'єкта до групи об'єктів із схожими ознаками, дає змогу визначати темпи росту, умови ефективного господарювання, скористатися вигодами на основі науково обґрунтованої інформації в конкурентному середовищі, підвищити ефективність господарської діяльності, удосконалити управління підприємствами.

References

1. Braslovec, M.E. (1971). Jekonomiko-matematicheskie metody v organizacii i planirovanii sel'skhozajstvennogo proizvodstva [Economic and mathematical methods in the organization and planning of agricultural production]. Moskva: Jekonomika [In Russian].
2. Galushko, V.P. (1983). Upravlenskije reshenija i ih formalizacija [Management decisions and their formalization]. Kyiv: Vyscha shkola. [In Russian].
3. Kropyvko, M.F. (1997). Informatsiia v upravlinni ahro-promyslovym vyrobnytstvom [Information in the management of agro-industrial production]. Kyiv: IAE UAAN [In Ukrainian].
4. Nelep, V.M., Sydorenko, M.I. (1975). Perspektyvne planuvannia v silskohospodarskykh pidpryemstvakh [Perspective planning in agricultural enterprises]. Kyiv: Urozhai [In Ukrainian].
5. Pavlyk, V.P. (2017). Informatsiino-analitychna model orhanizatsii hospodarskoi diialnosti silskohospodarskykh pidpryemstv [Information and analytical model for organization of economic activity of agricultural enterprises]. *Ekonomika APK*, 8, pp. 65-69 [In Ukrainian].
6. Pavlyk, V.P. (2011). Metody upravlinnia silskohospodarskym pidpryemstvom: monohrafiia [Management methods of agricultural enterprise: monograph]. Kyiv: NNTs IAE [In Ukrainian].
7. Skirta, B.K. (1990). Imitacionnoe modelirovanie v upravlenii sel'skhozajstvennym proizvodstvom [Simulation modeling in agricultural management]. Kyiv: Vyscha shkola [In Russian].
8. Finansova zvitnist Derzhavnoho pidpryemstva «Doslidne hospodarstvo Instytutu silskoho hospodarstva Pivnichnoho Skhodu Natsionalnoi akademii ahrarnykh nauk Ukrainy» za 2016 rik [The financial report of the State Enterprise "Research enterprise of the Institute of Agriculture of the North-East of the National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine" for 2016]. Retrieved from: <http://dpdg-sad.com.ua/2016> [In Ukrainian].
9. Donald D. Osburn, Kenneth C. Schneeberger (1983). Modern agricultural management : a systems approach to farming. Virginia: Reston Publishing Company [In English].
10. Grünig, R. (2002). Planung und Kontrolle: Ein Ansatz zur integrierten Erfüllung der beiden Führungsaufgaben. 3. Aufl. Bern[etc.]: Haupt [In German].
11. Sawyer, G. (1990). Business policy and strategic management: planning, strategy, and action. San Diego [etc.] : Harcourt College Pub [In English].

Pavlyk V.P. Improvement of planning of economic activity of agricultural enterprises

The purpose of the article is to offer methodological provisions for improving the planning of economic activities of agricultural enterprises based on a systematic approach for making effective management decisions.

Research methods. The monographic method is used in the process of summarizing the scientific provisions for improving the planning of economic activities of enterprises. To identify and interpret a specific agricultural enterprise, a systematic approach is proposed, which makes it possible to establish the relationship and consistency of production and sales indicators based on cause and effect relationships. Patterns in changing the price of products, the level of economic profitability, depending on the ratio of sales and production volumes have been determined using Microsoft Excel tools.

Research results. The results of managing of a specific agricultural enterprise (state- enterprise "Research enterprise of the Institute of Agriculture of the North East of the National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine", Sumy district, Sumy region) for the production and sale of winter wheat and milk have been established. Using a systematic approach, the proposed system of equations, which determines the relationship between indicators of production and sales of products, identification and interpretation of processes for the production and sale of winter wheat and milk are carried out. Using Microsoft Excel tools, patterns were established in changing the

price, the profitability of production and sales of winter wheat and milk, depending on the corresponding ratio of sales and production volumes. The level of the total production cost and its minimum price is determined, at which economic efficiency is achieved, the economic effect is ensured when planning economic activity, and management decisions are scientifically based.

Scientific novelty. The sequence of managerial decisions on planning the economic activity of agricultural enterprises based on determining the situation on the market and production having a scientifically substantiated difference is established.

Practical significance. Using the proposed methodological tools for planning economic activities of agricultural enterprises makes it possible to improve management, increase the efficiency of production and sale of products. Tabl.: 7. Figs.: 4. Refs.: 11.

Keywords: management; agricultural enterprises; economic activity; planning; methods; systems approach; regularity; efficiency.

Pavlyk Volodymyr Petrovych - candidate of technical sciences, senior research fellow, senior research fellow of the department of management organization and public administration, National Scientific Centre "Institute of Agrarian Economics" (10, Heroiv Oborony st., Kyiv)
E-mail: vladimir.pavlyk.kyiv@gmail.com

Павлик В.П. Совершенствование планирования хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий

Цель статьи - предложить методические положения по совершенствованию планирования хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий на основе системного подхода для принятия эффективных управленческих решений.

Методика исследования. Использован монографический метод в процессе обобщения научных положений по совершенствованию планирования хозяйственной деятельности предприятий. Для идентификации и интерпретации конкретного сельскохозяйственного предприятия предложен системный подход, что даёт возможность установить взаимосвязь и согласованность показателей производства и реализации продукции на основе причинно-следственных связей. Закономерности в изменении цены продукции, уровня рентабельности хозяйствования в зависимости от соотношения объемов реализации и производства определены с помощью средств Microsoft Excel.

Результаты исследования. Установлены результаты хозяйствования конкретного сельскохозяйственного предприятия (государственное предприятие «Опытное хозяйство Института сельского хозяйства Северного Востока Национальной академии аграрных наук Украины», Сумской район, Сумская область) по производству и реализации пшеницы озимой и молока. С помощью системного подхода, предложенной системы уравнений, которая определяет взаимосвязь между показателями производства и реализации продукции, осуществлена идентификация и интерпретация процессов по производству и реализации пшеницы озимой и молока. Используя средства Microsoft Excel установлены закономерности в изменении цены, уровня рентабельности производства и реализации пшеницы озимой и молока в зависимости от соответствующего соотношения объемов реализации и производства продукции. Определены уровень полной себестоимости продукции и минимальная её цена, при которых достигается эффективность хозяйствования, обеспечивается экономический эффект при планировании хозяйственной деятельности принимаются научно обоснованные управленческие решения.

Элементы научной новизны. Установлена последовательность управленческих решений по планированию хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий на основе определения ситуации на рынке и в производстве продукции, что имеют научно обоснованное отличие.

Практическая значимость. Использование предложенного методического инструментария по планированию хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий даёт возможность усовершенствовать процесс управления, повысить эффективность производства и реализации продукции. Табл.: 7. Илл.: 4. Библиогр.: 11.

Ключевые слова: управление; сельскохозяйственные предприятия; хозяйственная деятельность; планирование; методы; системный подход; закономерность; эффективность.

Павлик Владимир Петрович - кандидат технических наук, старший научный сотрудник, старший научный сотрудник отдела организации менеджмента, публичного управления и администрирования, Национальный научный центр «Институт аграрной экономики» (г. Киев, ул. Героев Обороны, 10)
E-mail: vladimir.pavlyk.kyiv@gmail.com

Стаття надійшла до редакції 03.03.2020 р.

Фахове рецензування: 10.03.2020 р.

Бібліографічний опис для цитування:

Павлик В. П. Удосконалення планування господарської діяльності сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 89 – 99. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003089>

Pavlyk, V. P. (2020). Udoskonalennia planuvannia hospodarskoi diialnosti silskohospodarskykh pidpriemstv [Improvement of planning of economic activity of agricultural enterprises]. *Ekonomika APK*, 3, pp. 89 – 99. [In Ukrainian] <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003089>

* * *

УДК 330.88

JEL Classification: A11; B31; L26

DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003100>

**М.М. ІЛЬЧУК, доктор економічних наук, професор,
член-кореспондент НААН
С.І. УС, М.І. ДМИТРУК, кандидати економічних наук
О.М. ІЛЬЧУК**

Теоретичні засади розвитку підприємництва

Мета статті - узагальнити теоретичні питання підприємництва та визначити основні напрями його розвитку в Україні та світі.

Методика дослідження. У процесі дослідження використано такі філософські й загальнонаукові методи, принципи і прийоми, як абстракція, індукція та дедукція, аналіз і синтез, діалектичний метод, системний підхід та ін. Зважаючи на предметну характеристику дослідження, основним методом тут обрано описовий, за застосування якого описано зміст концепцій підприємництва в сучасному світі й основні особливості міжнародних проєктів і премій у галузі дослідження підприємницької діяльності. За допомогою історико-компаративного методу з'ясовано мінливість цивілізаційних умов, які зумовили еволюцію підприємницької діяльності та створили соціально-історичний контекст для появи суспільно-економічних об'єктів дослідження теорії підприємництва. Використання методів аналітичних узагальнень і групування (як і статистичного порівняння) сприяло систематизації сучасних концептуальних напрямів дослідження підприємництва.

Результати дослідження. Узагальнено провідні міжнародні премії, журнали та проєкти у галузі підприємництва. Присудження відповідних премій - критерій кваліфікованого визначення актуальності результатів наукової творчості того чи іншого лауреата. У свою чергу ідеї та розробки таких учених становлять концептуальний базис у дослідженні підприємництва. Запропоновано авторське визначення поняття теорії підприємництва і розкрито зміст категорії «концепція підприємництва». Розглянуто найбільш актуальні концепції підприємницької діяльності. Узагальнено сучасні напрями вивчення підприємництва.

Елементи наукової новизни. Удосконалено систематизацію ідей, поглядів, концепцій зарубіжних учених, які є провідними фахівцями в галузі теорії підприємництва. Також поглиблено розкриття змісту методологічного інструментарію і теоретичних положень, що задають тренди в сучасному бізнес-дискурсі та у суміжних економічних дослідженнях.

Практична значущість. Розглянуті положення і висновки надають можливість прикладного застосування отриманих знань та їх використання з позиції тенденційності розвитку сучасного підприємництва. Одержані результати можуть слугувати за інформаційну основу розвитку інноваційних проєктів, які залучають як підприємців, так і вчених (насамперед молодих) у підприємницький процес, а також підґрунтям знань, навичок та вмінь у сфері підприємництва, які вони розвивають. Табл.: 1. Рис.: 1. Бібліогр.: 21.

Ключові слова: підприємництво; підприємницька діяльність; міжнародна премія; концепція підприємництва; теорія підприємництва; міждисциплінарний підхід.

