

АГРОСВІТ

№ 2 січень 2023

Науково-практичний журнал



ISSN 2306-6792



9 772306 679204



ГОЛОВНИЙ РЕДАКТОР:

Васильєва Наталя Костянтинівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри інформаційних систем і технологій, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ЗАСТУПНИК ГОЛОВНОГО РЕДАКТОРА:

Вініченко Ігор Іванович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ СЕКРЕТАР: Кучеренко Г. Б.

ЧЛЕНИ РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ:

Андрющенко Катерина Анатоліївна, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економіки та підприємництва, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Безус Роман Миколайович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

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

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

Грибчук Оксана Миколаївна, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Добровальська Олена Володимирівна, доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Козловський Сергій Володимирович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки, Донецький національний університет імені Василя Стуса (м. Вінниця)

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

Качула Світлана Валентинівна, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Козловський Сергій Володимирович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки, Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

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

Кураташвілі Альфред Анзорович (Тбілісі, Грузія), доктор економічних, філософських і юридичних наук, професор в галузі суспільних наук, професор Грузинського технічного університету в області Публічного права (Факультет Права і Міжнародних відносин), науковий керівник Інституту Бізнесу і Права факультетів Права і Міжнародних відносин і Бізнес-технологій ГГУ, завідувач відділом економічної теорії Інституту економіки імені П.Гугушвілі Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі

Лозинський Дмитро Леонідович, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку і аудиту, Державний університет «Житомирська політехніка»

Павлова Галина Євгеніївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку, оподаткування та управління фінансово-економічною безпекою, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Пантелєєва Наталя Миколаївна, доктор економічних наук, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи, Черкаський навчально-науковий інститут Державного вищого навчального закладу «Університет банківської справи»

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

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

Трусова Наталя Вікторівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Таврійського державного агротехнологічного університету, Таврійський державний агротехнологічний університет

Федоренко Станіслав Валентинович, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри технологій захисту навколишнього середовища та охорона праці, Київський національний університет будівництва і архітектури, академік академії будівництва України

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

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

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

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

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



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

№ 2 січень 2023 р.

Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України з

ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»).

Наказ Міністерства освіти і науки України

№ 975 від 11.07.2019 р.

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

ІНДЕКСАЦІЯ ВИДАННЯ В НАУКОМЕТРИЧНИХ БАЗАХ:

— Index Copernicus (IC);

— SIS;

— Google Scholar.

Свідоцтво KB № 23728-13568ПР від 27.12.2018 року

ISSN 2306-6792

Передплатний індекс: 21847

Адреса редакції:

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

Поштова адреса:

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

Телефон: (044) 458-10-73

(050) 382-06-63

E-mail: economy_2008@ukr.net

www.nayka.com.ua

www.agrosvit.info

Засновники:

Дніпровський державний аграрно-економічний університет, ТОВ "ДКС Центр"

Видавець:

ТОВ "ДКС Центр"

Передрукування дозволяється лише за згодою редакції.

Відповідальність за добір і викладення фактів несуть автори. Редакція не завжди поділяє позицію авторів публікацій.

За зміст та достовірність реклами несе відповідальність рекламодавець.

Рекомендовано до друку Вченою Радою 19.01.23 р.

Підписано до друку 19.01.23 р.

Формат 60x84 1/8, Ум. друк. арк. 6,0.

Наклад — 1000 прим.

Папір крейдований, друк офсетний.

Замовлення № 1901/1.

Віддруковано у ТОВ «ДКС Центр»

м. Київ, пров. Куренівський, 17

Тел. (044) 537-14-34

© АгроСвіт, 2023



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

№ 2 січень 2023 р.

У НОМЕРІ:

<u>Іртишчева І. О., Крамаренко І. С., Михальчинець Г. Т.</u>	
Теоретичний інструментарій пізнання трансформаційних процесів фінансового ринку	3
<u>Халатур С. М., Масюк Ю. В., Карамушка Д. К., Губаренко І. С.</u>	
Фінансова стратегія в контексті ефективного менеджменту підприємства	9
<u>Ткаченко О. С., Дубина О. А., Мачак Т. О.</u>	
Спрощена система оподаткування підприємств агробізнесу	16
<u>Аверчева Н. О.</u>	
Організаційно-економічна оцінка сучасного стану ринку мигдалю в Україні	22
<u>Ковтуник І. І.</u>	
Печери Хмельниччини як атрактивний туристичний ресурс	30
<u>Мельник А. В., Мельник Н. В., Качаровський Р. Є., Селезнєва О. В.</u>	
Детермінанти формування туристичної привабливості об'єднаних територіальних громад	35
<u>Тарасович Л. В., Юрчук В. М., Федорчук С. В.</u>	
Екологічний маркетинг-менеджмент як імператив соціально відповідального бізнесу	42

№ 2 / 2023

CONTENTS:

<u>Irtysheva I., Kramarenko I., Mykhalchynets H.</u>	
THEORETICAL TOOLKIT FOR UNDERSTANDING THE TRANSFORMATIONAL PROCESSES OF THE FINANCIAL MARKET	3
<u>Khalatur S., Masiuk Iu., Karamushka D., Gubarenko I.</u>	
FINANCIAL STRATEGY IN THE CONTEXT OF EFFECTIVE ENTERPRISE MANAGEMENT	9
<u>Tkachenko A., Dubyna O., Machak T.</u>	
SIMPLIFIED SYSTEM OF TAXATION OF AGRIBUSINESS ENTERPRISES	16
<u>Avercheva N.</u>	
ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC ASSESSMENT OF THE CURRENT STATE OF THE ALMOND MARKET IN UKRAINE	22
<u>Kovtunyk I.</u>	
CAVES OF KHMELNYTCHCHYNA AS A ATTRACTIVE TOURISTIC RESOURCE	30
<u>Melnyk A., Melnyk N., Kacharovskyy R., Seleznyova O.</u>	
DETERMINANTS OF FORMATION OF TOURIST ATTRACTIVENESS OF UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES	35
<u>Tarasovych L., Yurchuk V., Fedorchuk S.</u>	
ENVIRONMENTAL MARKETING MANAGEMENT AS A SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS IMPERATIVE	42

УДК 336.012.23

І. О. Іртишева,

д. е. н., професор, професор кафедри менеджменту,
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7025-9857>

І. С. Крамаренко,

д. е. н., доцент, професор кафедри менеджменту,
Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0417-0918>

Г. Т. Михальчинець,

к. е. н., старший викладач кафедри економіки та фінансів,
Мукачівський державний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1109-5896>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.2.3

ТЕОРЕТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПІЗНАННЯ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ФІНАНСОВОГО РИНКУ

I. Irtyshcheva,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Management,
Admiral Makarov National University of Shipbuilding

I. Kramarenko,

Doctor of Economic Sciences, associate professor, Professor of the Department of Management,
Admiral Makarov National University of Shipbuilding

H. Mykhalchynets,

PhD in Economics, Senior Lecturer of the Department of Economics and Finance, Mukachevo State University

THEORETICAL TOOLKIT FOR UNDERSTANDING THE TRANSFORMATIONAL PROCESSES OF THE FINANCIAL MARKET

Здійснено процес дослідження процес дослідження теоретичного інструментарію пізнання трансформаційних процесів фінансового ринку. Проведено аналіз теоретичних підходів до трактування ефективності фінансового ринку дозволив пов'язати її з очікуваними властивостями адаптивності або здатності фінансового ринку відносно пристосування до позитивних або негативних змін його середовища у часі, яке забезпечить коливання за вартістю активів навколо середнього значення, збільшення обсягів ключових операцій та максимізацію вигід (від процесів формування і перерозподілу фінансових ресурсів). Тобто, ефективності фінансового ринку характеризуються через результативність або досягненням очікуваного стану за вартістю активів, обсягами ключових операцій та максимізацією вигід. Така специфіка доводить, що результативність є комплексом показників та рисами ефективності фінансового ринку. Розкрито переваги та недоліки гіпотези ефективного ринку Ю.Фами для підрахунку можливих вигід агентів ринку. Наголошено, що за допомогою гіпотези ефективного ринку Ю.Фами існують можливості щодо прогнозування змін вартісних характеристик активів та формування ймовірного розподілу потенційних вигід (доходів) з активів у майбутньому.

Проведено порівняльний аналіз теоретичних підходів, що показав у широкому розумінні, сутність ефективності фінансового ринку слід розглядати як рекурсивне відбиття рис ринкової адаптивності за вартісними характеристиками його активів та їх дохідністю, за умови, що вони є залежними від відомої інформації, що стосуються рушійних сил їх формування. Крім того, для поглибленого та детального унаочнення ефективності фінансового ринку, її сутність має базуватися на рекурсивному відбитті рис ринкової адаптивності за вартісними характеристиками його активів та їх дохідністю, за умови, що вони є залежними від відомої інформації, що стосуються рушійних сил їх формування лінійно або як дифеоморфізми (тобто, якщо адаптивність формується як функція однієї чи кількох дійсних змінних). За таких умов, представлення змісту ефективності фінансового ринку потребує математичної інтерпретації у моделях (які не тільки надають спрощене уявлення щодо адаптивності ринку за різних моментів часу, але і виявляють всі результативні зміни, що формуються у структурі фінансового ринку).

Researching the theoretical foundations of the transformational processes of the financial market has been carried out. The analysis of theoretical approaches to the interpretation of the efficiency of the financial market made it possible to link it with the expected properties of adaptability or the ability of the financial market to adapt to positive or negative changes in its environment over time, which will ensure fluctuations in the value of assets around the average value, an increase in the volume of critical transactions and maximization benefits (from the processes of formation and redistribution of financial resources). That is, the efficiency of the financial market is characterized by the effectiveness or the achievement of the expected state in terms of the value of assets, volumes of critical operations, and maximization of benefits. Such specificity proves that performance is a set of

indicators and features of financial market efficiency-the advantages and disadvantages of Yu. Fama's efficient market hypothesis for calculating the possible benefits of market agents is revealed. It is emphasized that with the help of Yu. Fama's efficient market hypothesis, there are opportunities to forecast changes in the value characteristics of assets and to form a probability distribution of potential benefits (income) from assets in the future.

A comparative analysis of theoretical approaches was conducted, which showed that in a broad sense, the essence of financial market efficiency should be considered as a recursive reflection of the features of market adaptability based on the value characteristics of its assets and their profitability, provided that they are dependent on available information regarding the driving forces of their formation. In addition, for an in-depth and detailed visualization of the efficiency of the financial market, its essence should be based on the recursive reflection of the features of market adaptability by the value characteristics of its assets and their profitability, provided that they are dependent on available information regarding the driving forces of their formation linearly or as diffeomorphisms (that is, if adaptability is formed as a function of one or more real variables). Under such conditions, the presentation of the content of the efficiency of the financial market requires mathematical interpretation in models (which not only provide a simplified view of the adaptability of the market at different points in time but also reveal all the resulting changes that are formed in the structure of the financial market).

Ключові слова: фінансовий ринок, трансформаційні процеси, моделі, гіпотеза ефективного ринку Ю. Фами.

Key words: financial market, transformational processes, models, the hypothesis of the efficient market of Yu. Fama.

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

Фінансовий ринок є категорією, комплексною за своєю сутністю, при цьому не тільки відповідно до змісту взаємодій, які для нього властиві. Комплексність має стосунок до вивчення такої категорії, як системи, яка є основою фінансового забезпечення розвитку економіки держави та складається з численної кількості взаємозалежних частин, що мають певну ефективність. Цю ефективність формує не тільки фазність економічного розвитку суспільного виробництва в умовах ринку, але й особливості циркуляції інформації щодо неї, яка трансформує характер формування й перерозподілу вільних фінансових ресурсів (характер яких викликає процеси зміцнення або дестабілізації фінансового ринку, за рахунок накопичення несприятливих або позитивних явищ у його структурі). Цю інформацію вкрай потребують незалежні державні інституції, призначені забезпечувати цінову та фінансову стабільність у державі, особливо у період загострення дестабілізаційних фінансово-економічних процесів у економіці, адже, якщо вчасно спрогнозувати несприятливі явища у структурі фінансового ринку, можливо сформувати та обґрунтувати такі стратегічні пріоритети державної політики, які сприятимуть попередженню процесів дестабілізації при формуванні та перерозподілі вільних фінансових ресурсів між агентами ринку. Наразі Україна увійшла у фазу найбільш масштабної фінансової та економічної кризи, яку зумовили пандемія COVID-19 та військова агресія РФ проти України, а також їх наслідки та санкції, запроваджені щодо РФ,

відтак значущість поінформованості відносно ефективності фінансового ринку посилюється, однак цей процес ускладнений відсутністю усталеності щодо тлумачення дефініцій "фінансового ринку; та "ефективність фінансового ринку". Отже, теоретичне дослідження такої ефективності потребує попереднього досягнення усталеності щодо тлумачення фінансового ринку, як базової категорії, що її формує, коштом виділення та систематизації підходів до з'ясування. Осмислення дійсного змісту такої категорії має зумовлювати подальше усунення розбіжностей щодо тлумачення "ефективність фінансового ринку", як залежної категорії.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У вітчизняній та закордонній літературі існує низка науковців, що розглядають фінансовий ринок через призму його окремих складових, прагнучи підміняти "фінансовий ринок" поняттями "грошового", "кредитного" або інших ринків. Характерним прикладом є підхід Пересада А.А. [1], Кобушко І.М. [2], які прагнуть ідентифікувати фінансовий ринок як "місце, де громадяни й організації, які хочуть взяти гроші в борг, зустрічаються з тими, у кого є зайві гроші". Закономірно, що ця група науковців ототожнює фінансовий ринок з інвестиційним. Дема Д. І., Дорохова Л. М., Віленчук О. М. [3] ідентифікують фінансовий ринок, як "ринok позичкових капіталів" та, "як систему економічних відносин, які забезпечують: акумуляцію вільних грошових коштів; перетворення коштів у позиковий капітал; перерозподіл капіталу між учасниками процесу відтворення". Особливість підходу полягає в ототожненні фінансового рин-

ку з кредитним. Такі підходи є фрагментними, відтак їх недоцільно використовувати як основу трактування ефективності фінансового ринку.

Окрім вищенаведених підходів, низка науковців пропонує розглядати фінансовий ринок фундаментально. Ці підходи ширші та зводяться до того, що окреслена категорія є комплексною і являє собою: сферу прояву економічних або економічно-правових відносин між суб'єктами такого ринку; сукупність різних ланок фінансів (що також відбиває економічні відносини); самокеровану систему. Зокрема Бланк І.А. ідентифікує його, як ринок, де "об'єктом купівлі-продажу виступають різноманітні фінансові інструменти й фінансові послуги" [4]. Смолянська О. Ю., Борисова І. С. [5] розглядають категорію, як сукупність різних ланок фінансів на всіх рівнях управління економікою. Ходаківська В.П. тлумачить фінансовий ринок, як самокеровану систему, де "концентрується попит і пропозиція на фінансові активи, послуги, що пов'язані з придбанням активів" або "сфера економічних відносин між суб'єктами ринку в процесі формування та реалізації попиту і пропозиції фінансових активів" [6]. Шелудько В. ідентифікує категорію, як систему економічних та правових відносин, пов'язаних із купівлею-продажем або випуском та обігом фінансових активів" [7]. Селіверстова Л.С., Адаменко І.П. розглядають ринок, де є різноманітні об'єкти відносин на фінансовому ринку, серед яких: цінні папери, фінансові послуги та грошово-кредитні ресурси [8]. Враховуючи зміст таких підходів, можна констатувати, що вони більшою мірою спираються на розуміння фінансового ринку, як сфери прояву економічних відносин між агентами ринку, яка, на нашу думку, відбиває стан попиту і пропозиції на особливий товар — вільні фінансові ресурси, що змінюють власника способами їх купівлі-продажу через рух різноманітних фінансових активів, які уособлюють їх відповідно до вимог самого ринку та учасників ринку.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є процес дослідження теоретичного інструментарію пізнання трансформаційних процесів фінансового ринку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБГРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Базовими складовими, що заповнюють зміст цього поняття є: 1) агенти ринку, що по-

значають різні категорії його суб'єктів за сферами економіки та структурою фінансового ринку; 2) активи фінансового ринку, у яких акумулюються фінансові ресурси (ці активи узагальнюють кошти, цінні папери та права вимоги боргу, що не віднесені до них, боргові зобов'язання); 3) структура фінансового ринку (яка узагальнює всі складові, що виділяються за видами функціонуючих у них фінансових активів, та які можуть функціонувати самостійно). Таким чином, фінансовий ринок — це така сфера прояву економічних відносин, що відбиває стан попиту і пропозиції на фінансові ресурси. У сучасних умовах господарювання завжди відбуваються процеси акумуляції вільних грошових коштів, їх розподіл і перерозподіл інструментами, засобами, діями і механізмами фінансового ринку. Тому "ефективність" займає важливе місце в економічній теорії та практичній діяльності, що спрямована на процеси: мобілізації та розподілу акумульованих коштів; прискорення обороту капіталу коштом різних об'єктів, відносин, що впливають на стан економічних процесів у державі; мінімізації фінансових ризиків коштом зниження волатильності за вартісними характеристиками активів ринку (або їх ціною та дохідністю). Саме комплексність підходу звертає увагу на доцільність, базування, трактування фінансового ринку через ефективність.

Зміст таких процесів дозволяє констатувати, що фінансовим ринкам належить визначна роль у формуванні та поширенні економічних криз, проте можливості використання систем, установлених державою і передбачених законодавством, видів і форм організації відносин фінансового ринку (як його механізму) забезпечують економічне зростання за рахунок коригування ефективності вкладень у фінансові активи. Визначальними умовами ефективного функціонування фінансового ринку є: 1) становлення та розвиток ринкових умов господарювання (коли більшість фінансових ресурсів і послуг мобілізується суб'єктами підприємницької діяльності на засадах їх вільної купівлі-продажу); 2) прагнення кожного з учасників ринку до збільшення можливостей успішного виконання своїх завдань і цілей (однак тільки якщо кожен очікує низьку волатильність, що є однією із характеристик ефективного ринку).

Окреслені вище складові динамічні у єдності запускають механізм функціонування фінансового ринку, як сукупність форм і методів створення та використання фінансових ресурсів. У зв'язку з цим категорія "ефективність" займає важливе місце на тлі явищ, обумовлених тим,

що фінансовий ринок не працює узгоджено, а трансакції (або рух) фінансових ресурсів за угодами та вартісні характеристики активів ринку періодично набувають риси хаотичності. Пояснення ефективності проводилося для процесів створення та використання фінансових ресурсів як на макро-, так і на мікрорівні, та призвело до формування цілої низки гіпотез ефективного ринку, які поступово розширювали погляд на неї [9]. За аналізом етапів розвитку теорії ефективності фінансового ринку слід зауважити, що наразі не існує однозначного та загальноприйнятого визначення ефективності фінансового ринку, внаслідок зміщення у більшості гіпотез ефективного ринку понять оцінки та самої ефективності ринку, адже елементарно щось виміряти та назвати це ефективністю, проте складніше відповісти на такі фундаментальні питання, як: "що таке ефективність фінансового ринку?" та "як оцінити ефективність фінансового ринку?" Крім того, завдяки значній кількості гіпотез ефективного ринку та властивими їм змісту різницями змістового наповнення й характеру зміщення понять оцінки та ефективності ринку з плином еволюції теорії ефективності (зміною її етапів) специфічним чином ускладнився погляд на ефективність.

Отже, на етапі зародження ідей ефективності фінансового ринку, що гуртувалися на розумінні ефективності з погляду представників класичної політекономії (1900—1987 рр.), найбільш ранніми стали гіпотези "випадкових блукань або ходіння наосліп" (Луї Башельє, початок 1900 р.) та "сумбурного розвитку цін" (Моріс Кендалл, 1953 р.). Хоча окреслені гіпотези містили досить абстрактне визначення ефективності фінансового ринку (як такого, на якому сукупність реакцій утворюють певні причинно-наслідкові зв'язки), їх автори наголошували, що для досягнення такого стану кожна економічна дія на ринку має бути спрямована на результат. Більш обґрунтованими, а відтак такими, що відігравали базову роль у розвитку поглядів на ефективність, мали гіпотези ефективного ринку Ю. Фама (оскільки в ній поставлено питання про обсяг інформації, що здатна сформувати прогнозоване середовище, на якому сукупність реакцій утворюють певні причинно-наслідкові зв'язки та результативні вигоди для агентів [10; 11]) та гіпотезі фрактального ринку Б. Мандельброта (у ній поставлено питання про обсяг інформації, що формує ефективність, та про її доступність для агентів ринку, щоб досягти максимізації їх вигід). При цьому стрижнем розуміння ефективності ринків,

що сформовано в означених гіпотезах, стало перше значення категорії "ефективність", яке надано представниками класичної політекономії Петті В. та Кене Ф. в XVII ст. (вони розглядали її в значенні результативності).

Гіпотеза про ринкову ефективність Ю. Фама досі є одним із наріжних положень фінансової теорії, має велике значення для унаочнення, оцінки прогнозування стану ринку через його результативність. Це обумовлено тим, що згідно з цією гіпотезою передбачено: якщо ринкові ціни на фінансові ресурси повністю відбивають інформацію, яка є в інформаційному наборі, то фінансовий ринок — ефективний [9]. Ця гіпотеза ґрунтується на твердженні, що уся нова інформація, яка має відношення до вартості фінансового активу — цінного паперу, металу, валюти тощо, — завжди враховується в його ціні, навіть якщо сама важлива подія лише очікується. На думку науковця, основною роллю ринку капіталу є такий розподіл власності фондового капіталу економіки, який сприяє максимізації вигід для його агентів. Такі вигоди забезпечують точні сигнали для розподілу ресурсів (тобто на такому ринку фірми можуть приймати виробничо-інвестиційні рішення, а інвестори обрати серед цінних паперів ті, які представляють право власності на діяльність фірм, із припущення, що вартість цінних паперів у будь-який час "повною мірою відображає всю доступну інформацію" [12]). Зазначимо, що фактично, згідно з теорією Ю. Фама, унаочнення, оцінка та прогнозування ефективності фінансових ринків базується на розрахунку вигод, які агенти ринку можуть отримати від його здатності реагувати на певну інформацію. Для цього всю інформацію пропонують розділити на три типи: історична; суспільно доступна (що міститься у фінансовій звітності емітентів цінних паперів, організаторів торгівлі цінними паперами, у засобах масової інформації); інсайдерська, або службова інформація, якою володіють лише окремі особи.

Зміст теорії дозволив виділити стадії (або форми) ефективності ринку, які, залежно від ступеня інформованості всіх його учасників, впливають на точність підрахунку вигід агентів [2]. У гіпотезі також виділяють три форми ефективного ринку (перші дві були запропоновані ще Г. Робертсом): а) слабку — ціни активів відбивають свою минулу інформацію, обрахунок вигід не точний; б) середньою — ціни активів відбивають не тільки свої минулі ціни, але і всіляку загальнодоступну інформацію, обрахунок вигід має середню точність; в) сильну — ціни активів відбивають інсайдерську (тобто

внутрішню корпоративну інформацію), а обрахунок вигід має високу точність.

Усі три форми ефективності фондового ринку пов'язані між собою: середня включає слабку, а сильна — середню. Якщо слабка форма інформації невірнорідна, то середня форма інформованості буде помилковою. Гіпотеза ефективного ринку Ю. Фама є основою для підрахунку можливих вигід агентів ринку з боку фінансових аналітиків, однак лише у стабільних економічних умовах. Обрахунок вигід дає збій під час криз та пандемічних настроїв. Гіпотезі ефективного ринку Ю. Фама притаманні низка переваг та недоліків, які вона створює для підрахунку можливих вигід агентів ринку (табл. 1).

