

Видається з 1996 року

Засновник і видавець  
Сумський національний аграрний  
університет

Реєстраційне свідоцтво  
КВ № 8217 від 16.12.2003 р.

Редакційна колегія серії  
Данько Ю.І., д.е.н., професор,  
Сумський національний аграрний  
університет, редактор (Україна)

Бінда Я., д-р наук, професор,  
Вища школа фінансів і права  
у м. Бельсько-Бяла (Польща)

Блюмська-Данько К.В., к.е.н., доцент,  
Університет Париж-Сакле (Франція)

Ваврек Р., PhD, Технічний університет  
Ліберець (Чеська Республіка),  
Пряшівський університет (Словацька Республіка)

Голишева Є.О., к.е.н., доцент, Сумський  
національний аграрний університет (Україна)

Заболотний С., PhD, Варшавський  
університет природничих наук (Польща)

Ілляшенко Н.С., к.е.н., доцент,  
НТУ «Харківський політехнічний інститут»  
(Україна)

Коблянська І.І., к.е.н., доцент, Сумський  
національний аграрний університет (Україна)

Красноруцький О.О., д.е.н., професор,  
Харківський національний технічний  
університет сільського господарства  
ім. Петра Василенка (Україна)

Крачунов Х., д-р, професор,  
Технічний університет Варни (Болгарія)

Лищенко М.О., д.е.н., професор, Сумський  
національний аграрний університет (Україна)

Макаренко Н.О., д.е.н., професор, Сумський  
національний аграрний університет (Україна)

Медвідь В.Ю., д.е.н., професор, Сумський  
національний аграрний університет (Україна)

Мінта С., PhD, Інститут економічних наук,  
Вроцлавський природничий університет  
(Польща)

Монастирський Г.Л., д.е.н., професор,  
Тернопільський національний  
економічний університет (Україна)

Ніфатова О.М., д.е.н., професор,  
Університет Барселони (Іспанія)

Пасько О.В., к.е.н., доцент, Сумський  
національний аграрний університет (Україна)

Петрушенко Ю.М., д.е.н., професор,  
Сумський державний університет (Україна)

Плотницька С.І., д.е.н., доцент, Харківський  
національний університет міського  
господарства імені О.М. Бекетова (Україна)

Славкова О.П., д.е.н., професор, Сумський  
національний аграрний університет (Україна)

Сохань І.В., д.е.н., професор, Сумський  
національний аграрний університет (Україна)

Стоянець Н.В., д.е.н., професор, Сумський  
національний аграрний університет (Україна)

Хованцова Я., PhD, Пряшівський університет  
(Словацька Республіка)

Шевченко Т.І., к.е.н., доцент, Університет  
Париж-Сакле (Франція)

Шлаудер Р., д.е.н., професор, Університет  
прикладних наук Вайєнштефан-Тріздорф  
(Німеччина)

# ВІСНИК СУМСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО АГРАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ  
Виходить 4 рази на рік

Серія «Економіка і менеджмент»  
Випуск 1 (93), 2023

## ЗМІСТ

### УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА

Михайлов С.В., Савіна Н.Б.  
ОНЛАЙН ГЕМБЛІНГ В СИСТЕМІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ..... 3

### ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Михайлова Є.В.  
ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ  
В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЕКСТЕРНАЛІЙ..... 8

### УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ

Wenxi Zhang, Inna Lozynska  
TEN-YEAR REVIEW ON THE EFFECT AND PROSPECT  
OF POSTGRADUATE EDUCATION REFORM IN ONE CHINESE UNIVERSITY..... 12

Цвілий С.М., Жилко О.В., Зайцева В.М.  
ПІДГОТОВКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ ТУРИЗМОЗНАВЦІВ  
ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ..... 17

Колодяжна В.О.  
МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ  
КРАФТОВОЇ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ..... 22

Блюмська-Данько К.В., Зайченко М.А.  
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ПАРАМЕТРИ ФУНКЦІОНУВАННЯ  
РИНКУ ЗЕРНА В УКРАЇНІ..... 28

Данько Ю.І., Ладика Н.М.  
СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА  
В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ..... 34

Svitlana Lukash, Oleh Pasko, Inna Sokhan  
MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF FAMILY FARMS  
IN THE CONTEXT OF ECONOMIC TRANSFORMATION: ASSESSMENT  
OF THEIR ROLE AND MEASURES TO SUPPORT THEIR SUSTAINABLE DEVELOPMENT.... 40

Стоянець Н.В., Ткаченко В.В.  
КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА ПРИБУТКОВІСТЬ КОМПАНІЙ:  
КОНЦЕПЦІЯ МОДЕРУВАЛЬНОЇ ФУНКЦІЇ РЕПУТАЦІЇ ФІРМИ ТА ДОСТУПУ ДО КАПІТАЛУ... 46



Видавничий дім  
«Гельветика»  
2023

Науковий журнал  
«Вісник Сумського національного  
аграрного університету.  
Серія: Економіка і менеджмент»  
внесений до переліку наукових  
фахових видань України  
(категорії «Б») у галузі економічних  
наук (051 «Економіка», 072 «Фінанси,  
банківська справа та страхування»,  
073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг»,  
076 «Підприємництво, торгівля та  
біржова діяльність»)  
на підставі Наказу Міністерства  
освіти і науки України № 1188  
від 24.09.2020 (додаток 5)

# **BULLETIN OF SUMY NATIONAL AGRARIAN UNIVERSITY**

SCIENTIFIC JOURNAL

Published 4 times a year

Series «Economics and Management»

Issue 1 (93), 2023

Науковий журнал «Вісник  
Сумського національного аграрного  
університету» індексується в  
Міжнародних наукометричних базах  
Google Scholar, Index Copernicus,  
Crossref, OUCI, ResearchBib,  
Vernadsky National Library of Ukraine

Матеріали журналу знаходяться  
у вільному доступі на сайті  
<https://snaujournal.com.ua>

Усі статті проходять процедуру  
таємного рецензування. До  
публікації в журналі не допускаються  
матеріали, якщо є достатньо підстав  
вважати, що вони є плагіатом.  
Відповідальність за точність  
наведених даних і цитат  
покладається на авторів.  
Матеріали друкуються українською  
та англійською мовами.  
У разі цитування посилання на  
«Вісник Сумського національного  
аграрного університету» обов'язкове

Друкується згідно з рішенням  
вченої ради  
Сумського національного  
аграрного університету  
(протокол від 27.02.2023 р. № 12)

Видавництво і друкарня –  
Видавничий дім «Гельветика»  
65101, Україна, м. Одеса,  
вул. Інглєзі, 6/1  
Телефони: +38 (095) 934-48-28  
+38 (097) 723-06-08  
E-mail: mailbox@helvetica.ua  
Свідоцтво суб'єкта видавничої  
справи ДК № 7623 від 22.06.2022 р.

Тираж 100 пр.  
Зам. 0323/166

© Сумський національний  
аграрний університет, 2023

## **CONTENTS**

### **ECONOMIC MANAGEMENT: THEORY AND PRACTICE**

**Stanislav Mykhailov, Nataliia Savina**  
ONLINE GAMBLING IN THE SYSTEM OF THE NATIONAL ECONOMY..... 3

### **ECONOMICS OF THE ENTERPRISE**

**Yelyzaveta Mykhailova**  
FORMATION OF THE ANTI-CRISIS MANAGEMENT STRATEGY  
DURING INFORMATION EXTERNALITIES..... 8

### **COMPETITIVENESS MANAGEMENT**

**Wenxi Zhang, Inna Lozynska**  
TEN-YEAR REVIEW ON THE EFFECT AND PROSPECT  
OF POSTGRADUATE EDUCATION REFORM IN ONE CHINESE UNIVERSITY..... 12

**Sergiy Tsviliy, Olena Zhilko, Valentina Zaitseva**  
TRAINING OF COMPETITIVE TOURISM EXPERTS  
FOR THE DOMESTIC TOURISM INDUSTRY..... 17

**Viktoriia Kolodiazhna**  
MARKETING ANALYSIS OF THE MARKET  
OF CRAFT AGRICULTURAL PRODUCTS..... 22

**Kseniia Bliumska-Danko, Maksym Zaidenko**  
ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC PARAMETERS  
OF THE GRAIN MARKET IN UKRAINE..... 28

**Yuriy Danko, Nataliia Ladyka**  
MODERN ASPECTS OF DEVELOPMENT OF SMALL INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP  
IN THE AGRARIAN SECTOR OF ECONOMY..... 34

**Svitlana Lukash, Oleh Pasko, Inna Sokhan**  
MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF FAMILY FARMS  
IN THE CONTEXT OF ECONOMIC TRANSFORMATION: ASSESSMENT  
OF THEIR ROLE AND MEASURES TO SUPPORT THEIR SUSTAINABLE DEVELOPMENT.... 40

**Natalia Stoyanets, Viktoriia Tkachenko**  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND PROFITABILITY OF COMPANIES:  
THE MODERATING ROLE CONCEPT OF COMPANY REPUTATION  
AND ACCESS TO CAPITAL..... 46

# УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА

УДК 330. 37.07  
JEL D12, F19, H22, L 83

## ОНЛАЙН ГЕМБЛІНГ В СИСТЕМІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

**Михайлов Станіслав Вікторович**

здобувач

Національний університет водного господарства  
та природокористування (м. Рівне, Україна)

ORCID: 0000-0003-4120-4686

s.v.mykhailov@nuwm.edu.ua

**Савіна Наталія Борисівна**

д.е.н., професор

Національний університет водного господарства  
та природокористування (м. Рівне, Україна)

ORCID: 0000-0001-8339-1219

n.b.savina@nuwm.edu.ua

*У статті розглядається онлайн гемблінг в системі національної економіки, на прикладі європейських країн, США та України. Оскільки, багато країн світу легалізувало азартні ігри насамперед тому, що бачать у них інструмент економічного зростання, індустрія азартних ігор набула швидких темпів розвитку за останні два десятиліття, що пов'язано на самперед із технологічним стрибком в платіжних системах та програмному забезпеченні. Країни, що легалізували онлайн ігри, можна умовно класифікувати на три групи: 1) країни, які пропонують операторам недороге ліцензування з низькими податковими ставками та незначним контролем з боку регуляторів або без нього; 2) країни із Європейської юрисдикції, які також регулюють онлайн-ігри для економічного розвитку, але мають більше правил порівняно з першою групою; 3) розвинені країни із складною регуляторною політикою. Оскільки гральний бізнес характеризується надприбутковістю, відсутністю виробництва та послуг, для оподаткування цієї сфери послуговуються спеціальними видами податкового регулювання: 1) податок з обороту ставок (утримується з усієї суми коштів від зроблених ставок незважаючи на суму виграшів); 2) податок з валового прибутку (основою оподаткування є різниця між коштами, вирученими від зроблених ставок, та сумою виграшів, які повертаються гравцям). Пандемія COVID-19 позитивно вплинула на ринок, оскільки під час карантину споживачі більше зверталися до онлайн-платформи, щоб подолати фінансові, психологічні та соціальні кризи. Завдяки карантинним заходам і культурі роботи вдома це була одна з галузей, які процвітали під час пандемії. У результаті традиційні азартні гравці перемістили свою увагу на азартні ігри в Інтернеті, що знову підіграло ринковий попит. Незважаючи на те, що ринок мобільних азартних ігор у деяких країнах обмежений, найближчими роками очікується їх значне зростання. Хоча лібералізація залів ігрових автоматів та онлайн-гемблінгу позитивно впливає на збільшення частки доходів від азартних ігор у ВВП країни, ця індекс зростання буде більшим в тих країнах, де азартні ігри орієнтовані на місцевих споживачів.*

**Ключові слова:** азартні ігри, онлайн гемблінг, оподаткування, ВВП, регуляторна політика.

DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.1.1>

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** За останні два десятиліття гемблінг індустрія набула швидких темпів розвитку. Так, наприклад, до 1980-х років азартні ігри були легалізовані лише в Неваді та Атлантик-Сіті, штат Нью-Джерсі, США, але з того часу майже 30 штатів легалізували гемблінг індустрію.

Багато країн світу легалізувати азартні ігри насамперед тому, що бачать у них інструмент економічного зростання. Згідно з остаточним звітом Національної комісії з вивчення впливу азартних ігор [1], тільки протягом 2000 року було надходження від азартних ігор в США склали більше 370 мільярдів доларів і це складає приблизно 1300 доларів на людину. Майже 93% річних ставок повертаються гравцям у вигляді виграшів, залишаючи казино 26 мільярдів доларів річного скоригованого доходу. Найбільшими передбачуваними перевагами є збільшення зайнятості, збільшення податкових надходжень до державних і місцевих органів влади та зростання місцевих роздрібних продажів. Сьогодні в ЄС немає спеціального законодавства про азартні ігри, хоча діють окремі законодавчі акти (директиви) ЄС, що містять визначення терміна «гральні послуги» (gambling services), з якого можна вивести значення поняття «азартна гра». Проте сфера застосування цих визначень обмежується колом правовідносин, на які поширюється дія відповідної директиви [2, с. 13].

Останнім (і найдетальнішим) є визначення в Четвертій директиві 2015/849 про боротьбу з відмиванням коштів: гральні послуги – це «послуги, які передбачають унесення, на індивідуальну вимогу отримувача послуг, ставки

з грошовою цінністю в іграх випадку [games of chance], включаючи ті, що містять елемент умінь, як лотереї, ігри казино, ігри в покер та букмекерські угоди, які надаються у певному фізичному місці, будь-якими засобами на відстані, електронними засобами, або за допомогою будь-якої іншої технології, яка спрощує комунікацію» [3].

Проте, якими би не були формулювання, в них обов'язково наявні три сутнісні ознаки азартної гри: 1) внесення ставки, що має грошову цінність (ігри «на інтерес» чи заради розваги не є азартними); 2) виграш повинен визначатися повністю чи переважно випадковістю, але не здібностями чи вміннями гравця; 3) у випадку виграшу гравець отримує матеріальний приз.

Суттєвою ознакою азартної гри є залежність виграшу, принаймні переважним чином, від збігу чи випадковості, а не від здібностей чи знань гравця. Проте в окремих різновидах азартних ігор його уміння й знання все-таки мають дуже вагоме значення. Тому законодавство окремих країн розрізняє *ігри випадку* (англ. game of chance) та *ігри вмінь* (англ. game of skill). До останніх належать букмекерство й окремі різновиди карткових ігор (наприклад, покер). Ця відмінність має юридичні наслідки, які інколи принципово важливі [2, с. 13].

#### **Аналіз останніх досліджень та публікацій.**

У дослідженні взаємозв'язку гемблінг індустрії та ВВП краї, проведеного Середземноморським університетом (Чорногорія) та Школою передових соціальних досліджень (Словенія), зазначається, що епоха азартних ігор в Інтернеті почалася в 1994 році, коли уряд Антигуа прийняв закон, який легалізував онлайн-казино на його території, а завдяки ігровому програмному забезпеченню та безпечним платіжним системам світовий ринок гемблінгу у 2016 році сягнув 463 мільярдів доларів США і займає 12 позицію серед світових ринків [4]. Світовий індекс зростання індустрії азартних ігор з 2001 року (220 мільярдів доларів США) до 2016 року (450 мільярдів доларів США) становить 2,05 [5].