Ільчук Микола Максимович - доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НААН, професор кафедри організації підприємництва та біржової діяльності, Національний університет біоресурсів і природокористування України (м. Київ, вул. Героїв Оборони, 11)

E-mail: organizing_chair@nubip.edu.ua

Ус Сергій Іванович - кандидат економічних наук, старший викладач кафедри організації підприємництва та біржової діяльності, Національний університет біоресурсів і природокористування України (м. Київ, вул. Героїв Оборони, 11)

E-mail: sergey.us@nubip.edu.ua

Дмитрук Микола Ілліч - кандидат економічних наук, старший викладач кафедри організації підприємництва та біржової діяльності, Національний університет біоресурсів і природокористування України (Київ, вул. Героїв Оборони, 11)

E-mail: organizing_chair@nubip.edu.ua

Ільчук Олена Миколаївна - старший викладач кафедри організації підприємництва та біржової діяльності, Національний університет біоресурсів і природокористування України (Київ, вул. Героїв Оборони, 11)

E-mail: organizing_chair@nubip.edu.ua

Постановка проблеми. У сучасному світі підприємництво виокремилось як глобальний

феномен, що охоплює найрізноманітніші аспекти суспільного буття. Підприємницька дія-

льність української чутлива до всіх змін у соціально-економічній сфері та виступає чинником науково-технічного прогресу. Підприємництво дозволяє зробити власний вибір у світі необмежених можливостей. На зламі XX і XXI ст. науковці почали приділяти ще більше уваги феномену підприємництва, його сутності та ролі в економіці країни. Підприємці, які досягли значних успіхів у бізнесі, стають об'єктами різних досліджень; починають системно розроблятися прикладні рекомендації, узагальнюється досвід країн різного типу та рівня розвитку. В більшості західних країн підприємництво почало розвиватися швидкими темпами після того, як держава взяла активну участь у підтримці малого бізнесу. В розвинених країнах особлива увагу вчених і представників влади традиційно приділяється актуальним проблемам підприємництва.

Упродовж останніх 25-30 років дослідження підприємництва, без сумніву, являє собою напрям соціально-економічних і управлінських наук, що розвивається чи не найбільш динамічно. Це підтверджується кількістю щорічних конференцій міжнародного рівня з відповідної проблематики, чисельністю їх учасників, зростаючим переліком профільних міжнародних журналів тощо. Важливість цієї предметної галузі підтверджується присудженням міжнародних премій десяткам видатних учених за внесок у дослідження різних аспектів підприємництва, чий роботи значною мірою і визначили розвиток згаданої дисципліни. Проте в Україні, як і у пострадянських країнах, існує нагальна потреба у формуванні цілісного бачення теорії підприємництва, а також у моніторингу здобутків і наукових відкриттів у відповідній галузі; необхідність своєчасної рефлексії результатів новітніх досліджень та прикладного їх впровадження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розв'язання проблеми конструювання концептуальних засад теорії підприємництва, на думку авторів, започатковано у праці видатного економіста Й. Шумпетера «Історія економічного аналізу» (Schumpeter, 1954) [21]. Також до класиків із дослідження цієї тематики варто віднести відомих істориків економічної думки: М. Блауга (Blaug, 1997) [9] та Р.Б. Екелунда-молодшого (Ekelund, 1990) [13]. Провідними сучасними дослідниками концепцій підприємництва є П. Девідсон (Davidsson, 2004) [11] і Г. Ландстрем (Landström, 2017) [18]. Серед вітчизняних

учених фрагментарне дослідження розвитку теорії підприємництва знайшло місце в працях таких авторів, як: Л. Васильєва [2] Т. Колесник, О. Демидова, Д. Колесник [3], О. Мадзігон [4], О. Шпикуляк [5, 6] та ін. Проте у вітчизняній економічній науці станом на сьогодні не існує системних досліджень сучасних концепцій підприємницької діяльності.

Мета статті - узагальнити теоретичні питання підприємництва та визначити основні напрями його розвитку в Україні та світі.

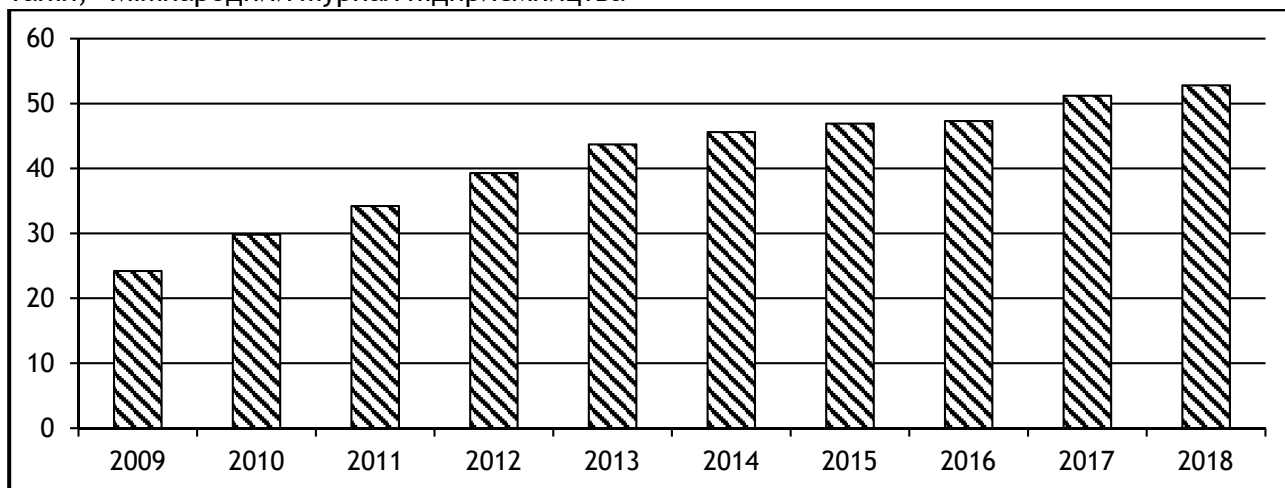
Методологія дослідження. У процесі дослідження використано такі філософські й загальнонаукові методи, принципи і прийоми, як абстракція, індукція та дедукція, аналіз і синтез, діалектичний метод пізнання, системний підхід тощо. Зважаючи на предметну характеристику дослідження, основним методом у статті виступає дескриптивний, за застосування якого описано зміст концепцій підприємництва в сучасному світі та основні особливості міжнародних проєктів і премій у галузі дослідження підприємницької діяльності. За допомогою історико-компаративного методу з'ясовано мінливість цивілізаційних умов, які зумовили еволюцію підприємницької діяльності та створили соціально-історичний контекст для появи суспільно-економічних об'єктів дослідження теорії підприємництва. Використання методів аналітичних узагальнень і групування (як і статистичного порівняння) сприяло систематизації сучасних концептуальних напрямів дослідження підприємництва.

Виклад основних результатів дослідження. Розвиток досліджень феномену підприємництва давно вийшов за межі економіки. Сьогодні не лише економісти, але і фахівці з різних галузей гуманітарних наук, наприклад, менеджменту, демографії, психології, соціології, філософії, історії та навіть екології все частіше працюють над вивченням різних питань підприємництва, сприяючи формуванню міждисциплінарного характеру в дослідженнях згаданої сфери. Інтерес до підприємництва зріс у багатьох країнах, а із зазначеної проблематики почали проводитися національні та міжнародні конференції. При цьому в багатьох університетах світового і національного рівня успішно функціонують кафедри підприємництва та комерційної діяльності.

Результати наукових досліджень публікуються в збірниках і міжнародних журналах з

досить високим імпакт-фактором. Прикладами найбільш індексованих із них варто вказати такі: «Міжнародний журнал підприємницької освіти» (International Journal of Entrepreneurship Education), друкується з 2009 р. у США; «Міжнародний журнал підприємництва та інноваційного менеджменту» (International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management), 2006 р., Великобританія; «Міжнародний журнал підприємництва

та малого бізнесу» (International Journal of Entrepreneurship and Small Business), 2006 р., Великобританія; «Журнал міжнародного підприємництва» (Journal of International Entrepreneurship), 2006 р., Нідерланди та ін. Підтвердженням цього також слугує динаміка зростання кількості наукових досліджень, пов'язаних із проблематикою підприємництва (рис.).



Кількість наукових статей з підприємницької тематики, тис.

Джерело: Складено авторами на основі [15, 19].

У 1996 р. Шведський центр з вивчення малого бізнесу (Swedish Foundation for Small Business Research, FSF) спільно зі Шведським агентством економічного та регіонального розвитку (Swedish Agency for Economic and Regional Growth, NUTEK) заснував «Міжнародну премію за дослідження в галузі підприємництва і малого бізнесу» (International Award for Entrepreneurship and Small Business Research). У 2009 р. до спонсорів і організаторів премії долучився Інститут досліджень промислових економік (Research Institute of Industrial Economics, IFN), а сама вона була

перейменована у «Всесвітню премію за дослідження підприємництва» (Global Award for Entrepreneurship Research). Згодом вказаний проєкт набув у підприємницькій сфері репутації неофіційної Нобелівської премії. Ця міжнародна премія присуджується щорічно, із врученням статуетки «Рука Божа», створеної шведським скульптором Карлом Міллем, та фінансової винагороди у розмірі 0,5 млн шведських крон до 2008 р. (приблизно 80 000 доларів США). З 2009 р. сума премій зросла до 100 000 євро. Усіх переможців згаданої премії можна згрупувати за концептуальними напрямками дослідження (табл.).

Лауреати Всесвітньої премії за дослідження підприємництва (1996-2019 рр.)

Напрямок	Учений	Дослідницький внесок і рік присудження
Роль підприємства в економічному розвитку	Девід Берч	Визначення ключової ролі нових і малих підприємств у створенні робочих місць (1996)
	Ізраель Кірцнер	Розробка економічної теорії, що підкреслює важливість підприємця для економічного зростання та функціонування капіталістичного процесу (2006)
	Сідні Вінтер	Дослідження шumpетеріанських процесів динамічної конкуренції, генерування диференціальних технологічних можливостей через умови відповідності та механізми, що керують динамічними можливостями у підприємствах (2015)
	Боян Йованович	Дослідження динаміки конкуренції між діючими фірмами та новими підприємствами, а також процесів навчання підприємницької діяльності (2019)