Водночас їх зміст зазначає, що за допомогою гіпотези ефективного ринку Ю. Фама існують можливості щодо прогнозування змін вартісних характеристик активів та формування ймовірного розподілу потенційних вигід (доходів) з активів у майбутньому. Відповідно до наведених переваг та недоліків для підрахунку можливих вигод агентів ринку, за класичною теорією, ефективний ринок (efficient market) — це фінансовий ринок, на якому фактична ринкова ціна цілком відображає і дорівнює вартості фінансового активу (цінного папера), акумулює всю минулу, наявну і можливу інформацію про нього, тому, за умови відсутності криз та пандемічних настроїв, на ньому можлива максимізація вигод для його агентів.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Наведений вище аналіз теоретичних підходів до трактування ефективності фінансового ринку дозволив пов'язати її з очікуваними властивостями адаптивності або здатності фінансового ринку відносно пристосування до позитивних або негативних змін його середовища у часі, яке забезпечить коливання за вартістю активів навколо середнього значення, збільшення обсягів ключових операцій та максимізацію вигід (від процесів формування і перерозподілу фінансових ресурсів). Тобто, ефективності фінансового ринку характеризуються через результативність або досягненням очікуваного стану за вартістю активів, обсягами ключових операцій та максимізацією вигід. Така специфіка доводить, що результативність є комплексом показників та рисами ефективності фінансового ринку.

Таблиця 1. Переваги та недоліки гіпотези ефективного ринку Ю.Фама для підрахунку можливих вигід агентів ринку

Переваги	Недоліки	Уявлення про риси ефективності ринку, що формують можливі вигоди
Можливість математизації трейдингу. Можливість використання технічного аналізу. Можливість роботи з індексними фондами. Можливість використання статистичних методів у біржовій аналітиці.	Не працює у період фінансових криз та пандемічних настроїв. Лише частина нової інформації може бути оцінена швидко і в повній мірі врахована в ціні. Інтервенції центральних банків, зміни структури золотовалютних резервів, операції великих гравців значно впливають на ціни на ринку.	- фактична ринкова ціна цілком відображає і дорівнює вартості фінансового активу (цінного папера); - фактична ринкова ціна акумулює всю минулу, наявну і можливу інформацію про нього.

Джерело: розроблено автором на основі [13].

Проведений порівняльний аналіз таких підходів показав, що в широкому розумінні, сутність ефективності фінансового ринку слід розглядати як рекурсивне відбиття рис ринкової адаптивності за вартісними характеристиками його активів та їх дохідністю, за умови, що вони є залежними від відомої інформації, що стосуються рушійних сил їх формування. Крім того, для поглибленого та детального унаочнення ефективності фінансового ринку, її сутність має базуватися на рекурсивному відбитті рис ринкової адаптивності за вартісними характеристиками його активів та їх дохідністю, за умови, що вони є залежними від відомої інформації, що стосуються рушійних сил їх формування лінійно або як дифеоморфізми (тобто, якщо адаптивність формується як функція однієї чи кількох дійсних змінних). За таких умов, представлення змісту ефективності фінансового ринку потребує математичної інтерпретації у моделях (які не тільки надають спрощене уявлення щодо адаптивності ринку за різних моментів часу, але і виявляють всі результативні зміни, що формуються у структурі фінансового ринку).

Література:

1. Пересада А. А. Основы инвестиционной деятельности. К.: Либра, 1994. С. 16—18.
2. Кобушко І.М. Теоретичні засади оцінки взаємозв'язку інвестиційного та фінансового ринків. Інноваційна економіка. 2011. № 4. С. 235—241.
3. Фінансовий ринок: підручник/ за заг. ред. Арутюнян С.С. К: Гуляєва В.М, 2018. 484 с.
4. Косова Т. Д. Проблеми і перспективи розвитку фінансового ринку України. Вісник економічної науки України. 2008. № 2 (14). С. 88 — 92.

5. Смолянська О.Ю., Борисова І.С. Сутність фінансового ринку та його роль у фінансовій системі держави. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2013. С. 261—267.

6. Ходаківська В. П., Беляєва В. В. Ринок фінансових послуг: теорія і практика: навч. посіб. К.: ЦУА, 2002. 616 с.

7. Шелудько В. М. Фінансовий ринок: навч. посіб. 3-є вид., випр. і доп. Київ: Знання-Прес, 2008. 535 с.

8. Косова Т.Д. Проблеми і перспективи розвитку фінансового ринку України. Вісник економічної науки України 2008. № 2 (14). С. 88—92.

9. Благун І. Аналіз гіпотези ефективності фінансових ринків з позиції поведінки інвесторів. Вісник Чернівецького торгово-економічного інституту. 2017. Вип. I—II (65—66). С. 393—402.

10. Fama E. F., French K. R. The Cross-section of Expected Stock Returns. Journal of Finance. 1992. Vol. 47, No 2. pp. 427—465.

11. Fama E. F., Fisher L., Jensen M., Roll R. The Adjustment of Stock Prices to new information. International Economic Review, 1969. Vol. 10, No 1. pp. 1—21.

12. Kouplend T., Koller T., Murrin Dzh. Stoimost kompanii: otsenka i upravlenie / Per s angl. 3-izd., pererab. i dop. M.: Olimp-Biznes, pp. 2005. 576.

13. Домбровський, В. С., Пластун О. Л., Пластун В.Л. Гіпотеза ефективного ринку як сучасна концепція фондового ринку. Актуальні проблеми економіки. 2013. № 1. С. 14—19.

14. Іртищева І.О. Стратегія розвитку фінансово-кредитного забезпечення агропродовольчої сфери України: монографія. Миколаїв: Дизайн та поліграфія, 2012. 256 с.

15. Крамаренко І.С. Формування та розвиток регіонального інвестиційного потенціалу в умовах структурних трансформацій економіки: теорія, методологія та практика: монографія. Миколаїв: ФОП Швець, 2019. 356 с.

References:

1. Peresada, A. A. (1994), Osnovy ynvestytsyonnoy deiatel'nosti [Fundamentals of investment activity], Libra, Kyiv, Ukraine.

2. Kobushko, I.M. (2011), "Theoretical principles of assessing the relationship of investment and financial markets", Innovative economy, vol. 4, pp. 235—241.

3. Harutyunyan, S.S. and Gulyaeva, V.M. (2018), Finansovyy rynek [Financial market], Kyiv, Ukraine.

4. Kosova, T. D. (2008), "Problems and prospects of development of the financial market of Ukraine", Herald of economic science of Ukraine, vol. 2 (14), pp. 88—92.

5. Smolyanska, O.Yu. and Borisova, I.S. (2013), "The essence of the financial market and its role in the financial system of the state", Scientific works of the Poltava State Agrarian Academy, pp. 261—267.

6. Khodakivska, V.P. and Belyaeva, V.V. (2002), Rynok finansovykh posluh: teoriia i praktyka [Market of financial services: theory and practice: education], TsUL, Kyiv, Ukraine.

7. Sheludko, V. M. (2008), Finansovyy rynek [Financial market], Znannia-Press, Kyiv, Ukraine.

8. Kosova, T. D. (2008), "Problems and prospects of development of the financial market of Ukraine", Bulletin of Economic Science of Ukraine, vol. 2(14), pp. 88—92.

9. Blahun, I. (2017), "Analysis of the hypothesis of the efficiency of financial markets from the standpoint of investor behavior", Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute, Issue I-II (65—66), pp. 393—402.

10. Fama, E. F. and French, K. R. (1992), "The Cross-section of Expected Stock Returns", Journal of Finance, Vol. 47, No. 2, pp. 427—465.

11. Fama, E. F., Fisher, L., Jensen, M. and Roll, R. (1969), "The Adjustment of Stock Prices to new information", International Economic Review, Vol. 10, No. 1, pp. 1—21.

12. Kouplend, T., Koller, T. and Murrin, Dzh. (2005), Stoimost kompanii: otsenka i upravlenie [Company Value: Valuation and Management], Olimp-Biznes, Moscow, Russian

13. Dombrovskyi, V.S., Plastun, O.L. and Plastun, V.L. (2013), "The efficient market hypothesis as a modern concept of the stock market", Actual problems of the economy, vol. 1, pp. 14—19.

14. Irtysheva, I.O. (2012), Stratehiia rozvytku finansovo-kredytnoho zabezpechennia ahroprodovol'choi sfery Ukrainy [Strategy for the development of financial and credit provision of the agri-food sector of Ukraine], Design and printing, Mykolaiv, Ukraine.

15. Kramarenko, I.S. (2019), Formuvannia ta rozvytok rehional'noho investytsijnoho potentsialu v umovakh strukturnykh transformatsij ekonomiky: teoriia, metodolohiia ta praktyka [Formation and development of regional investment potential in conditions of structural transformations of the economy: theory, methodology and practice], FOP Shvets, Mykolaiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 12.01.2023 р.

УДК 330.37:336

С. М. Халатур,

д. е. н., професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Дніпровський державний аграрно-економічний університетORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8331-3341>

Ю. В. Масюк,

к. е. н., професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Дніпровський державний аграрно-економічний університетORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6445-806X>

Д. К. Карамушка,

аспірант кафедри менеджменту і права,

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6637-8231>

І. С. Губаренко,

студент гр. МгФБС-1-21, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5949-6993>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.2.9

ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ В КОНТЕКСТІ ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

S. Khalatur,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Finance,
Banking and Insurance, Dnipro State Agrarian and Economic University

Yu. Masiuk,

PhD in Economics, Professor, Professor of the Department of Finance,
Banking and Insurance, Dnipro State Agrarian and Economic University

D. Karamushka,

Postgraduate student of the Department of Management and Law,
Dnipro State Agrarian and Economic University

I. Gubarenko,

Student of the gr. MGFBS-1-21, Dnipro State Agrarian and Economic University

FINANCIAL STRATEGY IN THE CONTEXT OF EFFECTIVE ENTERPRISE MANAGEMENT

Управління аграрним підприємством включає стратегічне планування та регулювання фінансових потоків. Тому на сучасному етапі розроблення заходів щодо вдосконалення формування фінансової стратегії та управління фінансовими потоками сільськогосподарських підприємств є значною проблемою. Управління фінансовими потоками здійснюється як для внутрішнього середовища сільськогосподарського підприємства, так і для зовнішнього середовища.

Метою статті є обґрунтування теоретичних положень і розробка методичних рекомендацій формування фінансової стратегії підприємства.

Фінансова стратегія зосереджена на політиці та регулюванні фінансових потоків. Ризики фінансової стійкості також є інвестиційними ризиками. Фінансові цілі важливі для будь-якого бізнесу, і це особливо стосується фінансів компанії. Для досягнення цих цілей підприємству потрібна фінансова стратегія, яка буде дорожньою картою для їх досягнення, як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі. У статті розглядаються ключові концепції та описано, як і коли використовувати інструменти фінансування бізнесу для досягнення цілей аграрного підприємства.

Сільське господарство, незалежно від того, чи йдеться про інтенсивне рослинництво, змішане землеробство та тваринництво, має загальні проблеми, якими потрібно відповідним чином керувати, щоб забезпечити фінансову стійкість підприємства. Хоча проблеми загальні, сільське господарство є спеціалізованим і тому вимагає досліджень, які спрямовані на управління фінансовими ризиками аграрного підприємства. Існують додаткові ризики для сільсько-господарського виробництва, які постійно обговорюються та вивчаються. У такому середовищі фінансове планування стає дуже важливим для того, щоб забезпечити прибутковість аграрного підприємства.

Management of an agricultural enterprise includes strategic planning and regulation of financial flows. Therefore, at the current stage, the development of measures to improve the formation of a financial strategy and management of financial flows of agricultural enterprises is a significant problem. Management of financial flows is carried out both for the internal environment of the agricultural enterprise and for the external environment.

The purpose of the article is to substantiate the theoretical provisions and develop methodological recommendations for the formation of the company's financial strategy.

Financial strategy focuses on the policy and regulation of financial flows. Financial stability risks are also investment risks. Financial goals are important to any business, and this is especially true of company finances. To achieve these goals, the company needs a financial strategy that builds a road map to achieve them, both in the short term and in the long term. The article examines key concepts and describes how and when to use business financing tools to achieve the goals of an agricultural enterprise.

Agriculture, whether it is intensive crop production, mixed farming and livestock farming, has common challenges that need to be managed appropriately to ensure the financial sustainability of the enterprise. Although the problems are general, agriculture is specialized and therefore requires research aimed at managing the financial risks of an agricultural enterprise. There are additional risks to agricultural production that are constantly being discussed and studied. In such an environment, financial planning becomes very important in order to ensure the profitability of an agricultural enterprise. Strategic finance tools should be linked to enterprise performance management tools as well as other databases. A strategic financing tool should provide a compelling financial solution that can then be used to set internal goals, conduct financial analysis, and provide data for informed decision-making. An effective financial strategy means that the company can be deliberate about spending, saving, borrowing and attracting money from investors.

Ключові слова: фінансова стратегія, стратегічне планування, фінансове прогнозування, підприємство, фінансова стійкість, сільське господарство.

Key words: financial strategy, strategic planning, financial forecasting, enterprise, financial stability, agriculture.

ВСТУП

Економічна ефективність будь-якого підприємства, в тому числі підприємств аграрного сектору, базується на формуванні ефективної фінансової стратегії, досконалого та ефективного використання грошових та інших ресурсів, мінімізації ряду ризиків [1, 2]. Фінансова стратегія — це документ, який відображає унікальний бізнес-клімат, у якому підприємство працює та положення компанії на ринку. При розробці фінансової стратегії, управлінням потрібно визначити кілька важливих аспектів, зокрема навіщо потрібна фінансова стратегія, чи потрібне зовнішнє фінансування, поточний стан грошових потоків тощо. Цілі фінансування та те, як вони пов'язані з місією підприємства, є ключовими при розробці фінансової стратегії. Тобто, може бути важко створити бізнес-стратегію без фінансової стратегії. Незалежно від фінансових цілей підприємства, потрібно мати чітке уявлення про фінансовий стан компанії. Це надасть чітке уявлення про можливий розвиток сільськогосподарського підприємства.

Необхідно визначити бізнес-цілі з фінансовою стратегією: необхідність продавати більше товарів, підвищити впізнаваність бренду, покращити фінансово-господарську діяльність і логістику. Усе це є цінними і важливими бізнес-цілями та потребує залучення фінансів. Розробляючи фінансову стратегію, необхідно визначити витрати та очікуваний дохід від конкретної бізнес-цілі. Фінансовий стратегічний план реалізує стратегічний напрямок організації та керує ним для досягнення довгострокових цілей. Фінансова стратегія може існувати в рамках бізнес-плану. Обидва можуть використовуватися разом, але відіграють дуже різні ролі всередині аграрного підприємства.

Розмір підприємства визначатиме, хто бере участь у розробці фінансової стратегії. Невелика компанія може мати власника, бухгалтера або аутсорсингову компанію. Більша організація може мати вище керівництво, головного фінансового директора та зовнішнього фінансового радника. Якщо кредитування є частиною плану, необхідні консультації з банком або фінансовою компанією.

Таблиця 1. Кількість діючих аграрних підприємств України за видами економічної діяльності за 2014–2020 роки, одиниць

Види економічної діяльності	2014	2017	2018	2019	2020	Зміна, +,-	Зміна, %
Усього	341001	338256	355877	380597	373822	32821	109,62
Сільське, лісове та рибне господарство	46012	50115	50504	50239	49452	3440	107,48
виросування однорічних і дворічних культур	38112	42259	42419	42020	41622	3510	109,21
виросування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур	37003	41047	41206	40887	40531	3528	109,53
виросування рису	28	27	29	29	25	-3	89,29
виросування овочів і баштанних культур, коренеплодів і бульбоплодів	848	924	919	865	834	-14	98,35
виросування багаторічних культур	1064	1272	1360	1445	1430	366	134,40
виросування винограду	173	164	166	158	150	-23	86,71
виросування зерняткових і кісточкових фруктів	568	634	655	661	650	82	114,44
виросування ягід, горіхів та інших фруктів	235	372	421	509	522	287	222,13
тваринництво	2459	2296	2321	2313	2202	-257	89,55
розведення великої рогатої худоби молочних порід	924	835	820	801	741	-183	80,19
розведення коней та інших тварин родини конячих	45	34	37	35	38	-7	84,44
розведення овець і кіз	89	112	127	133	123	34	138,20
розведення свиней	588	534	525	513	476	-112	80,95
розведення свійської птиці	494	454	470	470	471	-23	95,34
змішане сільське господарство	1093	1027	1047	998	968	-125	88,56
допоміжна діяльність у сільському господарстві та післяурожайна діяльність	894	900	929	948	961	67	107,49
допоміжна діяльність у рослинництві	699	688	709	716	725	26	103,72
допоміжна діяльність у тваринництві	70	61	63	68	61	-9	87,14

Джерело: складено авторами за даними Державної служби статистики України.

Під сталим розвитком аграрного бізнесу розуміється процес незворотних природних змін у взаємопов'язаних економічних, екологічних і соціальних складових діяльності підприємства, викликаних зовнішніми та внутрішніми факторами, спрямованих на досягнення нового стійкого стану [8, 9]. Це процес, який постійно не залежить від бізнесу. Водночас, сталий розвиток аграрного бізнесу є стратегічним, оскільки в процесі його реалізації досягаються середньо- та довгострокові цілі діяльності [10, 11]. Фінансова стратегія є одним із найважливіших видів функціональної стратегії, який забезпечує всі основні напрями розвитку фінансової діяльності підприємства, а також розвиток фінансових відносин шляхом формування довгострокових фінансових цілей, вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, адекватна корекція напрямів формування та використання фінансових ресурсів у разі змін зовнішнього середовища [2, 3].

Таке визначення фінансової стратегії спрямоване на розвиток аграрного підприємства в

довгостроковій перспективі в сучасних умовах з урахуванням мінливості зовнішнього середовища.

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблеми формування фінансової стратегії підприємства давно присутні в тематичній літературі з огляду на ряд аспектів. Фінансове стратегічне управління розглядалося в наукових працях багатьох вчених, зокрема таких як: Коляденко С. В., Стратій А. М., Лазорчин В. А., Ghalib S., Horobchenko D., Voronenko V., Kapustian O., Petlenko Y., Ryzhov A., Kharlamova G., Kartanaite I., Kovalov B., Kubatko O., Krusinskas R., Shkarupa O., Vlasenko D., Vesperis S., Treus A., Juhaszova Z., Shahriar A., Schwarz S., Newman A., Yu-ChunLin. Основна причина зосередження на удосконаленні формування фінансової стратегії аграрного підприємства є той факт, що досліджень було не так багато у цій сфері і дане питання є актуальним і потребує подальших досліджень.



Рис. 1. Складові фінансової стратегії

Метою є узагальнення теоретико-методичних основ формування фінансової стратегії аграрного підприємства.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Фінансова стратегія аграрного підприємства — це концепція для розуміння фінансового потоку аграрного бізнесу. Першим кроком є збір та систематизація фінансової інформації через систему бухгалтерського обліку. Ця фінансова інформація перетворюється у фінансову звітність для аналізу та інтерпретації історичного та поточного фінансового стану та результатів діяльності аграрного підприємства. Аналіз бюджетування, продуктивності, прибутковості та ризику дозволяє управлінню приймати найкращі рішення щодо майбутнього розвитку аграрного підприємства. В таблиці 1 проаналізовано кількість діючих аграрних підприємств України за видами економічної діяльності за 2014—2020 роки.

Ефективна фінансова стратегія означає, що підприємство може обдуманно підходити до витрат, заощаджень, запозичень і залучення грошей від інвесторів. Стратегічне ставлення до фінансів дає змогу впевнено керувати сільськогосподарським підприємством і найкращим чином застосовувати поради бухгалтера чи консультанта.

Формування фінансової стратегії аграрного підприємства включає чотири основні напрямки.

1. Оцінка фінансової діяльності. Фінансовий стан аграрного підприємства в даний момент часу можна оцінити за такими типовими

фінансовими звітами, як звіт про прибутки та збитки, баланс і звіт про рух грошових коштів. Коефіцієнти можуть ґрунтуватися на продажах, прибутках або рентабельності інвестицій (ROI) тощо. Ці коефіцієнти стандартизують фінансову інформацію. Їх можна порівняти з тими самими коефіцієнтами за попередній період часу, щоб оцінити будь-які зміни у фінансовому стані. Зазначені коефіцієнти можуть вказувати на стратегічну ситуацію або кроки для мінімізації ризиків.

2. Фінансове прогнозування. Фінансове прогнозування використовується для оцінки майбутніх фінансових потреб аграрного підприємства. На основі цих прогнозів можна скласти різні бюджети. На основі цих бюджетів можна правильно розподілити кошти на різні заходи. Такі бюджети та витрати є функцією майбутніх продажів і доходів. Точні прогнози, зроблені на основі наукових методів, можуть стати основою для прийняття стратегічних рішень.

3. Планування структури капіталу. Рішення про структуру капіталу вимагають розумного поєднання боргового та власного капіталу, вимірюється коефіцієнтом позикового капіталу. Дане рішення може створити оптимальне поєднання боргового та власного капіталу, щоб мінімізувати різні ризики, пов'язані з надмірними запозиченнями. Хороша структура капіталу забезпечує фінансову стабільність. Це стосується обґрунтованих стратегічних рішень.

4. Інші фінансові міркування. Існує багато фінансових заходів і рішень, які можуть вплинути на стратегічне планування. Деякі з них включають наступне: бюджети грошових потоків, діяльність бюджетного контролю, маржинальна калькуляція та планування прибутку, вартість капіталу та власного фінансування, кредитне плече, корпоративна реструктуризація та диверсифікація.

Отже, важливі компоненти фінансової стратегії включають рішення про фінансування. Наявність коштів є головною передумовою для виконання багатьох обраних стратегій. Фінансовий менеджер повинен гарантувати, що кошти надаються за розумною ціною та з мінімальним ризиком. Він має прийняти рішення щодо оптимального поєднання фінансування (поєднання боргу та власного капіталу) або структури капіталу аграрного підприємства. Фінансовий стратегічний план аграрного підприємства щодо джерел, використання та управління коштами повинен враховувати такі моменти:

1) структура капіталу. Планування структури капіталу зосереджується на бажаному по-

єднанні боргу та власного капіталу, яке має бути "оптимальним";

2) співвідношення заборгованості та власного капіталу — його необхідно підтримувати під час залучення додаткового капіталу. Воно повинно бути збалансованим;

3) вартість капіталу — загальна вартість капіталу представлена середньозваженою вартістю боргу та власного капіталу. Вартість боргу, як правило, нижча за вартість власного капіталу через податкові переваги. Але зі збільшенням фінансового важеля (боргового фінансування) фінансовий ризик також зростає. Отже, фінансова стратегія має враховувати це питання;

4) фінансування лізингу — метод, за якого аграрне підприємство може використовувати актив, не маючи на нього права власності. Якщо вартість лізингу виявляється вищою, ніж вартість позики, краще придбати актив, запозичивши необхідні кошти. Стратегія лізингу повинна бути сформульована після оцінки альтернатив.

5) рішення щодо левериджу — це використання джерел коштів для отримання переваг у сприятливому веденні бізнесу. Це зв'язок між взаємопов'язаними змінними, за допомогою якого відсоток у змінній відображає відсоткову зміну іншої змінної. Це стратегічне рішення.