Перше зареєстроване онлайн-казино, яке приймало ставки, було засновано в Антигуа в 1996 році. Онлайн-азартні ігри набули експоненціальної популярності завдяки вибуху доступу до Інтернету за останні два десятиліття. Приблизно 85 країн обрали легалізацію онлайн-ігор станом на 2011 рік [6], а в 2017 році це число фактично становить близько 90. Stewart & Gray розділили ці країни на три групи зі схожими характеристиками якостями політики. Перша група складається з невеликих юрисдикцій у Західній півкулі, які пропонують операторам недороге ліцензування з низькими податковими ставками та незначним контролем з боку регуляторів або без нього; вони розглядають азартні ігри онлайн виключно як засіб економічного розвитку. Друга група складається з невеликих юрисдикцій у Європі, які також регулюють онлайн-ігри для економічного розвитку, але мають більше правил порівняно з першою групою. Остання група складається з більших, розвинених країн (таких як Велика Британія). Ті, хто потрапляє в третю категорію, стикаються з проблемою захоплення їхніх ринків веб-сайтами, що походять з юрисдикції перших двох груп [7].

За даними медіа-аналітиків Technavio та аналітиків у галузі розваг, п'ять найпоширеніших тенденцій, що розвивають глобальний ринок онлайн-гемблінгу: 1) збільшення кількості гравців-жінок азартних ігор онлайн, 2) розповсюдження кредитних і дебетових карток, 3) зміна звичок споживачів до азартних ігор, 4) використання альтернативних варіантів готівки, 5) зміна маркетингових стратегій [8]. Себастьян Сінклер, консультант компанії Christiansen/Cummings Associates, Inc., підрахував, що у 1997–1998 роках азартні ігри в Інтернеті зросли більш ніж удвічі, кількість гравців зросла з 6,9 мільйонів до 14,5 мільйонів, а доходи – з 300 мільйонів доларів до 651 мільйона доларів [1].

**Формування цілей статті.** Метою пропонованого дослідження є аналіз онлайн гемблінгу в системі національної економіки на прикладі країн ЄС та США, а також України в останні роки. За останні 20 років азартні ігри онлайн стали одним із секторів, що швидко розвиваються. Щодня мільйони людей грають на різних платформах. Як наслідок, дохід, отриманий від цих веб-сайтів, є величезним, що збільшує вартість глобального ринку азартних ігор. Азартні ігри в Інтернеті, також відомі як електронні азартні ігри, користуються величезним попитом через зростання кількості додатків для мобільних азартних ігор. Онлайн азартні ігри змінили ландшафт галузі завдяки зростанню кількості існуючих і нових гравців, які переходять на онлайн-платформи. Легкість доступу, зручність і корпоративне спонсорство – це лише деякі з факторів, які перемістили фокус гравців з офлайн-ігор на онлайн.

Пандемія COVID-19 позитивно вплинула на ринок, оскільки під час карантину споживачі більше зверталися до онлайн-платформи, щоб подолати фінансові, психологічні та соціальні кризи. Завдяки карантинним заходам і культурі роботи вдома це була одна з галузей, які процвітали під час пандемії COVID-19. Крім того, на роботу наземних казино вплинули правила карантину та соціального дистанціювання. У результаті традиційні азартні гравці перемістили свою увагу на азартні ігри в Інтернеті, що знову підіграло ринковий попит у період COVID-19. Окрім того, азартні ігри в мобільних додатках стають все більш популярними в усьому світі. Незважаючи на те, що ринок мобільних азартних ігор у деяких країнах обмежений, найближчими роками очікується їх значне зростання. Згідно з регуляторними органами азартних ігор, у мобільні азартні ігри найбільше грають молоді люди, які більш схильні до залежності. Впровадження таких варіантів оплати, як Apple Pay, Pay by Phone та інших, дуже вплинуло на загальну ситуацію, адже час сплати депозиту значно знизився. Як зазначається в аналітиці Acumen Research and Consulting [9] очікується, що індекс росту ринку онлайн гемблінгу до 2030 року сягатиме 10,2%.

**Методи дослідження.** Для досягнення поставлених цілей дослідження використовувались такі методи: теоретичний аналіз (переосмислення останніх публікацій та досліджень), компонентний аналіз (встановлення зв'язку між гемблінгом та національною економікою), функціональний аналіз (системний аналіз грального бізнесу, орі-



ентований на виокремлення його місця в системі національної економіки).

**Результати дослідження.** Якщо розглядати США як приклад, то ринок азартних ігор становить 0,45% ВВП, що трохи менше середньосвітового показника (0,56%). Дохід від казино може бути використаний для підтримки економічної діяльності, такої як будівництво шкіл і лікарень. Індустрія казино має потенціал для створення багатьох робочих місць, враховуючи необхідну кількість людей [10]. Ринок азартних ігор в Австрії у період з 2001 по 2016 рік постійно зростав (індекс 1,3), і це зростання продовжилось в значній мірі в 2016 році. Найбільший приріст показали букмекерські компанії та онлайн-казино. Середня частка азартних ігор у ВВП (у період 2001 – 2016 рр.) становить 0,45%, а дивлячись на індекс зростання (база у 2001 р.) у 2017 р. реалізується коефіцієнт 0,82. Часка букмекерських ставок зросла на 9,9% у 2016 році, досягнувши 17,9 мільйонів євро. У Хорватії лише у 2007 році було надано перші концесії на організацію азартних ігор в автоматизованих клубах, а до кінця 2014 року Міністерство фінансів і уряд дозволили 29 нових концесій. За статистичними даними, станом на кінець 2016 року існує 2500 букмекерських контор, 15 казино в 12 містах, 219 залів із гральними автоматами і щонайменше 5 онлайн-казино. У 2015 році було відкрито перше легальне онлайн-казино. Середня частка азартних ігор у ВВП Хорватії становить 0,623%. При тому, що кількість гральних компаній залишається незмінною, кількість співробітників зросла в 3 рази.

У 2006 році почалася поступова лібералізація італійського ринку онлайн-гемблінгу після чого Італія стала першою державою-членом ЄС, яка легалізувала, ліцензувала та регулювала азартні ігри в Інтернеті комплексним чином. З 2000 року в Італії не було інвестицій у нові чи існуючі казино, але була створена нова мережа ігрових салонів із відеолотерейними терміналами (VLT). Середня частка азартних ігор у ВВП Італії (за період 2001–2016 рр.) становить 3,37%, тобто за індексом зростання (база 2001 р.) у 2017 р. реалізовано коефіцієнт 5,08.

У Словенії з 2001 по 2016 рр. спостерігається низьке зростання (індекс 1,09). Середня частка азартних ігор у ВВП становить 1,04%, тобто за індексом зростання (база 2001 р.) у 2017 р. реалізовано коефіцієнт 0,64. Кількість гральних компаній і кількість працівників залишається на тому ж рівні, що й десять років тому. Казино

та ігрові клуби у великих туристичних і прикордонних районах більше орієнтовані на туристів/іноземців (Італія), а лотереї та онлайн-ігри більше орієнтовані на місцевих жителів.

Таким чином, найбільша часка у ВВП від індустрії азартних ігор в Італії і становить 5,7%. Причиною цього є лібералізація залів ігрових автоматів та онлайн-гемблінгу. Онлайн-азартні ігри представлені на світовому ринку багатьма способами, які вже витіснили першість у фізичних казино. Більшість людей сьогодні віддають перевагу комфорту робити ставки з дому, і гравці можуть знайти майже всі види азартних ігор від інтернет-казино до онлайн-лотерей. Закономірність зв'язку ВВП та індустрії азартних ігор полягає в тому, що частка зростає в тих країнах, де азартні ігри є місцевими.

У зв'язку з особливостями грального бізнесу (надприбутковість; гральний бізнес не виробляє продукту, не надає послуг, він пов'язаний виключно з отриманням доходу у вигляді виграшу або плати за проведення азартних ігор чи парі) у порівнянні з іншими видами підприємницької діяльності у країнах Європейського союзу найчастіше користуються спеціальним видом податкового регулювання цієї галузі, застосовуючи так званий ігровий податок – один із двох його видів: **1. Податок з обороту ставок** (turnover tax) – утримується з усієї суми коштів від зроблених ставок незважаючи на суму вигравів. Найпоширеніший діапазон ставок в країнах ЄС – 4–10%. **2. Податок з валового прибутку** (Gross Gambling Revenue – GGR) – базою оподаткування є різниця між коштами, вирученими від зроблених ставок, та сумою вигравів, які повертаються гравцям. Найпоширеніший діапазон ставок в країнах ЄС – 15–30%.

В Україні з моменту фактичного відкриття можливості для отримання ліцензій на гральну діяльність, що відбулося на початку 2021 року, Комісією з регулювання азартних ігор і лотерей (КРАІЛ) було видано понад 40 ліцензій на всі типи ігрової діяльності. Станом на листопад 2021 року, Україна отримала 1,34 млрд грн доходу від продажу ліцензій на гральний бізнес. Це лише 18% від запланованих доходів у 7,4 млрд грн. [11].

Попри суттєве недоотримання доходів за ліцензії у цьому році, на розгляді парламенту знаходиться оновлений законопроект, спрямований на зниження податкового навантаження на гральний бізнес. Планується, що новий законопроект збалансує податки та ліцензійні платежі, тому проект передбачає такі поняття, як

**Таблиця 1 – Доходи від продажу ліцензій на азартні ігри в Україні за 2021 рік**

№ з/п	Тип послуги	Надходження в бюджет України, млн., грн.	Відсоток у загальному доході від продажу ліцензій на азартні ігри
1.	Казино	360	26.8%
2.	Інтернет-казино	304	22.7%
3.	Зали ігрових автоматів	135	10.1%
4.	Букмекерська діяльність	108	8.1%
5.	Покер в інтернеті	18	1.3%
6.	Ліцензія на гральний автомат	309	23.0%
7.	Ліцензія на гральний стіл	46	3.4%
8.	Ліцензія на гральний стіл з кільцем рулетки	34	2.5%
9.	Послуги у сфері азартних ігор	27	2.0%

неоподаткований мінімум, зниження вартості ліцензій та зниження податків для гравців. Тому очікується збільшення кількості операторів на ринку, скорочення частки нелегального бізнесу та додатковий розвиток туризму.

**Висновки.** Отже, індустрія азартних ігор набула швидких темпів розвитку за останні два десятиліття, що пов'язано на самперед із технологічним стрибком в платіжних системах та програмному забезпеченні. З моменту легалізації онлайн казино, індекс зростання індустрії стабільно рухався угору. Сьогодні азартні онлайн-ігри є сектором, що розвивається найшвидше, і на нього припадає 11% від 385 мільярдів доларів прибутку від азартних ігор.

Країни, що легалізували онлайн ігри, можна умовно класифікувати на три групи: 1) країни, які пропонують операторам недороге ліцензування з низькими податковими ставками та незначним контролем з боку регуляторів або без нього; 2) країни із Європейської юрисдикції, які також регулюють онлайн-ігри для економічного розвитку, але мають більше правил порівняно з першою групою; 3) розвинені країни із складною регуляторною політикою. Країни, що потрапляють до третьої групи, сти-

каються з проблемою захоплення їхніх ринків веб-сайтами, що походять з юрисдикції перших двох груп.

Оскільки гральний бізнес характеризується надприбутковістю, відсутністю виробництва та послуг, для оподаткування цієї сфери послугуються спеціальними видами податкового регулювання: 1) податок з обороту ставок (утримується з усієї суми коштів від зроблених ставок незважаючи на суму виграшів); 2) податок з валового прибутку (основою оподаткування є різниця між коштами, вирученими від зроблених ставок, та сумою виграшів, які повертаються гравцям).

Сьогодні на розгляді парламенту України знаходиться оновлений законопроект, спрямований на зниження податкового навантаження на гральний бізнес, та який збалансує податки та ліцензійні платежі, тому проект передбачає такі поняття, як неоподаткований мінімум, зниження вартості ліцензій та зниження податків для гравців

Хоча лібералізація залів ігрових автоматів та онлайн-гемблінгу позитивно впливає на збільшення частки доходів від азартних ігор у ВВП країни, ця індекс зростання буде більшим в тих країнах, де азартні ігри орієнтовані на місцевих споживачів.

#### Список використаної літератури:

1. Up-to-date Reports with Casino and Gambling Studies. URL: <https://casino-gambling-reports.com/> (дата звернення: 17.01.2023).
2. Сергієнко І. В. Правове регулювання грального бізнесу: європейський досвід, практика в пострадянських країнах, перспективи України. Київ : Юридична компанія «Фомін, Сергієнко та партнери», 2015. 136 с.
3. Directive (EU) 2015/849 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2015 on the prevention of the use of the financial system for the purposes of money laundering or terrorist financing, amending Regulation (EU) № 648/2012 of the European Parliament and of the Council, and repealing Directive 2005/60/EC of the European Parliament and of the Council and Commission Directive 2006/70/EC. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32015L0849> (дата звернення: 17.01.2023).
4. Raspor, Andrej & Bulatovic, Iva & Stranjančević, Ana & Lacmanovic, Darko. How Important is Gambling in National GDP: Case Study from Austria, Croatia, Italy and Slovenia. *ECONOMICS*. 7. 2019. P. 31-49.
5. The world's biggest gamblers. 2017. URL: <https://www.economist.com/blogs/graphicdetail/2017/02/daily-chart-4> (дата звернення: 17.01.2023).
6. Report on Internet Gaming and Sports Betting. *The Mississippi Legislature, House Gaming Committee*. 2014. URL: <http://msgaming.org/wp-content/uploads/2015/05/MGHA-Report-on-Internet-Gaming-and-Sports-Betting.pdf> (дата звернення: 17.01.2023).
7. Stewart David O, Ropes & Gray, LLP Online Gambling Five Years After UIGEA. American Gaming Association White Paper. 2011. URL: <https://silo.tips/download/online-gambling-five-years-after-uigea> (дата звернення: 17.01.2023).
8. Maida, J. Top 5 Trends Impacting the Global Online Gambling Market Through 2020: Technavio. URL: <http://www.businesswire.com/news/home/20160921005570/en/Top-5-Trends-Impacting-Global-Online-Gambling> (дата звернення: 17.01.2023).
9. Exclusive Report by Acumen Research and Consulting. 2022. URL: <https://www.acumenresearchandconsulting.com/online-gaming-market> (дата звернення: 17.01.2023).
10. Wood, L. Global Casino Gaming Market 2017-2021: Increase in the Popularity of Gambling Apps and Social. 2017. URL: <http://www.prnewswire.com/news-releases/global-casino-gaming-market-2017-2021-increase-in-the-popularity-of-gambling-apps-and-social-gambling---research-and-markets-300387138.html> (дата звернення: 17.01.2023).
11. Із запланованих 7,4 млрд грн від грального бізнесу до бюджету надійшло лише 1,34 млрд грн. 2021. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/gambling-2021> (дата звернення: 17.01.2023).

#### References:

1. Up-to-date Reports with Casino and Gambling Studies. Available at: <https://casino-gambling-reports.com/> (accessed 17.01.2023).
2. Serhiienko I. V. (2015) Pravove rehulivannia hralnoho biznesu: yevropeyskyi dosvid, praktyka v postradianskykh krainakh, perspektyvy Ukrainy [Legal regulation of gambling business: European experience, practice in post-Soviet countries, prospects of Ukraine]. Kyiv: Yurydychna kompaniia «Fomin, Serhiienko ta partnerny». 136 p.
3. Directive (EU) 2015/849 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2015 on the prevention of the use of the financial system for the purposes of money laundering or terrorist financing, amending Regulation (EU)

No 648/2012 of the European Parliament and of the Council, and repealing Directive 2005/60/EC of the European Parliament and of the Council and Commission Directive 2006/70/EC. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32015L0849> (accessed 17.01.2023).