Типи структур і форми організації підприємництва	Арнольд Купер	Піонерські роботи з технічного підприємництва, нових технологічних підприємств та організації бізнес-інкубаторів (1997)
	Говард Олдріч	Інтеграція центральних дослідницьких питань галузі, вивчення становлення та еволюції нових і малих підприємств у більш широкому контексті соціологічних досліджень (2000)
	Мар'яна Фельдман	Вивчення географії інновацій та ролі підприємницької діяльності у формуванні регіональних галузевих кластерів (2013)
	Олав Соренсон	Дослідження інновацій у підприємницькій діяльності; соціальна вбудованість у просторово обмежених відносинах (2018)
Територіальне розміщення, регіональні та міждержавні порівняння	Девід Сторі	Посилення уваги до неупереджених, масштабних та високоякісних досліджень, а також для започаткування та координації широких національних і міжнародних програм досліджень центральних питань малого бізнесу (1998)
	Джакомо Бекаттіні	Розвиток ідей Альфреда Маршалла щодо конкурентних переваг географічних агломерацій спеціалізованих малих фірм у так званих промислових округах (2002)
	Пол Рейнольдс	Організація декількох зразкових інноваційних і масштабних емпіричних досліджень природи підприємництва та його ролі в економічному розвитку (2004)
	Вільям Гартнер	Вивчення створення нових підприємств та підприємницької поведінки, поєднуючи позитивістську та герменевтичну традиції дослідження (2005)
	Бенгт Йоханніссон	Дослідження соціальних мереж підприємців у регіональному контексті та їх ключової ролі у розвитку європейської традиції підприємництва та малого бізнесу (2008)
	Скотт Шейн	Методологія дослідження практично всіх основних аспектів явища підприємництва: роль особи підприємця, організаційного контексту, середовища та підприємницького процесу (2009)
Інновації та венчурне фінансування	Ян Макміллан	Сприяння впровадженню міжнародної перспективи, що передбачає порівняльні дослідження культурних відмінностей у підприємстві та поведінці малого бізнесу (1999)
	Група «Діана»: К. Бруст, Н. Картер, Е. Гейтвуд, П. Грін, М. Гарт	Дослідження венчурного капіталу для жінок-підприємців (2007)
	Золтан Акс і Девід Одретч	Дослідження ролі малих підприємств в економіці, особливо щодо ролі малих фірм в інноваціях (2001)
	Джош Лернер	Дослідження венчурного капіталу та підтримки підприємництва; синтез галузей фінансів і підприємництва у формі підприємницького фінансування. Внесок у галузь підприємницьких інновацій (2010)
	Стівен Клепер	Дослідження ролі вступу нових підприємств в інновації та економічне зростання (2011)
	Кетлін Айзенхардт	Розробка стратегій, прийняття стратегічних рішень та інновацій на мінливих і сильно конкурентних ринках (2012)
	Філіп Агіон	Аналіз взаємозв'язку між, з одного боку, інноваціями на рівні підприємства, входом і виходом, а з іншого - продуктивністю та зростанням (2016)
Інститути	Вільям Баумоль	Теоретичні й емпіричні дослідження природи підприємництва, а також для аналізу важливості інститутів та стимулів для реалізації підприємництва (2003)
	Шейкер А. Захра	Дослідження ролі корпоративного підприємництва у створенні, поглинанні та конверсії знань (2014)
	Ернандо де Сото	Дослідження інститутів, які знаходяться в основі неформальної економіки, а також ролі прав власності та підприємництва в перетворенні неформальної економіки у формальний сектор (2017)

Джерело: Складено авторами на основі [14].

У 1999 р. було засновано Глобальний моніторинг підприємництва, ГМП (Global Entrepreneurship Monitor, GEM), як спільний проєкт Бебсон коледжу (Babson College), США, і Лондонської школи бізнесу (London Business School), Великобританія. Глобальний моніторинг підприємництва являє собою щорічну оцінку національного рівня підприємницької діяльності та є одним із найбільш масштабних світових досліджень у сфері підприємництва. Сьогодні ГМП - це асоціація університетів, бізнес-шкіл і дослідницьких центрів по всьому світу для збору й обміну інформацією щодо підприємницької діяльності. Проєкт ГМП допомагає підвищити обізнаність державної влади в питаннях підприємництва і скоригувати політику щодо розвитку підприємництва та підприємницької активності в багатьох країнах світу. Зокрема, результати дослідження впливають на прийняття рішень з таких питань, як регіональний розвиток, бізнес-освіта, інноваційна політика, зниження адміністративних бар'єрів для підприємництва, фінансування малого і середнього бізнесу тощо. Глобальний моніторинг підприємництва слугує надійним ресурсом інформації про підприємство для таких ключових міжнародних організацій, як Організація Об'єднаних Націй (ООН), Всесвітній економічний форум (ВЕФ), Світовий банк (СБ) та Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР), надаючи специфіковані дані, спеціальні доповіді та висновки експертів.

Стосовно теоретико-концептуальних аспектів дослідження підприємницької діяльності, то під теорією підприємництва пропонується розуміти синтез учень, уявлень, концепцій і загалом систему ідей і поглядів наукового знання, що описує та пояснює феномен підприємництва і сукупність явищ, які пов'язані з підприємницькою діяльністю, та зводить відкриті в даній галузі закономірні зв'язки і сутнісні властивості до єдиного об'єднуючого початку. Концептуальний аспект теоретичного знання показує насамперед парадигмальний «зріз» останнього, задає його топіку та риторику, тобто окреслює релевантні сфери застосування і способи трактування системи понять (базових концептів), що конститууються на основі розгортання засадничої ідеї. Відтак, концепція підприємництва насамперед вводить у теоретичні дискурси економічних і міждисциплінарних галузей знань вихідні принципи і передумови, що стосуються підприємницької діяльності, які визначають базисні поняття-концепти і схеми міркувань, фор-

муючи «фундаментальні питання» («ідеї») даної сфери, у співвідношенні з якими отримують своє значення та обґрунтування спеціальні твердження, що вибудовуються всередині цих дискурсів.

У перші десятиліття XXI ст. коло тем і концепцій теорії підприємництва, що використовуються в літературі, істотно розширилося. Проаналізовано результати низки нових напрямів, а також у галузі розвитку методології досліджень підприємництва тощо. Станом на сьогодні теоретична основа досліджень підприємництва цілком розвинена; існує чимало загальноновизнаних теорій усіх рівнів, розроблених представниками різних базових наукових дисциплін. Чим глибшими й інтенсивнішими ставали дослідження, тим чіткіше виокремлювалися деякі дискусійні моменти. Отже, щоб позбутися політичної ц методологічної упередженості, необхідно переосмислити предметну область досліджень.

Сучасна теорія підприємництва стирає предметні межі дисциплін, ґрунтується на широкому емпіричному матеріалі, отриманому під час різних досліджень, і дедалі більше зацікавлює як дослідників-науковців та бізнесменів, так і представників органів державної влади. Для того щоб позначити перелік базових проблем сучасної теорії підприємництва, необхідно продемонструвати основні напрями досліджень у цій галузі. Тут будуть розглянуті ті концепції, які викликали бурхливі дискусії в науковому співтоваристві після 90-х років XX ст. і спровокували сплеск теоретичних і емпіричних досліджень. Деякі ідеї, що зумовили палкі дебати після 90-х років, були сформульовані раніше, але інтерес до них з'явився на зламі XX і XXI ст. Саме тому вони віднесені до сучасних. Крім розглянутих, існує безліч інших оригінальних, перспективних і не менш сучасних, що також потребує детального аналізу.

Найбільш відомий представник мережевого підходу в економічній соціології - Марк Грановеттер (Granovetter M.). Зокрема він розробив модель поширення інформації в соціальних мережах, укрив важливої в теорії підприємництва. Після публікації в 1985 р. статті «Економічна дія та соціальна структура: проблема вкоріненості», дослідник стає найвідомішим і видатним американським економсоціологом, поклавши початок новій економічній соціології. Він використовує методологічний підхід економічної антропології К. Поланьї та його поняття «embeddedness», що характеризує вкоріненість економіки в структуру суспільства.

Вдосконалюючи згаданий підхід, американський соціолог запропонував ідею, відповідно до якої економічні відносини між фірмами чи, навіть, окремими особами вкладені в реальні соціальні мережі та не існують в ідеалізованій моделі ринку.

Остаточне формування нової економічної соціології пов'язано з виходом у 1992 р. збірки М. Грановеттера і Р. Сведберга (Granovetter M., Swedberg R.) «Соціологія економічного життя» [16]. У вступі до праці автори обґрунтовують, що будь-яка економічна дія соціально зумовлена і її неможливо пояснити без вивчення індивідуальних мотивів кожного окремого індивіда. Вона вкладається в мережі особистих відносин, під якими вчені мають на увазі регулярну взаємодію осіб та їхніх груп.

У цілому роботи М. Грановеттера ініціювали дослідження в межах теорії підприємництва у таких напрямках:

- 1) вивчення впливу соціальної організації суспільства на специфіку господарських відносин;

- 2) вивчення соціальних мереж підприємців та їх характеристик;

- 3) вивчення ролі соціальних мереж підприємців в економіці;

- 4) вивчення наслідків функціонування соціальних мереж підприємців в економіці.

Останнім часом найбільш авторитетними в дослідженні проблеми посилення слабких підприємницьких зв'язків вважаються професори Корнельського університету Д. Клейнберг і Є. Тардос (автори бестселера «Алгоритми: розробка та застосування») та провідний науковий співробітник компанії Yahoo, професор Колумбійського університету Д. Воттс, який спеціалізується на мережах малого бізнесу.

Студент Р. Кірата, Р. Коуза і Г. Саймона, лауреат Нобелівської премії з економіки (2009 р. спільно з Е. Остром) «за аналіз економічного управління, особливо меж фірми», Олівер Вільямсон спеціалізується на транзакційних витратах, будучи представником неоінституціоналізму. Він є автором, зокрема, робіт «Корпоративний контроль і ділова поведінка: дослідження ефектів організаційної форми підприємницького вибору» і «Ринки та ієрархії». В останній О. Вільямсон ґрунтовно розробив поняття «інформаційного впливу», що застосовується в ситуаціях, коли важко з'ясувати витрати на інформацію. Як пояснює науковець, цей вплив «існує переважно через невпевненість і опортунізм,

хоча це також може бути пов'язано з обмеженою раціональністю. Він існує тоді, коли справжні основні обставини, що мають відношення до транзакції або відповідний набір транзакцій, відомі одній чи декільком сторонам, але не можуть бути просто розпізнаними чи відображатися для інших».

Інший лауреат Нобелівської премії з економіки («за піонерський внесок у теорію ринків і ефективного використання ресурсів»), французький економіст Моріс Алле розвивав ідеї неолібералізму. Проте, на відміну від досліджень Л. Е. фон Мізеса і Ф. А. фон Хайєка, в його роботах модель конкурентної та децентралізованої економіки використовується для критики не соціалістичної планової моделі, а реальної західної ринкової економіки. Так, М. Алле стверджує, що підприємці, реалізуючи свій особистий інтерес, можуть досягти загального блага тільки за умови існування конкурентного середовища, яке формується соціальними інститутами. Держава, реформуючи інституційні рамки, може сконструювати такі умови для підприємництва, в яких економічна ефективність буде максимальною [1]. Дослідження М. Алле знайшли підтримку не тільки серед економістів неолібералізму, а й слугували ще одним джерелом нової інституційної економіки.

Вагомий внесок у розвиток сучасної теорії підприємництва вніс Вільям Баумоль (Baumol W. J.). Він зазначає, що підприємництво відіграє значну роль не тільки в економіці, а й у суспільстві в цілому. У статті «Підприємництво: продуктивне, непродуктивне і руйнівне» він фіксує, що в різні періоди часу в одному і тому ж суспільстві роль підприємця змінюється. І це характерно не тільки для європейських суспільств, а й для всіх країн. Причиною, за якою склад і розміри підприємницького співтовариства змінюються, слугують зміни правил господарської діяльності [8, с. 916-919]. При певних правилах роль підприємця може бути продуктивною, при інших - непродуктивною, при третіх - деструктивною.

Концепція В. Баумоля викликала інтерес і підтримку не тільки у прихильників нового інституціоналізму, а й у послідовників школи ордолібералізму Вальтера Ойкена. Дискусія, що розгорнулася, посилила увагу дослідників до проблеми впливу формальних правил (соціальних інститутів) на господарську діяльність. У цілому можна виділити наступні проблемні сфери, на яких сфокусувалася увага учасників обговорення зазначеної те-

матики: виявлення базових правил, що визначають спрямованість господарської діяльності; визначення меж податкового тягара на підприємницьку діяльність, за яких відбувається трансформація продуктивного підприємництва в непродуктивне і деструктивне; оцінка витрат часу на трансформацію підприємницької діяльності з непродуктивної та деструктивної в продуктивну тощо.