6) торгівля акціонерним капіталом — збільшення боргових зобов'язань ще більше збільшило прибуток на акцію акціонерів. Таким чином, наявність боргу допомагає збільшити прибутки, доступні акціонерам. Торгівля акціонерним капіталом корисна, коли прибуток від інвестицій перевищує процентну ставку позичених коштів. Це вигідно тим підприємствам, які мають постійний стабільний прибуток.

Через жорстку глобальну конкуренцію, з якою стикаються транснаціональні компанії, вони часто шукають альтернативні фінансові інструменти для задоволення своїх потреб у фінансуванні. Альтернативне фінансування може бути використане для залучення коштів для розширення або діяльності компанії. Деякі інноваційні інструменти, які були отримані з традиційних джерел, включають пов'язані відсотки та виплати основної суми, які були розділені, цінні папери, пов'язані з іноземною валютою, і цінні папери зі змінною ставкою.

Інвестиційні рішення є життєво важливим аспектом фінансової стратегії. Фінансові інвестиції стосуються вкладення грошей у цінні папери, тобто акції чи боргові зобов'язання, нерухомість, іпотечні кредити тощо. Інвестицій-

на операція — це така операція, яка після ретельного аналізу обіцяє безпеку основної суми та задовільний прибуток. Інвестиції ототожнюються з безпекою. Слід зазначити, що кошти включають готівку та доступні в обмеженій кількості, компанія повинна приймати дуже зважені рішення щодо загальної суми активів, які будуть утримуватися на підприємстві, складу цих активів та ризику, пов'язаного з інвестуванням коштів. Стратегічні рішення щодо типу капітальних активів, які будуть придбані, повинні прийматися в межах корпоративної стратегії.

Фірма може мати в руках ряд пропозицій щодо капітальних витрат у межах позиції на товарному ринку. Таким чином, фінансова стратегія повинна передбачати конкретну техніку, за допомогою якої можна вибрати найбільш корисну пропозицію для аграрного підприємства.

Для успішного, безпечного та прибуткового інвестиційного рішення необхідно враховувати наступні фактори:

- інвестиційна стратегія спрямована на максимізацію прибутковості аграрного підприємства. Вона повинна забезпечувати мінімальну норму прибутку, яку необхідно заробити. Отже, у фінансовій стратегії підприємства має бути чітко вказано рівень перешкод для конкретного проекту.

- нормування капіталу — політика нормування капіталу встановлює обмеження на заплановані інвестиції аграрного підприємства на певний рік на основі суми наявних коштів.

- фактор ризику також слід враховувати під час прийняття інвестиційних рішень. На основі аналізу ризиків проект можна оцінити як високоризикований або низькоризикований. Фінансова стратегія може надати чіткі орієнтири щодо ризиків, пов'язаних з проектами.

Фінансове планування та прогнозування є невід'ємною частиною фінансової стратегії. Підприємству необхідно розробити інструменти стратегічного фінансування, які можуть враховувати аналіз сценаріїв, а також можливості моделювання. Інструмент стратегічного фінансування повинен допомогти швидко розробити фінансові моделі та оцінити різні фінансові сценарії. Ці фінансові сценарії можуть запропонувати складне управління боргом і структурою капіталу. Інструменти стратегічного фінансування повинні бути пов'язані з інструментами управління продуктивністю підприємства, а також іншими базами даних. Інструмент стратегічного фінансування має забезпе-

чувати переконливе фінансове рішення, яке надалі можна використовувати для встановлення внутрішніх цілей, проведення фінансового аналізу та надання даних для прийняття обґрунтованих рішень.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Отже, для того, щоб аграрне підприємство досягло успіху в глобальному та конкурентному світі, воно повинне мати надійну та ефективну фінансову стратегію. Фінансова стратегія складається з кількох певних цілей, яких прагне досягти аграрне підприємство. Деякі з цілей є внутрішніми (підвищення продуктивності, стійкий фінансовий стан тощо), а також зовнішніми (прибуток на акцію, вартість акцій тощо). Таким чином, фінансова стратегія аграрного підприємства складається з довгострокового планування, організаційного розвитку, управління прибутком і управління цінністю. Існує багато способів концептуалізації ідеї стратегії і для забезпечення довгострокового успіху підприємства необхідне ефективне стратегічне управління. Формування фінансової стратегії надає інструменти для ефективного управління підприємствами. Стратегічне управління необхідне, щоб допомогти підприємствам керувати їхніми стратегіями, які з'являються та розвиваються з часом.

Напрямок подальших досліджень є аналіз можливих розривів між стратегічними цілями та операційними планами.

Література:

1. Коляденко С. В., Стратій А. М. Аналіз фінансових стратегій для підвищення конкурентоспроможностей підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 22. С. 17—23.
2. Лазорчин, В. А. Теоретико-методичні основи формування фінансової стратегії підприємства. Український журнал прикладної економіки. 2020. Том 5. № 3. С. 185—191.
3. Офіційний сайт державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Халатур С. М., Бровко А. І., Моруга Т. О. Методологія оцінки ліквідності та платоспроможності сільськогосподарських підприємств. Економіка та держава. 2017. № 12. С. 56—60.
5. Ghalib S. (2017). Microfinance strategy and its impact on profitability and operating efficiency: evidence from Indonesia. *Investment Management and Financial Innovations*, 14 (2), 51—62. doi:10.21511/imfi.14(2).2017.05

Етапи розробки та функціонування фінансової стратегії



Рис. 2. Фінансова стратегія та її можливості

6. Horobchenko, D., & Voronenko, V. (2018). Approaches to the formation of a theoretical model for the analysis of environmental and economic development. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 9 (5), 1108—1119. [https://doi.org/10.14505//jemt.v9.5\(29\).24](https://doi.org/10.14505//jemt.v9.5(29).24)

7. Kapustian O., Petlenko Y., Ryzhov A. And Kharlamova G. (2021). Financial sustainability of a Ukrainian university due to the COVID-19 pandemic: A calculative approach. *Investment Management and Financial Innovations*, 18(4), 340-354. doi:10.21511/imfi.18(4).2021.28

8. Kartanaite, I., Kovalov, B., Kubatko, O., & Kruiinskas, R. (2021). Financial modeling trends for production companies in the context of Industry 4.0. *Investment Management and Financial Innovations*, 18(1), 270—284. [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.18\(1\).2021.23](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.18(1).2021.23)

9. Khalatur S. Mechanism of adaptation of agroindustrial complex of Ukraine in the conditions of global food problem. *Visnyk Dnipro-*

petrovs' koho derzhavnoho ahrarnoekonomichnoho universytetu. 2015, № 1, pp. 114—116.

10. Khalatur S., Hudym K. (2016). Systematisation and analysis of MNCs' models of conduct for entering the national agrarian markets. *Економічний часопис XXI*, 5—6, pp. 34—37.

11. Khalatur S.M. Innovative doctrine development of agriculture growth of Ukraine. *Технологический аудит и резервы производства*. 2017. Vol. 4, № 5 (36). С. 19—26.

12. Khalatur S., Masiuk Y., Kachula S., Brovko L., Karamushka O., Shramko I. (2021). Entrepreneurship development management in the context of economic security, *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 9(1): 558—573. URL: [https://doi.org/10.9770/jesi.2021.9.1\(35\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2021.9.1(35))

13. Shkarupa O., Vlasenko D., Vesperis S., Treus A. And Juhaszova Z. (2021). Strategic management or sustainable decisions in business: A case of greening the transport companies. *Problems and Perspectives in Management*, 19 (4), 311—324. doi:10.21511/ppm.19(4).2021.25

14. Shahriar, A. Z. M., Schwarz, S., & Newman, A. (2015). Profit orientation of microfinance institutions and provision of financial capital to business start-ups. *International Small Business Journal*. <http://doi.org/10.1177/0266242615570401>

15. Yu-ChunLin (2017). Does R&D investment under corporate social responsibility increase firm performance? *Investment Management and Financial Innovations*, 14 (1-1), 217—226. doi:10.21511/imfi.14(1-1).2017.08

References:

1. Kolyadenko, S. V. and Stratii, A. M. (2019), "Analysis of financial strategies to increase the competitiveness of the enterprise", *Investytsiyni praktyka ta dosvid*, Vol. 22, pp. 17—23.

2. Lazorchyn, V. A. (2020), "Theoretical and methodological foundations of the formation of the financial strategy of the enterprise", *Ukrayins'kyi zhurnal prykladnoyi ekonomiky*, Vol. 5/3, pp. 185—191.

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

4. Khalatur, S.M. Brovko, L.I. and Moruha, T.O. (2017), "Methodology for assessing liquidity and solvency of agricultural enterprises", *Ekonomika ta derzhava*, Vol. 12, pp. 56—60.

5. Ghalib, S. (2017), "Microfinance strategy and its impact on profitability and operating efficiency: evidence from Indonesia", *Investment Management and Financial Innovations*, Vol. 14 (2), pp. 51—62. doi:10.21511/imfi.14(2).2017.05

6. Horobchenko, D. And Voronenko, V. (2018), "Approaches to the formation of a theoretical model for the analysis of environmental and economic development", *Journal of Environmental Management and Tourism*, Vol. 9 (5), pp. 1108—1119. [https://doi.org/10.14505/jemt.v9.5\(29\).24](https://doi.org/10.14505/jemt.v9.5(29).24)

7. Kapustian, O. Petlenko, Y. Ryzhov, A. and Kharlamova, G. (2021), "Financial sustainability of a Ukrainian university due to the COVID-19 pandemic: A calculative approach", *Investment Management and Financial Innovations*, Vol. 18 (4), pp. 340—354. doi:10.21511/imfi.18(4).2021.28

8. Kartanaite, I. Kovalov, B. Kubatko, O. and Krusinskas, R. (2021), "Financial modeling trends for production companies in the context of Industry 4.0", *Investment Management and Financial Innovations*, Vol. 18 (1), pp. 270—284. [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.18\(1\).2021.23](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.18(1).2021.23)

9. Khalatur S. (2015), "Mechanism of adaptation of agro industrial complex of Ukraine in the conditions of global food problem", *Visnyk Dnipropetrovs'koho derzhavnoho ahrarno-ekonomichnoho universytetu*, Vol. 1, pp. 114—116.

10. Khalatur, S. and Hudym, K. (2016), "Systematisation and analysis of MNCs' models of conduct for entering the national agrarian markets", *Economic Annals XX*, Vol. 5—6, pp. 34—37.

11. Khalatur, S.M. (2017), "Innovative doctrine development of agriculture growth of Ukraine", *Tekhnolohycheskyj audyt i rezervy proyzvodstva.*, Vol. 4, № 5 (36), pp. 19—26.

12. Khalatur, S. Masiuk, Y. Kachula, S. Brovko, L. Karamushka, O. and Shramko, I. (2021), "Entrepreneurship development management in the context of economic security", *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, Vol. 9(1), pp. 558—573. [https://doi.org/10.9770/jesi.2021.9.1\(35\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2021.9.1(35))

13. Shkarupa, O. Vlasenko, D. Vesperis, S. Treus, A. and Juhaszova, Z. (2021), "Strategic management or sustainable decisions in business: A case of greening the transport companies", *Problems and Perspectives in Management*, Vol. 19 (4), pp. 311—324. doi:10.21511/ppm.19(4).2021.25

14. Shahriar, A. Z. Schwarz, S. and Newman, A. (2015), "Profitorientation of microfinance institutions and provision of financial capital to business start-ups", *International Small Business Journal*. doi.org/10.1177/0266242615570401.

15. Yu-Chun, Lin (2017), "Does R&D investment under corporate social responsibility increase firm performance?" *Investment Management and Financial Innovations*, Vol. 14 (1-1), pp. 217—226. doi:10.21511/imfi.14(1-1).2017.08

Стаття надійшла до редакції 10.01.2023 р.

УДК 336.22

О. С. Ткаченко,**к. е. н., доцент кафедри обліку, оподаткування та управління фінансово-економічною безпекою, Дніпровський державний аграрно-економічний університет****ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7795-9293>****О. Л. Дубина,****старший викладач кафедри обліку, оподаткування та управління фінансово-економічною безпекою, Дніпровський державний аграрно-економічний університет****ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3707-2281>****Т. О. Мачак,****старший викладач кафедри обліку, оподаткування та управління фінансово-економічною безпекою, Дніпровський державний аграрно-економічний університет****ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3746-4736>**

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.2.16

СПРОЩЕНА СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРОБІЗНЕСУ

A. Tkachenko,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Accounting, Taxation and Management of Financial and Economic Security, Dnipro State Agrarian and Economic University

O. Dubyna,

Senior Lecturer of the Department of Accounting, Taxation and Management of Financial and Economic Security, Dnipro State Agrarian and Economic University

T. Machak,

Senior Lecturer of the Department of Accounting, Taxation and Management of Financial and Economic Security, Dnipro State Agrarian and Economic University

SIMPLIFIED SYSTEM OF TAXATION OF AGRIBUSINESS ENTERPRISES

Стаття присвячена функціонуванню спрощеної системи оподаткування для підприємств агробізнесу. Досліджено ставки єдиного податку четвертої групи розмір яких виріс з 2015 року в три рази. Значну увагу приділено нормативній грошовій оцінці сільськогосподарських угідь перегляд якої проводився в 2018 р. Проаналізовано ставки податку на додану вартість для підприємств агробізнесу (виробники сільськогосподарської продукції), які становлять 20 % (основна ставка) і 14 %, але для певних видів сільськогосподарської продукції, які передбачені ПКУ. Визначено, що підприємства у яких протягом календарного року обсяг доходу не перевищує 10 мільярдів гривень можуть перейти на сплату податку в розмірі 2 відсотка від доходу. Для цього підприємствам агробізнесу потрібно зареєструватися платником єдиного податку третьої групи. Якщо підприємства агробізнесу відносяться до 1-ї або 2-ї групи єдиного податку вони мають право не сплачувати єдиний податок, що також передбачено даним законом.

The article is devoted to the functioning of the simplified taxation system for agribusiness enterprises. The components of the simplified taxation system for agribusiness enterprises include the single tax of the fourth group and the value added tax at the rate of 14%.

The rates of the single tax of the fourth group, the amount of which has increased three times since 2015, were studied. The single tax of the fourth group was introduced instead of the fixed agricultural tax. The tax base for taxpayers of the fourth group of single taxes for agricultural producers is the normative monetary value of 1 hectare of agricultural land (arable land, hayfields, pastures and perennial plantations) taking into account the indexation coefficient determined as of January 1 of the base tax (reporting) year in accordance with the order, established by this Code for payment of the land fee.

Considerable attention is paid to the normative monetary valuation of agricultural land, which was revised in 2018. The normative monetary valuation of agricultural land is carried out by the State Land Cadastre of Ukraine and published by it "Handbook of indicators of normative monetary valuation of agricultural land in Ukraine".

One of the elements of the simplified system of taxation of agribusiness enterprises is the value added tax, since it is the basis of indirect stimulation of the development of the agricultural industry in Ukraine. Value-added tax rates for agribusiness enterprises (producers of agricultural products) were analyzed, which are 20% (the basic rate) and 14%, but for certain types of agricultural products, which are provided for by the PKU.

It should be noted that all livestock products are taxed at a rate of 20%. The reduction of the VAT rate to 14% does not lead to the desired result, namely to a reduction of the tax burden for agribusiness enterprises, since the blocking of tax invoices increases the risks of settlement between business entities for cash without proper documentation.

It was determined that enterprises whose revenue does not exceed 10 billion hryvnias during the calendar year can switch to paying a tax of 2 percent of revenue. For this, agribusiness enterprises need to register as a single tax payer of the third group. If agribusiness enterprises belong to the 1st or 2nd group of the single tax, they have the right not to pay the single tax, which is also provided for by this law.

Ключові слова: єдиний податок, ставка податку, податок на додану вартість, податок, система оподаткування, сільськогосподарська продукція.

Key words: single tax, tax rate, value added tax, tax, taxation system, agricultural products.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сільське господарство займає особливе місце у народному господарстві будь-якої країни. Продукція сільського господарства є основним джерелом задоволення життєвих потреб населення. Ця продукція не може бути замінена будь-якою іншою продукцією або вироблена в інших галузях.

У пострадянський період сільське господарство в Україні опинилося у занепадницькому стані, а перехід у 90-ті роки XX століття до ринкової економіки, та відповідне скорочення участі держави в економіці, не сприяло виходу галузі з кризи. Однак у нинішній економічній ситуації, коли ввезення імпоротної сільськогосподарської продукції обмежене, коли у світі нестабільна політична обстановка, питання продовольчої безпеки, яке має забезпечувати сільське господарство, став особливо гостро. Підприємства агробізнесу — це ключові елементи економіки, які забезпечують рівень добробуту суспільства в цілому. Політика держави сьогодні все більше спрямована на імпортозаміщення: змінюється законодавство, з'являються нові податкові режими, здатні полегшити податковий тягар підприємствам агробізнесу. Цим і зумовлено актуальність теми дослідження.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Вивченню питань побудови спрощеної системи оподаткування підприємств агробізнесу присвячені праці Андрущенко В.А., Давидова Г.М., Дем'яненка М.Я., Деми Д.І., Жука В.М., Лисенка А.М., Магопєць О.А., Мельника В.М., Шалімової Н.С. та інших вітчизняних науковців.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою дослідження є вивчення існуючих режимів оподаткування, що застосовуються підприємствами агробізнесу, зокрема спрощеної системи.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У сучасній економічній ситуації проблеми агропромислового комплексу не можуть бути вирішені сільськогосподарськими виробниками самостійно. Ринок виробництва сільськогосподарської продукції не є самодостатнім і не може існувати без державної підтримки. Це підтверджується як вітчизняною, так і зарубіжною практикою.

Агропромисловий комплекс являє собою певну групу господарських галузей, які в сукупності служать для створення та реалізації сільськогосподарської продукції (виробництво, переробка, реалізація). Так як на долю аграрно-промислового комплексу припадає більшість товарів торгівлі, отже, ступінь його розвитку істотно впливає на рівень добробуту в державі та на державу в цілому.

В монографії Андрущенко В.А. і Мельник В.М. визначають, що: "головна мета податкової політики в сільському господарстві на сучасному етапі, що полягає у створенні сприятливих умов для економічного розвитку галузі, залишається актуальною. При цьому основними напрямками мають стати зниження невизначеності змін у системі оподаткування аграріїв, а також гармонізація основних принципів податкової політики у сільському господарстві з Державною програмою розвитку сільського господар-

Таблиця 1. Режими оподаткування для підприємств агробізнесу

Ставка податку	Розмір річного доходу, грн	Дозволена кількість працівників
Загальна система оподаткування		
18%	Не обмежений	Не обмежена
Спрощена система оподаткування		
Єдиний податок 1 групи не більше 10% від розміру прожиткового мінімуму	1085500,00	Заборонено використовувати працю найманих осіб
Єдиний податок 2 групи не більше 20% від мінімальної заробітної плати	5421000,00	Не перевищує 10 осіб
Єдиний податок 3 групи 5% від доходу 3% від доходу + ПДВ	7585500,0	Немає обмежень
Єдиний податок четвертої групи		
Залежить від категорії (типу) земель та їх розташування	Повинен дорівнювати або ж перевищувати 75% питомій вазі вартості сільськогосподарської продукції	ФОП – не можуть мати найманих працівників, юрособи – не обмежено
Земельний податок		
Земельні ділянки, нормативну грошову оцінку яких проведено до 3 % від нормативної грошової оцінки землі	Не обмежений	Немає обмежена ц
Земельні ділянки, нормативну грошову оцінку яких не проведено до 5 % від нормативної грошової оцінки землі	Не обмежений	Немає обмежена ц

Джерело: сформовано на основі [3].

ства та регулювання ринків сільськогосподарської продукції, сировини та продовольства. Беручи до уваги іноземний досвід, українську специфіку, а також необхідність активізації стимулюючої функції оподаткування в сільському господарстві, можемо запропонувати такі тактичні кроки (завдання) податкової політики в сільському господарстві:

- стимулювання інвестицій в сільське господарство;
- вдосконалення єдиного податку;
- стимулювання ефективного використання земельних ресурсів, екологічне оподаткування" [4].

Колектив авторів (Давидов Г.М., Шалімова Н.С., Лисенко А.М., Магопєць О.А.) наголошують, на тому що "базуючись на загальних принципах оподаткування, система оподаткування сільськогосподарських товаровиробників має бути гнучкою й представлена такою сукупністю податків та зборів, що максимально враховують специфіку галузі, забезпечують можливість використання відповідного інструментарію податкового стимулювання й водночас не перешкоджають виконанню податками інших властивих їм функцій" [2].

В Україні для сільськогосподарських товаровиробників існує кілька режимів оподатку-

вання, які можуть застосувати у процесі своєї діяльності: загальна система оподаткування, спрощена система оподаткування і єдиний податок четвертої групи (табл. 1). Сільське господарство належить до галузей народного господарства, яким для успішного функціонування необхідна державна підтримка. Тому в системі оподаткування нашої країни існують пільгові режими для підприємств агробізнесу (сільськогосподарських товаровиробників).

Більш детально розглянемо єдиний податок четвертої групи для сільськогосподарських товаровиробників. В Податковому кодексі України вказано, що: "сільськогосподарським вважається підприємство, основною діяльністю якого є постачання вироблених (наданих) ним сільськогосподарських товарів (послуг) на власних або орендованих основних фондах, а також на давальницьких умовах, в якій питома вага вартості сільськогосподарських товарів/послуг становить не менш як 75 відсотків вартості всіх товарів/

послуг, поставлених протягом попередніх 12 послідовних звітних податкових періодів сукупно" [3]. Отже, лише підприємства агробізнесу (сільськогосподарські підприємства, фермерські господарства, сільськогосподарські кооперативи) можуть обирати єдиний податок четвертої групи, як основний податок в системі оподаткування суб'єкта господарювання.

Єдиний податок четвертої групи введений в склад спрощеної системи оподаткування з 2015 року, до цього існував спеціальний режим оподаткування із застосуванням фіксованого сільськогосподарського податку для сільськогосподарських товаровиробників.

Об'єктом оподаткування для платників єдиного податку четвертої групи згідно ПКУ: "є площа сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень) та/або земель водного фонду (внутрішніх водойм, озер, ставків, водосховищ), що перебуває у власності сільськогосподарського товаровиробника або надана йому у користування, у тому числі на умовах оренди" [3].

Ставки єдиного податку четвертої групи змінювалися починаючи з 2015 року (табл. 2). Аналіз таблиці показав, що з 2015 р. в системі оподаткування підприємств агробізнесу відбулися суттєві зміни, на зміну фіксованого сільськогос-

Таблиця 2. Ставки єдиного податку четвертої групи для підприємств агробізнесу за 2015–2022 рр.

Категорія (тип) земель	2014 р. ФСП	2015 р.	2016 р.	2017-2021 рр.	2022 р.
для ріллі, сіножатей і пасовищ (крім ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, а також сільськогосподарських угідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту)	0,15	0,45	0,81	0,95	0,95
для ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях,	0,09	0,27	0,49	0,57	0,57
для багаторічних насаджень (крім багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях)	0,09	0,27	0,49	0,57	0,57
для багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях	0,03	0,09	0,16	0,19	0,19
для земель водного фонду	0,45	1,35	1,35	2,43	2,43
для сільськогосподарських угідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту	1,0	3,0	5,4	6,33	6,33

Джерело: сформовано на основі [3].

подарського податку запровадили єдиний податок четвертої групи. При зміні назви податку змінилися і ставки, так єдиний податок четвертої групи у порівнянні з фіксованим сільськогосподарським податком зріс в тричі по всіх типах земель. Ставки єдиного податку четвертої групи після його введення збільшувалися поступово до 2017 року і по 2022 рік не змінювалися.