4. Raspor, Andrej & Bulatovic, Iva & Stranjančević, Ana & Lacmanovic, Darko. (2019). How Important is Gambling in National GDP: Case Study from Austria, Croatia, Italy and Slovenia. *ECONOMICS*. 7. 31-49.

5. The world's biggest gamblers. (2017). Available at: <https://www.economist.com/blogs/graphicdetail/2017/02/daily-chart-4> (accessed 17.01.2023).

6. Report on Internet Gaming and Sports Betting (2014). The Mississippi Legislature, House Gaming Committee. Available at: <http://msgaming.org/wp-content/uploads/2015/05/MGHA-Report-on-Internet-Gaming-and-Sports-Betting.pdf> (accessed 17.01.2023).

7. Stewart David O, Ropes & Gray, LLP (2011) Online Gambling Five Years After UIGEA. AMERICAN GAMING ASSOCIATION WHITE PAPER. Available at: <https://silo.tips/download/online-gambling-five-years-after-uigea> (accessed 17.01.2023).

8. Maida, J. (2016). Top 5 Trends Impacting the Global Online Gambling Market Through 2020: Technavio. Available at: <http://www.businesswire.com/news/home/20160921005570/en/Top-5-Trends-Impacting-Global-Online-Gambling> (accessed 17.01.2023)

9. Exclusive Report by Acumen Research and Consulting (2022). Available at: <https://www.acumenresearchandconsulting.com/online-gaming-market> (accessed 17.01.2023).

10. Wood, L. (2017). Global Casino Gaming Market 2017–2021: Increase in the Popularity of Gambling Apps and Social. Available at: <http://www.prnewswire.com/news-releases/global-casino-gaming-market-2017-2021-increase-in-the-popularity-of-gambling-apps-and-social-gambling---research-and-markets-300387138.html> (accessed 17.01.2023).

11. Iz zaplanovanykh 7,4 mlrd hrn vid hralnogo biznesu do biudzhetu nadiishlo lyshe 1,34 mlrd hrn [Of the planned 7.4 billion hryvnias from the gambling business, only 1.34 billion hryvnias came to the budget] (2021). Available at: <https://opendatabot.ua/analytics/gambling-2021> (accessed 17.01.2023).

**Stanislav Mykhailov**, Postgraduate Student, National University of Water and Environmental Engineering (Rivne, Ukraine)

**Nataliia Savina**, Doctor of Economics, Professor, National University of Water and Environmental Engineering (Rivne, Ukraine)

#### **ONLINE GAMBLING IN THE SYSTEM OF THE NATIONAL ECONOMY**

The article is devoted to online gambling in the system of the national economy, using the example of European countries, USA and Ukraine. Taking into account, that many countries around the world have legalized gambling primarily because they see it as a tool for economic growth, the gambling industry has grown rapidly over the past two decades. And this growth is overviewed due to technological leaps in payment systems and software. Countries that have legalized online gaming can be classified into three groups: 1) countries that offer operators low-cost licensing with low tax rates and little or no regulatory oversight; 2) countries from the European jurisdiction, which also regulate online games for economic development, but have more rules compared to the first group; 3) developed countries with complex regulatory policies. Furthermore the gambling business is characterized by high profitability, lack of production and services, special types of tax regulation are used to tax this area: 1) tax on the turnover of bets (deducted from the entire amount of funds from bets made, regardless of the amount of winnings); 2) tax on gross profit (the basis of taxation is the difference between the funds received from the bets made and the amount of winnings returned to the players). The COVID-19 pandemic had a positive impact on the market because consumers have increasingly turned to online platforms to overcome financial, psychological and social crises during the quarantine. Thanks to quarantine measures and a work-from-home culture, it was one of the industries that thrived during the pandemic. As a result, traditional gamblers shifted their focus to online gambling, increasing market demand once again. Although the mobile gambling market is limited in some countries, it is expected to grow significantly in the coming years. Although the liberalization of online gambling has a positive effect on increasing the share of gambling revenues in the country's GDP, this growth index will be greater in those countries where gambling is targeted at local consumers.

**Keywords:** gambling, online gambling, taxation, GDP, regulatory policy.

Дата надходження до редакції: 12.01.2023 р.

## ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЕКСТЕРНАЛІЙ

Михайлова Єлизавета Вікторівна

кандидат філологічних наук

Національний університет водного господарства

та природокористування (м. Рівне, Україна)

ORCID: 0000-0002-1539-1548

e.v.mikhailova@nuwm.edu.ua

*У статті розглядаються механізми формування стратегії антикризового управління в умовах інформаційних екстерналій. Наслідки зовнішніх та внутрішніх інформаційних впливів призводять до руйнування системи функціонування, що, в свою чергу, вимагає удосконалення механізмів антикризового управління. Зважаючи на те, що інформаційні екстерналії мають інтелектуальну природу, збільшується кількість сфер, в яких буде спостерігатись інформаційна та соціальна та економічна криза, спричинена перевищенням необхідної швидкості прийняття рішень над гранично можливою швидкістю реакції людини. Інформаційні екстерналії реалізуються в інформаційному полі, що є соціальним або географічним простором, у межах якого відбуваються типові комунікаційні процеси, а обмін інформацією відбувається засобами масової інформації, ЗМІ виступають основним інструментом формування людської думки. Оскільки окрім зовнішніх впливів, будь-які гострі суперечки, що виникають всередині організації, так чи інакше пов'язані із її фінансово-господарською діяльністю, антикризове управління спрямоване на усунення та недопущення прогалін в системі розподілу ресурсів та оптимізацію господарської діяльності. Залежно від трактування поняття антикризове управління, визначається й мета, що реалізовується внаслідок такого типу управління. Стратегію антикризового управління можливо реалізувати лише наслідуючи наступні принципи: рання діагностика; терміновість реагування; адекватність реагування; повна реалізація внутрішніх можливостей. Варто зазначити, що незалежно від типу та методів антикризового управління, його впровадження відбувається у рамках чотирьох блоків: 1) діагностика кризи; 2) методологія антикризового управління; 3) прогнозування кризи; 4) соціально-економічні аспекти. Окремим аспектом антикризового управління є державне управління, яке реалізується у створенні такої системи взаємодії держави і ринкової економіки, що забезпечує подолання макро- і мікроекономічних криз, яке впроваджується за допомогою нормативно-законодавчого регулювання, фінансового регулювання, промислової політики та перерозподілу доходів.*

**Ключові слова:** інформаційні екстерналії, економічна криза, інформаційні впливи, антикризове управління, стратегії управління.

DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.1.2>

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** На сучасному етапі, а особливо в інформаційному суспільстві, виникають проблемні кризові процеси та явища, які пов'язані із рухом інформації як в цілому в економічній системі країни, так і в окремій економічній сфері. Наслідки зовнішніх та внутрішніх інформаційних впливів призводять до руйнування системи функціонування, що, в свою чергу, вимагає удосконалення механізмів антикризового управління.

Кризи в організації із будь-якої сфери, в умовах інформаційних екстерналій можуть проявлятися як системно так і раптово, у формі посилення конфліктів, що може призвести до розпаду. Моральне старіння технологій, що використовуються та втрата конкурентних переваг, значний відтік ресурсів також є сигналами наростаючої кризи. Оскільки окрім зовнішніх впливів, будь-які гострі суперечки, що виникають всередині організації, так чи інакше пов'язані із її фінансово-господарською діяльністю, антикризове управління спрямоване на усунення та

недопущення прогалін в системі розподілу ресурсів та оптимізацію господарської діяльності.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Загалом, як зарубіжні, так і вітчизняні науковці (А. А. Богданов, В. О. Василенко, А. С. Гальчинський, Е. Дюркгайм, Д. Т. Жовтун, А. Б. Зверинцев, В. С. Капустін, С. В. Михайлов, В. Л. Романов, Г. Спенсер, Г. Ханов, М. І. Пірен, Г. Г. Почепцов, А. Д. Чернявський) розглядають антикризове управління як макроекономічну проблему та значну увагу у їх дослідженнях приділяється антикризовому управлінню підприємствами державної та приватної форм власності.

Саме поняття антикризового управління дуже широке, не зважаючи на те, що сам термін виник не так давно, воно включає й глобальні проблеми сьогодення, і періодично виникаючі поточні проблеми, спричинені порушеннями стратегії і тактики тощо [1]. Поняття антикризового управління досить неоднорідне та багатозначне, оскільки з одного боку під ним розуміється



управління підприємством в умовах загальної кризи економіки, з іншого – управління підприємством, що потрапило в кризову ситуацію внаслідок незадовільного менеджменту, також розуміється управління підприємством на порозі банкрутства, або ж у період банкрутства. Різне трактування одного поняття призводить до теоретичної невизначеності та необґрунтованості практичних рекомендацій з розроблення антикризового управління та його реалізації [2].

Успіх антикризового управління пов'язаний з багатьма аспектами здійснення економічної політики. При аналізі ситуації, в якій опинилася країна, важливо своєчасно розпізнати настання кризового явища, визначити відповідні симптоми та можливі масштаби, гостроту наслідків. Також необхідно враховувати стадію (фазу) явища, сферу дії та глибинні причини [3, с. 275].

**Формування цілей статті.** Метою пропонованого дослідження є аналіз формування стратегій антикризового управління в умовах інформаційних екстремалій. Зважаючи на те, що інформаційні екстремалії мають інтелектуальну природу, збільшується кількість сфер, в яких буде спостерігатись інформаційна та соціальна та економічна криза, спричинена перевищенням необхідної швидкості прийняття рішень над гранично можливою швидкістю реакції людини. Інформаційні екстремалії впливають на ефективність діяльності підприємства, зниження якої виражається певними індикаторами, що передують кризі: падіння попиту та зниження купівельної спроможності населення; скорочення пропозиції сировинних і матеріальних ресурсів; стагнація їх науково-технічного та економічного потенціалу; зниження конкурентного статусу підприємства; несприятливі зміни діяльності державних і владних структур; нестабільність зовнішньої політики іноземних держав-партнерів по бізнесу; погіршення технічних ресурсів; ослаблення кадрового потенціалу. В таких умовах впроваджується антикризове управління, яке визначається як упереджувальні механізми; інноваційний вихід із кризи; відновлення платоспроможності; або ж виробничі відносини на підприємстві під час його оздоровлення чи ліквідації.

**Методи дослідження.** Для досягнення поставлених цілей дослідження використовувались такі методи: теоретичний аналіз (переосмислення останніх публікацій та досліджень), структурний аналіз (виокремлення етапів антикризового управління), синтез (формування стратегії антикризового управління).

**Результати дослідження.** Економічний механізм антикризового управління в умовах інформаційних екстремалій складається з наступних основних елементів, що входять в систему кризового менеджменту: діагностика і прогнозування фінансового стану; оцінка бізнесу підприємства і вектора його розвитку; оцінка зовнішнього і внутрішнього маркетингового середовища; розвиток організаційно-виробничого та стратегічного менеджменту; управління кадровим потенціалом; розвиток системи фінансового менеджменту; наявність антикризової інвестиційної політики; реалізація заходів в сфері антикризового бізнес-планування, організаційні заходи щодо ліквідації підприємства.

Формування механізм реалізації стратегії антикризового управління в умовах інформаційних екстремалій на мікрорівні можливо побудувати послідовним виконанням наступних кроків:

**Крок 1.** Формування спеціалізованої групи на основі матричної структури управління, яка складається із персоналу компанії та запрошених спеціалістів, на період потенціальної або реальної кризи.

**Крок 2.** Моніторинг та оцінка доцільності та своєчасності впровадження заходів антикризового менеджменту.

**Крок 3.** Обґрунтування доцільності та своєчасності використання раціональних методів та прийомів антикризового управління та реалізація антикризових рішень.

**Крок 4.** Формування комплексу заходів щодо вирішення конфліктів інтересів зі сторони третіх осіб.

**Крок 5.** Оцінка та аналіз якості впровадження управлінських заходів відповідно до планових та реальних показників в полі антикризового менеджменту.

**Крок 6.** Розробка заходів прогнозування майбутніх кризових ситуацій та формування комплексу превентивних заходів.

Стратегія антикризового управління охоплює всі заплановані, організовані та контрольовані зміни в області існуючої стратегії, виробничих процесів, структури та культури будь-якої соціально-економічної системи, включаючи як приватні, так і державні підприємства. Підприємство повинно постійно стежити за основними факторами навколишнього середовища і робити своєчасні і правильні висновки щодо своїх потреб у змінах. Поштовхом до змін є кризові ситуації. Залежно від того, в якій області вони становлять небезпеку для досягнення цілей підприємства, вибирається відповідна антикризова стратегія.

Особливістю антикризової стратегії є її обмежений за терміном і змістом характер. Для кризових підприємств стратегія розробляється на порівняно короткий період (від одного до трьох років) і має виражені адаптивні характеристики. Вона включає безліч реорганізаційних заходів та організаційно-технологічних новацій. Однією з постійних функцій антикризової стратегії підприємства є оцінка і прогнозування можливості його входження в кризовий стан. Стратегії антикризового управління характеризуються значною різноманітністю. Найбільш важливими з них є наступні: попередження кризи, підготовки до її появи; вичікування зрілості кризи для успішного вирішення проблем її подолання; протидії кризовим явищам, уповільнення процесів; стабілізації ситуацій за допомогою використання резервів, додаткових ресурсів; розрахованого ризику; послідовного виведення з кризи; передбачення і створення умов усунення наслідків кризи. На вибір тієї чи іншої стратегії впливає характер і глибина кризи [4; 5]

**Висновки.** Отже, інформаційні екстремалії впливають на ефективність діяльності підприємства, зниження якої виражається певними індикаторами, що передують кризі: падіння попиту та зниження купівельної спроможності населення; скорочення пропозиції сировинних і матеріальних ресурсів; стагнація їх науково-технічного та економічного потенціалу; зниження конкурентного

статусу підприємства; несприятливі зміни діяльності державних і владних структур; нестабільність зовнішньої політики іноземних держав-партнерів по бізнесу; погіршення технічних ресурсів; ослаблення кадрового потенціалу.

В таких умовах кризових ситуацій впроваджується антикризове управління. До визначення цього поняття існує декілька підходів: 1) упереджувальні механізми; 2) новаторський варіант виходу із кризи; 3) відновлення платоспроможності та фінансової стійкості; 4) виробничі відносини на рівні підприємства. Залежно від трактування поняття, визначається й мета, що реалізується внаслідок такого типу управління: відновлення фінансової рівноваги підприємства; вирівнювання диспропорцій внутрішніх і зовнішніх параметрах підприємства; забезпечення фінансової стабілізації (стійкості) підприємств; забезпечення життєдіяльності підприємства; збереження життєздатності підприємства. Відповідно до мети антикризового управління визначаються

його функції: планування стратегій та програм; організація оптимальної структури; мотивація кадрів; контроль за своєчасними змінами.

Такий тип управління можливо реалізувати лише наслідуючи наступні принципи: рання діагностика; терміновість реагування; адекватність реагування; повна реалізація внутрішніх можливостей.

Варто зазначити, що незалежно від типу та методів антикризового управління, його впровадження відбувається у рамках чотирьох блоків: 1) діагностика кризи; 2) методологія антикризового управління; 3) прогнозування кризи; 4) соціально-економічні аспекти.

Окремим аспектом антикризового управління є державне управління, яке реалізується у створенні такої системи взаємодії держави і ринкової економіки, що забезпечує подолання макро- і мікроекономічних криз, яке впроваджується за допомогою нормативно-законодавчого регулювання, фінансового регулювання, промислової політики та перерозподілу доходів.