Наступним принципово важливим напрямом для сучасної теорії підприємництва виокремилася концепція соціального капіталу Джеймса Коулмана (Coleman J.S.). Це поняття, після тривалого забуття, американський соціолог реанімував і наповнив новим змістом у роботі «Соціальний капітал у формуванні людського» [10]. Стаття викликала неабиякий інтерес і широку дискусію, в якій взяли участь такі визнані авторитети у своїх галузях науки, як П. Бурдьє, Р. Патнем, Дж. Філд, Ф. Фукуяма, С. Хатінгтон, П. Штомпка та ін.

Результатом дискусії щодо соціального капіталу, яку ініціювала стаття Дж. Коулмана, стало створення Світовим банком «Тематичної групи з соціального капіталу». Ця група в 2001 р. розробила дві методики вимірювання соціального капіталу для допоміжної оцінки кредитоспроможності місцевих громад: «Інструмент оцінки соціального капіталу» (SOCAT) та «Інтегрований опитувальник» (SOCAP IQ). І в тому ж році випробувала їх в Албанії та Нігерії. З цього часу поняття «соціальний капітал» стало загальновизнаним.

«Соціальний капітал», за Дж. Коулманом, проявляється у двох аспектах:

1. Як характеристика інституційного середовища.

2. Як характеристика запасу ресурсів господарюючого суб'єкта.

У першому випадку інституційне середовище суспільства дозволяє таким суб'єктам краще інтерпретувати дії один одного, знижувати невизначеність ситуації та ризики від опортуністичної поведінки бізнес-партнерів. Другий аспект соціального капіталу передбачає, що підприємець володіє стійким запасом соціальних зв'язків із контрагентами, конкурентами, представниками влади та ін. Ці зв'язки дозволяють йому зменшувати витрати на пошук інформації та необхідних комунікацій, тобто скорочувати трансакційні витрати. У функціонуванні організації соціальний капітал співробітників відіграє також важливу роль. Тут він дозволяє краще поширювати знання в організації, знизити плинність кадрів, підвищити організованість дій

співробітників, підвищити рівень довіри й толерантності тощо [10, с. 99-102].

У цілому концепція Дж. Коулмана і супутня з нею дискусія в науковому співтоваристві відкрили нові сфери дослідження підприємництва: вивчення впливу соціального капіталу на ефективність господарської діяльності; виявлення найбільш значущих видів соціального капіталу для здійснення підприємницької діяльності; вивчення способів накопичення соціального капіталу підприємцями; вивчення механізмів конвертації соціального капіталу в економічний (або інші види капіталу) і т. ін.

У 2001 р. Пітер Друкер (Drucker P.F.) виступив на конференції з інновацій з промовою «Дисципліна інновації» [12]. Вона являла собою змістовне завершення теорії «підприємницького суспільства», основні положення якої, випереджаючи свій час, уперше були викладені в його роботі «Бізнес та інновації». В основі теорії П. Друкера модифікована ним концепція інформаційного суспільства Д. Белла. Базовою характеристикою інформаційного суспільства виступають регулярні перетворення завдяки дії «творчої руйнації» підприємців. Однак на відміну від Й. Шумпетера, який сформулював ідею про творчу деструкцію (руйнацію), П. Друкер вважає, що відповідні перетворення торкаються суспільства загалом, а не лише економічних відносин.

Більшість успішних інновацій, за П. Друкером, засновані не на технологічних або технічних просуваннях. Вони базуються на застосуванні вже існуючих об'єктів, проте залишених поза увагою іншими учасниками економіки. Інформаційне суспільство потребує змін не тільки в господарській сфері, а й принципово перетворює систему освіти та активує третій сектор (сектор некомерційних організацій). На ринку праці затребувані інтелектуали, які повинні генерувати нові ідеї. Крім того необхідні фахівці, здатні реалізовувати ці напрацювання. Система освіти розвиватиметься у двох напрямках:

1. Будуть формуватися особистості з широкими знаннями, здатні до творчості.

2. Готуватимуться вузькоспеціалізовані фахівці з глибокою підготовкою за своїм профілем [12].

Незважаючи на дещо глобалістський характер концепції П. Друкера та амбітного прагнення охопити всі процеси соціально-економічного і соціокультурного характеру, вона містить в собі безліч цікавих ідей, що виходять за межі теорії підприємництва. Власне,

для самої теорії підприємництва ця концепція визначила певні проблемні галузі досліджень: вивчення механізмів і чинників внутрішньофірмового підприємництва; роль третього сектору у виробництві та впровадженні інновацій; вплив системи освіти на впровадження інновацій тощо.

Слід підкреслити новітній напрям досліджень підприємництва, що здійснюється в межах вивчення неформальної економіки – вкрай гострої для України теми. Безліч досліджень господарської сфери країн, що розвиваються, сформували методологічну основу її дослідження. Термін «неформальна економіка» запропонував професор антропології Лондонського університету Кіт Харт для позначення безлічі соціально-економічних явищ, зумовлених самозайнятістю населення африканських міст. Сутність концепції полягає в наступному. Поряд з економікою відкритою, контрольованою і регульованою, одночасно існують підприємці, які ведуть діяльність, не дотримуючись існуючих норм права.

Неформальна економіка являє собою невіддільну частину господарської сфери та виникає як реакція на процеси сучасності. За оцінками експертів, навіть у розвинених країнах її обсяги подекуди досягають 1/5-1/3 ВВП. Дослідження К. Харта викликали великий інтерес до означеної проблеми та привернули увагу таких відомих у світі дослідників, як М. Кастельс, А. Портес, Е. де Сото, В. Токман, Е. Фейдж і багатьох інших. Проблеми неформальної економіки жваво вивчають і такі вітчизняні дослідники, як А. Базилюк, А. Баланда, З. Варналій, О. Засанська, Е. Лібанова та ін.

До слова, Всесвітню премію за дослідження підприємництва у 2017 р. присуджено перуанському економісту і президенту Інституту свободи та демократії (ILD) Ернандо де Сото (Hernando de Soto) за «вагомий внесок у розуміння неформальної економіки та важливості прав власності для розвитку підприємництва і зменшення бідності та нерозвиненості» [7, с. 721-722]. Його аналіз джерел неформальної економіки у бідних країнах надихнув науковців у багатьох галузях і проклав шлях до нових способів оцінювання та вимірювання перешкод, з якими стикаються люди, коли вони намагаються увійти до формальних галузей економіки. Емпіричні узагальнення Е. де Сото ґрунтуються на копійному зібранні нових і раніше невідомих даних, що дозволяє йому оскаржувати декілька загальноприйнятих переконань стосовно бідних країн. Зокрема, він показав, що головною проблемою у

багатьох розвинених країнах є не капітал, а відсутність прав власності. Праці цього дослідника мали значний вплив на концептуальне розуміння багатьох проблем із теорії підприємництва, а його консультаційна робота вплинула на реалізацію практичних заходів економічної політики різних держав.

Відносно прикладного застосування отриманих результатів у вітчизняному процесі економічного розвитку, то тут варто звернути увагу передусім на значення державної підтримки підприємництва, особливо малого та середнього бізнесу в аграрній сфері. Для підвищення конкурентоспроможності й активного включення транзитивної економіки України в глобальні господарські процеси на даному етапі її розвитку потрібен радикальний перегляд усієї системи підтримки підприємства, спираючись на концептуально-теоретичні напрацювання у цій галузі дослідження.

Потенційна можливість сталого функціонування всіх підприємницьких структур – необхідна умова досягнення цілей державного регулювання досліджуваної діяльності. Функціональна реалізація такої можливості включає насамперед створення макроекономічних умов для стабільного функціонування ринку, що вимагає від держави важливих кроків в організації та забезпеченні: нормального функціонування грошової, фінансової, кредитної і страхової систем; належного функціонування системи державної реєстрації підприємницьких структур; нормального функціонування системи ліцензування підприємницької діяльності та системи патентування; організації й забезпечення належного функціонування системи стандартизації продукції і послуг. Відтак, система державної підтримки націлена на усунення недоліків «чисто» ринкових важелів у сферах діяльності підприємця.

Висновки. Розглянуті концепції підприємництва нині отримали статус загальноновизнаних, зумовили широкий спектр дискусій та ініціювали численні емпіричні дослідження. Представлені концепції не вичерпують усього різноманіття теоретичних напрацювань, вони разом із класичними дослідженнями антрепренерів в економіці, соціології та психології підприємницької діяльності створюють епістемологічне підґрунтя сучасної теорії підприємництва.

У цілому, теорія підприємництва на сьогодні представляє напрям міждисциплінарних досліджень, що бурхливо розвивається за кордоном. У цій науково-дослідницькій сфері

вже сформувалися основна тематика, методологічні підходи, з'явилися найважливіші майданчики, на яких відбувається інтенсивний обмін результатами досліджень - журнали, конференції, тренінги, асоціації та мережеві спільноти. Значним є доробок досліджень у галузі типології суб'єктів підприємництва і підприємницьких структур, аналізу підприємницьких можливостей, мотивації до їх реалізації, чинників, які сприяють/перешкоджають використанню підприємницького потенціалу, ролі мереж у підприємницькому успіху, крос-культурних зіставлень тощо. Серед країн-лідерів у цій галузі США, Великобританія, Нідерланди, Швеція, Іспанія, Сінгапур - саме в них зосереджено найбільший обсяг публікацій, розвинена мережа дослідних центрів і проєктів, проводяться всесвітньо значущі конференції.

З іншого боку, дослідження підприємництва залишається сферою, в надрах якої зберігається безліч відкритих питань, можливостей для формування власних професійних траєкторій та інтервенції в суміжні дисципліни. Оскільки підприємницька практика з плином часу змінюється, її дослідники повинні бути готові до змін, включно з урахуванням нових галузей, вивченням гравців нового типу, які стали підприємцями в ХХІ ст., освоєнням нових методів і форм дослідження тощо.

На перспективу в дослідженнях теоретиків підприємництва бажано врахувати географічні та суспільні зрушення, оскільки бізнес розвивається не тільки в добре вивченому західному контексті, а й у країнах, що розвиваються, на гігантських китайському та індійському ринках і в країнах з перехідною економікою, в умовах безлічі екологічних і соціальних обмежень та передумов. Також,

у міру зростання залученості в підприємницьку діяльність нових соціальних груп, останні слід включати в предметну галузь досліджень з урахуванням їх попереднього досвіду, існуючих підприємницьких ресурсів, прагнень, особливостей, стратегій тощо. Такий підхід забезпечить представникам, наприклад, соціальної антропології, етнографії та культурології суттєві можливості для участі в дослідженнях підприємництва.

Отже, підприємництво як сфера досліджень має свої витоки в різних дисциплінах і еволюціонувала протягом останніх кількох десятиліть. Предметний вимір досліджень у сучасній теорії підприємництва включає такі напрями: вплив малого бізнесу на економічне зростання і добробут, процес зародження фірм, інноваційне підприємництво за участю венчурного капіталу, соціальні мережі, кластери фірм, економічна політика підтримки малого підприємництва.

Підтримка підприємницької діяльності державою є одним з інструментів реалізації її економічної політики. Ця підтримка використовується нею для коригування конкретних відтворювальних пропорцій з метою підтримки конкуренції та управління структурними перетвореннями в економіці. Підтримка бізнесу державою повинна спиратися на концептуально обґрунтовані принципи та надаватися до тих пір, поки вітчизняні підприємницькі структури не стануть економічно самостійними, набувши потенціалу конкурентоспроможності на світових ринках. Дієвість системи державної підтримки підприємницької діяльності в Україні належить до визначальних чинників прискорення темпів і якості економічного зростання та формування економіки інноваційного типу.