Концепція спрощеної системи оподаткування підприємств агробізнесу полягає у полегшенні життя суб'єктам підприємницької діяльності, але результати дослідження показали, що наповнення бюджету є пріоритетним в податковій політиці держави.

В ПКУ прописано, що: "базою оподаткування податком для платників єдиного податку четвертої групи для сільськогосподарських товаровиробників є нормативна грошова оцінка 1 гектара сільськогосподарських угідь (рілля, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень) з урахуванням коефіцієнта індексації, визначеного станом на 1 січня базового податкового (звітного) року відповідно до порядку, встановленого цим Кодексом для справляння плати за землю" [3].

Вперше всеукраїнська нормативна грошова оцінка сільськогосподарських угідь була проведена в 1995 році і на протязі 23 років кардинально не змінювалася. В 2018 році здійснено

переоцінку нормативної грошової оцінки сільськогосподарських угідь яка була введена в дію з 2019 року.

Нормативна грошова оцінка сільськогосподарських угідь проводиться Державним земельним кадастром України та публікується нею "Довідник показників нормативної грошової оцінки сільськогосподарських угідь в Україні" (табл. 3).

Результати дослідження показали, що найвищу грошову оцінку мають багаторічні насадження (в середньому 50532,24 грн/га), майже в двічі меншу вартість має рілля (в середньому 27499,72 грн/га) та найдешевші в Україні це сіножаті (в середньому 6705,92 грн/га) і пасовища (в середньому 4985,85 грн/га).

Одним із елементів спрощеної системи оподаткування підприємств агробізнесу є податок на додану

вартість (ПДВ), оскільки він є основою непрямого стимулювання розвитку АПК в Україні. Для підприємств агробізнесу згідно ПКУ, які здійснюють господарську діяльність на митній

Таблиця 3. Довідник показників нормативної грошової оцінки сільськогосподарських угідь в Україні станом на 01.01.2022* (грн за 1га)

№ з/п	Регіон	Рілля, перелogi	Багаторічні насадження	Сіножаті	Пасовища
1	АР Крим	26005,00	58459,98	10145,85	4284,71
2	Вінницька область	27184,00	47053,16	3140,38	1558,08
3	Волинська область	21806,00	41349,74	6039,19	4479,47
4	Дніпропетровська область	30251,00	55608,28	7971,74	6232,31
5	Донецька область	31111,00	58459,98	7247,03	6037,55
6	Житомирська область	21411,00	35646,33	5072,92	4089,95
7	Закарпатська область	27268,00	37072,18	6522,33	5258,51
8	Запорізька область	24984,00	41349,74	6039,19	4868,99
9	Івано-Франківська область	26087,00	37072,18	4831,36	4479,47
10	Київська область	26531,00	42775,60	6280,76	4479,47
11	Кіровоградська область	31888,00	67015,10	8696,44	6037,55
12	Луганська область	27125,00	47053,16	8213,30	5842,79
13	Львівська область	21492,00	27091,21	5797,63	4089,95
14	Миколаївська область	27038,00	47053,16	8213,30	5842,79
15	Одеська область	31017,00	62737,54	8938,01	7011,35
16	Полтавська область	30390,00	64163,40	5556,06	4284,71
17	Рівненська область	21938,00	37072,18	5072,92	3700,43
18	Сумська область	26793,00	49904,86	6522,33	4674,23
19	Тернопільська область	29035,00	57034,13	6280,76	5648,03
20	Харківська область	32237,00	67015,10	6280,76	6427,07
21	Херсонська область	24450,00	37072,18	5314,49	4284,71
22	Хмельницька область	30477,00	52756,57	6763,90	5258,51
23	Черкаська область	33646,00	74144,37	8454,87	5648,03
24	Чернівецька область	33264,00	62737,54	5556,06	5063,75
25	Чернігівська область	24065,00	55608,28	8696,44	5063,75
В середньому по Україні		27499,72	50532,24	6705,92	4985,85

* — значення нормативної грошової оцінки земель сільськогосподарських угідь відповідно до загальнонаціональної (всеукраїнської) нормативної грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення.

Джерело: сформовано на основі [1].

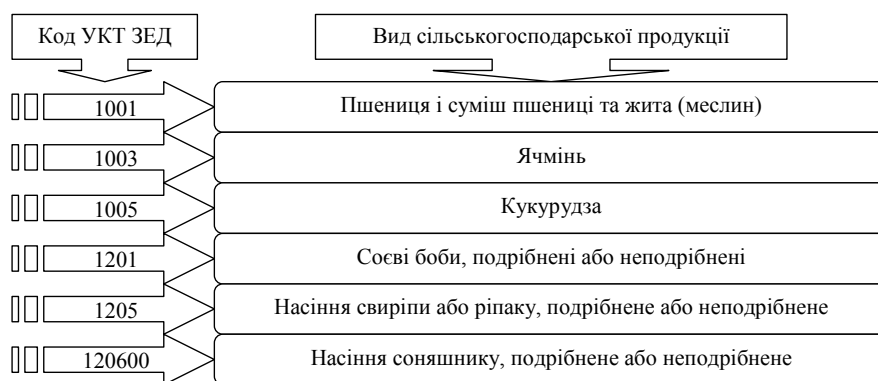


Рис. 1. Вид сільськогосподарської продукції до яких застосовується ставка ПДВ 14 %

Джерело: сформовано авторами на основі [6].

території України встановлюються ставки ПДВ в розмірах:

1. 20 % основна ставка;

2. 14 % по операціях з постачання на митній території України та ввезення на митну територію України сільськогосподарської продукції, що класифікується за такими кодами згідно з УКТ ЗЕД 1001, 1003, 1005, 1201, 1205, 120600 (рис. 1) [3].

З рисунку 1 видно, що не вся продукція підприємств агробізнесу підлягає під оподаткування ПДВ за ставкою 14%. Потрібно зазначити, що вся продукція тваринництва оподатковується з ставкою 20 %. Зниження ставки ПДВ до 14 % не призводить до бажаного результату, а саме до зменшення податкового навантаження для підприємств агробізнесу, оскільки блокування податкових накладних підвищує ризики розрахунку між суб'єктами господарювання за готівку без оформлення належних документів.

До 2016 року існував режим оподаткування ПДВ який передбачав існування спеціального рахунку з ПДВ на якому акумулювалися кошти, які не сплачувалися до бюджету, а використовувалися для розвитку підприємства. На нашу думку зниження ставки ПДВ до 14% не замінить не замінить існування спеціального рахунку ПДВ. Більш ефективним стимулятором виробників всієї сільськогосподарської продукції на нашу думку буде звільнення від оподаткування ПДВ, що дасть змогу отримувати більше коштів для власного розвитку.

До цього ми розглядали спрощену систему оподаткування підприємств агробізнесу до 24 лютого 2022 року. Війна в Україні внесла деякі зміни у податковій політиці країни, оскільки підприємства агробізнесу забезпечують продовольчу безпеку не тільки в середині держави але і за її межами (експорт зерна). З цією метою був прийнятий Закон України № 2120-IX "Про вне-

сення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період воєнного стану" який встановлює, "тимчасово:

— на період з 1 березня 2022 року по 31 грудня року, наступного за роком, у якому припинено або скасовано воєнний, надзвичайний стан, не нараховується та не сплачується плата за землю (земельний податок та орендна плата за земельні ділянки

державної та комунальної власності) за земельні ділянки (земельні частки (паї), що розташовані на територіях, на яких ведуться (велися) бойові дії, або на територіях, тимчасово окупованих збройними формуваннями Російської Федерації, та перебувають у власності або користуванні, у тому числі на умовах оренди, фізичних або юридичних осіб, а також за земельні ділянки (земельні частки (паї), визначені обласними військовими адміністраціями як засмічені вибухонебезпечними предметами та/або на яких наявні фортифікаційні споруди.

— за 2022 та 2023 податкові (звітні) роки, не нараховується та не сплачується загальне мінімальне податкове зобов'язання за земельні ділянки, що розташовані на територіях, на яких ведуться (велися) бойові дії, або на територіях, тимчасово окупованих збройними формуваннями Російської Федерації, та/або за земельні ділянки, визначені обласними військовими адміністраціями як засмічені вибухонебезпечними предметами та/або на яких наявні фортифікаційні споруди.

— за 2022 податковий (звітний) рік, не нараховується та не сплачується екологічний податок за об'єктами оподаткування, що розташовані на територіях, на яких ведуться (велися) бойові дії, або на територіях, тимчасово окупованих збройними формуваннями Російської Федерації" [5].

Також Законом України "Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період воєнного стану" передбачено, що підприємства у яких протягом календарного року обсяг доходу не перевищує 10 мільярдів гривень можуть перейти на сплату податку в розмірі 2 відсотка від доходу. Для цього підприємствам агробізнесу потрібно зареєструватися платником єдиного податку третьої групи. Якщо підприємства агробізнесу відносять-

ся до 1-ї або 2-ї групи єдиного податку вини мають право не сплачувати єдиний податок, що також передбачено даним законом.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

До складових спрощеної системи оподаткування для підприємств агробізнесу відносяться єдиний податок четвертої групи і податок на додану вартість за ставкою 14%.

Єдиний податок четвертої групи було запроваджено замість фіксованого сільськогосподарського податку. Ставки єдиного податку четвертої групи з 2015 року до сьогодні виросли в тричі, що призвело до збільшення податкового навантаження на підприємства аграрної сфери. Перегляд нормативної грошової оцінки сільськогосподарських угідь в Україні проводився в 2018р. Станом на кінець 2021 року в середньому 1 га сільськогосподарських угідь коштує: багаторічні насадження — 50532,24 грн; рілля — 27499,72 грн; сіножаті — 6705,92 грн; пасовища — 4985,85 грн.

Ставки податку на додану вартість для підприємства агробізнесу (виробники сільськогосподарської продукції) становлять 20 % (основна ставка) і 14 %, але для певних вид сільськогосподарської продукції, які передбачені ПКУ.

В період воєнного стану підприємствам агробізнесу дохід яких не перевищує 10 мільярдів гривень можуть перейти на сплату податку в розмірі 2 відсотка від доходу, перейшовши при цьому на єдиного податку третьої групи.

Подальші дослідження будуть присвячені впливу податкового навантаження на діяльність підприємств агробізнесу.

Література:

1. Довідник показників нормативної грошової оцінки сільськогосподарських угідь в Україні. URL: <https://data.gov.ua/dataset/7c0ce9a3-d90d-40d8-815b-879c0caf5cb9> (дата звернення: 26.12.2022).

2. Оподаткування та державна підтримка сільськогосподарських товаровиробників: регіональні пріоритети та євроінтеграційні процеси: монографія / Г.М. Давидов, Н.С. Шалімова, А.М. Лисенко, О.А. Магопєць; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Г.М. Давидова та д-ра екон. наук, проф. Н.С. Шалімової. Кропивницький: ФО-П Александрова М.В., 2017. 208с.

3. Податковий кодекс України від 2.12.2010 р. № 2756-VI [із змінами та доповненнями]. URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/ed20201107#Text (дата звернення: 29.12.2022).

4. Податкові важелі та стимули розвитку господарських систем (теоретичні засади та практичне використання): монографія / За ред. В.Л. Андрущенко, В.М. Мельника. Ірпінь: Національний університет ДПС України, 2006. 209 с.

5. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період воєнного стану: Закон України № 2120-IX від 15.03.2022р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#n5> (дата звернення: 28.12.2022).

6. Про Митний тариф України: Закон України № 674-IX від 04.07.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/674a-20#n3> (дата звернення: 27.12.2022).

References:

1. State Service of Ukraine for geodesy, cartography and cadastre (2022), "Directory of indicators of normative monetary valuation of agricultural land in Ukraine", available at: <https://data.gov.ua/dataset/7c0ce9a3-d90d-40d8-815b-879c0caf5cb9> (Accessed 26 December 2022).

2. Davydov, H.M., Shalimova, N.S., Lysenko, A.M. and Mahopets', O.A. (2017), Opodatkuvannia ta derzhavna pidtrymka sil's'ko-hospodars'kykh tovarovyrobnykiv: rehional'ni priorytety ta ievrointehratsijni protsesy [Taxation and state support of agricultural producers: regional priorities and European integration processes], FO-P Aleksandrova M.V., Kropyvnyts'kyj, Ukraine.

3. The Verkhovna Rada of Ukraine (2010), "Tax Code of Ukraine", available at: zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/ed20201107#Text (Accessed 29 December 2022).

4. Andruschenko, V.L. and Mel'nyk, V.M. (2006), Podatkovi vazheli ta stymuly rozvytku hospodars'kykh system (teoretychni zasady ta praktychne vykorystannia) [Tax levers and incentives for the development of economic systems (theoretical principles and practical use)], Natsional'nyj universytet DPS Ukrainy, Irpin, Ukraine.

5. The Verkhovna Rada of Ukraine (2022), The Law of Ukraine "On making changes to the Tax Code of Ukraine and other legislative acts of Ukraine regarding the norms for the period of martial law", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#n5> (Accessed 28 December 2022).

6. The Verkhovna Rada of Ukraine (2020), The Law of Ukraine "About the Customs Tariff of Ukraine", <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/674a-20#n3> (Accessed 27 December 2022).

Стаття надійшла до редакції 30.12.2022 р.

УДК 334.72:[338.43:636.5]

Н. О. Аверчева,

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

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

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.2.22

ОРАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ МИГДАЛЮ В УКРАЇНІ

N. Avercheva,

PhD in Economics, Associate Professor,

Kherson State Agrarian and Economic University

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC ASSESSMENT OF THE CURRENT STATE OF THE ALMOND MARKET IN UKRAINE

Досліджено соціально-економічні та організаційно-технологічні аспекти виробництва мигдалю в Україні. На основі аналізу ринку мигдалю, визначено, що обсяги імпорту мають стійку тенденцію до зростання, що свідчить про необхідність нарощування власного виробництва і створення конкурентних позицій по даному виду продукції з боку вітчизняних виробників. Проведено SWOT — аналіз, який систематизує переваги і недоліки, визначає можливості і загрози внутрішнього і зовнішнього середовища діяльності товаровиробників на ринку мигдалю. Обґрунтовано, що за успішної реалізації бізнес-проектів і залучення державної підтримки вітчизняні товаровиробники можуть створити конкурентне середовище для імпортової продукції, забезпечити стабільні врожаї і доходи, урізноманітнити ринок горіхів, забезпечити доступність продукції для споживача. Практичне значення результатів дослідження обумовлено можливістю їх використання у різних формах аграрних формувань.

The article conducts a complex study of business processes of production and realization of almonds in order to increase the competitive position and adaptation of domestic producers to the change of climatic conditions and ensure stability and profitability of activity. The actually of the research is due to the fact that due to global climate change, the production of new products becomes possible in the southern steppe of Ukraine, and manufacturers need scientific advice on their introduction into the production process. The article studies natural-climatic, biological, socio-economic and organizational aspects, identifies existing conditions for the production of almonds in Ukraine. Based on the analysis of the almond market, it has been determined that the volumes of imports have a steady tendency to growth, which indicates the need to increase their own production and create competitive positions for this type of production by domestic producers. SWOT-analysis was carried out, which systematizes advantages and disadvantages, identifies opportunities and threats to the internal and external environment of the producers in the almond market. Prospects of development of this type of enterprise on the basis of development of related branches of beekeeping, tourism, processing have been disclosed. It has been substantiated that with successful implementation of business projects and attraction of state support, domestic producers can create a competitive environment for imported products, ensure stable yields and incomes, diversify and develop the nut market and make products accessible to the consumer. It has been established that State regulation is necessary in the sphere of legislative-legal and program-specific planning, as well as support at the initial stages of the establishment of the production base and the establishment of market infrastructure. The practical value is due to the fact that the results of the study can be used in various organizational and legal forms of agrarian formations: from farms of the population and small farms to large specialized enterprises with the aim of increasing the efficiency of agribusiness, ensuring the stability of production and the sustainability of producers under conditions of the changing market environment.

Ключові слова: виробництво, мигдаль, ефективність, ринок мигдалю, попит і пропозиція, конкурентоспроможність.

Key words: production, almonds, efficiency, almond market, supply and demand, competitiveness.

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

В сучасних умовах на територіях ведення
воєнних дій аграрні підприємства зазнають не-

передбачуваних руйнівних процесів, перед ке-
рівниками постають нагальні завдання не
тільки витримати тиск окупації і зберегти ма-
теріально-технічну базу, а й визначитися із пер-
спективними напрямками діяльності у майбут-
ньому, провести реструктуризацію і вчасно

змінити напрями спеціалізації відповідно ситуації, що склалася. Крім того, в умовах глобального потепління і зміни кліматичних умов в Україні, структура виробництва аграрної продукції також значно змінюється. В південних регіонах країни не тільки на присадибних ділянках, а й на підприємствах поширюються традиційні субтропічні плодові культури. Переведення їх на промислову основу, розвиток агробізнесу на цій основі неможливий без детального організаційно-економічного обґрунтування і вивчення ситуації на ринку. Тема проведеного дослідження на сучасному етапі актуалізується в світлі того, що виробники сільськогосподарської продукції постійно перебувають у пошуку нових культур і видів діяльності, які будуть забезпечувати стабільний врожай і принесуть їм гарантовані доходи і прибутки у майбутньому. Тому вирощування мигдалю може бути основою надійного вкладення коштів і відповідного відшкодування витрат, оскільки ціна цього корисного плоду висока (250 грн за 1 кг) і з кожним роком збільшується, бізнес є надійним і розрахованим на багато років (мигдалевий сад плодоносить до 50 років).

Україна виступає експортером мигдалю, найбільше із США, які є лідерами у вирощуванні мигдалю. Даний вид горіхівництва має перспективи, оскільки вирощування мигдалю на промисловій основі забезпечить для споживачів більш доступні ціни і відповідно зростуть обсяги його споживання, значна частина продукції буде спрямована на промислову переробку і на експорт. Таким чином, вітчизняний бізнес має значні потенційні можливості і здатний створити конкурентне середовище на ринку мигдалю, а вирощування мигдалевих садів може стати візитівкою і важливою складовою садівництва південних регіонів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Наукові дослідження за даною тематикою мають більш широкий аспект, охоплюють всю галузь горіхівництва у світлі формування ринку, державної програми розвитку, експортно-імпортних відносин. Сатіна Г.М. акцентує увагу на концентрації горіхових насаджень у господарствах населення, що "... зумовлює стихійність внутрішньої пропозиції, формування нестандартних партій товару, складність заготівлі плодів, стримує розвиток переробної галузі та звужує асортимент вітчизняної продукції" [1, с. 28—32].

Сало І.А. наголошує на тому, що потреби населення у горіхах впродовж тривалого часу

залишаються незадоволеними і визначає ряд негативних чинників розвитку вітчизняного ринку горіхів, серед яких "... відсутність достатніх площ промислових насаджень, низький платоспроможний попит, неефективна торгівельна структура, висока капіталомісткість вирощування та догляду за насадженнями, проблема земельної оренди через досить значні строки створення та продуктивної експлуатації" [2, с. 9—12].

Галузева програма розвитку горіхівництва визначає, що програмно-цільовий підхід до розвитку галузі, запровадження сортових типів насаджень, розміщення їх у найбільш сприятливих для вирощування зонах, поглиблення концентрації та спеціалізації виробництва, створення агропромислових об'єднань із переробки плодів, розвиток ринкової інфраструктури, визначення джерел інвестиційного забезпечення є ключовими факторами переведення на промислову основу та ефективного розвитку галузі в Україні [3].

Більш детальне вивчення ринку одного із сегментів горіхівництва — мигдалівництва, передбачає формування науково обґрунтованого підходу до оцінки ринкової ситуації та надає можливість виробникам врахувати особливості даного виду ринку і визначити перспективи своєї діяльності при реалізації довгострокових проєктів з вирощування мигдалевих садів.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Мета статті полягає в економічному обґрунтуванні організаційно-економічних особливостей і сучасної ситуації на ринку мигдалю, виявленні можливостей підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників для задоволення внутрішнього попиту та реалізації їх зовнішньоекономічного потенціалу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Галузевою програмою розвитку горіхівництва в Україні передбачено до 2025 р. закласти 21,5 тис. га промислових садів волоського горіха, фундука й мигдалю та збільшити обсяги виробництва до 92,9 тис. т плодів, що з розрахунку на особу становитиме 2,02 кг. Рівень споживання горіхів на одну особу очікується на рівні відповідно 2,4 й 1,3 кг на рік при раціональній нормі споживання 1,5 кг. У перспективі обсяги виробництва (у 2025 р. — 93 тис. т) зростуть за рахунок розширення насаджень, зокрема, площі продуктивних горіхових садів повинні

Таблиця 1. Показники виробництва горіхів в Україні

Показники	Роки						2021 р. у % до до 2010 р.
	2000	2010	2015	2019	2020	2021	
Площа насаджень горіхів у плодоносному віці, тис. га	15,6	14,1	13,5	14,5	13,7	14,1	100,0
у т.ч. горіхів волоських	15,1	14,1	13,5	13,9	13,4	13,8	72,5
Виробництво горіхів, тис. т	50,1	87,5	115,1	125,9	113,4	115,5	132,0
у т.ч. горіхів волоських	50,0	87,4	115,1	125,9	113,3	115,4	132,0
Урожайність горіхів, ц з 1 га площі насаджень у плодоносному віці	32,1	61,6	85,1	85,2	80,1	82,3	133,6
з них горіхів волоських	33,1	62,2	85,4	88,2	81,2	83,6	134,4

Джерело: сформовано і розраховано на основі [4].

збільшитися до 23,7 тис. га, у тому числі в господарствах населення — до 14,5, у промисловому секторі — 9,2 тис. га [3].

Проте, реальна ситуація до початку воєнних дій, свідчить що площа насаджень горіхів у плодоносному віці за період 2010—2021 рр. залишилася на одному рівні і становила 14,1 тис. га, а волоських горіхів навіть зменшилася на 27,5 % (табл. 1).

Але, обсяги виробництва у 2021 р. перевищили програмні планові показники на 32,0% і становлять 115,5 тис. т за рахунок приросту врожайності, що свідчить про інтенсифікацію виробництва і впровадження нових високопродуктивних сортів. Насадження фундука і мигдалю у плодоносному віці незначні і становлять відповідно 0,3 тис. га. Та саме ці культури мають перспективи, особливо у південних регіонах.

У світі лише 7% земель придатні для вирощування горіхів. Завдяки унікальному і сприятливому клімату, вирощування горіхів можливо практично на всій території України. Попри це Україна забезпечує себе горіхом лише на 10%, решта 90% — імпортується з інших країн. Горіхи — невід'ємний продукт в раціоні багатьох людей, але частка їх споживання в Україні дуже низька. Українці споживають у два-три рази менше горіхів, ніж в Європі або азійських країнах. Тому зростання рівня і культури споживання горіхів населенням країни є важливою складовою зростання сукупного попиту і ефективного розвитку бізнесу [5].

Традиційно в Україні вирощують волоський горіх, але у 2020 р. почали закладати перші промислові мигдальні насадження, масово вступають в плодоношення сади інтенсивного типу. Мигдаль активно використовують у кондитерській промисловості, що також спонукає до розвитку нових видів горіхівництва у вітчизняному бізнесі.

Мигдаль відносять до нішевих культур у садівництві, які адаптовані до південних кліматичних умов, але більш економічно ефективні.