#### Список використаної літератури:

1. Газарян С. В. Теоретичні основи антикризового управління в регіоні. *Публічне управління: теорія та практика*. 2013. Вип. 2. С. 56-61. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pubupr\\_2013\\_2\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pubupr_2013_2_11) (дата звернення: 17.01.2023)
2. Гасанов С. С., Штангрет А. М., Котляревський Я. В. Антикризове корпоративне управління: теоретичні та прикладні аспекти. Київ : ДННУ «Акад. фін. Управління», 2012. 301 с.
3. Малий І., Радіонова І., Ємельяненко Л. Антикризове управління національною. Київ : КНЕУ, 2017. 368 с.
4. Taneja, S. L., Pryor, M. G., Sewell, S., & Recuero, A. M. Strategic Crisis Management: A Basis for Renewal and Crisis Prevention. 2014. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Strategic-Crisis-Management%3A-A-Basis-for-Renewal-Taneja-Pryor/09b711d6032fdecc19f7c59a4373115603c03b78> (дата звернення: 17.01.2023).
5. Mills, Roseline, B., Keremah, & Monday, O. Crisis Management And Organisational Agility: A Theoretical Review. 2020. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Crisis-Management-And-Organisational-Agility%3A-A-Mills-Roseline/cf43e9af4f11405ceb653461312ca219a5934882> (дата звернення: 17.01.2023).

#### References:

1. Hazarian S. V. (2013) Teoretychni osnovy antykrizovoho upravlinnia v rehioni [Theoretical foundations of anti-crisis management in the region]. *Publichne upravlinnia: teoriia ta praktyka [Public administration: theory and practice]*. № 2, pp. 56-61. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pubupr\\_2013\\_2\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pubupr_2013_2_11) (accessed 17.01.2023).
2. Hasanov S. S., Shtanhret A. M., Kotliarevskyi Ya. V. (2012) Antykrizove korporativne upravlinnia: teoretychni ta prykladni aspekty [Anti-crisis corporate management: theoretical and applied aspects]. Kyiv: DNNU «Akad. fin. Upravlinnia», 301 p.
3. Malyi I., Radionova I., Yemelienenko L. (2017) Antykrizove upravlinnia natsionalnoiu ekonomikoiu [Anti-crisis management of the national economy]. Kyiv: KNEU, 368 p.
4. Taneja, S. L., Pryor, M. G., Sewell, S., & Recuero, A. M. (2014) Strategic Crisis Management: A Basis for Renewal and Crisis Prevention. Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/Strategic-Crisis-Management%3A-A-Basis-for-Renewal-Taneja-Pryor/09b711d6032fdecc19f7c59a4373115603c03b78> (accessed 17.01.2023).
5. Mills, Roseline, B., Keremah, & Monday, O. (2020) Crisis Management And Organisational Agility: A Theoretical Review. Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/Crisis-Management-And-Organisational-Agility%3A-A-Mills-Roseline/cf43e9af4f11405ceb653461312ca219a5934882> (accessed 17.01.2023).

*Yelyzaveta Mykhailova, PhD, National University of Water and Environmental Engineering (Rivne, Ukraine)*

#### **FORMATION OF THE ANTI-CRISIS MANAGEMENT STRATEGY DURING INFORMATION EXTERNALITIES**

*The article is devoted to the mechanisms of forming an anti-crisis management strategy during information externalities. The consequences of external and internal informational influences lead to the destruction of the functioning system, which, requires the improvement of anti-crisis management mechanisms. Considering the fact that information externalities have an intellectual nature, the number of spheres in which information and social and economic crisis will be observed, caused by exceeding the necessary speed of decision-making over the maximum possible speed of human reaction, is increasing. Information externalities are implemented in the information field, which is a social or geographical space within which typical communication processes take place, and information exchange takes place through the mass media, the mass media are the main tool for forming human opinion. Since, in addition to external influences, any sharp disputes that arise within the organization are somehow related to its financial and economic activity, anti-crisis management is target to eliminate and prevent gaps in the resource distribution system and optimize economic activity. Depending on the interpretation of the anti-crisis management concept, the goal which is defined as a result of this type of management is determined. The anti-crisis management strategy can be implemented only by following some principles: early diagnosis; urgency of response;*

*adequacy of response; full implementation of internal capabilities. It is worth noting that regardless of the type and methods of anti-crisis management, its implementation takes place within the framework of four blocks: 1) crisis diagnosis; 2) crisis management methodology; 3) crisis forecasting; 4) socio-economic aspects. A separate aspect of anti-crisis management is state management, which is implemented in the creation of such a system of interaction between the state and the market economy, which ensures the overcoming of macro- and microeconomic crises, which is implemented with the help of regulatory and legislative regulation, financial regulation, industrial policy and income redistribution.*

**Keywords:** *informational externalities, economic crisis, informational influences, anti-crisis management, management strategies.*

*Дата надходження до редакції: 13.01.2023 р.*

# УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ

УДК 378.1  
JEL I23

## TEN-YEAR REVIEW ON THE EFFECT AND PROSPECT OF POSTGRADUATE EDUCATION REFORM IN ONE CHINESE UNIVERSITY

**Wenxi Zhang,**

PhD student in Management Department,  
Sumy National Agrarian University (Sumy, Ukraine)  
ORCID:0000-0002-7455-9048  
Email:59022138@qq.com

**Inna Lozynska**

Doctor of Economic Sciences  
Sumy National Agrarian University (Sumy, Ukraine)

*The connotative development of postgraduate education has contributed to the cultivation of high-level innovative professionals and has promoted the high-quality development of higher education. During the past decade, Chinese University has achieved remarkable results in the practice of the connotative development of postgraduate education by constructing the work system of ideology and politics for postgraduates upgrading the educational structure and the cultivation mode, emphasizing the supervisor's responsibility for moral education and guaranteeing the support system. In the future, to promote the postgraduate education and cultivate professionals responsible for national rejuvenation 's imperative to innovate the education model and strengthen the foundation of its own with the characteristics of the Chinese university.*

**Keywords:** Post-graduating education, high-quality development, Chinese university.

DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.1.3>

**Introduction.** Postgraduate education is an important part of higher education. To realize the connotative development of postgraduate education is not only the realistic need of cultivating high-level innovative talents, but also the inevitable requirement of promoting the high-quality development of higher education. In the past ten years, Chinese universities have actively responded to the call of the state to carry out postgraduate education, adhere to the first-class standards, reform the management system, optimize the operation mechanism, and enhance the management efficiency, and have set out on a road of postgraduate education featuring the optimization of structure and scale, the cultivation of distinctive characteristics, outstanding comprehensive strength, and strong service demand. It is of great theoretical and practical significance to review the ten years' history of connotative development of graduate education, sum up the fruitful ten years' experience, and look forward to the realistic path of high quality development of graduate education in the future.

**Ten Years Review: Background and course of connotative development of graduate education.** With the continuous advancement of the comprehensive reform of graduate education, the connotative development has become a new path choice for the development of graduate education in the new era. Combing and reviewing the background of the connotative development of graduate education and the ten years of graduate education reform can clearly show the whole vein of the connotative development of graduate education.

**Background of the connotative development of graduate education.** In March 2012, the Ministry of Education issued Several Opinions on Comprehensively Improving the quality of higher Education, which clearly pointed out that the road of conformal development with quality improvement as the core should be taken. "Connotative" is a discourse expression with Chinese characteristics, which explains the form and path of educational development by using the characteristics of logical concept. In terms of implication, the root of connotative development lies in the pursuit of quality [1]. To realize the connotative development of education, the quality of education must be improved. Since the 18th National Congress of the CPC, the Party and the state have attached more importance to the strategic position of postgraduate education, and started to promote the transformation of postgraduate education from the extended development based on quantitative growth and scale expansion to the conformal development based on education quality [2]. In this context, Opinions on Deepening the Reform of Postgraduate Education was released in March 2013, which clearly proposed to "further improve the quality of postgraduate education and deepen the reform of postgraduate education"[3]. Therefore, the realization of the connotative development of graduate education has become the new mission and new focus of higher education reform. The Opinions on Accelerating the Reform and Development of Graduate Education in the New Era, released in September 2020, provides more specific theoretical and practical directions for universities to accelerate the



connotative development of graduate education. At present, the exploration and practice of various universities show that the historical achievements have been made in improving the quality of postgraduate education, optimizing the type of postgraduate structure, innovating the postgraduate training mechanism, and constructing the postgraduate training platform. Our country is moving steadily towards a powerful postgraduate education.

**Ten years achievements: The exploration and practice of the connotative development of graduate education.** Since the 18th National Congress of the Communist Party of China, the connotative development of graduate education has entered a new stage: the graduate education mechanism has been deeply innovated, the graduate education system has been coordinated, the graduate education structure has been systematically optimized, and the graduate education quality has been improved as a whole. In the past ten years, the university has continuously trained a large number of high-quality talents in order to realize the "Two Centenary goals" and the Chinese dream of the great rejuvenation of the Chinese nation.

**Three complete education: constantly improve the ideological and political work system of postgraduates.** In September 2015, the University set up the Graduate Work Department of the Party Committee to coordinate the ideological and political work of graduate students. In March 2016, it issued the guiding document on Further Strengthening and Improving the Ideological and Political Education of Postgraduates, "Opinions on the Implementation of Further Strengthening and Improving the ideological and political education of postgraduates", which emphasized the establishment of the management mode of ideological and political education of "university and school level, with school as the main", and integrated the ideological and political work of postgraduates into every link of education and teaching; In 2021, the Implementation Opinions on Further Strengthening and Improving the Ideological and Political Work of Graduate Students in the New Era was revised and issued, which requires that "five education" should be carried out simultaneously in graduate education, and a scientific, reasonable and efficient system of ideological and political work of graduate students should be systematically constructed. At present, the university has gradually formed a unified leadership of the Party committee, the Party and government co-management, graduate work department organization and coordination, each department division of responsibility for graduate ideological and political work system mechanism.

The university implements "four projects" of Party building for graduate students to comprehensively improve the quality of Party building for graduate students; In 2018 and 2021, the Implementation Opinions of Chinese University on Strengthening and Improving the Construction of Graduate Party Branches were formulated and revised to provide institutional guarantee for improving the vitality and combat effectiveness of graduate Party branches. The implementation of the "Party building to consolidate the project", continue to explore the construction of graduate party branches and joint party branches between teachers

and students in research groups, subject areas, research teams and laboratories, for the dynamic establishment of temporary party branches for scientific research, professional practice, joint training at home and abroad and part-time graduate students, has gradually formed a criss-cross, block integration of grassroots graduate party building pattern; Implement the "Party Building Innovation Project", actively open up Party building education bases inside and outside the school, select a group of outstanding organizational life cases every year to support the project and form characteristic projects [4]; The implementation of the "Party building and personnel Education Project", since 2016, a total of five sessions of "research and thinking class" training for graduate Party branch secretaries has been held to strengthen the construction of the backbone team of the branch, and comprehensively improve the ability of graduate Party branch secretaries to work in Party affairs and ideological and political work [5].

**Diversified Progress: Continuous optimization of the structure of postgraduate education.** In the past ten years, the University has attached great importance to postgraduate education, constantly adapted to the needs of national development, and maintained a steady increase in the number of postgraduate students and a steady improvement in the quality of training. From 2013 to 2022, the university enrolled 36,914 graduate students, including 4,489 doctoral students and 32,425 master's students. As the Party and the state pay more and more attention to the cultivation of professional degree graduates, the total number of academic degree graduates and full-time professional degree graduates has basically remained the same in the past decade, and the number of professional degree graduates has exceeded academic degree graduates in 2018 (see Figure 1). With the deepening of the reform of doctoral education, the way of enrollment, the structure of students and the training mode of doctoral students also tend to be diversified. At present, there are direct doctoral candidates, continuous master and doctoral candidates and the general recruitment examination. The university began to recruit direct doctoral candidates in 2013, and adopted the "application – examination" system in the general recruitment examination for the first time in 2016. For the first time, Chinese University has set up a "Special Program for Cultivating New and Interdisciplinary Doctoral Students" and enrolled 20 students, which is used to support the innovative research and doctoral training of the supervisor research team with distinctive and multidisciplinary background. In the same year, the university enrolled 83 professional doctoral students for the first time, aiming at cultivating high-level applied talents who are oriented towards the major national development strategies, industries and specialized fields.

**Improving the quality and efficiency: Deepening the reform of postgraduate training mode.** The reform of graduate training mode pushes the university to actively explore and innovate high-level personnel training mode and continuously improve the quality of graduate training. In 2012, the university implemented the practical teaching plan for high-level applied talents, and established a

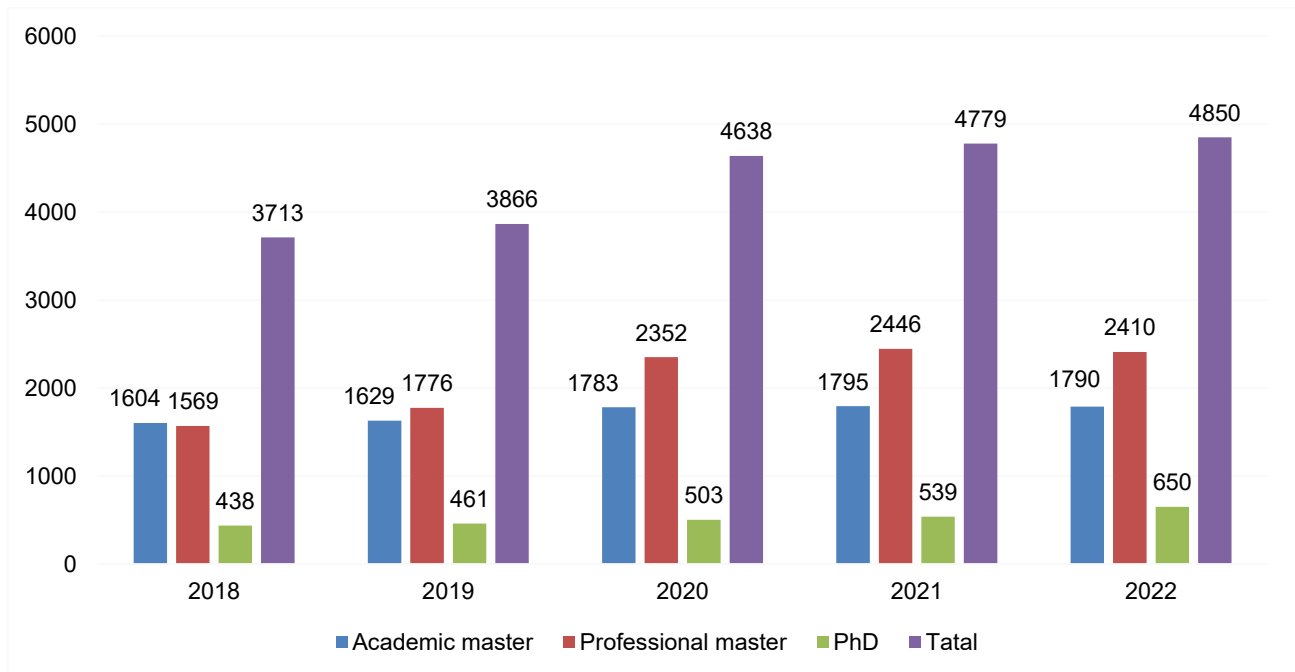


Figure 1 – Number of graduate students enrolled in recent 5 years

comprehensive engineering talent training system that integrates curriculum teaching, engineering practice, management guarantee and performance evaluation. In 2018, the University implemented the cultivation program of "Zhangjiang University of Excellence" to support outstanding doctoral students with academic pursuit and potential to carry out original research in basic theories, major technology applications and other cutting-edge fields. At present, "Zhang Jiang Shu Youbo" program has funded more than 50 people. In the same year, the University implemented the "Top-notch Innovative Talent Training Program" and the "3+1+X" through master degree and doctoral degree training program. Currently, 216 students have been cultivated. In the past ten years, the number of high-level scientific research achievements of graduate students has been increasing day by day. The proportion of graduate research contributions in the scientific research of the university has reached 72.8%, which has played a positive role in improving the overall scientific research level of the university.