Список бібліографічних посилань

1. Алле М. Экономика как наука / пер. с франц. И. А. Егорова. Москва : Наука для общества, РГГУ, 1995. 168 с.
2. Васильєва Л. М. Поняття і сутність підприємництва. *Вісник ДДАЕУ*. 2010. № 1. С. 175-178.
3. Колесник Т. М., Демидова О. С., Колесник Д. А. Історія розвитку підприємництва. *БізнесІнформ*. 2013. № 1. С. 332-334.
4. Мадзігон О. Історичний розвиток підприємництва та основні функції підприємництва. *Молодь і ринок*. 2012. № 2. С. 46-52.
5. Малік М. Й., Шпикуляк О. Г. Розвиток аграрного підприємництва в умовах інституціональних трансформацій. *Економіка АПК*. 2017. № 2. С. 5-16.
6. Шпикуляк О. Г., Грицаєнко М. І. Розвиток інноваційної діяльності в аграрній сфері: менеджмент та ефективність : монографія. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2016. 424 с.

References

1. Alle, M. (1995). *Ekonomika kak nauka* [Economics as a science]. (I.A. Egorova, Trans). Moskva: Nauka dlja obshhestva, RSUH [In Russian].
2. Vasilieva, L.M. (2010). Poniattia i sutnist pidpriemnytstva [The concept and essence of entrepreneurship]. *Visnyk DSAEU*, 1, pp. 175-178 [In Ukrainian].
3. Kolesnyk, T.M., Demydova, O.S., Kolesnyk, D.A. (2013). Istoriia rozvytku pidpriemnytstva [The history of entrepreneurship]. *BiznesInform*, 1, pp. 332-334 [In Ukrainian].
4. Madzihon, O. (2012). Istorychnyi rozvytok pidpriemnytstva ta osnovni funktsii pidpriemnytstva [The historical development of entrepreneurship and the main functions of entrepreneurship]. *Molod i rynek*, 2, pp. 46-52 [In Ukrainian].
5. Malik, M.Y., Shpykuliak, O.H. (2017). Rozvytok aharnoho pidpriemnytstva v umovakh instytutsionalnykh transformatsii [Development of agricultural entrepreneurship in terms of institutional transformation]. *Ekonomika APK*, 2, pp. 5-16 [In Ukrainian].

7. Andersson M., Waldenström D. Hernando de Soto: Recipient of the 2017 Global Award for Entrepreneurship. *Research Small Business Economics*. 2017. Vol. 49. Issue 4. P. 721-728.
8. Baumol W. J. Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive. *Journal of Political Economy*. 1990. Vol. 98. Issue 5. Pt. 1. P. 893-921.
9. Blaug M. Economic Theory in Retrospect. 5th ed. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1997. 752 p.
10. Coleman J. S. Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*. 1988. Vol. 94. Supplement. P. 95-120.
11. Davidsson P. Researching Entrepreneurship: International Studies in Entrepreneurship. New York: Springer, 2004. 218 p.
12. Drucker P.F. The Discipline of Innovation. *Harvard Business Review*. 2002. Vol. 80. Issue 8. P. 95-100.
13. Ekelund R.B.Jr., Hebert R.F. A History of Economic Theory and Method. 3rd ed. New York: McGraw-Hill, Inc., 1990. XV, 688 p.
14. Global Award for Entrepreneurship Research. URL : <https://www.e-award.org> (дата звернення: 09.02.2020).
15. Google Scholar. URL : <https://scholar.google.com> (дата звернення: 09.02.2020).
16. Granovetter M., Swedberg R. The Sociology of Economic Life. Boulder, Colo.: Westview Press, 1992. 339 p.
17. Ilchuk M. M., Us S. I. Innovations in the development of socio-economic systems: microeconomic, macroeconomic and mesoeconomic levels. - Collective monograph. - Vol. 3. Lithuania : «Izdėvnieciba «Baltija Publishing», 2016. 348 p. (authors p. 308-326).
18. Landström H., Johnson S.K. Advanced Introduction to Entrepreneurial Finance. 2017. Lund : Edward Elgar Pub. 224 p.
19. ResearchGate. URL : <https://www.researchgate.net> (дата звернення: 09.02.2020).
20. Reznik N., Ilchuk M., Us S. Production Activity of Agricultural Business Structures and Its Efficiency in Ukraine. Proceedings of the 14th International Conference on ICT in Education, Research and Industrial Applications. Integration, Harmonization and Knowledge Transfer. Volume II: Workshops. Kyiv, Ukraine, May 14-17, 2018. P. 17-29.
21. Schumpeter J. A. History of Economic Analysis. London : George Allen & Unwin, 1954. XXV, 1260 p.
6. Shpykuliak, O.H., Hrytsaienko, M.I. (2016). Rozvytok inovatsiinoi diialnosti v aharnii sferi: menedzhment ta efektyvnist : monohrafiia [The development of innovative activity in agrarian sphere: management and efficiency: monograph]. Kher-son: OLDI-PLluS [In Ukrainian].
7. Andersson, M., Waldenström, D. (2017). Hernando de Soto: Recipient of the 2017 Global Award for Entrepreneurship. *Research Small Business Economics*, 49(4), pp. 721-728 [In English].
8. Baumol, W.J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive. *Journal of Political Economy*, 98(5), pt. 1, pp. 893-921 [In English].
9. Blaug, M. (1997). Economic Theory in Retrospect. Cambridge: Cambridge Univ. Press [In English].
10. Coleman, J.S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, pp. 95-120 [In English].
11. Davidsson, P. (2004). Researching Entrepreneurship: International Studies in Entrepreneurship. New York: Springer [In English].
12. Drucker, P.F. (2002). The Discipline of Innovation. *Harvard Business Review*, 80(8), pp. 95-100 [In English].
13. Ekelund, R.B.Jr., Hebert, R.F. (1990). A History of Economic Theory and Method. 3rd ed. New York: McGraw-Hill, Inc., XV [In English].
14. Global Award for Entrepreneurship Research (2020). Retrieved from: <https://www.e-award.org> [In English].
15. Google Scholar (2020). Retrieved from: <https://scholar.google.com> [In English].
16. Granovetter, M., Swedberg, R. (1992). The Sociology of Economic Life. Boulder, Colo: Westview Press [In English].
17. Ilchuk, M.M., Us, S.I. (2016). Innovations in the development of socio-economic systems: microeconomic, macroeconomic and mesoeconomic levels. Lithuania: «Izdėvnieciba «Baltija Publishing» [In English].
18. Landström, H., Johnson, S.K. (2017). Advanced Introduction to Entrepreneurial Finance. Lund: Edward Elgar Pub. [In English].
19. ResearchGate (2020). Retrieved from: <https://www.researchgate.net> [In English].
20. Reznik, N., Ilchuk, M., Us, S. (2018). Production Activity of Agricultural Business Structures and Its Efficiency in Ukraine. Proceedings of the 14th International Conference on ICT in Education, Research and Industrial Applications. Integration, Harmonization and Knowledge Transfer. (pp. 17-29). Kyiv [In English].
21. Schumpeter, J.A. (1954). History of Economic Analysis. London: George Allen & Unwin, XXV [In English].

Ilchuk M.M., Us S.I., Dmytruk M.I., Ilchuk O.M. Theoretical principles of entrepreneurship development

The purpose of the article is to find out the current state of entrepreneurial studies, as well as to consider the basic theoretical directions in the study of entrepreneurship.

Research methods. In the process of research such philosophical and general scientific methods, principles and techniques as abstraction, induction and deduction, analysis and synthesis, dialectical method and systematic approach were used. Based on the subject characteristics of the study, the main method in the article is a descriptive method, which describes the content concepts of entrepreneurship in the modern world and the main features of international projects and awards in the field of entrepreneurship. Using the historical-comparative method, the variability of civilizational conditions that led to the evolution of entrepreneurial activity and the socio-historical context for the emergence of socio-economic objects of the study of entrepreneurship theory were elucidated. The use of methods of analytical generalizations and grouping (as well as statistical comparison) contributed to the modern conceptual lines systematization of study of entrepreneurship.

Research results. The leading international awards, journals and projects in the field of entrepreneurship have been identified. Awarding the relevant prizes is a criterion for the qualified determination of the relevance of the results of scientific creativity of a laureate. Such scientists ideas and developments form a conceptual basis in the study of entrepreneurship. The author defines the concept of the theory of entrepreneurship and the content of the category «concept of entrepreneurship». The most relevant entrepreneurial activity concepts are considered. Modern trends in the study of entrepreneurship are generalized.

Scientific novelty. The novelty of the work, first of all, is the systematization of foreign scientists ideas, views, concepts, that are the leading experts in the field of entrepreneurship theory. Also, the novelty may be the disclosure of the content of methodological tools and theoretical propositions that set trends in contemporary business discourse and relevant economic research.

Practical significance of the provisions and conclusions of the conducted research lies in the possibility of the acquired knowledge practical application and in its use from the standpoint of modern tendency of the entrepreneurship development. The results of the article can serve as an informational basis for the innovative projects development that involve both entrepreneurs and scientists (especially young people) in the entrepreneurial process, as well as the basis of knowledge and skills in the field of entrepreneurship that they develop. Tabl.: 1. Figs.: 1. Refs.: 21.

Keywords: entrepreneurship; entrepreneurial activity; international award; concept of entrepreneurship; theory of entrepreneurship; interdisciplinary approach.

Ilchuk Mykola Maksymovych - doctor of economic sciences, professor, corresponding member of NAAS, professor of the department of organization of entrepreneurship and exchange activities, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (11, Heroiv Oborony st., Kyiv)
E-mail: organizing_chair@nubip.edu.ua

Us Sergiy Ivanovych - candidate of economic sciences, senior lecturer of the department of organization of entrepreneurship and exchange activities, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (11, Heroiv Oborony st., Kyiv)
E-mail: sergey.us@nubip.edu.ua
Dmytruk Mykola Illich - candidate of economic sciences, senior lecturer of the department of organization of entrepreneurship and exchange activities, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (11, Heroiv Oborony st., Kyiv)
E-mail: organizing_chair@nubip.edu.ua
Ilchuk Olena Mykolaivna - senior lecturer of the department of organization of entrepreneurship and exchange activities, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (11, Heroiv Oborony st., Kyiv)
E-mail: organizing_chair@nubip.edu.ua

Ильчук Н.М., Ус С.И., Дмитрук Н.И., Ильчук Е.Н. Теоретические основы развития предпринимательства

Цель статьи - обобщить теоретические вопросы предпринимательства и определить основные направления его развития в Украине и мире.

Методика исследования. В процессе исследования использованы такие философские и общенаучные методы, принципы и приемы, как абстракция, индукция и дедукция, анализ и синтез, диалектический метод, системный подход и др. Учитывая предметную характеристику исследования, основным методом здесь является дескриптивный, с применением которого описано содержание концепций предпринимательства в современном мире и основные особенности международных проектов и премий в области исследования предпринимательской деятельности. С помощью историко-компаративного метода установлена изменчивость цивилизационных условий, которые обусловили эволюцию предпринимательской деятельности и создали социально-исторический контекст для появления общественно-экономических объектов исследования теории предпринимательства. Использование методов аналитических обобщений и группировки способствовало систематизации современных концептуальных направлений исследования предпринимательства.