Мигдаль є перспективною культурою для вирощування на півдні України. Він стійкий до спеки, має високу врожайність та витримує морози до 25°C. До того ж, вирощування мигдалевого саду за вартістю менше, ніж вирощування виноградних насаджень [6]. Проте, слід враховувати, що стійкість мигдалю до посухи передбачає необхідність обов'язкових пері-

одів зрошування — особливо під час формування плодів та їх дозрівання. Отримуючи досить вологи, плід швидко наливається та виростає до кондиційних розмірів. Тому бізнес-планування повинно враховувати вартість системи крапельного зрошення, яка досить висока і вимагає додаткових витрат. За п'ять років інвестиції у закладання саду і догляд за ним повністю відшкодовуються. Виробникам слід враховувати особливості впровадження інтенсивних технологій виробництва мигдалю і відповідні організаційно-технологічні переваги, зокрема:

— збільшення кількості насаджень на 1 га і впровадження відповідних схем садів;

— зростання ефективності використання земельних ресурсів за рахунок отримання більш вартісної продукції з кожного гектара та використання непридатних для інших сільськогосподарських культур кам'янистих і піщаних ґрунтів;

— зростання врожайності — з 1 га можна зібрати до 2,5 т мигдалю;

— скорочення витрат робочої сили, підвищення рівня механізації виробничих процесів, можливості догляду за садом членами сімейного фермерського господарства;

— суттєве скорочення витрат на крапельне зрошення, обробіток ґрунту, захист від шкідників і хвороб за рахунок періодичності поливів, вищої концентрації насаджень, підвищення рівня механізації технологічних процесів;

— порівняно з іншими інтенсивними садами, незначна кількість обробітку від шкідників і хвороб (максимум 3—4 рази) та необхідність проведення тільки санітарного підрізання після початку плодоношення, тобто в плані догляду мигдаль — низьковитратна культура;

— за рахунок мигдалю виробники можуть створити страхові фонди на випадок неврожаю за іншими культурами;

— насадження мигдалю витривалі до посух, можуть давати врожай навіть без опадів при кількості 220—300 мл;

Це обумовлює необхідність розвитку вітчизняного бізнесу з виробництва мигдалю, який за оцінками експертів є найперспективнішим видом аграрного бізнесу на наступні 25 років. На основі впровадження інтенсивних технологій аграрні формування зможуть забезпечити конкурентоспроможність на внутрішньому ринку і вихід на зовнішні ринки. За підрахунками фахівців, в таких умовах та при відповідному догляді перший врожай можна збирати вже на другий-третій рік після закладання саджанців, а максимальний врожай мигдалевий сад забезпечує на п'ятий-шостий рік. Більшість виробників реалізують мигдаль в оболонці, оскільки це більш вигідно. На думку експертів ринку, за останні роки попит на мигдаль у всьому світі виріс приблизно вдвічі, тому цей бізнес в південних регіонах України має значний експортний потенціал [6].

В Одеській області вже висаджено майже 200 га садів мигдалю. Загалом в Україні площі насаджень складають близько 500 га. В офіційній статистиці поки що ці дані не мають відображення. Можливість вирощування мигдалевих садів у південних областях обумовлена змінами клімату і наявними ресурсами для розвитку даного виду насаджень.

При вирощуванні мигдалю отримують з неїстівного плода ядро, яке використовують у їжу або на переробку. Мигдаль має солодкуватий смак, містить цінні для організму людини елементи, його використовують в кондитерських виробках, кулінарії, косметології і фармакології. Враховуючи різні напрями використання продукції, її тривалий термін зберігання, можна констатувати, що бізнес по вирощуванню цих плононосних рослин має перспективи і досить широкі сфери реалізації [7].

Викликом для вітчизняних виробників є високий рівень імпорту в країну, оскільки їм доведеться доводити свою конкурентоспроможність на ринку, де значну частину займають країни-лідери не тільки з високим рівнем агротехніки, а й багаторічним досвідом вирощування та маркетингу на світовому ринку.

Україна виступає на світовому ринку горіхів як потужний гравець. На другому місці в структурі експорту плодово-овочевої продукції — горіхи, які при-

Таблиця 2. Показники імпорту мигдалю в Україні

Показники	Роки						2020 р. у % до 2015 р.
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Обсяги імпорту, т							
в шкаралупі	281,68	623,37	728,38	1225,10	2073,57	2240,7	у 8,0 р. б.
без шкаралупи	289,92	312,59	455,09	593,42	747,48	1217,8	у 4,2 р. б.
Ціна за 1 т, тис. дол. США							
в шкаралупі	9,47	6,96	6,02	6,13	6,00	5,62	59,3
без шкаралупи	9,65	6,96	6,12	6,47	6,71	6,31	65,3
Загальна вартість, тис. дол. США	5464,1	6501,7	7173,4	11346,2	17469,17	20141,4	368,6

Джерело: сформовано і розраховано на основі даних [9].

несли \$101 млн або 24% від всієї експортної виручки. Горіхи дають більше експортної виручки, ніж всі фрукти разом взяті. І навіть більше, ніж експорт борошна, спирту, яловичини або сухого молока [8].

За даними Державної митної служби України у 2020 р. Україна імпортувала 2240,7 т мигдалю в шкаралупі і 1217,8 т мигдалю без шкаралупи, що у 8,0 і 4,2 рази більше, ніж у 2015 р. (табл. 2).

Загальна вартість імпорту стрімко зростає від 5464,1 до 20141,4 тис. дол. США, або на 268,6 %. Ціна мигдалю має тенденцію до зменшення — ціна 1 т у шкаралупі у 2015 р. була 9,47 тис. дол. США, а у 2020 р. — 5,62, що майже на 40 % менше, а без шкаралупи ціна зменшилася від 9,65 до 6,31 тис. дол. / т, або на 34,7 %.

Отже, обсяги імпорту мигдалю в Україну мають стійку тенденцію до зростання і перевищують 3 тис. т, що свідчить про необхідність нарощування власного виробництва і створення конкурентних позицій по даному виду продукції (рис. 1).

Найбільшим імпортером мигдалю до України виступає США, частка лідера складає в се-

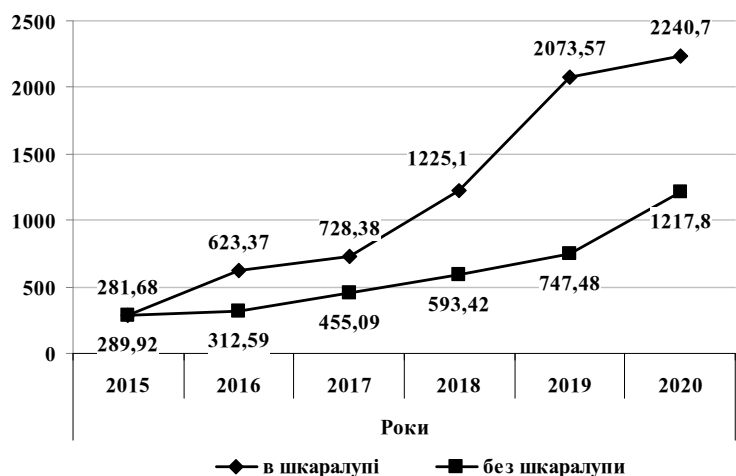


Рис. 1. Обсяги імпорту мигдалю в Україні, т

Джерело: систематизовано, узагальнено та згруповано за даними [9].

Таблиця 3. Структура імпорту мигдалю в Україні у 2020 р., тис. дол. США

Мигдаль у шкаралупі			Мигдаль без шкаралупи		
Країна	Вартість, тис. дол. США	Структура, %	Країна	Вартість, тис. дол. США	Структура, %
США	12051,2	95,7	США	7399,0	98,0
Іспанія	298,5	2,4	Іспанія	86,3	1,1
Узбекистан	150,3	1,2	Узбекистан	1,3	0,0
Австралія	63,6	0,5	Австралія	14,3	0,2
Німеччина	10,8	0,1	Німеччина	26,5	0,4
Австрія	10,5	0,1	Нідерланди	20,2	0,3
Таджикистан	4,5	0,0			
Туркменістан	1,6	0,0			
Всього	12593,0	100,0	Всього	7548,4	100,0

Джерело: сформовано і розраховано за [9].

редньому 97 % і становить за вартістю у 2020 р. 19450,2 тис. дол. США (табл. 3).

Крім того, Іспанія реалізує до України даний вид продукції у сумі 384,3 тис. дол. США, її питома вага 3,5 %. Узбекистан також у 2020 р. імпортує мигдаль до України вартістю 151,6 тис. дол. США (частка 1,2 % у загальному обсязі імпорту).

Особливістю ринку горіхів, у тому числі і мигдалю, є сезонність їх реалізації, але через тривалі терміни зберігання мигдалю може бути реалізований частинами, що створює певні гарантії виробнику щодо отримання сталих доходів на певному рівні і за відповідною ціною. Співвідношення попиту на продукцію та її пропозиції формує ринкову кон'юнктуру, яка впливає на формування обсягів і структури виробництва продукції та рівня цін на неї.

Тобто, підвищення рівня конкурентоспроможності і завоювання стійких конкурентних позицій є важливою проблемою сучасного етапу ефективного розвитку і диверсифікації ви-

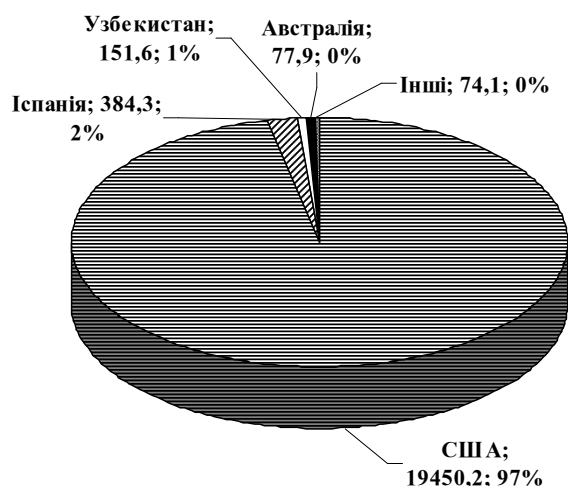


Рис. 2. Структура імпорту мигдалю в Україну за країнами і вартістю у 2020 р., тис. дол. США, %

Джерело: систематизовано, узагальнено та згруповано за даними [9].

робництва в галузі. Нарощування виробництва мигдалю в Україні створить умови для того, щоб у зовнішній торгівлі даною продукцією формувалось позитивне сальдо експорту — імпорту.

Чинниками, що зумовлюють коливання цін на ринку мигдалю, є сезонність, якість продукції, обсяги реалізації та попиту, асортимент, ціни конкурентів тощо. Найефективнішою системою продажу горіхів у свіжому вигляді вважаються оптові та оптово-роздрібні канали реалізації. В Україні такі спеціалізовані магазини розвиваються дуже повільно, а подібних до зарубіжних взагалі немає. Враховуючи обмеженість сільськогосподарських підприємств у фінансових ресурсах, оптові ринки мають створюватися з залученням широкого кола потенційних засновників.

Однією з найважливіших складових удосконалення інфраструктури ринку горіхів і мигдалю, зокрема, споживчої сфери, є встановлення оптимальних цін як для виробника, так і для споживача. З цієї метою необхідно приймати до уваги нормативну собівартість як мінімально-допустимий рівень цін при виробництві плодів горіхів сільськогосподарськими підприємствами.

Цінова політика повинна забезпечувати еквівалентність обміну ресурсами між виробниками, посередниками, переробними підприємствами, експортерами та створювати передумови для розширеного відтворення і нормальної господарської діяльності для товаровиробників — сільськогосподарських підприємств та господарств населення, сприяти впровадженню інновацій та задоволенню потреб споживачів на ринку продовольства.

Італійський переробник компанія Besana виступає інвестором на ринку горіхів України, на даний момент переробляє щорічно близько 25 тис. т горіхів і сухофруктів в рік, продаючи 75% продукції безпосередньо в мережі супермаркетів (120 млн роздрібних упаковок) та інше — безпосередньо харчовим компаніям, що використовують горіхи як інгредієнт. Українські компанії зможуть експортувати мигдаль для подальшої переробки на підприємства фірми Besana [10].

Щоб представляти на продаж стабільні обсяги продукції обумовленої якості потрібно закладати плантації площею не менше 50 гектар, що спрощує завоювання сегменту ринку, оформлення і дотримання довгострокових експортних контрактів, але першочергове завдан-

ня — завоювати і забезпечити внутрішній ринок.

Конкурентні позиції вітчизняного мигдалівництва підвищуються тим, що культуру вирощують тільки в окремих зонах, до яких відносять і південні степи України. Сади можуть бути закладені на угіддях, які розташовані на схилах, з меншою продуктивністю і придатністю до вирощування основних сільськогосподарських культур. Дана конкурентна перевага може бути втілена на основі розвитку земельних відносин і ринку земель. Слід відзначити, що горіховий бізнес може розвиватися тільки на власних земельних ділянках, або з довгостроковою орендою, оскільки розрахований на тривалий період плодоношення. Тому земельні питання є важливим аспектом залучення інвестицій у галузь.

SWOT-аналіз реалізації бізнес-проектів виробництва мигдалю враховує переваги і недоліки, розкриває потенційні можливості і загрози зовнішнього і внутрішнього середовища діяльності господарств (табл. 4).

У формуванні конкурентоспроможності вітчизняних виробників визначальну роль відіграють показники якості, зокрема розмір плоду, вміст олії, інших корисних речовин. Якість вітчизняного мигдалю за дегустаційними якостями і вмістом жиру не поступається іноземним сортам. На останній виставці в Кельні був представлений український мигдаль, де підтвердили його високу якість [11].

Інформування населення про користь і шкоду вживання мигдалю слід поширити, ця тема завжди обговорюється і вивчається дієтологами. Мигдаль досить корисний і поживний, навіть при вживанні в їжу в мінімальній кількості. Присутність мигдалю вкрай бажана в раціоні людини, оскільки при різних хронічних захворюваннях він здатний покращувати стан організму, рекомендується їсти мигдаль з шкіркою, в якій містяться флавоноїди — речовини, що підсилюють антиоксидантні властивості цього горіха. Лікувальні властивості мигдальних плодів проявляють себе при гастроентерологічних захворюваннях, безсонні, анемії, недовкрив'ї, гострих респіраторних захворюваннях, корисні дітям із затримкою в рості [12].

Отже, вирощування мигдалю є перспективним напрямом агробізнесу на півдні України, але на сучасному етапі ця культура в аграрно-

Таблиця 4. SWOT-аналіз виробництва мигдалю

Переваги	Недоліки
- унікальні кліматичні умови Півдня України; - використання земельних угідь особистих господарств населення, сімейних фермерських господарств; - невисокі вимоги до якості і родючості земель; - високий попит і ціна на ринку, рівень рентабельності; - широке використання у харчовій і переробній промисловості.	- мигдаль не є продуктом першої необхідності; - закладання садів вимагає значних початкових інвестицій; - тривалий термін до початку продуктивності насаджень; - встановлення вартісних систем зрошення, зокрема краплинного; - необхідність довготривалої оренди землі або придбання її у власність.
Можливості	Загрози
- популяризація користі від споживання мигдалю серед населення; - збільшення площі насаджень і об'єднання виробників з метою формування великих партій продукції, створення бази зберігання і переробки; - налагодження каналів експорту; - встановлення прямих зв'язків з переробними підприємствами; - розвиток суміжних галузей - бджільництво, туризм, ресторанний бізнес.	- зростання вартості інвестиційних та фінансових ресурсів; - низький рівень культури споживання горіхів населенням; - зниження платоспроможності і частки дорогих продуктів в раціоні українців; - зростання цін на виробничі ресурси — трудові, енергетичні, водні, матеріально-технічні; - нестабільна державна підтримка бізнесу; - ціновий тиск з боку імпорту; - кліматичні коливання і вимерзання саджанців.

Джерело: складено автором.

му секторі тільки започатковується, виробники не мають ні досвіду, ні напрацьованих ринків. Аналіз факторів ринку дозволяє стверджувати, що через певний час мигдаль стане провідною культурою горіхівництва на півдні України і затвердить свої конкурентні позиції. Виробникам слід бути готовими до високого рівня конкуренції через активне поширення та розвиток бізнесу з вирощування мигдалю, появи більш обізнаних конкурентів у горіхівництві, тиску зарубіжних постачальників. Щоб витримати конкуренцію виробники повинні бути готові до змін на ринку горіхів. Оптимальна ціна як для виробника, так і для споживача є основою стабілізації ринку мигдалю та його ефективного розвитку.

Низька платоспроможність населення, монополізм переробних підприємств, іноземних постачальників та підприємств торгівлі на ринку, нестримне зростання вартості фінансових та виробничих ресурсів для сільського господарства потребують державної підтримки і зваженої цінової політики. Важливе значення має регулювання вхідних цін на енергоносії та інші товари матеріально-технічного постачання. Доцільно встановити регульовані ціни на ресурси, які справляють вирішальний вплив на загальний рівень і динаміку цін у горіхівництві, особливо на початкових етапах започаткування бізнесу. Підвищення цін на ресурси повинно бути під контролем держави, оскільки компенсувати за рахунок дотацій з державного

бюджету зростаючі витрати виробників наразі нема можливості.

Основними напрямками державного регулювання і підтримки товаровиробників галузі є:

— законодавче врегулювання організаційно-економічних відносин та формування єдиної довгострокової цільової програми розвитку галузі;

— системна підтримка у сфері страхування та кредитування при створенні розсадників, закладанні та догляді за насадженнями на початкових етапах в аграрних формуваннях;

— зважена митна політика щодо ставки оподаткування експортно-імпорتنих операцій;

— підтримка фермерських господарств, виробничих кооперативів та інших формувань на основі об'єднання власників земельних паїв, створення бази приймання, первинної обробки та зберігання плодів у сільській місцевості;

— налагодження пунктів переробки, фасування, пакування та формування великих товарних партій відповідно до замовлень.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Комплексне дослідження бізнес-процесів виробництва і реалізації мигдалю в умовах Півдня України проведено з метою підвищення конкурентних позицій та адаптації вітчизняних виробників до зміни кліматичних умов і забезпечення стабільності діяльності.

На сучасному ринку продукції горіхівництва в Україні відбуваються значні структурні зміни через погодно-кліматичні умови. Глобальне потепління призвело до того, що середня температура зросла в середньому на 2°C і агрокліматичні зони в країні змістилися на 200 км. Тому підприємці постійно ведуть пошук нових культур, які будуть пристосовані до нових умов і забезпечуватимуть високі доходи і прибутки.

Організаційно-технологічні особливості виробництва мигдалю на півдні України полягають у необхідності закладання багаторічних насаджень, які стають продуктивними через 3-4 роки, використовуються тривалий період часу, розміщені на земельних угіддях, які непридатні для інших культур, але при цьому використовують адаптовані сорти та системи зрощення. Економічні результати прогнозовані за рахунок стабільних врожаїв, витрати на закладання саду невисокі, ринок збуту широкий за рахунок внутрішнього споживання, експорту і переробної промисловості. Даний вид бізнесу

дозволяє вирішити і соціальні питання щодо забезпечення зайнятості, зростання доходів власника і працівників.

Кон'юнктура ринку горіхів в останні роки під впливом ряду чинників різко змінюється. Через низький рівень доходів темпи зростання попиту населення на горіхи в Україні низькі. Проте, якщо обсяги пропозиції будуть перевищувати попит, зовнішній ринок стане головним каналом реалізації. Основною причиною такого стану є низька купівельна спроможність населення, що призводить до звуження місткості внутрішнього ринку горіхів. Водночас, зростають обсяги використання горіхів у кондитерській і харчовій промисловості, їх асортимент і видовий склад є різноманітним, що позитивно буде впливає на можливість внутрішнього виробництва горіхів в цілому і мигдалю, зокрема. Отже, стан ринку має позитивний вплив на розвиток виробництва мигдалю.

Проведений SWOT-аналіз виробництва мигдалю свідчить про переваги великотоварного виробництва мигдалю за умови закладання промислових насаджень або об'єднання дрібних виробників в кооперативи з метою завоювання стійких конкурентних позицій, підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників на ринку, зовнішньоекономічної спрямованості збутової діяльності. Важливою складовою є налагодження стійких комерційних зв'язків з переробними підприємствами, підвищення рівня споживання мигдалю населенням за рахунок поінформованості та реклами його корисних і лікувальних властивостей. Врахування загроз щодо впливу кліматичних умов, низької платоспроможності та культури споживання горіхів населенням; цінового тиску з боку постачальників ресурсів та зарубіжних конкурентів, нестабільності державної підтримки дозволить виробникам нівелювати ризики підприємницької діяльності.

Література:

1. Сатіна Г.М. Наукове обґрунтування програми розвитку в Україні горіхоплідного виробництва. Економіка АПК. 2013. № 10 С. 28—32.
2. Сало І. А. Основні тенденції розвитку ринку горіхів в Україні та світі. Проблеми економіки. 2012. № 4. С. 9—12.
3. Наукові основи та складові галузевої програми розвитку горіхівництва в Україні. / Сатіна Г.М. та ін.; за ред. Г.М. Сатіної. К.: Логос, 2011. 100 с.

4. Рослинництво України 2021: статистичний збірник. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 12.11.2022).

5. Україна забезпечує себе горіхами тільки на 10%. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/05/30/648300/> (дата звернення 25.11.2022).

6. Мигдаль може завоювати неабияку популярність серед українських садівників. URL: <https://superagronom.com/news/4847-migdal-moje-zavoyuvati-neabiyaku-populyarnist-sered-ukrayinskih-sadivnikov> (дата звернення 12.11.2022).

7. Чи може південь України стати одним з основних постачальників мигдалю на внутрішній ринок країни? URL: <http://agro-yug.com.ua/archives/14399> (дата звернення 12.11.2022).

8. Ядра достатку: експорт горіхів дає більше виручки, ніж усі фрукти разом узяті. URL: <https://agroday.com.ua/2018/02/19/eksport-gorihiv-daye-bilshe-vyruchky-nizh-usi-frukty-razom-vzyati/> (дата звернення 11.11.2022).

9. Показники зовнішньої торгівлі України. Державна митна служба України. URL: <https://bi.customs.gov.ua/trade/#/turnoverhs> (дата звернення 23.11.2022).

10. Перший в Україні промисловий сад мигдалю заклали на Київщині. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/persij-v-ukraini-promislovij-sad-migdaluzaklali-na-kiivsini> (дата звернення 12.11.2022).

11. Вирощування мигдалю — найперспективніший вид агробізнесу на наступні 25 років. URL: http://agro-business.com.ua/agro/idei-trendy/item/23938-vyroshchuvannia-myhdaliu-naiperspektyvnishyi-vyd-ahrobiznesu-na-nastupni-25-rokiv.html?fbclid=IwAR1f5ZoecJsMh9iamlDAGrGrYkKRiC9e0xp08jr9dmwpYSZGUn5Kk_Pa4OE (дата звернення 12.11.2022).

12. Мигдаль — лікувальні властивості. URL: <https://cherry--lady-com-ua.cdn.ampproject.org/v/s/cherry-lady.com.ua/produkti/30-migdal-korisni-vlastivosti/am> (дата звернення 21.12.2020).

References:

1. Satina, H.M. (2013), "Scientific justification of the development program of nut production in Ukraine", *Ekonomika APK*, vol. 10, pp. 28—32.

2. Salo, I. A. (2012) "The main trends in the development of the nut market in Ukraine and the world", *Problemy ekonomiky*, vol. 4, pp. 9—12.

3. Satina, H.M. Oleschenko, F.H. Koshlako-va, N.M. and Kosenko I.S. (2011), *Naukovi osnovy ta skladovi haluzevoi prohramy rozvytku horikhivnytstva v Ukraini* [Scientific foundations and

components of the sectoral program for the development of nut farming in Ukraine], Lohos, Kyiv, Ukraine.