The university adheres to the deep integration of knowledge learning and practical training, and has gradually built a curriculum system that combines theory and practice, including public courses, professional core courses, professional elective courses, professional practice and comprehensive literacy courses. In 2021, the university will carry out a comprehensive revision of the graduate training program, which emphasizes the training requirements for graduate students in the standard new era, emphasizes innovative education, engineering ethics and green engineering concepts, pays attention to the cultivation of comprehensive quality of graduate students, and strengthens the coordinated development of "morality, intelligence, physical fitness, the United States and labor"

of graduate students. At the same time, the university pays attention to the differentiation of academic and professional courses, and strengthens the classified training of knowledge innovation ability of academic degree graduates and practical innovation ability of professional degree graduates. We will encourage interdisciplinary courses, get through the links of mutual credit recognition, and continue to promote the cultivation of high-level innovative talents. From 2018 to 2022, the university has initiated the construction of 31 high-quality online courses, among which the advanced response engineering course has been approved as the major construction project of the national Master of Engineering online course. During the COVID-19 pandemic, relying on the university's multi-level information-based learning platform and other live-streaming platforms, the university has realized full coverage of online teaching. Since 2018, the university has actively promoted "ideological and political education into the classroom" for postgraduates, integrating ideological and political education into the teaching of professional courses and promoting the integration of ideological and political education and professional education. From 2018 to 2022, the university initiated 32 demonstration courses on ideological and political affairs, covering 84% of colleges or graduate training institutions, among which C programming language course was awarded the demonstration course on Ideological and Political Affairs by the Ministry of Education [6].

**Strengthen the selection, assessment and evaluation of graduate tutors.** The university follows the principle of separation of evaluation and employment, selects tutors according to the teacher's ethics and academic level, and implements dynamic post appointment according to the training conditions, breaking the system of lifetime appointment of tutors. We should pay attention

to the quality, contribution and impact of research results, and implement a representative results evaluation system. The school has set up a professional master's guide qualification review channel to select teachers with rich practical experience, breaking the restrictions of degrees, papers, professional titles, etc. Taking the document spirit of the Ministry of Education as the criterion, it implements the requirement of "one vote veto" on teacher ethics, improves the honesty commitment and reward and punishment mechanism, and guides postgraduate supervisors to be the guide of students' study and the knowledgeable person of students' growth, in order to cultivate outstanding students with a broad vision, a broad pattern, serving the country, a sense of responsibility and a sense of responsibility. The university has established a classification assessment mechanism, including the political performance, academic level, ethics, guiding energy input and education effect of tutors into the assessment and evaluation system, and comprehensively evaluates the performance of their duties. The university attaches great importance to and gives play to the exemplary and leading role of excellent tutors and teams, so as to improve the scientific research and education ability of tutors. Through active construction, the university now has 1274 master supervisors and 468 doctoral supervisors. There are 8 academicians of the Chinese Academy of Sciences and the Chinese Academy of Engineering, 1 academician of the European Academy of Sciences, and more than 120 national-level talents, including winners of the National Outstanding Youth Science Fund. There are 3 national famous teachers, 4 national teaching teams and 2 national Huang Danian teachers' teams. There are 10 high-level innovation teams such as the innovation research group of the Foundation and the innovation team of key fields of the Ministry of Science and Technology. The high level of teaching staff lays a solid foundation for the high quality development of graduate education.

**The University has comprehensively deepened the reform of the investment mechanism in postgraduate education.** In 2014 and 2021, the University has issued the Plan for the Setting of Postgraduate Tuition Fees, Awards and Aid System (Trial) and the Plan for the Setting of Postgraduate Awards and Grants and Detailed Rules

for their Implementation, further establishing a multi-dimensional and diversified policy system for postgraduate grants and strengthening the responsibility of postgraduate tutors in sharing costs. It provides an effective incentive and guarantee mechanism for comprehensively improving the quality of postgraduate education.

The university continuously integrates information technology with graduate education management. By focusing on the portal website of the graduate school, the graduate education management information system and the graduate new media matrix platform for revision, optimization and upgrading, the university gradually builds an all-dimensional and all-staff graduate education management network information system. In combination with the characteristics of postgraduate education and teaching, the University has carried out a comprehensive functional revision and interface optimization of the portal website of the Graduate School in 2015 and 2020 respectively, and strengthened the construction and development of the thematic website. Since 2018, the university has optimized and upgraded its graduate education management system by building a public service database and a security protection platform.

In the future, the University will actively adapt to the external environment, seize favorable opportunities, constantly optimize the graduate education system, improve the quality guarantee mechanism of graduate education, create a new situation of graduate education, and strive to realize the leapfrog development of high quality graduate education.

**Conclusion.** Focusing on the overall situation of the great rejuvenation of the Chinese nation is the strategic focus for the high-quality development of graduate education in the new stage. This University will take "moral cultivation, classified training, optimization of structure, and improvement of quality" as the main line, comprehensively promote the high-quality development of graduate education, and help the university to build "double first-class". We should shoulder the mission of our times to train high-level talents and produce high-level innovation results, and strive to make due contributions to the great rejuvenation of the Chinese nation.

#### References:

1. Guo Yuelan (2020) 'The Modern Implication and Realization Path of the connotative Development of Graduate Education', *Degree and Graduate Education*, vol. 11, pp. 12–18.
2. Bi Dunrong (2017) 'Popularity Trend and Strategic Choice of Higher Education Development – Also on Cross-Straits Higher Education Exchange and Cooperation', *Educational Research of Tsinghua University*, vol. 38, № 3, pp. 15–26.
3. Ministry of Education, National Development and Reform Commission, Ministry of Finance, (2013) *Notice on the Deepening the Reform of Postgraduate Education*, Beijing: ME publications.
4. The Central People's Government of the People's Republic of China, (2021) *The Implementation Opinions of Chinese University on Strengthening and Improving the Construction of Graduate Party Branches*, Beijing: GOV publications.
5. Ministry of Education, (2018), *Implementation Opinions of the Party Leadership Group of the Ministry of Education of the Communist Party of China on the Cultivation Project of "Double Leaders" for the Secretary of the Party Branch of University Teachers*, Beijing: ME publications.
6. Ministry of Education, Ministry of Finance, National Development and Reform Commission, (2022) *Notice on the Announcement of the List of World-class Universities, Universities and Disciplines under Construction*, Beijing: ME publications.

*Веньсі Чжан, аспірант кафедри менеджменту, Сумський національний аграрний університет (м. Суми, Україна)*

*Інна Лозинська, доктор економічних наук, Сумський національний аграрний університет (м. Суми, Україна)*

### **ДЕСЯТИРІЧНИЙ ОГЛЯД ЕФЕКТУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕФОРМИ ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ В КИТАЙСЬКОМУ УНІВЕРСИТЕТІ**

З постійним просуванням комплексної реформи післядипломної освіти конотативний розвиток став новим вибором шляху розвитку післядипломної освіти в нову епоху. З'ясування та перегляд передумов конотативного розвитку післядипломної освіти та десятирічного курсу реформування післядипломної освіти в школі може наочно показати загальний контекст конотативного розвитку післядипломної освіти в нову епоху, видані у вересні 2020 року, надають більш конкретні теоретичні та практичні напрямки для університетів для прискорення конотативного розвитку післядипломної освіти. В даний час дослідження та практика основних університетів показують, що історичні досягнення були досягнуті в підвищенні якості післядипломної освіти, оптимізації типу структури аспірантів, інноваціях механізму післядипломної підготовки та побудові платформи післядипломної підготовки, і Китай неухильно рухається до сильної країни в післядипломній освіті. З часу проведення 18-го Національного з'їзду Комуністичної партії Китаю конотативний розвиток післядипломної освіти вступив у новий етап: глибоко впроваджено механізм післядипломної освіти, система післядипломної підготовки скоординована багатьма партіями, системно оптимізована структура післядипломної освіти, покращена якість післядипломної освіти в цілому. Протягом останніх десяти років школа безперервно культивувала велику кількість якісних талантів для досягнення «двох столітніх цілей» і китайської мрії про велике омолодження китайської нації. Основна увага шкільної реформи виглядає наступним чином: 1. Школа постійно впроваджувала шлях ідеологічної та політичної освіти для аспірантів, створювала платформу для побудови наукової етики та стилю навчання, платформу культурної освіти, платформу для онлайн-освіти та ідейно-політичної освіти big data, платформу для стипендій та допомоги, платформу для практичної освіти. 2. В останні десять років університет надавав великого значення післядипломній освіті, постійно адаптувався до потреб національного розвитку. 3. У 2020 році університет додає 5 пунктів авторизації докторських ступенів з дисципліни першого рівня, 4 категорії авторизації докторських професійних ступенів, 1 пункт авторизації магістерської дисципліни першого рівня та 1 категорію авторизації професійного ступеня магістра. 4. Університет активно досліджує та впроваджує інноваційні моделі підготовки талантів високого рівня та постійно підвищує якість післядипломної підготовки. 5. З 2018 року школа активно просує «ідейно-політичну освіту в клас» для аспірантів, інтегруючи ідейно-політичну освіту в викладання професійних курсів, сприяючи інтеграції ідейно-політичної освіти та професійної освіти.

**Ключові слова:** післядипломна освіта, якісний розвиток, китайський університет.

Дата надходження до редакції: 11.01.2023 р.



## ПІДГОТОВКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ ТУРИЗМОЗНАВЦІВ ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

**Цвілий Сергій Миколайович**

кандидат економічних наук, доцент

Національний університет «Запорізька політехніка» (м. Запоріжжя, Україна)

ORCID: 0000-0002-1720-6238

0994300103@ukr.net

**Жилко Олена Вадимівна**

кандидат економічних наук, доцент

Національний університет «Запорізька політехніка» (м. Запоріжжя, Україна)

ORCID: 0000-0002-5240-8003

e0675604888@gmail.com

**Зайцева Валентина Миколаївна**

кандидат педагогічних наук, професор

Національний університет «Запорізька політехніка» (м. Запоріжжя, Україна)

ORCID: 0000-0003-3590-1573

krivokoranata@gmail.com

*У статті висвітлено сучасні реалії вітчизняної індустрії туризму щодо підготовки туризмознавців. Визначено, що актуальною потребою сьогодення є пошук шляхів виживання в конкурентній боротьбі, що вимагає від персоналу компаній набуття спеціальної туристичної освіти й регулярного підвищення кваліфікації. Встановлено, що післявоєнне відновлення економіки туризму зумовлює доцільність модернізації освітньої компоненти з підготовки для індустрії туризму конкурентоспроможних фахівців. Метою статті є пошук шляхів вдосконалення підготовки фахівців з туризму на базі світового досвіду використання інноваційних підходів до проектування результатів навчання. Досліджено управлінську специфіку вищої освіти у сфері гостинності та туризму в країнах ЄС та США з провідними системами підготовки кадрів. Доведено, що важливим для випускника є комерційно і соціально ефективна підприємницька діяльність, яка спрямована не лише на отримання прибутку за рахунок продажу путівок туристичними фірмами, а й на соціальну стабільність у демографічному плані. Виокремлено, що бакалавр за напрямом підготовки «Туризм і рекреація» повинен володіти спектром компетенцій, які забезпечать реалізацію життєвого циклу продукту: проектування – розвідка – планування – комерційна реалізація – просторова реалізація та оптимізація. Запропоновано запровадити у ЗВО, які пов'язані з проектною діяльністю (глобалізація, стійкість, інновації, підприємливість) інтегровані навчальні програми на основі стандартів CDIO із систематичним включенням навчання на виробництві, як інтегрованої діяльності. Розкрито комплексну специфіку інтегрованого проектування очікуваних результатів навчання за освітньою програмою бакалавра спеціальності «Туризм і рекреація». Запропоновано етапи проектування результатів навчання і оновлення програми туристичної підготовки у вітчизняному закладі вищої освіти. Зроблено висновок, що завдяки впровадженню підходу до проектування результатів навчання фахівців туристичного профілю вітчизняні університети отримають можливість розробки конкурентоспроможних практико-орієнтованих освітніх програм.*

**Ключові слова:** конкуренція, освіта, туризм, фахівець, ринок, рекреація.

DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.1.4>

### **Постановка проблеми у загальному вигляді.**

Сучасні реалії та потреба виживання в конкурентній боротьбі вимагають від персоналу туристичних фірм спеціальної туристичної освіти й регулярного підвищення кваліфікації. Тобто, кадрова політика компаній переорієнтована на висококваліфікований персонал зі спеціальною освітою [2]. Часто працівники туристичної індустрії не мають чіткого уявлення про світові стандарти обслуговування клієнтів, що ускладнює конкуренцію туристичних агентств з іноземними підприємствами. Умови формування змісту професійної освіти чітко сформульовані ЮНЕСКО у 1989 році, а саме: 1) сучасні тенденції розвитку освіти; 2) сучасна парадигма формування змісту професійної освіти; 3) концепція безперервної освіти;

4) систематичність і послідовність професійно-технічної освіти. У розвинутих країнах підготовка фахівців туристичної індустрії виходить на якісно нові межі. У вітчизняній практиці необхідно затвердити її якість та ефективність, як мету туристичної освіти, щоб гарантувати їх у туристичній індустрії [3].

Посилення конкуренції серед туристичних агентств і нові вимоги до туризмознавців тягнуть за собою зміну вимог до підготовки цих фахівців у ВНЗ. Взаємодія педагогічної науки і практики є актуальною проблемою в сучасній педагогіці, оскільки [1]: 1) логіка науки і логіка вчителя практична діяльність часто розходиться, немає розуміння між теоретиками і практиками; 2) педагогіка йде всередину себе, обслуговуючи потреби власного

розвитку; 3) відсутня чітко відпрацьована система впровадження наукових розробок у практику. Формування змісту професійної туристичної освіти є важливою науковою проблемою професійної підготовки фахівців туристичної галузі. Успішна діяльність сучасного університету залежить від того, наскільки він зорієнтований на реальні потреби суспільства і потреби ринку [5]. Актуальним завданням вищої школи є побудова такої системи підготовки, яка б надавала майбутнім фахівцям не лише набір необхідних спеціальних компетентностей, а й навички вирішення творчих завдань, формувала творчі здібності студентів, практико-орієнтований підхід. Інноваційні методи навчання забезпечать успіх у підготовці конкурентоспроможних і затребуваних ринком туризмознавців.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Конкурентоспроможність фахівців туристичної індустрії розглянуто у працях таких учених, як: Д. Аакер Р. Балашова, А. Віндюк, Г. Горіна, М. Долішній, В. Зайцева, І. Коварі, А. Лью, Н. Моїсєєва та інші. Взагалі, специфіка підготовки фахівців-туризмознавців розкрита в роботах таких науковців, як: А. Віндюк, О. Гапоненко, В. Кифяк, Н. Моїсєєва, Л. Транченко, В. Федорченко інших. Водночас, при врахуванні специфіки сучасного стану індустрії вітчизняного туризму та міжнародного досвіду освіти невіршеними залишаються питання напрямків і перспектив підготовки професіоналів з туризму для економіки післявоєнного відновлення.