Результаты исследования. Определены ведущие международные премии, журналы и проекты в области предпринимательства. Присуждение соответствующих премий - критерий квалифицированного определения актуальности результатов научного творчества того или иного лауреата. В свою очередь идеи и разработки таких ученых формируют концептуальный базис в исследовании предпринимательства. Предложено авторское определение понятия теории предпринимательства и раскрыто содержание категории «концепция предпринимательства». Рассмотрены наиболее актуальные концепции предпринимательской деятельности. Обобщены современные направления изучения предпринимательства.

Элементы научной новизны. Усовершенствована систематизация идей, взглядов, концепций зарубежных ученых, которые являются ведущими специалистами в области теории предпринимательства. Также углублено раскрытие содержания методологического инструментария и теоретических положений, что задают тренды в современном бизнес-дискурсе и в смежных экономических исследованиях.

Практическая значимость. Рассмотренные положения и выводы дают возможность прикладного применения полученных знаний и их использования с позиции тенденциозности развития современного предпринимательства. Полученные результаты могут служить информационной основой развития инновационных проектов, которые вовлекают как предпринимателей, так и ученых (прежде всего молодых) в предпринимательский процесс, а также основой знаний, навыков и умений в сфере предпринимательства, которые они развивают. Табл.: 1. Илл.: 1. Библиогр.: 21.

Ключевые слова: предпринимательство; предпринимательская деятельность; международная премия; концепция предпринимательства; теория предпринимательства; междисциплинарный подход.

Ильчук Николай Максимович - доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент НААН, профессор кафедры организации предпринимательства и биржевой деятельности, Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины (г. Киев, ул. Героев Оборона, 11)
E-mail: organizing_chair@nubip.edu.ua

Ус Сергей Иванович - кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры организации предпринимательства и биржевой деятельности, Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины (г. Киев, ул. Героев Оборона, 11)
E-mail: sergey.us@nubip.edu.ua

Дмитрук Николай Ильич - кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры организации предпринимательства и биржевой деятельности, Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины (г. Киев, ул. Героев Оборона, 11)
E-mail: organizing_chair@nubip.edu.ua

Ильчук Елена Николаевна - старший преподаватель кафедры организации предпринимательства и биржевой деятельности, Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины (г. Киев, ул. Героев Оборона, 11)
E-mail: organizing_chair@nubip.edu.ua

Стаття надійшла до редакції 03.03.2020 р.

Фахове рецензування: 09.03.2020 р.

Бібліографічний опис для цитування:

Ильчук М. М., Ус С. И., Дмитрук М. И., Ильчук О. М. Теоретичні засади розвитку підприємництва. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 100 – 110. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003100>

Ilchuk, M. M., Us, S. I., Dmytruk, M. I. & Ilchuk, O. M. (2020). Teoretychni zasady rozvytku pidpriemnytstva [Theoretical principles of entrepreneurship development]. *Ekonomika APK*, 3, pp. 100 – 110. [In Ukrainian] <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003100>

* * *

UDC 338.43.01

JEL Classification: Q1; Q13

DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003111>

D.O. BOBROVNYK, PhD student*

Organizational-economic mechanism of the use of benchmarking in the activities of agricultural enterprises

The purpose of the article is the formation of the theoretical and methodological foundations of the organizational-economic mechanism of the use of benchmarking for further implementation in the practical activities of domestic agricultural enterprises.

Research methods. Based on the analysis of the current development trends of the world agricultural leaders regarding the use of benchmarking at foreign enterprises, the theoretical foundations of understanding the definition of “agricultural benchmarking” and its main elements are identified. Using the expert method of research, it was determined that, agricultural enterprises, in addition to large agricultural holdings, do not use benchmarking. It was also found that the significant potential of agriculture in Ukraine, the growth of export volumes of products of the industry determine the importance of attracting proven foreign technologies to increase the level of innovation of agricultural enterprises and their management quality.

Research results. The author's understanding of benchmarking processes of the theoretical and practical point of view is disclosed. The organizational and economic mechanism of the use of benchmarking in the activities of agricultural enterprises is built. It's emphasized that the functioning of organizational-economic mechanism of benchmarking in the management of agricultural enterprises is directly related with the need to increase the level of agrarian enterprises competitiveness, in particular certain types of their products.

Scientific novelty. The author's position on the formation of the organizational and economic mechanism of the use of benchmarking of agricultural enterprises is proposed, which will improve the management decision-making processes, to activate the tools of the effective realization of economic potential and renovation of potentially profitable directions of the development, and to find latent opportunities to increase the efficiency of agricultural enterprises.

Practical significance. The proposed methods, levers and tools of the organizational and economic benchmarking mechanism are planned to be implemented at agricultural enterprises of Odessa region of livestock industry, where it is expected to increase the profitability and competitiveness of agricultural products. Figs.:1. Refs.: 14.

Keywords: agricultural benchmarking; organizational and economic mechanism; activity of agrarian enterprises; competitiveness; innovative tools.

Bobrovnyk Denys Olexandrovyich - PhD student of the department of entrepreneurship, trade and stock exchange, Lviv National Agrarian University (st. V. the Great, 1, Dubliany town, Zhovkva district, Lviv region)
E-mail: bobrovnik@ukr.net

Scientific problem. The implementation of the benchmarking system by domestic agricultural enterprises is directly related to the deepening of the theoretical foundations of the implementation of this concept in the management system under the influence of globalization processes. The justification of such provisions is also associated with the description and detailing of the organizational and economic mechanism of the use of benchmarking in the work of domestic agricultural enterprises, based on certain theoretical and methodological principles, functions, levers, using innovative methods taking into account the specifics of the development of priority areas of

the industry. Based on this, the essence of the category of “organizational and economic benchmarking mechanism” can be justified as follows: an open, dynamic system of organizational, economic, regulatory, institutional, management methods, tools and levers, the use of which makes it possible to adopt the best experience of business entities and use it in the work of other enterprises, institutions, and organizations. So, the development of methods, principles, and methodological tools for ensuring the implementation of the organizational and economic benchmarking mechanism at the enterprises of the agricultural sector of Ukraine is gaining relevance,

* Scientific supervisor - I.B. Yatsiv, doctor of economic sciences, associate professor (docent).

© D.O. Bobrovnyk, 2020

which will help to improve management methods and increase the profitability of priority sectors of the agricultural sector. The functioning of the organizational and economic mechanism of benchmarking in the management of agricultural enterprises is directly related to the need to increase the competitiveness of agricultural enterprises, certain types of their products and the high requirements of world agri-food markets.

Analysis of recent research and publications. Theoretical and methodological foundations of the implementation of benchmarking in agricultural enterprises are reflected in the scientific work of N.P. Vorobiova [4], I.Yu. Gryshova [6, 12], T.S. Shabatura [9, 13], O.V. Nikoliuk [8], T.M. Gnatieva [5], I.B. Yatsiv [10] and others. Foreign experience demonstrates to the effectiveness and flexibility of benchmarking tools in the agricultural sector in implementing strategic decisions on economic expansion in the European and Asian agri-food markets, so the transfer of technology that can be adapted to domestic agricultural enterprises requires more and more practical needs [2, 14].

The purpose of the article is the formation of the theoretical and methodological foundations of the organizational-economic mechanism of the use of benchmarking for further implementation in the practical activities of domestic agricultural enterprises.

Research results. The research of the trends in the use of benchmarking in the field of agriculture in Ukraine and the expert assessment of specialists of the agri-food market made it possible to identify the following problems of using this method by agrarians: insolvency of agricultural enterprises; low competitiveness of production and lack of financial, material and other resources; active development of intermediary and commercial structures; absence of specialists in agrarian benchmarking; deep problem of formation of open information space about various aspects of functioning of agrarian enterprises; [6] underdeveloped benchmarking infrastructure in Ukraine, lack of "clubs" to find benchmarking partners; low level of interaction of heads of agricultural enterprises with their foreign counterparts; - functioning of conservative management system of agricultural enterprises; - the perception of benchmarking as a method of commercial espionage and a reluctance to share their knowledge with other enterprises; - significant amount of false and distorted information about the work of individual

agricultural enterprises; - high level of shadow economy, which hinders the desire of managers to fully provide all information about the functioning of their own business; - the difficulty of selecting a benchmark enterprise to conduct a study of its activity, since not all specialists in agrarian enterprises have the competencies to collect, systematize and analyze them. Accordingly, considering the essence of the indicated definition, it should be understood that the organizational and economic benchmarking mechanism is a universal concept, and this mechanism can be used in the work of many business entities of various specifics, however, the main features of the use of such mechanisms are also characteristic of the work of domestic agricultural enterprises.

To the features of its application by agricultural enterprises should include the following:

- the importance of using the experience of foreign companies to improve the competitiveness of domestic agricultural products;
- the need to regulate work with open data, economic and financial activities about agricultural enterprises;
- the existence of an effective system of legislative support competition among agricultural enterprises;
- no discriminatory measures by public authorities to regulate the activities of certain groups of agricultural enterprises and others.

The formation and work of the organizational and economic benchmarking mechanism in the management of agricultural enterprises should be based on a set of certain principles. The principle is called the initial rule, the regulations, the compliance with which allows you to use the existing mechanisms, algorithms and implement the corresponding processes correctly in accordance with their nature and tasks. So, to the principles of forming the organizational and economic mechanism of benchmarking in the management of agricultural enterprises, in our opinion, should include the following.

Scientific - the essence of this principle is the use of scientific knowledge in the field of benchmarking by agricultural enterprises, the analysis of foreign experience in implementing the results of relevant research. Compliance with this principle also allows considering more thoroughly all aspects of this method, to analyze its basic components, types, prerequisites of use, which makes it possible to determine the expediency of its implementation in the enterprise management system.

Consistency - this principle consists in considering the organizational and economic mechanism of benchmarking as a holistic system, within which its basic links interact in order to ensure the achievement of a common goal. Compliance with this principle contributes to the formation of a clear algorithm for the application of this method, the components of its implementation, analysis of the results. The use of benchmarking allows, by applying the methodology of the system approach, to clearly build a schedule for the relevant research, to identify those responsible for the individual stages of its implementation. This, in turn, simplifies the entire process of using benchmarking in the work of agricultural enterprises, allows systematizing the information received, to distribute it into separate blocks and gradually, comprehensively describe the results with clear recommendations for the further development of the agricultural enterprise.

Feasibility - compliance with this principle is objectively determined, first of all, by analyzing the necessity of using the benchmarking method to increase the efficiency of functioning of the agricultural enterprise. In particular, the application of this method should be accompanied by the formulation of a clear goal, which must be achieved during the study. It should be understood that the use of benchmarking is advisable in cases where explicit, well-known ways to increase the competitiveness of agricultural enterprise have already been used.

Commitment - the essence of this principle is the need to identify the global goal of using the organizational and economic benchmarking mechanism for the development of agricultural enterprises. Such a goal should be unified, but its content is revealed through a system of interconnected individual goals. Using this principle allows the leadership of agricultural enterprises clearly identify those areas in the improvement of which they require additional ideas and experience. These include the following: production, sales, management, marketing, etc. In each of the indicated components of the functioning of any enterprise, may be a need to introduce innovative technologies to increase the efficiency of their functioning. Determining the specific purpose of using benchmarking is a condition for obtaining the information that will be really important and useful for the management of an agricultural enterprise.