4. State Statistics Service of Ukraine (2021), "Vegetation of Ukraine. Statistical yearbook", available at: www.ukrstat.gov.ua (Accessed 12 November 2022).

5. The official site of Epravda.com.ua (2022), "Ukraine supplies itself with nuts by only 10%", available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/05/30/648300/> (Accessed 25 November 2022).

6. The official site of Superagronom.com (2022), "Almonds can gain considerable popularity among Ukrainian gardeners", available at: <https://superagronom.com/news/4847-migdal-moje-zavoyuvati-neabiyaku-populyarnist-sered-ukrayinskih-sadivnikov> (Accessed 12 November 2022).

7. The official site of Agro-yug.com.ua (2022), "Can the south of Ukraine become one of the main suppliers of almonds to the country's domestic market?", available at: <http://agro-yug.com.ua/archives/14399> (Accessed 12 November 2022).

8. The official site of Agroday.com.ua (2022), "Kernels of abundance: Exporting nuts generates more revenue than all fruits combined?", available at: <https://agroday.com.ua/2018/02/19/eksport-gorihiv-daye-bilshe-vyruchky-nizh-usi-frukty-razom-vzyati/> (Accessed 12 November 2022).

9. The official site of State Customs Service of Ukraine. (2022), "Indicators of foreign trade of Ukraine", available at: <https://bi.customs.gov.ua/trade/#/turnoverhs> (Accessed 23 November 2022).

10. The official site of Agravery.com (2022), "The first commercial almond garden in Ukraine was laid in Kyiv region", available at: <https://agravery.com/uk/posts/show/persij-v-ukraini-promislovij-sad-migdaluzaklali-na-kiivsini> (Accessed 12 November 2022).

11. The official site of Agro-business.com.ua. (2022), "Almond cultivation is the most promising type of agribusiness for the next 25 years", available at: http://agro-business.com.ua/agro/idei-trendy/item/23938-vyroshchuvannia-myhdaliu-naiperspektyvnishyi-vyd-ahrobiznesu-na-nastupni-25-rokiv.html?fbclid=IwAR1f5ZoecJsMh9iamlDAGrGrYkKRiC9e0xp08jr9dmwpYSZGUn5Kk_Pa4OE (Accessed 12 November 2022).

12. The official site of Cherry-lady-com-ua. (2022), "Almonds — medicinal properties", available at: <https://cherry--lady-com-ua.cdn.ampproject.org/v/s/cherry-lady.com.ua/produkti/30-migdal-korisni-vlastivosti/am> (Accessed 21 November 2022).

Стаття надійшла до редакції 12.01.2023 р.

УДК 379.85:504.062

І. І. Ковтуник,
к. геогр. н., старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
природничо-економічний факультет,
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1484-0708>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.2.30

ПЕЧЕРИ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ ЯК АТРАКТИВНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС

I. Kovtunyk,
PhD in Geography, Senior Lecturer of the Department of Tourism
and Hotel-Restaurant Business, Natural-Economical Department,
Ivan Ogiyenko Kamyanets-Podilsky national university

CAVES OF KHMELNYTCHCHYNA AS A ATTRACTIVE TOURISTIC RESOURCE

Сьогодні особливо зростає значення регіональної туристичної політики. Регіональними стратегіями розвитку областей Західного регіону визнано рекреацію і туризм як пріоритетні складові соціально-економічного розвитку регіону. Особливо важливим є те, що рекреаційно-туристичний потенціал виступає достатньо активним чинником розвитку відпочинку, а також спричиняє додатковий стимулюючий вплив на розвиток транспорту і технологій, інфраструктури, сфери послуг, будівельної індустрії та інших сфер економіки. В Хмельницькій області основу природного потенціалу складають тектонічні ресурси, орографічні ресурси, спелеологічні ресурси, рекреаційні ландшафти, природно-заповідні об'єкти та території історико-культурного призначення. В даній статті досліджено саме печери або спелеологічні ресурси Хмельницької обл. Досліджені орографічні ресурси, в яких формуються печери Хмельниччини, спелеологічні ресурси Хмельниччини, печерний (скельний) чоловічий монастир у Бакоті.

Today especially grows the importance of regional tourism policy. Regional development strategies areas of the Western Region recognized recreation and tourism as priority components of socio-economic development. It is particularly important that the recreational-tourism potential acts quite an active factor in the development area, and causes additional stimulating effect on transport and technology, infrastructure, services, construction industry and other sectors of the economy. Khmelnichchyna is one of the most promising regions in terms of the development of recreation and tourism in our country. This is explained by the advantageous features of its geographical location and the wealth of recreational and touristic potential. Recreational resources are divided into three main groups: natural-geographic, historical-cultural and socio-economic. An important role in this classification belongs to natural and geographical recreational resources, because they are the basis for the formation and development of the main types of recreation and tourism. Natural-geographical recreational resources are understood as factors, substances and properties of components of natural and natural-anthropogenic geosystems, which have favorable internal and external, qualitative and quantitative parameters for the implementation of recreational activities. The following types of resources are distinguished within natural-geographical recreational resources: geological, orographic (relief resources), speleological, hydrological, balneological, biotic, landscape. In Khmelnytska region the foundation of natural potential contents tectonic resources, orographical resources, speleological resources, recreational landscapes, natural protected areas and areas of

historical and cultural significance. In this article the caves or speleological resources of Khmelnytska region were investigated. Orographical resources, where caves of Khmelnychyna are forming, speleological resources of Khmelnychyna, cave (rocky) male monastery in Bakota were investigated.

Ключові слова: тектоніка, рельєф, орографія, печера, спелеологічні ресурси.
Key words: tectonic, relief, orography, cave, speleological resources.

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

Багатство та унікальність природно-рекреаційних ресурсів в Хмельницькій обл. створює передумови для розвитку рекреаційного господарства, економіки за рахунок їх ефективного використання, дає підстави сподіватися, що на території Хмельниччини рекреація згодом переросте у потужну індустрію відпочинку, фізичного й духовного відновлення, глибокого національного самоусвідомлення, екологічної освіти і виховання рекреантів, тому рекреаційна сфера повинна бути визнана в області як одна з пріоритетних.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженням ресурсів Хмельниччини присвячені ряд публікацій, з них монографія "Історико-культурні, географічні та економічні аспекти розвитку туризму на Хмельниччині" [6], де автор даної статті досліджує орографічні ресурси (ресурси рельєфу) рекреаційні ресурси Хмельниччини.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є дослідити печери Хмельниччини як атрактивний туристичний ресурс. Згідно мети, були поставлені наступні завдання:

1. Дослідити орографічні ресурси, в яких формуються печери Хмельницької області.
2. Вивчити спелеологічні ресурси Хмельниччини.
3. Дослідити печерний (скельний) чоловічий монастир у Бакоті.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Хмельницька область розташована в південно-західній частині Східно-Європейської (Руської) платформи на межі двох її тектонічних структур — Українського кристалічного щита і Волино-Подільської плити. Український кристалічний щит є найдавнішою ділянкою земної кори на території України і найбільш піднятою частиною фундаменту платформи. Він складений сильно зміненими магматичними і

метаморфічними кристалічними породами, які утворилися в архейській і протерозойській ерах і мають вік 3,5—0,6 млрд. років (табл. 1). Гірські породи щита дуже зім'яті в складки і розчленовані численними розломами на блоки різної величини. Найдавніші (протерозойські) розломи розкололи щит на блоки, крайній західний з яких — Волино-Подільський лежить в основі східної частини області. В свою чергу він розділений на два менші блоки — Волинський і Подільський.

Внаслідок давніх тектонічних рухів фундамент Волино-Подільської плити також розколовся на ряд блоків, а сама плита неодноразово опускаючись, ставала морських дном. В морських басейнах плити відбувалось інтенсивне нагромадження осадових відкладів з органічних решток та знесених із суші уламків гірських порід. Наступи моря спостерігалися в першій половині палеозойської ери (кембрійський, ордовіцький і силурійський періоди), в кінці мезозою (крейдовий період) та кайнозої (палеогеновий, неогеновий періоди). Неогенові відклади поширені майже по всій території області, вони мають значну товщину і різноманітний склад. Їх формування відбувалось здебільшого в басейнах Тортонського і Сарматського морів, окраїни яких покривали в неогені більшу частину області (за винятком найбільш піднятих ділянок кристалічного щита). Свідченням цього є значне поширення вапняків, що мають органічне походження. Найпотужнішими є рифові вапняки, які вузькою смугою (від 2 до 6 км.) простягаються на південному заході області. Формування бар'єрного рифу відбувалось в морі майже паралельно до його берега, внаслідок нагромадження водоростей, коралів, молюсків. При загальному піднятті Поділля, що відбувалось під час альпійського горотворення, на всій його території запанував континентальний режим, а бар'єрний вапняковий риф став горбистим пасмом, відомим як Товтри. В інші періоди плита піднімалась, ставала сушею, відбувалось руйнування верхнього шару порід під впливом зовнішніх сил. Відкладів цих періодів на території області майже не виявлено.

Важливе значення для рекреації та для формування рекреаційних потоків має рельєф.

Таблиця 1. Породи геологічних періодів на території Хмельницької обл.

Ери	Періоди	Початок, млн р.	Породи, якими представлений період	Місце виходу порід на поверхню
Кайнозойська	Четвертинний (антропогеновий)	1,8	піски, супіски, суглинки, лес і лесовидні суглинки, гравій, галька, торф	в місцях поширення
	Неогеновий	25	кварцові та кварцово-глауконітові піски, пісковики, вапняки, глини, мергелі, гіпси та ангідрити	в місцях поширення
	Палеогеновий	67	кварцові та кварцово-глауконітові піски, пісковики, мергелі	в місцях поширення
Мезозойська	Крейдовий	137	кварцові та кварцово-глауконітові піски, опоки, опалові спонголіти, крейда, крейдоподібні та піщані вапняки, кремій	берегові схили Дністра та долини Горині
	Юрський	195	не представлений	
	Тріасовий	230	не представлений	
Палеозойська	Пермський	285	не представлений	
	Кам'яновугільний	350	не представлений	
	Девонський	400	не представлений	
	Силурійський	440	плитчасті і грудкуваті вапняки, доломіти, доломітові мергелі	берегові схили Дністра та його приток – Студениці, Тернави, Мукші, Смотрича, Жванчика, Збруча
	Ордовіцький	500	ясно-сірі кварцові пісковики, сірі верстуваті вапняки	Долини Дністра та його приток – Руски, Студениці, Тернави
	Кембрійський	570	пісковики	околиці села Китайгород
	Протерозойська	2600	гнейси, мігматити	берегові схили Дністра та його приток – Руски, Ушиці Данилівки, Калюсу та півн.-сх. частина області
Архейська		4000	діорити, гнейси, мігматити, кварцити, кристалічні сланці, кристалічні вапняки	Долини Південного Бугу, Случа та їх приток

Джерело: сформовано на основі [6].

Хмельниччина знаходиться в межах центрально-східної частини Подільської і крайньої східної частини Волинської височини. Перша з них займає середню і південну частину області (4/5 від її території), виочина — високо піднята над рівнем моря і має переважно плоску або хвилясту поверхню. Цю частину височини називають ще Подільським плато. Волинська височина займає весь Славутський та північні частини Ізяславського, Шепетівського і Полонського районів та відзначається меншими абсолютними висотами.

Середня абсолютна висота області — 275 м. над рівнем моря, максимальна висота — г. Велика Бугаїха (409 м.), одна з вершин Товтр на північному заході Чемеровецького району, а мінімальна колись становила 73 м. (при впадінні р. Матірка в Дністер на межі з Вінницькою обл.), а зараз становить 121 м. (рівень Дністровського водосх.). В цілому ж поверхня області має нахил від середньої найвищої частини до північної та південної окраїн [15].

Рельєф області сформувався під дією ендегенних (внутрішніх) та екзогенних (зовнішніх) процесів. Ендегенні процеси спричинили тек-

тонічні рухи, які поділили кристалічний щит і фундамент плити на окремі блоки та підняли або опустили їх. Серед зовнішніх рельєфоутворюючих чинників найбільше значення має діяльність поверхневих вод. Водна ерозія (розмив і змив відкладів текучими водами — ріками та опадами) утворює промоїни, яри, балки, долини з пологими, скелястими чи каньйоноподібними схилами. В тих місцях, де вапняки і гіпси розчинені поверхневими і підземними водами, зустрічаються карстові форми рельєфу (в тому числі, печери). Є також в області піщані бархани і дюни, насипані вітром.

Середню частину Хмельниччини від Збруча до її східних меж займає Верхньобузька височина. Вона є найвищою ділянкою області: абсолютні висоти часто перевищують 350 м., піднімаючись у ряді місць до 380–396 м. Західна частина Верхньобузької височини має відносно рівну поверхню, тут розташована Авратинська височина, де беруть початок найбільші ріки області Збруч, Случ і Південний Буг, але незважаючи на це, Побужжя значно менше розчленоване долинами річок, ніж Придністров'я. Ці території сприятливі для розвитку вод-

ної рекреації. Долини та заплави річок придатні для полювання, збирання ягід, грибів та лікарських рослин. Важливе значення для рекреації має естетична цінність території, можливість її залучення для потреб рекреації.

Орографічні ресурси, в першу чергу, нерівності земної поверхні, сприяють розвитку окремих напрямків рекреаційної діяльності, пов'язаних зі спуском чи підйомом: гірський і пішохідний туризм, скелелазання, даунхіл, дельтапланеризм тощо. Орографічні ресурси є також підґрунтям для розвитку екологічного, пізнавального, екстремального та спелотуризму.

Для Придністров'я характерні цікаві форми вивітрювання [3, с. 6]. В південно-західній частині Придністров'я, в місцях поширення гіпсів, утворилися досить великі карстові провали та печери, перша була відкрита біля с. Завалля Кам'янець-Подільського району — печера "Атлантида", яка є пам'яткою природи загальнодержавного значення. Печера "Атлантида" (довжина — 2400 м., площа — 3120 м²) — одна з найчарівніших печер Волино-Подільського плато, пам'ятка неогену. Вона була відкрита в 1969 р. і є єдиною в межах Поділля печерою з чітко вираженою трьохповерховою будовою. Нижній (перший) поверх представлений високими та широкими галереями, другий — звуженими до 1—1,5 м. порожнинами, третій — двома невеликими ходами заввишки 5 м. Натічні форми збереглися в бортах печери, в далеких залах є сталактити, сталагміти. Атлантида разом із прилеглою територією загальною площею 10 га є пам'яткою природи державного значення.

Неподалік від Завальської печери "Атлантида" київськими спелеологами в неогенових гіпсах відкрита ще одна невелика карстова печера "Малишка-Киянка". В печері представлені кристали гіпсу різних форм та кольорів, деякі з них мають довжину до 0,5 м. [1, с. 126].

Доволі цікавими для екскурсійного відвідування є невеликі вапнякові Нігинські печери (Залучанські та Черчинські): печера "Безіменна" або "Людська" є найбільшою з них. Входить до печер відкриваються у 10-метровому прямовисному відслоненні силурійських вапняків, які утворюють борт каньйону Смотрича [5, с. 423].

Не менш легендарною й туристично atrakційною у НПП "Подільські Товтри" є Кармалюкова печера біля с. Привороття. У ній, за переказами, тривалий час переховувався і приховував відібрані в багатіїв скарби народний месник Устим Кармалюк. Ще одна печера Кармалюка з штучним водоспадом (скельний монастир) знаходиться в с. Маліївці Дунаєвецького

району області. Колись тут був стародавній слов'янський (а може, ще й язичницький) монастир. В обох Кармалюкових печерах цікаво оглянути залишки вівтаря та графіті на земляних стінах.

Унікальною пам'яткою природи та історії є печерний (скельний) чоловічий монастир у Бакоті.

Перша згадка про монастир зафіксована у київській Книзі 1362 року, де той згадується як "давню існуючий". Засновником монастиря був преподобний Антоній (засновник Києво-Печерської Лаври). За Іпатіївським літописом, в 1255 році містом заволоділи монголо-татари. Монахи і жителі міста сховалися від них в лабіринті монастирських печер. Загарбники пропонували вийти, здатися і відректися від віри, але не досягнувши успіху в переговорах, засипали вихід величезними каменями.

Історія Бакоти закінчилася в 1981 р., коли в ході будівництва Новодністровської ГЕС, населення було виселено в сусідні міста та села, а сам населений пункт повністю затоплений водою [2, с. 38].

Надзвичайно мальовничою пам'яткою природи загальнодержавного значення, що входить до складу НПП "Подільські Товтри" є Товтра Самовита. Розташована Товтра недалеко від с. Залуччя і с. Біле Кам'янець-Подільського району. Ця комплексна геологічна та ландшафтно-ботанічна визначна пам'ятка є унікальним творінням природи часів сарматів. Аналогів вона не має на всьому відрізку Товтрового кряжа. Питання про надання заповідності даній товтрі вперше підняв Михайло Круцкевич, який просто закохався в природу Подільського краю. На основі складеного ним обґрунтування, Товтра Самовита в 1975 р. і придбала статус визначної пам'ятки природи загальнодержавного значення.

Самовита є відкритою товтрою, тобто не вкритою лісами. Вона входить до складу бічних товтр, які створюють так звану "Лагуну Ласкарева". Самовита від аналогічних товтр помітно відрізняється формою. Більшість товтр мають конусоподібну вершину, а Самовита представлена вузьким хребтом, який тягнеться зі сходу на захід завдовжки 80 м. Площа її складає 3,83 га., вона виступає над навколишньою рівниною заввишки до 35 м. над рівнем моря. Завдяки своїй автономності, Товтра менше піддавалася антропогенному впливу. Степова і лучно-степова рослинність краще представлена на схилах південної, східної і західної експозицій. Тут зростає близько 250 видів рослин. Це єдина товтра, де в такому об'ємі збе-

реглися степові і лучно-степові угруповання рослинності Подільських товтр.

Справа від Товтри Самовитої знаходиться ботанічний заказник місцевого значення — Черчецька Товтра, розташований на пд. від с. Біла поблизу с. Черче Чемеровецького р-ну. Площа Черчецької Товтри становить 4,5 га.

Саме с. Черче розташоване на високому півострові, який утворюється глибокою долиною р. Смотрич, на її правому березі, по сусідству з с. Залуччя, яке знаходиться на лівому березі дещо південніше, в 25 км. від Кам'янця-Подільського.

Поблизу Черче знаходяться відомі печери, які називаються Залучанськими, бо розташовані на землях с. Залуччя.

Цікавим із точки зору орографічних рекреаційних ресурсів є с. Карачківці, розташоване на березі р. Смотрич на широкому півострові з вузьким перешийком [4, с. 34]. Всю ширину перешийка займають залишки давньоруського городища. Досліджено тут і поселення пізнього палеоліту. Оточені з усіх сторін товтрами, Карачківці дуже подібні до гірського поселення. З північно-західної сторони вище села, на правому березі Смотрича, здійнялася гора Сокіл, яка є ландшафтним заказником загальнодержавного значення, висотою 348 м. над рівнем моря. На половині висоти г. Сокіл видніються два входи до печер. Зараз печери невеликі за розміром, а на початку століття вони мали ходи до 150 м. В середині печери нагадують невеликі кімнати; дуже обсмалені, мабуть, колись в них розкладали вогнища. На протилежному березі Смотрича, навпроти Сокола, розкинулася Оксан-гора. Її підстави припускають, що ці дві гори дуже давно складали єдине ціле, але вони стояли на перешкоді тоді повноводного і бурхливого Смотрича, і, пробиваючи собі шлях до Дністра, Смотрич розмив русло, розділивши гори. За народними переказами на місці нинішніх Карачковець було колись велике столичне місто. Але його зруйнував половецький хан "Солодовий Буняк". Кажуть, що в Карачківських печерах розбійник Боян ховав свої незлічені скарби. В густому лісі біля села, свого часу переховувалися Устим Кармелюк і його побратими.

ВИСНОВКИ

Хмельницька обл. має високий рівень концентрації природно-географічних рекреаційних ресурсів на своїй території, тому їх аналіз є надзвичайно актуальним, оскільки розкриваються значні перспективи розвитку рекреаційної діяльності та туризму на теренах області.

Література:

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: монографія. К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2001. 395 с.
2. Геренчук К. И. Природа Хмельницької області. Львов: Вища школа, 1980. 152 с.
3. Журба І. Є. Економіко-географічні засади раціонального природокористування в регіоні (на прикладі Хмельницької області): автореф. дис. к. геогр. наук: 11.00.02. Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. Л., 2002. — 17 с.
4. Заставецький Б. І., Заставецька О. В., Дітчук І. Л. Географія Хмельницької області. Тернопіль: орендне п-во "Тернопільська обласна друкарня", 1995. 96 с.
5. Любіцева О. О., Панкова О. В., Стафійчук В. І. Туристичні ресурси України. К.: "Альтерпрес", 2007. 369 с.
6. Історико-культурні, географічні та економічні аспекти розвитку туризму на Хмельниччині: колективна монографія [кол. авторів; за ред.: С. А. Копилов (гол. ред.), С. Е. Баженова (наук. ред.)]. Кам'янець-Подільський: Кам.-Под. нац. ун. ім. Івана Огієнка, 2017. 168 с.

References:

1. Beydyk, O. O. (2001), *Rekreatsiyno-turystski resursy Ukrainy: metodolohiya ta metodyka analizu, terminolohiya, rayonuvannia* [Recreational-touristic resources of Ukraine: methodology and methods of analysis, terminology, zoning], Kyiv university, Kyiv, Ukraine.
 2. Gerenchuk, K. I. (1980), *Pryroda Khmel'nytskoyi oblasti* [Nature of Khmelnytska region], Vyscha shkola, Lviv, Ukraine.
 3. Zhurba, I. Y. (2002), "Economical and geographical basis of rational nature using (on Khmelnytska region example)", Abstract of Ph.D. dissertation, Geography, Ivan Franco Lviv national university, Lviv, Ukraine.
 4. Zastavetsky, B. I., Zastavetska, O. V. and Ditchuk, I. L. (1995), *Neohrafiya Khmel'nytskoyi oblasti* [Geography of Khmelnytska region], Ternopil regional press, Ternopil, Ukraine.
 5. Lyubitseva, O. O. (2007), *Turystychni resursy Ukrainy* [Touristic resources of Ukraine], Alterpress, Kyiv, Ukraine.
 6. Kopylov, S. A. and Bajenova, S. E. (2017), *Istoryko-kul'turni, geohrafichni ta ekonomichni aspekty rozvytku turyzmu na Khmel'nychchyni*: [Touristic Khmelnytskyna: historical and cultural, natural and geographical aspects of development], Ivan Ogiyenko Kamyanets-Podilsky national university, Kamyanets-Podilsky, Ukraine.
- Стаття надійшла до редакції 03.01.2023 р.*

УДК 911.3:338.48(477.82-72)

А. В. Мельник,к. геогр. н., доцент, доцент Інституту природничих наук і туризму,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6906-6396>**Н. В. Мельник,**к. геогр. н., доцент, доцент кафедри туризму,
ДВНЗ "Ужгородський національний університет"
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2077-595X>**Р. Є. Качаровський,**магістр географії, інженер II категорії навчальної лабораторії краєзнавчих атласів,
Волинський національний університет імені Лесі Українки
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6096-4800>**О. В. Селезньова,**к. е. н., доцент, доцент кафедри національної економіки, маркетингу та міжнародних
економічних відносин, Класичний приватний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-003-0530-6167>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.2.35

ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

A. Melnyk,PhD in Geography, Associate Professor, Associate Professor of the Institute of Natural Sciences
and Tourism, Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas**N. Melnyk,**PhD in Geography, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism,
SHEE "Uzhhorod National University"**R. Kacharovskyy,**Master of Geography, engineer of the II category of the Educational Laboratory
of Local History Atlases, Lesia Ukrainka Volyn National University**O. Seleznyova,**PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of National Economy,
Marketing and International Economic Relations, Classical Private University

DETERMINANTS OF FORMATION OF TOURIST ATTRACTIVENESS OF UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES

Реформа місцевого самоврядування і територіальної організації влади в Україні стала імпульсом для кроссекторального розвитку економіки на рівні місцевих громад. Враховуючи значущість окресленого питання, стаття орієнтована на визначення базових тригерів конкурентоспроможності окремих територіальних громад у сфері управління поступом туристичного сектору.