**Формування цілей статті.** Післявоєнне відновлення економіки туризму зумовлює доцільність модернізації освітньої компоненти щодо підготовки для індустрії туризму конкурентоспроможних фахівців. Метою є пошук шляхів вдосконалення підготовки фахівців з туризму на основі світового досвіду використання інноваційних підходів до проектування результатів навчання.

**Методи дослідження.** У дослідженні проблематики використано методи: узагальнення, аналізу та синтезу, групування, проектування результатів.

**Результати дослідження.** Вивчення тенденцій та особливостей вищої освіти в галузі туризму за кордоном є ефективним засобом аналізу перспектив їх глобального розвитку, а також вирішальним чинником впровадження на їх основі позитивно апробованих технологій і методик у вітчизняній системі вищої освіти, що може суттєво впливати на економічну та соціокультурну складові вітчизняного трудового простору в післявоєнному періоді. Крім того, це також пов'язано з гострою потребою у конкурентоспроможних кадрах в індустрії туризму на міжнародному ринку праці. Аналіз світової практики у системі туристичної освіти дозволяє не просто вивчити специфіку світового простору, а й прийняти найбільш ефективні та обґрунтовані методи, технології та способи організації навчального процесу у професійній підготовці фахівців.

Деякі дослідники виокремлюють загальноосвітні тенденції зайнятості в індустрії туризму: 1) зменшення значення туристичних агентств у контексті посередництва з продажу туристичного продукту, що значною мірою має вплив на систему освіти в галузі туризму; 2) формування

консультативних функцій агентів у роботі з туристичними цифровими технологіями й Інтернет-ресурсами; 3) швидке переміщення менеджерів середньої і вищої ланки в різні структурні підрозділи готельної мережі; 4) розширення чисельності персоналу для стабілізації зовнішньо- та внутрішньогалузевої взаємодії у сфері туризму.

Визначено управлінську специфіку вищої освіти у сфері гостинності та туризму в країнах ЄС та США з провідними системами підготовки кадрів:

- готельний бізнес, туризм, суміжні сфери прийнято сприймати виключно як бізнес, оскільки саме цей напрямок набуває більшість напрямів підготовки;

- високий рівень працевлаштування випускників закладів вищої освіти безпосередньо на спеціалізованих підприємствах туристичної галузі (основа – широка договірна база з різними фірмами для гарантії працевлаштування);

- триступенева організація навчання – бакалаврат (повна вища освіта), магістратура та аспірантура, а також певна уніфікація системи оцінювання;

- модульна система і вибір спеціальності на перших двох роках навчання на бакалаврській програмі без жорстких обмежень відносно спеціалізації;

- виняткова самостійність учнів і робота за індивідуальним планом, тобто самостійне планування та організація навчання на базі індивідуальних потреб;

- структура класифікації на основі поділу навчальних закладів підготовки бакалаврів (коледжі, підрозділи ЗВО) і магістрів з аспірантами (університети);

- велика кількість існуючих форм підготовки та перепідготовки фахівців (мовні курси, стажування, підвищення кваліфікації, сертифікати, дипломи);

- розвиток спеціальних комунікативних навичок, які реалізуються в процесі постійного спілкування з клієнтами туристичних компаній та готелів;

- високий рівень децентралізації освіти у сфері гостинності та туризму (навчальні заклади мають певні повноваження та самостійно регулюють дії);

- категоричні вимоги до професіоналізму майбутніх кадрів з туризму, тому освіта стає цінністю, привілеєм, нагальною потребою для громадян;

- прагматизм підготовки кадрів є базою туристичної освіти випускника.

Відповідно до цього головним для випускника є комерційно та соціально ефективна підприємницька діяльність, яка спрямована не лише на отримання прибутку за рахунок продажу путівок туристичними фірмами, а й на соціальну стабільність у демографічному плані, яка досягнута грамотним розміщенням туристичних маршрутів у країні, регіоні, дестинації, а також вірне формування організаційно-управлінської культури всіх суб'єктів і об'єктів інфраструктури туризму та гостинності [4]. Крім того, освіта в країнах ЄС та США одночасно спрямована на глобалізацію та індивідуалізацію, будучи прикладом не лише світового джерела трендів професійної підготовки в туризмі й гостинності, а і джерелом всебічно розвиненої особистості, яка внаслідок самостійного вибору модулів і спеціалізацій формує власну

професійну, творчу і соціальну культуру, що допомагає ефективно реалізувати потенціал в обраній сфері. Це свідчить про ефективність такої системи освіти, врахування особливостей якої дозволить Україні оптимізувати процес професійної підготовки спеціалістів.

Певні якісні зміни у вищій освіті, які зумовлені соціально-політичними, економічними та військовими реаліями українського суспільства, спрямовані на системну підготовку висококваліфікованих кадрів у післявоєнному періоді, здатних на здійснення професійної діяльності у постконфліктній парадигмі проектування, виробництві й реалізації конкурентоспроможних туристичних продуктів. Дана парадигма передбачає комплекс інтегрованих інноваційних підходів в освіті та бізнесі для успішного відновлення туристичної економіки.

Сучасний бакалавр за напрямом підготовки «Туризм і рекреація» повинен володіти цілим спектром компетенцій, які забезпечать реалізацію життєвого циклу комплексного туристичного продукту: проектування – розвідка – планування – комерційна реалізація – просторова реалізація та оптимізація. Так, туризм є одним із найбільш інноваційних і постійно мінливих секторів невиробничої економіки і тому виникає необхідність постійного гнучкого вдосконалення освітніх програм підготовки фахівців для туристичної галузі з урахуванням нових тенденцій і соціально-економічної та політичної ситуації.

Сучасні ЗВО, які здійснюють підготовку фахівців за напрямом «Туризм і рекреація», не готові швидко адаптувати зміст освітніх програм до реалій ринку, оскільки навіть розробка освітніх і професійних стандартів займає не менше кількох років. Наведена нижче технологія інтегрованого проектування результатів навчання орієнтована на використання нової системи планування та змістовне перетворення якісного оновлення освітньої програми професійної підготовки. Насамперед, йдеться про синхронізацію складових визначення ефективності сучасної підготовки фахівців у індустрії туризму: стандарти вищої освіти України першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів, спеціальність Туризм, змістові системи або перелік вимог роботодавців до професійно-технічної освіти щодо атрибутів і компетенцій (CDIO Syllabus).

Особливу увагу слід приділити застосуванню концепції CDIO (Задумати – Проектувати – Реалізувати – Експлуатувати), яка базується на підвищенні практичної спрямованості навчального процесу шляхом активізації проектно-діяльності відповідно до моделі «план – дизайн – виробництво – застосування» в контексті реальних систем, процесів і продуктів. Ставлення до застосування концепції продемонстрували викладачі кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу Національного університету «Запорізька політехніка». Бут Т. В., як основні проблеми підготовки фахівців у сфері туризму виділяє надмірну академічність професійної освіти і відрив від практичної діяльності. Белікова М. В. та Віндюк А. В. вказують на невідповідність освіти потребам і вимогам туристичного ринку, слабе знання випускниками іноземних мов, проектних компетенцій, незнання ринку індустрії гостинності.

Включення елементів CDIO в проектування освітнього процесу підготовки бакалаврів для туристичної індустрії дозволить вирішити зазначені проблеми. Сьогодні цю концепцію реалізують понад 200 університетів світу. Гурова Д. Д., Жилко О. В. вважають, що підхід CDIO є одним із провідних кращих практик для розробки програм вищої освіти в університетах й це підтримує Журавльова С. М., яка в огляді змісту програм вищої освіти за кордоном розглядає підхід CDIO, як інноваційну основу розробки освітніх програм для майбутніх готельєрів. На її думку, ці зміни в навчальних планах спрямовані на скорочення розриву між змістом готельно-ресторанних освітніх програм і практикою в ресторанах і готелях, формування компетенцій для ефективної роботи у сфері професійної гостинності, і сприяють зростанню якісних показників освіти в університетах. Зайцева В. М. та Корнієнко О. М. стверджують, що завдяки концепції CDIO, як «навчання на викликах», студенти відчувають, що отримали глибокі навички формулювання проблем, сталого розвитку, роботи в різних дисциплінах і з різними зацікавленими сторонами. Ці ж висновки підтверджують дослідження ставлення студентів до CDIO-підходу в НУ «Запорізька політехніка». Згідно з результатами опитування, всі студенти позитивно ставляться до CDIO, вони більш залучені та мотивовані, готові вивчати актуальні курси в майбутньому.

Сьогодні доцільно запровадити інтегровані навчальні програми на основі стандартів CDIO із систематичним включенням навчання на виробництві, як інтегрованої діяльності. Науковці зазначають, що потенційно концепція може бути ефективно реалізована в будь-якому ЗВО, який пов'язаний з проектною діяльністю (глобалізація, стійкість, інновації, підприємливість). Таким чином, провідним у дослідженні обговорюваної проблеми став інтегрований підхід, оскільки методологічна новизна даного варіанту розробки освітніх програм полягає у проектуванні результатів навчання на основі взаємодії сукупності факторів, що визначають ефективність сучасної туристичної підготовки.

Розкрито специфіку інтегрованого проектування очікуваних результатів навчання за освітньою програмою бакалавра і магістра спеціальності «Туризм і рекреація». На початковому етапі проектування освітньої програми доцільно провести прикладний аналіз одного з трьох ключових факторів планування результатів навчання. Необхідно провести опитування зацікавлених сторін з метою надання зворотного зв'язку та для постійного вдосконалення програми: 1) потенційні роботодавці; 2) викладачі напряму підготовки; 3) студенти, які навчаються за даним профілем (бакалаври, магістри). Перелік затребуваних компетенцій випускника для опитування розділено на відповідні блоки нижче.

Дисциплінарні знання та основи (блок 1): точні (формальні) науки; фахові дисципліни (база); фахові дисципліни (поглиблені знання). Риси особистості і професійні компетенції (блок 2): здатність аналізувати, вирішувати проблемні ситуації; уміння проводити дослідження; систематична розумова діяльність; від-

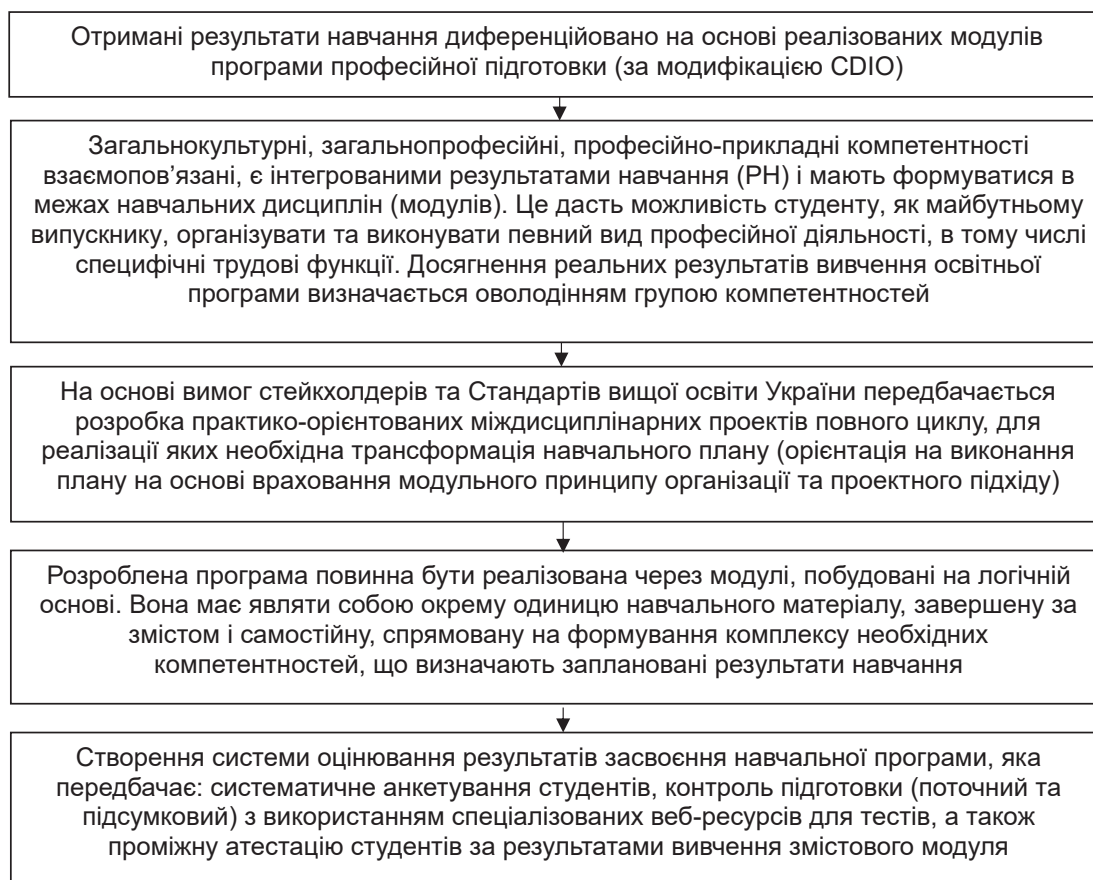
повідальність, етика та цінності. Навички міжособистісного спілкування: робота в команді та спілкування (блок 3): організація ефективного спілкування з іншими; вміння керувати командою; володіння спілкуванням іноземною мовою. Планування, проектування, виготовлення і застосування туристичного продукту (блок 4): усвідомлення ролі й відповідальності спеціаліста; наявність підприємницької ініціативи; здатність аналізувати процеси та результати виконаної роботи; готовність до проектування туристичного продукту; вміння організувати туристичний процес та дотримуватись вимог безпеки; уміння ефективно управляти туристичними маршрутами; здатність до інновацій; вміння організувати просування та реалізацію туристичного продукту; вміння застосовувати стандартні алгоритми туристичного обслуговування; вміння організувати керівництво та обслуговування туристичної групи для якісного виконання професійних завдань у встановлені терміни; уміння контролювати якість туристичних послуг; застосування ефективних методів моніторингу турпродукту; прояв навичок туристичного підприємництва; здатність до навчання персоналу структурного підрозділу туристичної організації.

Оскільки специфіка туристичної освіти визначається складністю та інноваційністю професійної діяльності за підходом CDIO, подальша робота щодо проектування результатів навчання та оновлення програми туристич-

ної підготовки в університеті має включати етапи, які представлено на рисунку 1.

Завдяки впровадженню зазначеного підходу до проектування результатів навчання фахівців туристичного профілю вітчизняні університети отримають можливість розробки конкурентоспроможних практико-орієнтованих освітніх програм, націлених на підготовку висококваліфікованих кадрів якісно нового рівня, які мають функціональну готовність до організації бізнесу й ефективної професійної діяльності при інтенсивному впровадженні інноваційних рішень.

**Висновки.** Для підготовки конкурентоспроможних туризмознавців для вітчизняної індустрії туризму окремо слід врахувати, що істотну роль, крім академічної підготовки, дослідницького вектору, відіграють зв'язки з бізнесом, зокрема, міжнародним. Абсолютно необхідне включення до освітніх програм магістерської підготовки майстер-класів з практики туризму та рекреації, їх набір не має бути еkleктичним й відірваним від загальної логіки навчального плану і окремих дисциплін. У післявоєнному періоді у вищих закладів України виникне необхідність переходу на новий формат взаємодії з бізнесом, при якому ці дві сторони виступатимуть як довгострокові партнери, утворюючи своєрідну мережу, портал, простір. Подібна інституалізація є стратегічно важливим завданням для подальших наукових досліджень у даному напрямку.