Resource support - the essence of this principle is to assess the available resources of various types to ensure the process of building the

organizational and economic benchmarking mechanism at the enterprise and the possibilities to use them during research. A preliminary analysis of the resources available to the management of the agricultural enterprise is an important component of the use of benchmarking. Its application is fully determined by the available financial and human resources. A special role in conducting relevant research is played by skilled workers who have the tools to implement this method; know the features of its use in the agricultural sector.

The method of expert evaluation conducted a survey of specialists at agricultural enterprises of the Odessa region, which testifies to the misunderstanding of the leaders of agricultural enterprises advantages of using benchmarking methods in the conditions of high competition and access to global markets for agricultural products of domestic producers, weak monitoring by agricultural enterprises of current performance and competitive environment, and the lack of opportunities neutralize agricultural risks due to weak state -governmental support and a low level of maintenance of agricultural insurance in Ukraine etc.

Figure shows the compositional scheme of the organizational and economic benchmarking mechanism in the management of the agricultural enterprises. Therefore, the functioning of the organizational and economic benchmarking mechanism in the management of agricultural enterprises is directly related to the need to increase the level of competitiveness of the agricultural enterprises, certain types of their products. The outlined mechanism allows us to use benchmarking to achieve the targets in a strategic perspective.

Thus, the use of the organizational and economic benchmarking mechanism in the development of agricultural enterprises allows to adjust the target indicators of the strategic activity of the enterprise, taking into account the identified reserves as a result of updating staff or acquiring new management competencies, renovating current business areas, which in the future may become a priority on the market, intensify monitoring risks accompanying the development of the agricultural economy. In general, this mechanism should perform the following functions in the framework of the agricultural enterprise.

1. Information - the essence of this function is that the organizational and economic mech-

anism contributes to the processes of accumulation and processing of information in the process of using benchmarking by agricultural enterprises. The application of this method is based on a detailed review of information on various aspects of the functioning of analogous enterprises in this field. As a result, an appropriate report is prepared and experts develop further measures based on the results obtained to increase the level of competitiveness of individual agricultural enterprises.

2. *Analytical* - the essence of this function is that in order to build an effective organizational and economic benchmarking mechanism, it is necessary to carry out serious ana-

lytical work of the information that was obtained during the study. The outlined may require the use of special tools for analysis.

3. *Motivation* - organizational and economic benchmarking mechanism allows taking advantage of this method to increase the efficiency of agricultural enterprises. It is the justification of such a mechanism and the peculiarities of its use that makes it possible to form a scientific concept of its application and in the future more adequately and correctly use the advantages of this method. This will in the future allow creating a set of stimulating measures for transformation of work of agricultural enterprises and accelerate their development.

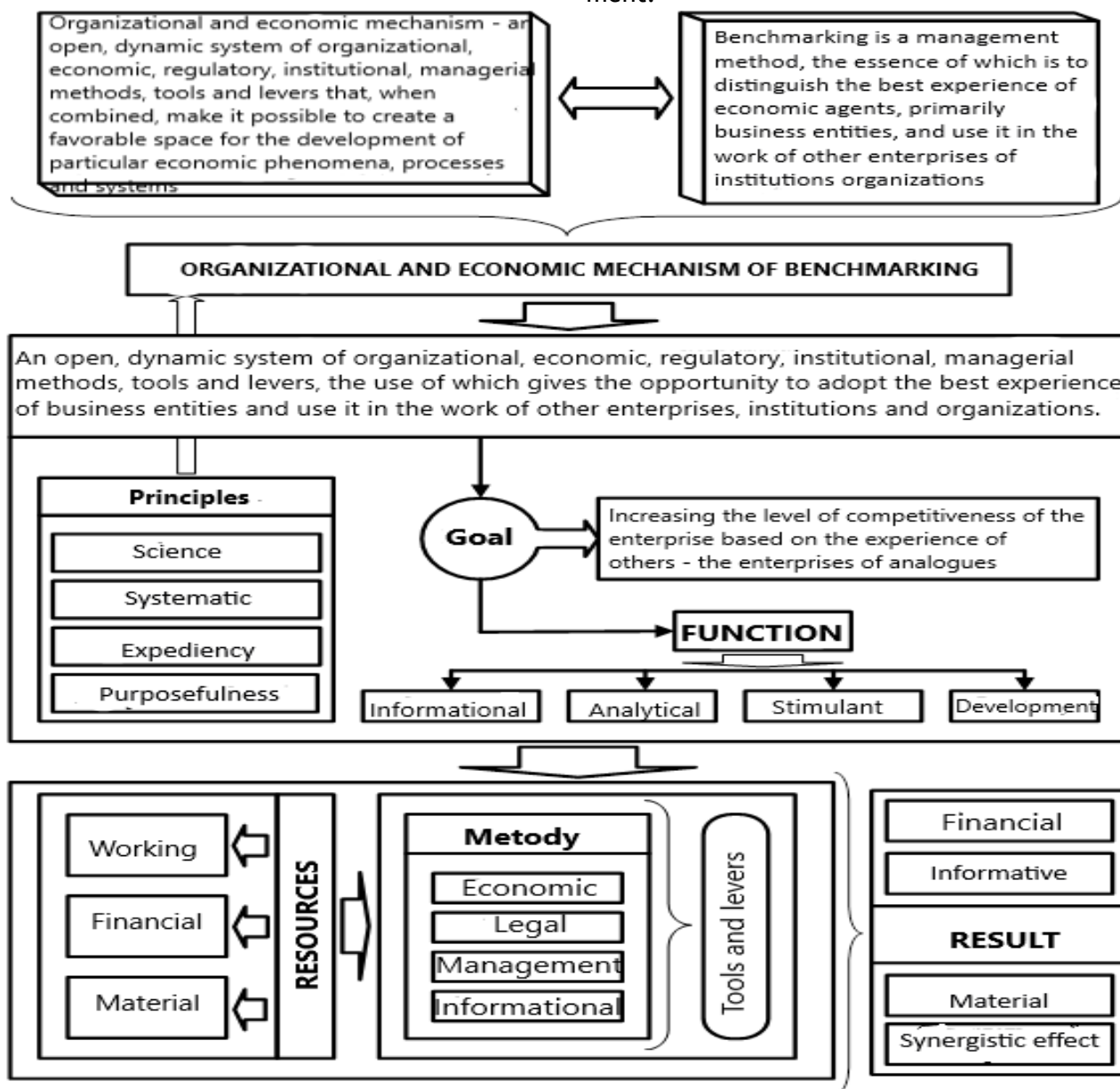


Figure. Composite scheme of organizational and economic benchmarking mechanism in management of agricultural enterprises.

Source: Compiled by the author on the basis of [1-4, 6-7, 9, 12-14].

4. Development - the use of benchmarking as one of the methods of management is conditioned by the awareness of the management of agricultural enterprises the need for further development. However, there are no specific ideas or rational ways to implement existing ideas in the management of the enterprise. In this case, it is necessary to use benchmarking and it is advisable to apply to other business experience. The organizational and economic benchmarking mechanism in its use helps to create conditions for the further effective development of the business entity, allows searching for new ideas and translating them into the activities of individual agricultural enterprises.

The purpose of this mechanism can be achieved only through the use of a variety of different methods, the appropriate tools, and their effective combination for maximum results. Accordingly, the main groups of methods can be distinguished as follows.

1. Economic - a set of measures to stimulate increasing competitiveness of agricultural enterprises, which must be done well by using a potential of the benchmarking method. In this case, the use of such a method will be dictated by the need to increase the sales of goods, increase the level of innovative development, expand the product range, diversify production, etc.

2. Legal - formation of the necessary legislative basis for the use of benchmarking as a method of management, in particular, clear regulatory regulation of work with insider information, providing specific rules for the use of corporate data by external users; regulation of work of specialists in the field of benchmarking, formation of preconditions for creation of self-regulatory and professional associations in this field.

3. Information - a set of tools for accumulation and processing of information about the work of other enterprises, features of their use, algorithms for obtaining the necessary data. Increase at the legislative level the requirements for disclosure of general, non-corporate inside information on the work of agricultural enterprises.

4. Management - a system of methods for building an effective benchmarking system in the work of agricultural enterprises, building appropriate relationships between individual units, the formation of mechanisms for accumulation, processing and analysis of input information about the work of other analog companies.

The use of the outlined methods will be accompanied by the use of the instruments of organizational and economic benchmarking mechanism in the management of agricultural enterprises that are congruent with them. As a result, the use of the outlined enterprise should contribute to obtaining a number of results of different types of management of agricultural enterprises, in particular:

1) financial - increase of production volume and profit from sale of products, it is possible to receive dividends from investment activity or sale of securities;

2) information - the emergence of new, important for the further development of the enterprise information on the work of other similar entities, which may be of strategic importance for the continued functioning of the agricultural enterprise;

3) material - getting new designs, technologies of new products. Such samples need not be the result of fraudulent actions against other businesses, but may be purchased by management of the entity for its own work, following the example of similar businesses that have already done this and have shown a positive effect;

4) synergistic effect - the cumulative positive effect of the introduction and use of organizational and economic benchmarking mechanism in the enterprise, which can be manifested not only in improving the quality of products, the emergence of new technologies and increased financial results, but also lead to changes in the efficiency of employees, increase their level qualification, improvement of business reputation of the enterprise, expansion of its partners and establishment of new business relations with them. This result, by its essence, is a consequence of the positive impact of the use of the benchmarking method in the development of agricultural enterprises, which is evident in all areas of activity of such entities.

Conclusions. Therefore, the effectiveness of the organizational and economic benchmarking mechanism is achieved by the functional use of the system of the above methods, principles, levers and tools of agricultural benchmarking based on their scientific substantiation and constant monitoring of external influences on world agri-food markets. The use of methodological benchmarking tools in practical activity will improve the processes of managerial decision-making; activate the tools for the effective realization of economic potential and renovation of potentially profitable directions of development, to explore

latent opportunities to increase the efficiency of agricultural enterprises, which in the aggregate will enhance the competitiveness of agricultural enterprises in the agri-food markets. It is expected that further researches on the applica-

tion of the organizational and economic mechanism of agricultural benchmarking for certain types of activities of agricultural enterprises will allow us to consider the effectiveness of its use in innovation management.