У статті зроблена спроба здійснити комплексну оцінку складових драйверів туристичної привабливості об'єднаних територіальних громад. При цьому фокус уваги зміщено на сільські та селищні територіальні громади як домінантні в межах Волинської області. Здійснено аналітичний огляд наявної історико-культурної спадщини Затурці-

вської ТГ та сучасного стану розвитку туристичної інфраструктури за окремими підсистемами: заклади розміщення, харчування, дозволя та побутового обслуговування, транспортна інфраструктура. Окреслено особливості туристичного комплексу досліджуваної територіальної громади. Визначено основні проблеми структурних елементів туристичної інфраструктури, запропоновано першочергові заходи щодо їх модернізації. Розроблено дорожню карту для адміністративних утворень задля туристифікації простору ОТГ та підвищення їхньої туристичної привабливості.

The reform of local self-government and territorial organization of government in Ukraine has become an impetus for cross-sectoral economic development at the level of local communities. Taking into account the importance of the given issue, the article is focused on the determination of basic triggers of competitiveness of individual territorial communities in the sphere of management of the development of the tourist sector.

The article attempts to carry out a comprehensive evaluation of the components of drivers of tourist attractiveness of the united territorial communities. The purpose of the research is to analyze the generating factors of tourist attractiveness of certain administrative entities, which form the framework for potential development of the tourist sector, which is a key aspect in the creation of tourist product of local and regional importance, increase of investment attractiveness of the projects, solve a number of socio-economic problems of the region. At the same time, the focus of attention has been shifted to rural and village territorial communities as dominant within the Volyn region. Analytical review of the present historical and cultural heritage and the current state of tourist development was carried out. The current state of development of tourist infrastructure under separate subsystems is assessed: accommodation facilities, food establishments, leisure facilities and household services, transport infrastructure.

The peculiarities of the tourist complex of the investigated territorial community are outlined. The main problems of the structural elements of tourist infrastructure were identified and priority measures on their modernization were proposed. A road map for administrative entities has been developed for tourism of UTC space and increase of their tourist attractiveness. Due to the complex approach and synergy of efforts of local authorities, scientists, business representatives, experts, with the involvement of active community residents and central executive bodies, it is possible to develop both tourist products and accompanying services around the main tourist magnets on the territory of the communities, thus contributing to creation of new jobs.

Ключові слова: децентралізація, туристична привабливість, об'єднані територіальні громади.

Key words: decentralization, tourist attraction, united territorial communities.

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

Реалізація реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні відбуваються з урахуванням адаптації до викликів сьогодення та слідує світовим трендам. Основні її положення були імplementовані у низці нормативно-правових актів та змінах до Бюджетного і Податкового кодексів щодо фінансової децентралізації. Як результат децентралізації, об'єднані територіальні громади здобули повноваження та ресурси, що мають міста обласного значення. Це стало імпульсом для кроссекторального розвитку економіки на рівні місцевих громад. У ході децентралізації громади стають більш спроможними і у питаннях розвитку туристичного сектору.

У рамках впровадження реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади впродовж 2015—2019 років на території Волинської області створено 54 ОТГ, (що покривають 59 % площі області). Відповідно до перспективного плану формування територій громад Волинської області, затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23.09.2015 № 93-р (зі змінами), в області передбачено утворення 73 ОТГ. Найшвидшими темпами децентралізаційні процеси та передача фінансових ресурсів новоствореним органам місцевого самоврядування відбуваються у Володимирському районі. Це є важливим чинником, зважаючи на те, що з 2015 року в області збільшується кількість безробітних громадян. У 2017 р. їхня кількість складала 52,1 тис. осіб, що у порівнянні з 2012 р. майже у 4 рази більше. Однак, уже у 2018 р. фіксуємо

зменшення кількості безробітних на 4,2 тис. осіб. Географічно найбільша кількість безробітних громадян припадає на міста Луцьк, Ковель, Нововолинськ, Володимир та Володимирський район [8].

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Вивченню питання туристичної привабливості окремих адміністративних утворень в розрізі децентралізаційних процесів у межах Волинської області приділили у свій час чимало уваги Антипюк О.В., Єрко І.В., Качаровський Р.Є., Чир Н.В., Карпюк З.К. [3, 5—6, 10]. Зміна принципів об'єднання громад та визначення їх спроможності розглянуті колективом авторів (Шевченко О.В., Романова В.В., Жаліло Я.А та ін.) у науковій доповіді Національного інституту стратегічних досліджень [2].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Мета дослідження — аналіз генеруючих чинників туристичної привабливості окремих адміністративних утворень, які формують каркас для потенційного розвитку туристичного сектору, що є ключовим аспектом при створенні туристичного продукту місцевого і регіонального значення, підвищенні інвестиційної привабливості дестинацій, вирішенні ряду соціально-економічних проблем регіону.

Фокус уваги нашого дослідження зосереджений на сільських та селищних територіальних громадах Волинської області, оскільки саме такі громади кількісно переважають у регіоні. Густота сільського населення області становить більше 40 осіб/км², що є одним з найвищих показників в Україні.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Розвиток сільських ТГ базується, у першу чергу, на інтересах та безпосередній участі представників громади. Адже, саме вони мають особливу мотивацію, якнайкраще знають свої проблеми та потреби, управляють ресурсами, а традиції, звичаї, знання та особлива "енергія" людських ресурсів — ключовий тригер для їхнього розвитку. Відтак, без підтримки місцевих громад управління регіональним розвитком у сфері надання туристичних послуг не являється ефективним.

Волинська область відноситься до числа аграрно-промислових регіонів із розвиненою сферою обслуговування. Більшість громад Волинської області, особливо селищних та сільських ТГ, вважають туризм першочерговим

вектором соціально-економічного розвитку. Однак, є і винятки, зокрема, в Програмі соціально-економічного розвитку Затурцівської ТГ на 2020—2023 рр. серед цілей та пріоритетів розвитку не знаходимо жодних натяків на розвиток сектору туристичних послуг [4].

Станом на 01.10.2022 р. у Волинській області 54 громади, серед них і Затурцівська сільська ТГ, що увійшла до складу Володимирського району. Внаслідок укрупнення території Затурцівська громада після 25.10.2020 р. розміщується на площі 364,7 км², станом на 01.04.2021 р. на території громади проживає 8 842 осіб. До складу громади увійшло 26 населених пунктів семи сільських рад. Адміністративним центром громади є с. Затурці (населення — 1782 ос.) [1, 4].

Розвиваючи туризм, громади повинні враховувати чотири основні аспекти: наявний туристично-рекреаційний потенціал, транспортну доступність до туристичних ресурсів та дестинацій, ступінь сформованості туристичної інфраструктури, людський потенціал для управління, промоції, маркетингу у сфері гостинності. Розвиток регіонального туризму неможливий без реалізації програм щодо його інтенсифікації, пошуку латентних чинників та важелів, які наразі ще не задіяні.

Під час розробки стратегій розвитку сільських ТГ важливо проаналізувати усі наявні історичні пам'ятки і зрозуміти, як можна їх ефективно використати при створенні та реалізації туристичного продукту. Завдяки комплексному підходу та синергії зусиль місцевої влади, науковців, представників бізнесу, експертів, із залученням активних мешканців громад та центральних органів виконавчої влади можна розвивати як туристичні продукти, так і супутні послуги навколо основних туристичних магнітів на території громад, сприяючи таким чином створенню нових робочих місць, що є надзвичайно важливим чинником, враховуючи, що найбільша кількість безробітних за даними, наведеними в Стратегії розвитку Волинської області на період до 2027 року, зареєстровано саме у Володимирському районі [8].

Самобутність історико-культурної спадщини обумовлює високу туристичну привабливість Затурцівської громади, створює передумови для розвитку культурно-пізнавального туризму. За даними Управління культури, питань релігії та національностей Волинської ОДА на території громади налічується 27 об'єктів історико-культурної спадщини, зокрема: 12 пам'яток історії та культури, 2 пам'ятки археології, 10 пам'яток архітектури та містобудування. Функціонує один музей та розміщені

два осередки художніх народних промислів [1, 4].

Пам'ятками архітектури та містобудування Затурцівської ТГ є: Миколаївська церква (мур.), 1787 р. у с. Великий Окорськ; Церква Різдва Богородиці (мур.), 1900 р. у с. Губин; костел Святої Трійці (мур.), 1642 р. і Палац родини Липинських (мур.), поч. XIX ст. у с. Затурці; Михайлівська церква (мур.), 1692—1677 р., дзвіниця (мур.) середина XVII ст., костел та келії монастиря кармелітів (мур.), 1691—1720 р. у с. Кисилин; Лукинська церква (дер.), 1788 р. у с. Сірнички та Миколаївська церква (дер.), 1900 р. у с. Тумин. Пам'ятки археології — це городище IX—XIII ст. у с. Затурці та могильник давньоруського періоду IX—XVI ст. у с. Павловичі [3].

У Затурцях в родинному маєтку польського шляхетного роду Липинських народився відомий український історик, громадсько-політичний діяч В'ячеслав Липинський. У маєтку з 2011 року діє меморіальний музей В'ячеслава Липинського, у якому можна побачити вінтажні меблі і побутові речі, унікальні документи, книги і фото, пов'язані з садибою та родом Липинських. За деякими джерелами тут також народилась Галина Василівна Гулевичівна (Гальшка Гулевичівна), яка була одним із фундаторів Києво-Могилянської Академії.

В області сподіваються, що гостьовий потік короткотермінових відвідувачів до регіону зростатиме в умовах посткарантинного відпочинку та військової агресії. Для цих потреб розробили 7 ключових маршрутів для майбутніх гостей. Це дасть можливість розширити географію подорожей областю, сприятиме завантаженню закладів розміщення в туристичних центрах та дозволить збільшити термін перебування туристів на Волині. Серед павутини туристичних маршрутів — Луцьк — Затурці — Зимне — Володимир — Устилуг — маршрут, що проходить територією досліджуваної територіальної громади. Маршрутом регіонального значення є керунок Кисилин — Затурці — Новий Загорів, який був презентований в ході реалізації проекту "Волинська експедиція", започаткованого туристичною агенцією Патріот в партнерстві з мережею Район.in.ua.

Особливої уваги на цьому маршруті заслуговує село Кисилин. У XVI столітті це було мультинаціональне містечко, де проживали поляки, євреї і українці. Свого часу тут діяв перший на Волині вищий навчальний заклад — Аріанська академія. В той час навчальний заклад у Кисилині називали — "Сарматські Афіни". Шляхта Речі Посполитої називала себе

"потомками сарматів", а Афіни вважалися центром мудрості й філософії.

Крім того, поблизу села звели Меморіал жертв Голокосту. Приблизно у цьому місці в серпні 1942 року німецькі солдати вбили щонайменше 500 євреїв з Кисилина та навколишніх сіл.

Не менш цікавим є с. Новий Загорів, туристичними магнітами якого можуть стати Загорівський монастир та біографо-соціальні туристичні ресурси, пов'язані з Іваном Мазепою.

У громаді є всі передумови для розвитку сільського туризму, однак, даний сегмент туристичного ринку фактично не освоєний. Варто також акцентувати увагу місцевої влади на підтримку цілей сільського зеленого туризму. Адже кожен місцевий чиновник має зрозуміти, що сільський зелений туризм — це додаткові гроші й покращення інфраструктури громади, створення нових робочих місць. Саме місцева влада може клопотати про забезпечення податкових пільг (преференцій) при одержанні державних дотацій (з місцевих бюджетів) особам, які беруть участь у наданні агротуристичних послуг.

Відповідно до Стратегії розвитку Волинської області на період до 2027 року щодо розвитку туризму, зокрема сільського туризму, наголошено про необхідність стимулювання розвитку малого підприємництва у сфері організації відпочинку у селі, забезпечення його нормативно-правовою, рекламно-інформаційною та організаційною підтримкою органами виконавчої влади; створення умов для всебічного заохочення населення області до участі у розвитку сільського туризму як високорентабельної ланки туристичної індустрії та додаткового джерела поповнення особистих доходів громадян, місцевих і державного бюджетів [8].

У розпорядженні місцевих громад є потужні інструменти для капіталізації локальних ресурсів через відповідний вплив на "екосистему останньої милі". Завдяки будівництву під'їзних шляхів, комунальній інфраструктурі, логістичним потужностям, поліпшенню екологічної ситуації тощо створюються сприятливі умови для залучення інвестицій і зменшення додаткових витрат бізнесу [2].

Невід'ємною складовою туристично-рекреаційного потенціалу є туристична інфраструктура. Сучасна туристична інфраструктура є драйвером формування конкурентоспроможної туристичної галузі у регіональному розподілі праці. Її оптимізація дозволяє розширити функціональні можливості територіальних

Таблиця 1. Туристична інфраструктура Затурцівської ТГ (станом на 01.05.2022 р.)

Громада	Заклади інфраструктури, од.							
	Засоби розміщення	Громадського харчування	Торгівлі	Розваг	Побутове обслуговування	Банки, відділення	Пошта, зв'язок	АЗС, СТО
Затурцівська	1	10	46*	18	2	1	6	1

Примітка: * — до складу вказаних об'єктів включені філіали, відокремлені підрозділи підприємств та ФОП, що працюють у їх структурі.

Джерело: сформовано на основі [1, 4].

громад, збільшити потік подорожуючих та забезпечити належний рівень задоволення їх першочергових потреб, тим самим визначаючи економічну привабливість громади у регіоні.

Основні показники галузевої структури туристичної інфраструктури досліджуваної громади відображені у табл. 1.

За інформацією Управління економічного розвитку та торгівлі Волинської ОДА засоби тимчасового розміщення Затурцівської ТГ представлені єдиною сертифікованою агросадибою в с. Затурці [9]. Відтак, коефіцієнт забезпеченості засобами тимчасового розміщення складає 0,003 од./км². Дана підсистема вимагає створення додаткових засобів розміщення на кшталт молодіжних таборів, міні-мотелів, кемпінгів, туристичних сіл, що працюють сезонно.

Коефіцієнт забезпеченості закладами харчування — 0,03 од./км². Наявна мережа має тенденції до скорочення, її слід розширити і модернізувати, забезпечити кваліфікованими кадрами. У закладах громадського харчування необхідно провести ребрендинг, трансформувати їдальні, буфети, кафе в альтернативні заклади — паби, фаст-фуди, піцерії, шинки, колиби тощо. Одночасно слід обмежувати кількість однотипних закладів для здорового конкурентного середовища та забезпечення надання якісних послуг.

Коефіцієнт забезпеченості закладами розваг становить 0,044 од./км², побутового обслуговування населення — 0,006 од./км². Нині серед закладів дозвілля та розваг є потреба модернізації об'єктів, заміни їх матеріально-технічної бази. Існує проблема пошуку нових форм дозвіллевої діяльності, використання інноваційних для сільської місцевості форм дозвілля, що дозволить адаптуватися до нових умов середовища, посилити національно-патріотичне виховання молоді. Забезпеченість закладами торгівлі оцінюється в 0,028 од./км²;

банківськими установами — 0,006 од./км²; поштою та зв'язком — 0,02 од./км²; АЗС та СТО — 0,003 од./км².

Збалансованість туристичної інфраструктури визначає наявну транспортну мережу. За даними Служби автомобільних доріг у Волинській області загальна протяжність доріг комунальної власності в межах досліджуваної територіальної громади становить 86,598 км [7]. У цілому по громаді мережа доріг загального користування забезпечує транспортне сполучення між населеними пунктами. Всі населені пункти забезпечені під'їздами з твердим покриттям. Однією з найважливіших проблем об'єднаної громади є стан дорожнього покриття на переважній більшості доріг.

Найближчими пунктами пропуску через українсько-польський кордон є автомобільний "Устиług-Зосін" та залізничний "Володимир-Грубешув". Залізничне сполучення в межах ТГ відсутнє, найближчі станції знаходяться у м. Володимир та смт Іваничі (залізнична гілка Ковель-Володимир-Львів). Переміщення туристів з екскурсійною метою (річкові прогулянки вихідного дня) водними шляхами можливе по рр. Турія, Стохід та Серна [1; 3-6; 8; 10].

У ТГ значно розвинута мережа автомобільних шляхів, що в цілому забезпечує потреби у перевезенні пасажирів до визначних історико-культурних та природно-рекреаційних об'єктів громади. Недоліком є відсутність прямого залізничного та повітряного сполучення з державним кордоном, обласним центром та містами мільйонниками, що істотно зменшує можливості доступу туристів. Водні артерії є придатними лише для прогулянкових та відпочинкових спортивно-оздоровчих маршрутів, а не для регулярних пасажирських та транспортних перевезень.

Актуальними завданнями розвитку транспорту ТГ є: капітальний ремонт автомобільних доріг місцевого значення; побудова додаткових смуг руху задля збільшення пропускної потужності територіальних автодоріг; забезпечення постійного автобусного сполучення між населеними пунктами громади з районним та обласним центрами; розширення мережі закладів харчування та вуличної торгівлі вздовж автомобільних доріг, збільшення кількості закладів тимчасового розміщення (агросадиби, кемпінги) тощо.

Для оптимізації та управління поступом у сфері туризму варто розробити та втілити Стратегію розвитку туристичної галузі Затурцівської громади. Мало просто прописати розвиток туризму в свою загальну стратегію, не-

обхідно продумати концепцію, сформулювати конкретні ідеї. Ця концепція має включати використання усього потенціалу громади, сприяти розвитку локального бізнесу та фінансовому зміцненню усієї громади. Варто активізувати роботу представників громади в напрямі участі у різного роду проєктах та міжнародних грантах. Адже, сучасні реалії свідчать про те, що новий вектор політики фінансування коштом фондів ЄС спрямований саме на підтримку малих проєктів, які під силу реалізувати навіть дрібним сільським громадам.

За результатами аналізу, проведеного групою експертів Joint Research Centre (JRC) Європейської комісії, на території Волинської області були визначені галузі (за результатами розрахункового аналізу обрано 9) з економічним та інноваційним потенціалом, які за статичним та динамічним аналізом мають найбільший економічний потенціал подальшого розвитку, серед яких є й виготовлення виробів з деревини, корка, соломки та рослинних матеріалів для плетіння [8]. Враховуючи результати даного аналізу важливо віднайти локальні осередки, сімейні підприємства або окремих людей, які займаються традиційним сільським господарством, виробництвом автентичної продукції та ремісництвом. Провести відповідну роз'яснювальну роботу і усвідомити, що їхній стиль життя й унікальні життєві історії можуть стати в майбутньому ядром повноцінних ринкових пропозицій — туристичних пакетів для турів вихідного дня.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Дорожньою картою для адміністративних утворень задля туристифікації простору ОТГ та підвищення туристичної привабливості можуть стати наступні рекомендації: розробка поетапного плану реформування та трансформації інфраструктурних об'єктів ТГ; участь у міжнародних грантових програмах, націлених на реконструкцію конкретних соціально значимих об'єктів туризму та її інфраструктури; укладання довгострокових угод про співробітництво у галузі туризму із прикордонними територіальними громадами Республіки Польща; побудова та реконструкція належних місць зупинок для туристів (зокрема для осіб з обмеженими можливостями), облаштування рекреаційних зон, місць санаторного лікування, об'єктів культурної спадщини та ПЗФ; розширення мережі агросадіб; проведення реорганізації системи сфери послуг, дозвілля та розваг з метою наближення їх функціональних

можливостей до європейських стандартів роботи у галузі туризму; модернізація закладів громадського харчування; встановлення інформаційних таблиць-вказівників із короткими довідками про туристичні об'єкти з QR кодами, а також створення туристичних інформаційних центрів на базі музейних закладів; покращення покриття території мобільним зв'язком різних операторів; реконструкція об'єктів сервісної транспортної інфраструктури, що відповідають європейським стандартам; забезпечення галузі кваліфікованими спеціалістами туристичного менеджменту, екскурсійної діяльності та готельного господарства зі знанням іноземної мови; розробка нових та удосконалення вже існуючих туристичних маршрутів, забезпечення їх картографічним супроводом, GPS- та туристичною навігацією.

Підвищення обізнаності громадян в позитивних девідендах, котрі здатен забезпечити туризм, укріплення екологічної свідомості, усвідомлення власної туристичної айдентики, промоція ідентичності регіону є головними тригерами успішного розвитку Затурцівської ТГ як туристичної дестинації.

Література:

1. Головне управління статистики у Волинській області URL: <http://www.lutsk.ukr-stat.gov.ua>.
2. Децентралізація і формування політики регіонального розвитку в Україні: наук. доп. / [Шевченко О. В., Романова В. В., Жаліло Я. А. та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук Я. А. Жаліла. Київ: НІСД, 2020. 153 с.
3. Єрко І. В., Мельник Н. В., Качаровський Р. Є., Павлушенко О. Г. Історико-культурна спадщина Затурцівської ОТГ Волинської області. Наука і молодь у ХХІ сторіччі: збірник тез доповідей VI Міжнародної молодіжної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 15 грудня 2020 року). Полтава: ПУЕТ, 2020. С. 363—365.
4. Затурцівська територіальна громада URL: <https://cutt.ly/U2g6tkM>
5. Карпюк З.К., Качаровський Р.Є., Антипюк О.В. Туристська привабливість Локачинського району Волинської області. Тенденції розвитку туристичної індустрії в умовах глобалізації: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. зб. наук. пр. Ужгород. 2017. С. 29—32.
6. Качаровський Р.Є., Єрко І.В., Чир Н.В., Антипюк О.В. Транспортна мережа прикордонних об'єднаних територіальних громад Волинської області як важливий елемент туристичної інфраструктури. Тенденції та перспек-

тиви розвитку науки і освіти в умовах глобалізації: Переяслав, 2019. В. 51. С. 15—17.

7. Служба автомобільних доріг у Волинській області URL: https://vl.ukravtodor.gov.ua/pro_sluzhbu/kontakty.html

8. Стратегія розвитку Волинської області на період до 2027 року (затверджена рішенням сесії обласної ради № 29/16 від 12.03.2020) URL: <https://cutt.ly/92g4KvR>

9. Управління економічного розвитку та торгівлі Волинської ОДА. URL: <https://cutt.ly/o2g488P>

10. Чир Н.В., Качаровський Р.Є. Туристична привабливість Любешівського району Волинської області. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки. Херсон: Видавничий дім "Гельветика". № 7. 2017. С. 241—247.

References:

1. Main Department of Statistics in the Volyn region (2022), available at: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua>, (Accessed 18.12.2022).

2. Shevchenko, O.V., Romanova, V.V., Zhaliilo, Ya.A. and etc. (2020), Detsentralizatsiia i formuvannia polityky rehionalnoho rozvytku v Ukraini [Decentralization and the formation of the policy of regional development in Ukraine], NISD, Kyiv, Ukraine.