**Рисунок 1 – Етапи проектування результатів навчання та оновлення програми туристичної підготовки у вітчизняному закладі вищої освіти**



### Список використаної літератури:

1. Гринькевич О. С., Юнко М.М., Мацелюх А.В. Моніторинг професійних знань та навиків менеджерів у сфері готельно-туристичного бізнесу. *Вісник Львівського інституту економіки і туризму* : зб. наук. ст. 2007. № 2. С. 92–96.
2. Моїсеєва Н. І., Діденко Д. Ф. Генезис та особливості формування регіонального ринку туристичних послуг. *Актуальні проблеми інноваційної економіки. Науковий журнал*. 2018. № 4. С. 83–88.
3. Федорченко В. К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму : монографія. Київ : Слово, 2004. 472 с.
4. Tsviliy S., Gurova D., Korniienko O. Postcoronavirus development of the regional tourist destination on the principle of public-private partnership. *Бізнес-навігатор*. Херсон : ВД «Гельветика», 2020. № 4(60). С. 134–138.
5. Zaitseva V. M., Gurova D. D., Tsviliy S. M. Crisis phenomena of world and ukrainian tourism caused by the COVID-19 pandemic. *Achievements and prospects of modern scientific research* : Abstracts of the 2nd International scientific and practical conference, January 11–13, 2021. Editorial EDULCP. Buenos Aires, Argentina, 2021. 618 p. P. 250–256.

### References:

1. Hryn'kevych, O. S., Yunko, M. M., Matselyukh, A. V. (2007). Monitorynh profesiynykh znan' ta navykiv menezheriv u sferi hotel'no-turystychnoho biznesu [Monitoring of professional knowledge and skills of managers in the field of hotel and tourism business]. *Visnyk L'vivskoho instytutu ekonomiky i turyzmu – Visnyk of Lviv Institute of Economics and Tourism*, 2, 92–96 [in Ukrainian].
2. Moisyeyeva, N. I., Didenko, D. F. (2018). Genesis and peculiarities of formation of regional market of tourist services. *Actual Problems of Innovative Economics Scientific Journal*, 4, 83–88.
3. Fedorchenko, V. K. (2004). *Teoretychni ta metodychni zasady pidhotovky fakhivtsiv dlya sfery turyzmu [Theoretical and methodical principles of training specialists for tourism]*. Kyiv: Slovo (in Ukrainian).
4. Tsviliy, S., Gurova, D., Korniienko, O. (2020) Postcoronavirus development of the regional tourist destination on the principle of public-private partnership. *ZVO «Mizhnar. un. biznesu i prava. «Biznes-navihator»*. № 4 (60). P. 134–138.
5. Zaitseva, V. M., Gurova, D. D., Tsviliy, S. M. (2021). Crisis phenomena of world and ukrainian tourism caused by the COVID-19 pandemic. *Proceeding from: 2nd International scientific and practical conference “Achievements and prospects of modern scientific research”*, pp. 250–256. Buenos Aires, Argentina.

**Sergiy Tsviliy**, PhD, Associate Professor, National University «Zaporizhzhia Polytechnic» (Zaporizhzhia, Ukraine)

**Olena Zhilko**, PhD, Associate Professor, National University «Zaporizhzhia Polytechnic» (Zaporizhzhia, Ukraine)

**Valentina Zaitseva**, PhD, Professor, National University «Zaporizhzhia Polytechnic» (Zaporizhzhia, Ukraine)

#### **TRAINING OF COMPETITIVE TOURISM EXPERTS FOR THE DOMESTIC TOURISM INDUSTRY**

The article highlights the current realities of the domestic tourism industry regarding the training of tourism experts. It was determined that today's urgent need is to find ways to survive in the competitive struggle, which requires companies' personnel to acquire special tourism education and regular professional development. It was established that the post-war recovery of the tourism economy determines the expediency of modernizing the educational component of training competitive specialists for the tourism industry. The purpose of the article is to find ways to improve the training of tourism specialists based on the world experience of using innovative approaches to designing learning outcomes. The managerial specifics of higher education in the field of hospitality and tourism in EU and USA countries with leading personnel training systems were studied. It has been proven that commercially and socially effective entrepreneurial activity is important for a graduate, which is aimed not only at making a profit through the sale of travel packages, but also at social stability in terms of demographics. It is highlighted that a bachelor in the field of training "Tourism and recreation" must possess a range of competencies that will ensure the implementation of the product life cycle: design – exploration – planning – commercial implementation – spatial implementation and optimization. It is proposed to introduce integrated training programs based on CDIO standards with the systematic inclusion of on-the-job training as an integrated activity in higher education institutions related to project activities (globalization, sustainability, innovation, entrepreneurship). The specifics of the integrated design of the expected learning outcomes for the bachelor's degree program in the specialty "Tourism and Recreation" are revealed. The stages of designing learning outcomes and updating the tourism training program at the national university are proposed. It was concluded that thanks to the implementation of the approach to designing the results of training of tourism specialists, domestic universities will have the opportunity to develop competitive practice-oriented educational programs.

**Key words:** competition, education, tourism, specialist, market, recreation.

Дата надходження до редакції: 09.01.2023 р.

## МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ КРАФТОВОЇ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Колодяжна Вікторія Олександрівна

аспірант

Сумський національний аграрний університет

*У статті розглянуті питання маркетингового аналізу та можливостей вітчизняного виробництва крафтової аграрної продукції. Охарактеризовані основні маркетингові теорії, які використовуються для просування крафтової сільськогосподарської продукції, а також розглянуті аспекти їх практичного застосування при проведенні маркетингового дослідження. Приведений алгоритм їх застосування при проведенні маркетингового аналізу та визначення потреб та переваг споживачів крафтової сільськогосподарської продукції. Приведено та охарактеризовано основні види крафтової сільськогосподарської продукції. Відображені результати дослідження внутрішнього ринку України в розрізі виробників крафтових сирів. Відображені результати маркетингового дослідження можливості реалізації крафтових сирів на прикладі внутрішнього ринку обласного центру м. Суми. Приведені результати дослідження асортименту сирів, пропонуваного роздрібною мережею та ресторанами міста Суми (на прикладі сирної тарілочки). Доведено, що при здійсненні маркетингового аналізу крафтової сільськогосподарської продукції включають важливість орієнтації на конкретні сегменти ринку, розробку ефективного брендингу та упаковки, а також використання соціальних мереж та інших цифрових маркетингових каналів для охоплення потенційних споживачів крафтової продукції. Зроблено висновок про те, що ефективні маркетингові стратегії є важливими для успіху на ринку крафтової сільськогосподарської продукції.*

**Ключові слова:** крафтове виробництво, крафтова продукція, маркетинг, маркетинговий аналіз, маркетингові теорії, аграрний сектор, ринок, сегментування, технології виробництва, канали реалізації.

DOI: <https://doi.org/10.32845/bsnau.2023.1.5>

### Постановка проблеми у загальному вигляді.

Крафтова сільськогосподарська продукція – це кустарна, дрібносерійна або місцева їжа та напої, вироблені традиційними методами землеробства. Останніми роками ринок крафтової сільськогосподарської продукції зростає, оскільки споживачі почали більше цікавитися тим, звідки походить їхня їжа та як її виробляють. Цей маркетинговий аналіз розглядатиме поточний стан ринку, його тенденції та потенційні можливості зростання.

Ринок крафтової сільськогосподарської продукції зростає, оскільки споживачі все більше шукають їжу, вироблену традиційними методами. Згідно зі звітом Grand View Research, у 2020 році світовий ринок кустарних продуктів харчування та напоїв оцінювався в 850 мільярдів доларів, і очікується, що з 2021 по 2028 рік він зростає на 5,2% у середньому на рік [4].

Однією з тенденцій зростання ринку є зростання попиту на продукти місцевого виробництва. Споживачі більше зацікавлені в тому, щоб знати, звідки надходить їхня їжа, і вони готові платити більше за продукти, вироблені на місцевому рівні. Крім того, зростає інтерес до методів сталого та органічного землеробства, які часто асоціюються з крафтовою сільськогосподарською продукцією. Іншою тенденцією є зростання популярності фермерських ринків та інших каналів продажів безпосередньо споживачам. Це дозволяє споживачам купувати свіжі місцеві продукти безпосередньо у виробників, що може підвищити прозорість і налагодити відносини між споживачами та виробниками.

Є кілька потенційних можливостей зростання на ринку крафтової сільськогосподарської продукції. Одна з них – це розробка нових та інноваційних продуктів,

які відповідають мінливим смакам і уподобанням споживачів. Наприклад, зростає інтерес до рослинних і веганських харчових продуктів, і виробники можуть розробляти крафтові сільськогосподарські продукти, які відповідають цим тенденціям. Ще однією можливістю є розширення каналів продажів, таких як онлайн-продажі та платформи електронної комерції. Це може полегшити виробникам охоплення ширшої аудиторії та продаж своїх продуктів безпосередньо споживачам. Нарешті, є можливість вийти на міжнародні ринки. Оскільки споживачі в усьому світі стають все більш зацікавленими в місцевих і кустарних харчових продуктах, у крафтових сільськогосподарських виробників є потенціал для експорту своєї продукції на нові ринки.

Зростання ринку крафтової сільськогосподарської продукції створило нові можливості для фермерів, виробників харчових продуктів та інших підприємств у сільськогосподарській галузі, і розуміння маркетингових стратегій, які можна використовувати для просування цих продуктів, є важливим.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання маркетингового аналізу та ефективності збутової діяльності розглядалися в роботах видатних зарубіжних і вітчизняних маркетингологів та економістів: Бурцева В. В., Войчака А. В., Герасимчука В. Г., Даннікова О. В. [2], Данька Ю.І., Дарчука В.Г. [3], Джонстона М., Карпенко Н. В., Келлера К., Котлера Ф., Мазаракі А. А., Маршалла Г., Лігоненко Л. О., Павленко А. Ф., Пилипчука В. П. [7], Руделіуса В., Еванса Дж., Ушакової Н. М., Штефанича Д. [10] та ін.

Водночас недостатньо дослідженими залишаються питання щодо проведення маркетингового аналізу

вітчизняного ринку крафтової аграрної продукції, вибору ефективних маркетингових теорій для проведення такого дослідження, а також розробці ефективних заходів по управлінню реалізацією та просуванням такого виду продукції. А тому питання маркетингового аналізу та можливостей вітчизняного виробництва крафтової аграрної продукції потребують подальших досліджень.

**Постановка завдання.** Основна мета цього дослідження полягає в дослідженні маркетингових теорій, які використовуються для просування крафтової сільськогосподарської продукції, та їх практичного застосування при проведенні маркетингового дослідження, а також дослідження стану вітчизняного ринку крафтової продукції (на прикладі окремо обраного продукту – сиру крафтового).

**Результати дослідження.** Крафтова сільськогосподарська продукція позиціонується як високоякісна продукція місцевого походження, яка виробляється дрібними фермерами та виробниками продуктів харчування. Ці продукти часто продаються як екологічно стійкі, соціально відповідальні та високоякісні. Маркетингові стратегії крафтової сільськогосподарської продукції часто зосереджуються на цих атрибутах, а також на унікальності та автентичності продукції [5].

За останні роки ринок крафтової сільськогосподарської продукції значно зріс, і споживачі все більше шукають високоякісну продукцію з місцевих джерел. Проте ринок також є висококонкурентним, у продажу часто домінують великі виробники та роздрібні торговці, а також імпортна продукція. У результаті дрібним виробникам часто важко конкурувати на ринку, а використання ефективних маркетингових стратегій є важливим для досягнення успіху.

Інструментарієм маркетингового аналізу на ринку крафтової сільськогосподарської продукції, може слугувати теорія поведінки споживачів, сегментація ринку та комплекс маркетингу.

Теорія поведінки споживачів важлива для розуміння процесів прийняття споживачами рішень і переваг, тоді як сегментація ринку може допомогти визначити цільові ринки для конкретних продуктів. Комплекс маркетингу включає продукт, ціну, просування та місце, і він є важливим для розробки ефективних маркетингових стратегій (рис. 1).

У контексті крафтової сільськогосподарської продукції, маркетологи можуть використовувати ці теорії для розуміння потреб та переваг споживачів, визначення найбільш привабливих сегментів ринку, створення товарів та послуг, які відповідають цим сегментам, визначення найкращих стратегій ціноутворення, розповсюдження та просування продукції, а також для аналізу стадії життєвого циклу продукту та планування відповідних маркетингових заходів. В залежності від виду крафтової сільськогосподарської продукції формується і відповідний інструментарій для маркетингового аналізу.

На сьогодні існує велика кількість крафтової сільськогосподарської продукції. Нижче наведено деякі її види (табл. 1).

Це лише деякі приклади крафтової сільськогосподарської продукції. Залежно від регіону і традицій, можуть бути й інші види продукції.

Слід зазначити, що світове споживання сиру з кожним роком зростає, в роздрібній мережі завжди присутня сирна продукція, яка користується стабільним попитом – все це ознаки того, що будь-який, навіть найменший бізнес з виробництва сиру має потенціал для розвитку і шанс зміцнитися на споживчому ринку [8, с. 92].

На сьогодні на внутрішньому ринку України вже функціонують такі крафтові сироварні: «Еко Сироварня», Івано-Франківська область; СМФ «Молочний край», Рівненська область; ТМ «Натуральні сири», Луганська область; Сироварня «Козачка»; Vodun Kraft Clan, Сумська область, с. Алтинівка; Крафтова сироварня «Сирна мама», ТМ «O'BEREG» та інші [9].

Використаємо інструментарій для проведення маркетингового аналізу та проведемо маркетингове дослідження можливості реалізації крафтових сирів на прикладі внутрішнього ринку обласного центру м. Суми.

Дослідивши асортимент сирів, пропонованих роздрібною мережею та ресторанами міста Суми, на прикладі сирної тарілки, показав, що практично всі ресторани включають в меню сирну тарілку, яка відрізняється кількістю і сортами сиру. В цілому асортимент сортів сиру, які реалізуються в ресторанах, представлений досить широко. Найбільш затребуваними сортами сиру є тверді сири «Пармезан», «Маасдам», а також м'які сири «Дор блю» і «Моцарелла». Крім того даний аналіз, показав дефіцит м'яких сирів, в асортименті сирних тарі-

Таблиця 1

**Види крафтової сільськогосподарської продукції**

Назва крафтового продукту	Опис
Сири	Виробляються з молока різних видів тварин, таких як корови, вівці, кози тощо. Залежно від типу молока і способу виробництва, сири можуть відрізнятися за текстурою, смаком і ароматом
Мед	Мед може відрізнятися за кольором, смаком і ароматом залежно від типу квітів і рослин
Фрукти та овочі	Вирощуються на городах та фермах без використання хімічних добрив і пестицидів. Крафтове виробництво фруктів і овочів може відрізнятися за сортами, сезонністю та якістю
М'ясо та м'ясні вироби	Виробляються з м'яса різних тварин, таких як свині, яловичина, баранина, кури тощо. Крафтове виробництво м'ясних продуктів може включати в себе використання натуральних спецій і традиційних методів обробки м'яса
Напої	Виробляються з фруктів, ягід, зерен і трав. Крафтові напої можуть включати в себе вино, пиво, квас, сидр тощо. Вони можуть відрізнятися за ароматом, смаком і міцністю

Джерело: складено автором на основі [1; 5]



**Рис. 1. Алгоритм застосування інструментарію для проведення маркетингового аналізу та визначення потреб та переваг споживачів крафтової сільськогосподарської продукції**

Джерело: побудовано автором на основі [2; 3; 7]

лок, вони зустрічаються в одиничному вигляді. Тобто, ніша м'яких сирів вільна, і тому асортимент з включенням м'яких крафтових сирів є перспективним напрямком.