Список бібліографічних посилань

1. Бенчмаркінг як метод конкурентного аналізу: переваги та недоліки. URL : <http://sesia.in.ua/archi-ves/96>.
2. Бобровник Д. Підвищення ефективності бенчмаркінгу в контексті забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 3 (19). С. 194-201.
3. Types of Benchmarking. The Global Benchmarking Network (GBN). URL : <https://www.globalbenchmarking.org/index.php/whats-benchmarking/types-of-benchmarking/>.
4. Воробіова Н. П. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності організації. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2018. № 14. С. 13-20.
5. Гнат'єва Т. М., Лівінський А. І. Методологія застосування імітаційних моделей у контексті розширеного відтворення підприємств аграрного виробництва. *Агросвіт*. 2019. № 5. С. 25-31. <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2019.5.25>.
6. Гришова І., Дяченко О., Герасименко А. Бенчмаркінг як метод підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств: практичний досвід застосування. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2019. № 6. С. 62-72. <https://doi.org/10.32886/instzak.2019.06.07>.
7. Гришова І. Ю., Стоянова-Коваль С. С. Аналітичне забезпечення економічного розвитку підприємств з позицій інвестиційної привабливості. *Проблеми і перспективи економіки та управління: науковий журнал*. 2015. № 2. С. 195-204.
8. Ніколюк О. В., Русан В. М., Лівінський А. І. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку пріоритетних галузей аграрного виробництва. *Фінансові дослідження*. 2017. № 1 (2). С. 180-185.
9. Шабатура Т. С. Формування інвестиційного потенціалу в контексті вирішення економічних конфліктів. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2016. № 1(5). С. 235-242.
10. Яців І. Б., Бобровник Д. О. Концептуальні засади розвитку бенчмаркінгу на підприємствах аграрної сфери України. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Т. 3. № 1. С. 120-127.
11. Gryshova I., Nikoliuk O., Marchuk L. Institutional aspects of the regulation of economic security of the agricultural production. *Food Industry Economics*. 2019. Vol. 11, Issue 3. Pp. 23-32. <https://doi.org/10.15673/fie.v11i3.1458>.
12. Gryshova I., Petrova M., Tepavicharova M., Diachenko A. P., Gutsul, T. A model for selection of a management team to ensure the sustainability and development of the business organizations. *Entrepreneurship and Sustainability Issues* 7(1). 2019. Pp. 690-703. [https://doi.org/10.9770/jesi.2019.7.1\(49\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2019.7.1(49)).
13. Shabatura T. S., Kravchuk A. A., Hnatieva T. M. Model of economic development enterprise in the context of European integration. *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 3 (11). Ч. 2. С. 89-94.
14. The Global Benchmarking Network (GBN). URL : <https://www.globalbenchmarking.org> (дата звернення: 01.08.2017).

References

1. Benchmarkingh yak metod konkurentnoho analizu: perevahy ta nedoliky [Benchmarking as a competitive analysis method: advantages and disadvantages]. Retrieved from: <http://sesia.in.ua/archi-ves/96> [In Ukrainian].
2. Bobrovnyk, D. (2019). Pidvyshchennia efektyvnosti benchmarkinh u konteksti zabezpechennia konkurentospromozhnosti ahrarykh pidpriemstv [Increasing the effectiveness of benchmarking in the context of ensuring the competitiveness of agricultural enterprises]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*, 3 (19), pp. 194-201 [In Ukrainian].
3. Types of benchmarking. The Global Benchmarking Network (GBN). Retrieved from: <https://www.globalbenchmarking.org/index.php/whats-benchmarking/types-of-benchmarking/> [In English].
4. Vorobiova, N.P. (2018). Benchmarkinh yak instrument pidvyshchennia konkurentospromozhnosti orhanizatsii [Benchmarking as a tool for increasing the competitiveness of an organization]. *Problemy innovatsiino-investytsiinoho rozvytku*, 14, pp. 13-20 [In Ukrainian].
5. Hnatieva, T.M., Livinskyi, A.I. (2019). Metodolohiia zastosuvannia imitatsiinykh modelei u konteksti rozshyrenoho vidtvorennia pidpriemstv ahrarynogo vyrobnytstva [Methodology of application of imitation models in the context of extended reproduction of agricultural enterprises]. *Ahrosvit*, 5, pp. 25-31 [In Ukrainian]. <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2019.5.25>.
6. Gryshova, I., Diachenko, O., Herasymenko, A. (2019). Benchmarkinh yak metod pidvyshchennia konkurentospromozhnosti ahrarykh pidpriemstv: praktychnyi dosvid zastosuvannia [Benchmarking as a method of increasing the competitiveness of agrarian enterprises: practical experience]. *Naukovi zapysky Instytutu zakonodavstva Verkhovnoi Rady Ukrainy*, 6, pp. 62-72 [In Ukrainian]. <https://doi.org/10.32886/instzak.2019.06.07>.
7. Gryshova, I.Yu., Stoianova-Koval, S.S. (2015). Analitichne zabezpechennia ekonomichnoho rozvytku pidpriemstv z pozytsii investytsiinoi pryvablyvosti [Analytical support of economic development of enterprises from the standpoint of investment attractiveness]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia: naukovyi zhurnal*, 2, pp. 195-204 [In Ukrainian].
8. Nikoliuk, O.V., Rusan, V.M., Livinskyi, A.I. (2017). Finansove zabezpechennia innovatsiinoho rozvytku priorytetnykh haluzei ahrarynogo vyrobnytstva [Financial support for innovative development of priority agrarian industries]. *Finansovi doslidzhennia*, 1 (2), pp. 180-185 [In Ukrainian].
9. Shabatura, T.S. (2016). Formuvannia investytsiinoho potentsialu v konteksti vyrishennia ekonomichnykh konfliktiv [Formation of investment potential in the context of solving economic conflicts]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*, 1 (5), pp. 235-242 [In Ukrainian].
10. Yatsiv, I.B., Bobrovnyk, D.O. (2018). Kontseptualni zasady rozvytku benchmarkinh na pidpriemstvakh ahrarynogo sfery Ukrainy [Conceptual principles of benchmarking development in Ukrainian agricultural enterprises]. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky*, 3 (1), pp. 120-127 [In Ukrainian].
11. Gryshova, I., Nikoliuk, O., Marchuk, L. (2019). Institutional aspects of the regulation of economic security of the agricultural production. *Food Industry Economics*, 11 (3), pp. 23-32 [In English]. <https://doi.org/10.15673/fie.v11i3.1458>.
12. Gryshova, I., Petrova, M., Tepavicharova, M., Diachenko, A.P., Gutsul, T. (2019). A model for selection of a management team to ensure the sustainability and development of the business organizations. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7 (1), pp. 690-703 [In English]. [https://doi.org/10.9770/jesi.2019.7.1\(49\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2019.7.1(49)).
13. Shabatura, T.S., Kravchuk, A.A., Hnatieva, T.M. (2017). Model of economic development enterprise in the context of European integration. *Naukovyi visnyk Polissia*, 3 (11), part 2, pp. 89-94 [In English].
14. The Global Benchmarking Network (GBN). Retrieved from: <https://www.globalbenchmarking.org> [In English].

Мета статті - сформувати теоретичні й методичні основи організаційно-економічного механізму використання бенчмаркінгу для подальшого впровадження в практичну діяльність вітчизняних аграрних підприємств.

Методика дослідження. На основі аналізу сучасних тенденцій розвитку світових лідерів аграрної сфери щодо застосування бенчмаркінгу на зарубіжних підприємствах окреслено теоретичні засади розуміння дефініції «аграрний бенчмаркінг» та визначено основні його елементи. За допомогою експертного методу оцінки дослідження виявлено, що аграрні підприємства фактично, окрім великих агрохолдингів, не використовують бенчмаркінг у власній роботі. Встановлено, що значний потенціал сільського господарства в Україні, зростання обсягів експорту продукції відповідної галузі зумовлюють важливість залучення перевірених іноземних технологій для підвищення рівня інноваційності аграрних підприємств та якості управління ними.

Результати дослідження. Розкрито авторське розуміння процесів бенчмаркінгу з теоретичної і практичної точок зору. Побудовано організаційно-економічний механізм використання бенчмаркінгу в діяльності аграрних підприємств. Зазначено, що функціонування організаційно-економічного механізму бенчмаркінгу в управлінні аграрними підприємствами безпосередньо пов'язане з необхідністю підвищення рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств, зокрема окремих видів їх продукції.

Елементи наукової новизни. Запропоновано авторську позицію стосовно формування організаційно-економічного механізму використання бенчмаркінгу аграрних підприємств, що дозволить удосконалити процеси прийняття управлінських рішень, активізувати інструменти дієвої реалізації економічного потенціалу та реновації потенційно рентабельних напрямів розвитку, вишукати латентні можливості підвищення ефективності діяльності аграрних підприємств.

Практична значимість. Запропоновані методи, важелі та інструментарій організаційно-економічного механізму бенчмаркінгу плануються до впровадження в аграрних підприємствах Одеської області в галузі тваринництва, де очікується підвищення прибутковості та рівня конкурентоспроможності аграрної продукції. Рис.: 1. Бібліогр.: 14.

Ключові слова: аграрний бенчмаркінг; організаційно-економічний механізм; діяльність аграрних підприємств; конкурентоспроможність; інноваційний інструментарій.

Бобровник Денис Олександрович - здобувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, Львівський національний аграрний університет (Львівська обл., Жовківський р-н, м. Дубляни, вул. В. Великого, 1)
E-mail: bobrovnik@ukr.net

Бобровник Д.А. Организационно-экономический механизм использования бенчмаркинга в деятельности аграрных предприятий

Цель статьи - сформировать теоретические и методические основы организационно-экономического механизма использования бенчмаркинга для дальнейшего внедрения в практическую деятельность отечественных аграрных предприятий.

Методика исследования. На основе анализа современных тенденций развития мировых лидеров аграрной сферы по применению бенчмаркинга на зарубежных предприятиях обозначены теоретические основы понимания дефиниции «аграрный бенчмаркинг» и определены основные его элементы. С помощью экспертного метода оценки исследования выявлено, что аграрные предприятия фактически, кроме крупных агрохолдингов, не используют бенчмаркинг в собственной работе. Установлено, что значительный потенциал сельского хозяйства в Украине, рост объемов экспорта продукции соответствующей отрасли обуславливают важность привлечения проверенных иностранных технологий для повышения уровня инновационности аграрных предприятий и качества управления ими.

Результаты исследования. Раскрыто авторское понимание процессов бенчмаркинга с теоретической и практической точек зрения. Построено организационно-экономический механизм использования бенчмаркинга в деятельности аграрных предприятий. Отмечено, что функционирование организационно-экономического механизма бенчмаркинга в управлении аграрными предприятиями непосредственно связано с необходимостью повышения уровня конкурентоспособности аграрных предприятий, в частности отдельных видов их продукции.

Элементы научной новизны. Предложена авторская позиция по формированию организационно-экономического механизма использования бенчмаркинга аграрных предприятий, что позволит усовершенствовать процессы принятия управленческих решений, активизировать инструменты действенной реализации экономического потенциала и реновации потенциально рентабельных направлений развития, изыскать латентные возможности повышения эффективности деятельности аграрных предприятий.

Практическая значимость. Предложенные методы, рычаги и инструментарий организационно-экономического механизма бенчмаркинга планируются к внедрению в аграрных предприятиях Одесской области в отрасли животноводства, где ожидается повышение прибыльности и уровня конкурентоспособности аграрной продукции. Илл.: 1. Библиогр.: 14.

Ключевые слова: аграрный бенчмаркинг; организационно-экономический механизм; деятельность аграрных предприятий; конкурентоспособность; инновационный инструментарий.

Бобровник Денис Александрович - соискатель кафедры предпринимательства, торговли и биржевой деятельности, Львовский национальный аграрный университет (Львовская обл., Жолковский р-н, г. Дубляны, ул. В. Великого, 1)
E-mail: bobrovnik@ukr.net

The article has been received 12.03.2020

Revision: 15.03.2020

Бібліографічний опис для цитування:

Bobrovnyk D. O. Organizational-economic mechanism of the use of benchmarking in the activities of agricultural enterprises. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 111 – 117. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003111>

Bobrovnyk, D. O. (2020). Organizational-economic mechanism of the use of benchmarking in the activities of agricultural enterprises. *Економіка АПК*, 3, pp. 111 – 117. [In English] <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003111>

* * *