3. Ierko, I.V., Melnyk, N.V., Kacharovskiy, R.Ye. and Pavlushenko, O.H. (2020), "Historical and cultural heritage of Zaturtsi OTG of Volyn region", Zbirnyk tez dopovidei VI Mizhnarodnoi molodizhnoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii. Nauka i molod u XXI storichchi [Conference Proceedings of the 6th International Youth Scientific and Practical Internet Conference. Science and Youth in the 21st Century], PUET, Poltava, Ukraine, pp. 363—365.

4. Zaturtsivska terytorialna hromada (2022), available at: <https://cutt.ly/U2g6tkM>, (Accessed 28.12.2022).

5. Karpiuk, Z.K., Kacharovskiy, R.Ie. and Antypiuk, O.V. (2017), "Tourist attractiveness of the Lokachinsky district of the Volyn region", Materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii. Tendentsii rozvytku turystychnoi industrii v umovakh hlobalizatsii [Conference Proceedings of the International Scientific and Practical Conference. Trends in the development of the tourist industry in the conditions of globalization], Uzhhorod, Ukraine, pp. 29—32.

6. Kacharovskiy, R.Ie., Yerko, I.V., Chyr, N.V. and Antypiuk, O.V. (2019), "The transport network of the border united territorial communities of the Volyn region as an important element

of the tourist infrastructure", Tendentsii ta perspektyvy rozvytku nauky i osvity v umovakh hlobalizatsii, vol. 51. pp. 15—17.

7. Sluzhba avtomobilnykh dorih u Volynskii oblasti (2022), available at: https://vl.ukravtodor.gov.ua/pro_sluzhbu/kontakty.html, (Accessed 20.12.2022).

8. Volyn regional council (2020), "Development strategy of the Volyn region for the period until 2027", available at: <https://cutt.ly/92g4KvR>, (Accessed 20.12.2022).

9. Upravlinnia ekonomichnoho rozvytku ta torhivli Volynskoi ODA (2022), available at: <https://cutt.ly/o2g488P>, (Accessed 14.12.2022).

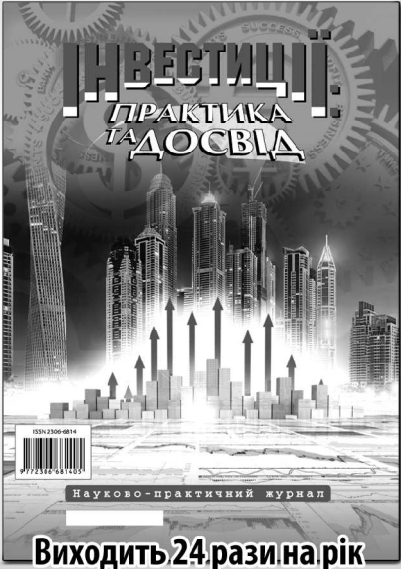
10. Chyr, N.V. and Kacharovskiy, R.Ie. (2017), "Tourist attractiveness of Lyubeshiv district of Volyn region", Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriia: Neohrafichni nauky, vol. 7, pp. 241—247.

Стаття надійшла до редакції 09.01.2023 р.

ІНВЕСТИЦІЇ.

ПРАКТИКА ТА ДОСВІД

www.investplan.com.ua



Науково-практичний журнал

Виходить 24 рази на рік

Передплатний індекс: 23892

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України (Категорія «Б») з

ЕКОНОМІЧНИХ НАУК та ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

(Наказ Міністерства освіти і науки України
№ 886 від 02.07.2020)

Спеціальності - 051, 071, 072, 073, 075, 076, 281, 292

УДК 658.6/.8:330.342.146

Л. В. Тарасович,

к. е. н., доцент, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу,

Поліський національний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0740-6567>

В. М. Юрчук,

магістрант, Поліський національний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6192-7799>

С. В. Федорчук,

магістрант, Поліський національний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7005-0183>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.2.42

ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІМПЕРАТИВ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

L. Tarasovych,

PhD in Economics, Associate Professor, Head of the Department
of Management and Marketing, Polissia National University

V. Yurchuk,

Master's student, Polissia National University

S. Fedorchuk,

Master's student, Polissia National University

ENVIRONMENTAL MARKETING MANAGEMENT AS A SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS IMPERATIVE

У статті обґрунтовано, що імперативом просування екологічних ініціатив у сфері бізнесу є імплементація концепції маркетинг-менеджменту, що ґрунтується на системній взаємодії інструментів і технологій маркетингу й менеджменту на засадах програмно-цільового підходу з позицій адаптації суб'єктів бізнесу до мінливого бізнес-середовища для досягнення його стратегічних цілей за умов ефективного використання наявного ресурсного забезпечення, чіткої виробничо-збутової політики й повноцінного задоволення потреб цільового ринку.

Концептуалізацію екологічного маркетинг-менеджменту здійснено з позицій його експлікації як функціональної маркетингової діяльності у межах загальної системи управління підприємством, спрямованої на ідентифікацію й задоволення потреб цільових споживачів на засадах еколого-економічних принципів та застосування маркетингового інструментарію для забезпечення сталого зростання.

Обґрунтовано актуальність інноваційних маркетингових стратегій, домінантою яких є дотримання принципів соціально відповідального ведення бізнесу. Акцентовано на перевагах стратегій зеленого маркетингу, характеристиками яких є: орієнтація на довгострокові наслідки діяльності; зосередження на екологічних проблемах довкілля, їх вирішення; маркетингове супроводження усіх виробничо-господарських операцій і циркулярних бізнес-процесів.

The article substantiates that the imperative of promoting environmental initiatives in business is the implementation of the marketing management concept. This concept is based on the systematic interaction of marketing and management tools and technologies on the basis of a program-targeted approach from the standpoint of adapting business entities to a changing business environment in order to achieve their strategic goals while making the best use of available resources, having a clear production and sales policy, and fully meeting the needs of the target market.

Environmental marketing management is conceptualized from the standpoint of its explication as a functional marketing activity within the general system of enterprise management that aims to identify and meet the needs of target consumers based on environmental and economic principles and the use of marketing tools to ensure sustainable growth.

The following functional components of marketing management were singled out: an environmentally oriented system with clearly structured key functions (planning, forecasting, stimulation, regulation, control, etc.) that are congruent in terms of components and content; direct marketing and management, their organizational and management structures, models, mechanisms, and methods; modern environmental and economic tools of marketing activities and accompanying information and communication technologies, etc.

The relevance of innovative marketing strategies that adhere to the principles of socially responsible business was substantiated. The benefits of green marketing strategies were highlighted. They have the following characteristics: an emphasis on the long-term consequences of activities (reducing the impact on the environment and preserving it for future generations); a focus on environmental problems and their solution; marketing support of all production and economic activities, as well as circular business processes (from the extraction of raw materials for production to final consumption and disposal of waste).

Ключові слова: маркетинг-менеджмент, екологічні імперативи, соціальна відповідальність, зелений маркетинг, сталий розвиток.

Key words: marketing management, environmental imperatives, social responsibility, green marketing, sustainable development.

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

За умов посилення глобальних викликів соціальна відповідальність бізнесу виступає незамінним атрибутом пропагування та імплементації принципів сталого розвитку. Нині все більше уваги приділяється питанням екологізації практично усіх виробничо-господарських процесів, популяризації концепції екологічної рівноваги та соціально орієнтованих підходів до реалізації бізнес-ініціатив. Дієвою технологією і, водночас, ефективним засобом просування екологічних ініціатив у сфері бізнесу є екологічний маркетинг-менеджмент. Зазначене потребує обґрунтування сучасних наукових підходів до інтерпретації маркетинг-менеджменту як імперативу соціально відповідального бізнесу, а також можливостей використання його інструментарію в діяльності бізнес-суб'єктів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженню проблематики екологічного маркетингу та екологічного менеджменту як сучасних бізнес-концепцій присвячено праці багатьох українських та закордонних дослідників. У вітчизняній науці екологічний маркетинг є у фокусі наукових досліджень М. Белопольського, О. Буднік, О. Власенко, О. Врублевська, Ю. Головчука, В. Зіновчука, Н. Зіновчук, В. Калайди, К. Михайловича, Б. Оксенюка, А. Ращенко, О. Рибіної, І. Салькової, Н. Степаненко, В. Циганка та багатьох інших вчених [1; 2; 4; 6; 7]. Предметно екологічний менеджмент є сферою наукових пошуків І. Кравчук, А. Лев-

ківської, А. Лесь, О. Скидана, А. Фітисова, Є. Ходаківського, Н. Шлапака та інших [3; 10]. У переважній більшості наукових праць екологічний маркетинг розглядається як окрема функція екологічного менеджменту. Висвітленню ж проблематики екологічного маркетинг-менеджменту присвячено лише окремі наукові публікації [8; 9], що вказує на необхідність активізації наукових досліджень у цьому напрямі.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою наукового дослідження є теоретичне обґрунтування сутності екологічного маркетинг-менеджменту як імперативу соціально відповідального бізнесу, доведення пріоритетності його концепції в умовах посилення глобальних викликів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У наукових джерелах маркетинг-менеджмент (маркетинговий менеджмент, маркетингове управління) розглядається як інноваційно орієнтована ринкова концепція ефективного управління виробництвом та збутом продукції (товару, послуги), що сприяє добробуту громадян, а відтак — виконує важливу соціальну місію. Тобто, маркетинг-менеджмент особливим чином пов'язаний із соціальною сферою, що підкреслює його непересічне суспільне значення і не применшує ролі у просуванні екологічних ініціатив.

Концепція маркетинг-менеджменту є перспективною технологією ведення бізнесу в конкурентних умовах як для соціально-економічної системи країни в цілому, так і для окремих регіонів, галузей і сфер діяльності. Це механізм системної взаємодії інструментів маркетингу

та менеджменту у процесі адаптації суб'єкта господарювання до мінливого бізнес-середовища для повноцінного задоволення потреб цільового ринку та досягнення цілей організації на засадах ефективного ресурсного розподілу.

Сутнісне наповнення наукової конструкції "екологічний маркетинг-менеджмент" ґрунтується на комбінуванні трьох важливих складових, а саме — екології, маркетингу, менеджменту. Різноманітність наукових досліджень у цих сферах одночасно вимагає дотримання принципів орієнтації на базові цінності соціально відповідального бізнесу. Відтак, екологічний маркетинг-менеджмент поєднує соціальну відповідальність, прагнення до сталого розвитку та цілісний підхід, що передбачає взаємопов'язаність усіх зазначених компонент (рис. 1).

В основу досліджуваної наукової конструкції закладено постулати екологічного маркетингу та екологічного менеджменту. Екологічний маркетинг вченими трактується по-різному, залежно від їх належності до наукової школи. Для прикладу, дослідники Н. Зіновчук та А. Ращенко пропонують розглядати екологічний маркетинг як господарський процес, що, по-перше, має на меті задовольнити екологічні потреби споживачів; по-друге, забезпечує певні переваги суб'єктам господарювання, зокрема збільшення прибутку підприємств; по-третє, задовольняє вимоги щодо збереження довкілля; сприяє утворенню соціального, екологічного та економічного ефектів [2, с. 12]. Натомість Б. Оксентюк розглядає екологічний маркетинг виключно як "управлінську діяльність у системі менеджменту підприємства, спрямовану на визначення, прогнозування та задоволення споживацьких потреб таким чином, щоб не порушувати екологічної рівноваги в довкіллі й не завдавати шкоди здоров'ю людей" [4].

В інших джерелах екологічний маркетинг трактується, як: "просування на ринок товарів і послуг природоохоронного призначення, напрямками якого є: формування фінансових структур підтримки екологічних дій; екологічний аудит рівня впливів на навколишнє середо-

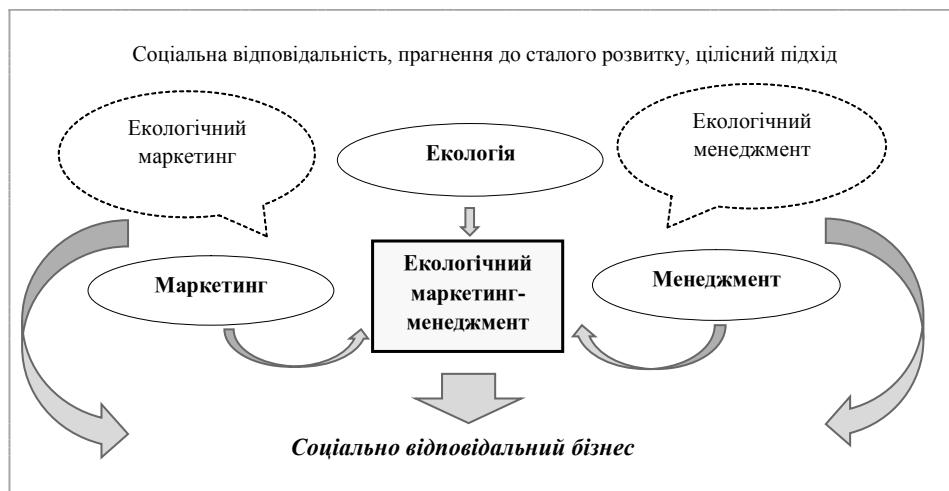


Рис. 1. Експлікація екологічного маркетинг-менеджменту

Джерело: власні дослідження.

вище" [1], або "розробка і створення методів просування і реалізації екологічно безпечної продукції або послуги. Одна з цілей екологічного маркетингу полягає в тому, щоб забезпечити баланс інтересів економіки та охорони навколишнього середовища" [5].

Екологічний маркетинг також часто розглядають у контексті місцевого управління або реалізації загальної екологічної політики [8], або як господарську діяльність підприємств, спрямовану на виробництво екологічно орієнтованої продукції, формування попиту на цю продукцію, приведення всіх ресурсів компанії у відповідність до вимог і можливостей ринку прибутку без шкоди для довкілля" [5]. Крім того, з урахуванням проблем взаємодії технологій, суспільства, космосу та екології в сучасній вітчизняній та зарубіжній практиці запропоновано підхід до розгляду екологічного маркетингу як ключової частини сталого розвитку на основі концепції мережі. Розглядаючись як мережа, він охоплює весь циклічний процес "природний ресурс — відходи продукту з урахуванням побічних ефектів" [7].

Відтак, екологічний маркетинг ідентифікується з-поміж інших маркетингових концепцій тим, що він базується на кращому розумінні суспільних пріоритетів. Екологічний маркетинг швидше орієнтований на взаємну співпрацю, ніж на звичайну конкуренцію, тобто цілісно трансформує бізнес-культуру і фокусується на демократичних цінностях. Масове розширення проєкологічної прихильності та ініціативи в маркетингових стратегіях пов'язане з пошуком балансу між традиційними цілями нарощування обсягів продажів і прибутковості суб'єктів бізнесу та екологічними викликами, які поступово стають жорсткішими че-

рез об'єктивні процеси в навколишньому середовищі. Тобто, екологічний маркетинг передбачає: орієнтацію на задоволення екологічних потреб споживачів; забезпечення відповідних переваг суб'єктам господарювання (ціль — прибуток); задоволення вимог щодо збереження довкілля; сприяння утворенню соціального, екологічного та економічного ефектів (сталий підхід).

У свою чергу, екологічний менеджмент найчастіше розглядається у площині управління довкіллям або реалізації екологічної політики в цілому. Під екологічним менеджментом найчастіше розуміється сучасна концепція управління суспільством і виробництвом, яка відповідає вимогам часу і базується на цілях, критеріях і мотивах розвитку соціоприродних процесів [10]. Тобто, йдеться про особливу систему управління навколишнім середовищем, яка, як правило, є компонентою загальної системи менеджменту, що включає організаційну структуру, планування, професійні компетентності, досвід, відповідальність і обов'язки, методику й методологію, системні процеси та ресурси для розроблення й реалізації екологічної політики. Логічно, адже цей вид менеджменту інтерпретується як підсистема управління будь-яким об'єктом, діяльністю, виробництвом тощо, що узгоджує роботу й стратегічне зростання суб'єкта бізнесу, довкілля та екологічного правового поля.

Для екологічного менеджменту притаманний своєрідний мотиваційний механізм, який поєднує три важливі підходи: 1) економічну мотивацію (формування належного рівня конкурентоспроможності, що не суперечить законам збереження природних ресурсів); 2) соціальну мотивацію (організаційні дії мають узгоджуватися з новими соціальними (екологічними) цінностями); 3) екологічну мотивацію (зменшення (нівелювання) промислового чи економічного тиску на довкілля).

Беручи за основу існуючі методичні підходи до обґрунтування сутності екологічного маркетинг-менеджменту, зазначимо, що його інтерпретація повинна ґрунтуватися на тому, що будь-якій соціально-економічній системі (підприємству, території, регіону, ринку, галузі тощо) притаманні іманентні властивості та особливості функціонування, а також індивідуальні механізми реагування на виклики ринкового оточення. Крім того, в межах соціально-економічної системи формуються власні правила (формальні та неформальні) і закони, чітке усвідомлення й неухильне дотримання яких є детермінантою якісних трансформацій і запорукою ефективного управління її розвитком.

Отже, екологічний маркетинг-менеджмент слід розглядати як функціональну маркетингову діяльність у межах загальної системи менеджменту суб'єкта бізнесу, що спрямована на ідентифікацію й задоволення реальних (потенційних) потреб цільових споживачів на засадах еколого-економічних принципів та застосування маркетингового інструментарію для забезпечення сталого зростання. Йдеться про розробку товару, брендинг, рекламу, просування, маркетингові комунікації, стратегічне планування, бюджетування, контроль тощо. Тобто, як відносно нова ніша для реалізації екологічних амбіцій в бізнес-діяльності, маркетинг-менеджмент включає: по-перше, екологічно орієнтовану систему, основні функції якої (планування, прогнозування, стимулювання, регулювання, контроль тощо) чітко структуровані й узгоджені за компонентами і змістом; по-друге, прямий маркетинг і менеджмент, їх організаційно-управлінські структури, механізми та інструментарій; по-третє, сучасні еколого-економічні інструменти маркетингової діяльності та супроводжуючі інформаційно-комунікаційні технології тощо.

Нині важливо розробляти маркетингові стратегії, в основі яких будуть постулати соціально відповідального бізнесу. Вибір стратегії залежить від рівня розвитку конкретного підприємства, його ринкової частки, конкурентної позиції, типу продукції та ринку збуту тощо. Особливо актуальними сьогодні є стратегії зеленого маркетингу. Йдеться про зелений дизайн (не лише про логотип переробки на упаковці товару, а про повний життєвий цикл; підприємство повинне контролювати утворені відходи, а також спосіб упаковки та доставки продуктів); відповідальність (зелений маркетинг — це усвідомлення недопустимості забруднення довкілля); зелене ціноутворення (екологічно чисті продукти зазвичай мають вищу цінність через підвищення вартості сталого дизайну).

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Виклики глобалізації і демократизація суспільства вимагають перегляду існуючих та розробку нових підходів до ведення бізнесу сьогодні, одним із яких вбачається імплементація концепції екологічного маркетинг-менеджменту. В цілому окреслена концепція ґрунтується на системній взаємодії інструментів і технологій маркетингу й менеджменту на засадах програмно-цільового підходу, з позицій адаптації суб-

'єкта бізнесу до мінливого бізнес-середовища для досягнення його стратегічних цілей за умов ефективного використання наявних ресурсів, чіткої виробничо-збутової політики й повноцінного задоволення потреб цільового ринку. Екологічний маркетинг-менеджмент варто розглядати як функціональну маркетингову діяльність у межах загальної системи менеджменту суб'єкта бізнесу, що спрямована на ідентифікацію й задоволення потреб цільових споживачів на засадах еколого-економічних принципів та застосування маркетингових інструментів для забезпечення сталого розвитку.

Література:

1. Белопольський М.Г., Толпежнікова Т.Г. Система екологічного маркетингу промислових підприємств. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/72006304.pdf>. (дата звернення: 04.10.2022).
2. Зіновчук Н.В., Ращенко А.В. Екологічний маркетинг: навч. посіб. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 190 с.
3. Лесь А.В., Ращенко А.В., Фітісов А.М. Ефективність системи екологічного менеджменту на підприємствах лісопромислового комплексу. Агросвіт. 2020. № 19—20. С. 69—74.
4. Оксентюк Б. Екологічний маркетинг: необхідність виникнення, поняття, характеристика. URL: <http://surl.li/dfiht> (дата звернення: 02.10.2022).
5. Поняття концепції екологічного маркетингу. URL: <http://surl.li/dfihq> (дата звернення: 03.10.2022).
6. Ращенко А.В. Сутність та тенденції розвитку екологічного маркетингу. Ефективна економіка. 2021. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8650> (дата звернення: 27.11.2022).
7. Рибіна О.І. Формування механізму екологічного маркетингу в контексті концепції сталого розвитку. Ефективна економіка. 2020. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7594> (дата звернення: 27.11.2022).
8. Салькова І.Ю., Тарасович А.В. Рефлексивні засади маркетинг-менеджменту персоналу підприємств за умов екологізації сільськогосподарського виробництва. Вісн. Хмельницького нац. ун-ту. 2020. № 6. С. 199—203.
9. Тарасович А.В., Юрчук В.М. Екологічний маркетинг-менеджмент: інструменти реалізації в умовах лісгосподарських підприємств. Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики: матер. Всеукр. наук.-практ. конф., м. Умань, 25 жов. 2022. Умань: Видавець "Сочінський М.М.", 2022. С. 179—181.

10. Шлапак Н.С. Концепція екологічного менеджменту. URL: <http://surl.li/dfijp> (дата звернення: 04.10.2022).

References:

1. Belopol's'kyj, M.H. and Tolpezhnikova, T.H. (2013), "System of the ecological marketing of industrial enterprises", available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/72006304.pdf> (Accessed 04.10.2022).
 2. Zinovchuk, N.V. and Raschenko, A.V. (2015), *Ekolohichnyj marketynh [Ecological marketing]*, Vyd-vo ZhDU im. I. Franka, Zhytomyr, Ukraine.
 3. Les, A. Rashchenko, A. and Fitsov, A. (2020), "The environmental management system efficiency at the timber industry enterprises", *Agrosvit*, vol. 19—20, pp. 69—74.
 4. Oksentiuk, B. (2017), "Ecological marketing: necessity of emergence, concept, characteristics", available at: <http://surl.li/dfiht> (Accessed 02.10.2022).
 5. Ivanova, K. Oviechkina, O. Solokha, D. Morieva, V. Bieliakova, O. and Balakaj, O. (2019), "Concept of the concept of ecological marketing", available at: <http://surl.li/dfihq> (Accessed 03.10.2022).
 6. Rashchenko, A. (2021), "Nature and current trends of the development of ecological marketing", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 2, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8650> (Accessed 27.11.2022).
 7. Rybina, O. (2020), "Formation of the environmental marketing mechanism in the context of the sustainable development concept", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 1, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7594> (Accessed 27.11.2022).
 8. Sal'kova, I.Yu. and Tarasovych, L.V. (2020), "Reflexive principles of marketing management of enterprise personnel under the conditions of environmentalization of agricultural production", *Visn. Khmel'nyts'koho nats. un-tu*, vol. 6, pp. 199—203.
 9. Tarasovych, L.V. and Yurchuk, V.M. (2022), "Ecological marketing management: implementation tools in the conditions of forestry enterprises", *Stanovlennia ta rozvytok marketynhu v Ukraini: vid teorii do praktyky: mater. Vseukr. nauk.-prakt. konf. [Formation and development of marketing in Ukraine: from theory to practice: materials of the All-Ukrainian scientific and practical conference]*, Vydavets' "Sochins'kyj M.M.", Uman', Ukraine, pp. 179—181.
 10. Shlapak, N.S. (2021), "The concept of environmental management", available at: <http://surl.li/dfijp> (Accessed 04.10.2022).
- Стаття надійшла до редакції 10.01.2023 р.*