При розробці крафтової лінійки власної продукції необхідно визначитися із сортами сирів, які є найбільш затребуваними. Відповідь на це питання може дати аналіз ринку в регіоні, а також наявність і кількість конкурентів. В якості джерел інформації про ринок, що вивчається, а саме місто Суми, та наявні ресторани, були використані наступні відкриті джерела:

- інформаційно-аналітичні портали, відкриті статистичні дані, інформаційні сторінки ресторанів;
- аналітичні огляди, включаючи професійні видання (ЗМІ).

Розглянемо асортимент сирів, пропонуємих ресторанами міста Суми, на прикладі сирної тарілки. Для цього проведемо аналіз меню найбільш популярних ресторанів, що спеціалізуються на італійській, французькій

та європейській кухнях. Такий вибір пояснюється тим, що саме ці кухні характеризуються широким використанням різних видів сирів.

Аналіз показав, що практичні всі ресторани включають в меню сирну тарілку, яка відрізняється кількістю і сортами сиру. Асортимент сирів в меню 10-ти найбільш відомих ресторанів м. Суми представлений в таблиці 2.

Одним з основних показників, що характеризують асортимент, є його структура. Нами визначимо структуру асортименту сирів, представлених у складі сирних тарілок у меню ресторанів м. Суми. Загальна кількість позицій сиру, яка становить 18 видів твердих, напівтвердих та м'яких сирів.

Узагальнена структура сортів сиру нами представлена на рис. 2.

Структура асортименту представлена наступними сортами сиру: Камамбер, Бурата, Пармезан, Едам, Моцарелла, Дор Блю, Фета, Сулугуні, Фокачча, і інші.



## Наявність сортів сиру в меню найбільш відомих ресторанів м. Суми

№ п/п	Назва ресторану	Вид кухні	Наявність сирної тарілки в меню	Кількість сортів сиру на тарілці	Найбільш популярні сорти сиру
1	Stumari	Грузинська	Так	5	Сир пармеджан Parmigiano, камамбер, сирне асорті
2	Sazha	Європейська, центральноевропейська	Так	4	Моцарелла, брі, Дор блю, сирне асорті
3	Crocodile	Європейська	Так	4	Моцарелла, брі, камамбер, сирне асорті
4	La Spezia	Європейська, італійська	Так	5	Моцарелла, брі, Дор блю, сирне асорті
5	Simbiosi&Yappi	Італійська	Так	5	Pesto Verde Hollandburg, Брюност Гудбрандсдален, Ріккота, Брі, Дор Блю, камамбер
6	Chekhoff's	Європейська, українська	Так	5	Frico Chevrete Mild 50%, камамбер, сирне асорті
7	VivaOlive Trattoria Суми	Європейська, італійська	Так	4	Моцарелла, брі, камамбер, сирне асорті
8	Verde by La Spezia	Японська, Американська, Європейська	Так	4	Моцарелла, брі, камамбер, сирне асорті
10	Puri Marili	Грузинська, Східноєвропейська	Так	4	Parmigiano Reggiano, Брюност Гудбрандсдален

Джерело: дослідження автора

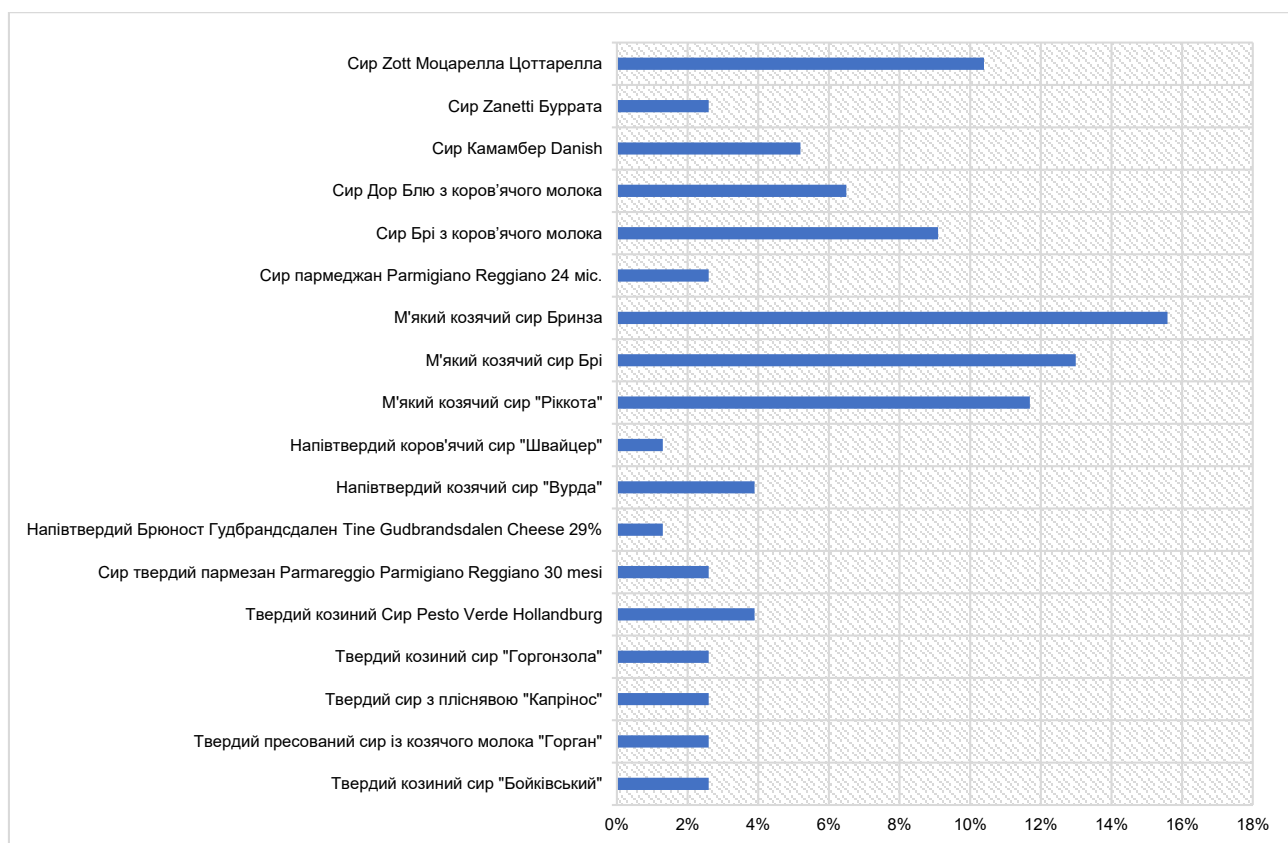


Рис. 2. Структура асортименту сортів сиру, представлених у складі сирних тарілок 10-ти ресторанів м. Суми, %

Джерело: побудовано автором

Найбільшу частку сирів у сирних тарілках становлять сорти Бринза (15%), Брі (13%), Ріккота (12%), Моцарелла (10%). Рідше в складі сирних тарілок присутні такі сорти як Буррата, Фета, Чедар і Сулугуні (біля 4%) відповідно в загальній структурі асортименту. Інші сорти

сиру представлені в одиничному варіанті і становлять по 1-2% відповідно.

Організація виробництва крафтового сиру передбачає створення умов для виробництва, збереження та реалізації, що забезпечують безпеку, а також високі орга-

нолептичні показники (зовнішній вигляд, смак і запах, консистенція, колір) [8].

Виготовлений і посолений сир може бути реалізований у свіжому (незрілому) вигляді або після деякої, іноді тривалої витримки (дозрівання) в певних температурно-вологісних умовах. У свіжому вигляді будуть реалізовуватися сири Буратта, Страчателла, Фокача, творожний сир Рікотта та інші [8; 9].

Проїшовши етап дозрівання, сири для зберігання направляються в холодильну камеру. Далі продукція поставляється або на виробництво в ресторані, або на реалізацію.

Виробники крафтової повинні розглянути можливість надання додаткової інформації через різні канали. Наприклад, сировари можуть використовувати картки біля своїх вітрин з сиром, які повідомляють про походження сиру – тварину, від якої він походить, дату доїння, використаний процес та витримку – цей канал можна доповнити особистими історіями, розказаними продавцем сиру (коли він не бере безпосередньої участі у продажах). Картки та інформацію можна роздрукувати як сувенірну продукцію, або ж спрямувати споживачів на веб-сайт, чи сторінку в соціальних мережах з більш детальною інформацією. Здатність надавати детальну особисту інформацію такого роду є унікальною для малих виробників, і ці виробники повинні скористатися унікальною можливістю розвивати повноцінний споживчий досвід, який вони надають [7, с. 295].

Оскільки вподобання споживачів змінюються, малі виробники повинні застосовувати такі підходи до управління своєю продукцією, які допоможуть їм виявити ці

унікальні можливості для диференціації та підвищення прибутковості власного виробництва.

**Висновки.** Результати дослідження свідчать про те, що ефективні маркетингові стратегії є важливими для успіху на ринку крафтової сільськогосподарської продукції. При здійсненні маркетингового аналізу крафтової сільськогосподарської продукції включають важливість орієнтації на конкретні сегменти ринку, розробку ефективного брендингу та упаковки, а також використання соціальних мереж та інших цифрових маркетингових каналів для охоплення споживачів. Крім того, пропозиція конкурентоспроможних цін та зручних каналів збуту може допомогти дрібним виробникам конкурувати на ринку.

Маркетинговий аналіз ринку крафтової сільськогосподарської продукції, представлений у цьому дослідженні, дає цінну інформацію про поведінку споживачів та ефективні маркетингові стратегії для малих виробників. Для просування сиру доцільно запустити інформацію на власній інформаційній сторінці, на власному-інтернет-порталі (інтернет-магазині), на сайті територіальної громади, інформаційних сторінках ресторанів, де покупці зможуть побачити фотографії сироварні, види сирів, вироблені на ній, а також приклади страв, які можна виконати з використанням цих сирів. Прочитати інформацію про сири, де будуть описані смак, аромат і текстура, а також поєднання певного сиру з іншими продуктами. Ознайомитися з ціною і вагою сиру, дізнатися про умови подальшого зберігання сиру. Також необхідно передбачити просування крафтової продукції в соціальних мережах.

#### Список використаної літератури:

1. Автентичні смаки Івано-Франківщини. Гастрономічний путівник. URL: <https://www.if.gov.ua/storage/app/sites/24/documentu-2021/gastronomichnyy-putivnik-if.pdf>.
2. Данніков О. В. Вдосконалення процесу управління продажем з позицій маркетингового стратегічного планування. *Формування ринкової економіки*, 2014, Вип. 32. С. 91–103.
3. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Київ : ДУТ, 2019. 146 с.
4. Десятилетие семейных фермерских хозяйств организации объединенных наций 2019-2028. Глобальный план действий. URL: <http://www.fao.org/3/ca4672ru/ca4672ru.pdf>
5. Ірина Глотова. Minecraft для фермера: абетка розвитку дрібнооптового виробництва харчів. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/minesraft-dla-fermera-abetka-rozvitku-dribnooptovogo-virobnictva-harciv>.
6. Органік в Україні. URL: <http://organic.com.ua/organic-v-ukraini>.
7. Пилипчук В. П., Данніков О. В. Маркетинговий аналіз та оцінка ефективності продажу. *БІЗНЕСІНФОРМ*. 2016. № 3. С. 291–296.
8. Семко Т., Іваніщева О. Аналіз сучасного стану крафтового виробництва сирів в Україні з елементами НАССР. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*, Vol. 7, No. 3/2019. Pp. 92–94.
9. Фермери виготовляють унікальні сири з лавандою, м'ятою, з кавовою скоринкою, липою та вином. URL: <https://greenpost.ua/news/fermery-vygotovlyayut-unikalni-syry-z-lavandoyu-m-yatoyu-z-kavovoyu-skorynkoju-lypoyu-ta-vynom-foto-i29049>.
10. Штефаніч Д., Братко О., Дячун О., Лагоцька Н., Окрепкий Р. Маркетинговий аналіз. Тернопіль : Економічна думка, 2011, 267 с.
11. Данько, Ю. І., Блюмська-Данько, К. В., & Галинська, А. В. (2017). Маркетингова система формування конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Бізнес Інформ*, (1 (468)), 353–357.
12. Данько, Ю. І., & Слюсарєва, Л. В. (2020). Механізми управління конкурентоспроможністю в системі сталого розвитку аграрних підприємств. *Вісник Сумського національного аграрного університету*, (1 (83)), 87–92.

#### References:

1. Avtentychni smaky Ivano-Frankivshchyny. Nastronomichniy putivnyk. URL: <https://www.if.gov.ua/storage/app/sites/24/documentu-2021/gastronomichnyy-putivnik-if.pdf>.
2. Dannikov O. V. Vdoskonalennia protsesu upravlinnia prodazhem z pozytsii marketynhovoho stratehichnogo planuvannia. *Formuvannia rynkovoї ekonomiky*, 2014, Vyp. 32. P. 91–103.

3. Darchuk V. H. Analiz ta planuvannya marketynhovoї diialnosti. Kyiv: DUT, 2019. 146 p.
4. Desiatyetye semeinykh fermerskykh khoziaistv orhanyzatsyy obedynennykh natsyi 2019-2028. Hlobalnyi plan deistyvi. URL: <http://www.fao.org/3/ca4672ru/ca4672ru.pdf>.
5. Iryna Hlotova. Minesraft dlia fermiera: abetka rozvytku dribnooptovoho vyrobnytstva kharchiv. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/minesraft-dla-fermiera-abetka-rozvitku-dribnooptovogo-virobnictva-harciv>.
6. Orhanik v Ukraini. URL: <http://organic.com.ua/organic-v-ukraini>.
7. Pylypchuk V. P., Dannikov O. V. Marketynhovyi analiz ta otsinka efektyvnosti prodazhu. *BIZNESINFORM*. 2016. № 3. P. 291–296.
8. Semko T., Ivanishcheva O. Analiz suchasnoho stanu kraftovoho vyrobnytstva syriv v Ukraini z elementamy NASSR. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*, Vol. 7, No. 3/2019. Rr. 92–94.
9. Fermery vyhotovliaiut unikalni syry z lavandoiu, miatoi, z kavovoiu skorynkoiu, lypoiu ta vynom. URL: <https://greenpost.ua/news/fermery-vygotovlyayut-unikalni-syry-z-lavandoyu-m-yatoyu-z-kavovoyu-skorynkoyu-ly-poyu-ta-vynom-foto-i29049>.
10. Shtefanych D., Bratko O., Diachun O., Lahotska N., Okrepkyi R. Marketynhovyi analiz. Ternopil: Ekonomichna dumka, 2011, 267 p.
11. Danko, Yu. I., Bliumska-Danko, K. V., & Halynska, A. V. (2017). Marketynhova systema formuvannya konkurentos-promozhnosti ahrarnykh pidpriemstv. *Byznes Inform*, (1 (468)), 353–357.
12. Danko, Yu. I., & Sliusareva, L. V. (2020). Mekhanizmy upravlinnia konkurentospromozhnistiu v systemi staloho rozvytku ahrarnykh pidpriemstv. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu*, (1 (83)), 87–92.

**Viktoriia Kolodiazna**, Postgraduate Student, Sumy National Agrarian University

### **MARKETING ANALYSIS OF THE MARKET OF CRAFT AGRICULTURAL PRODUCTS**

*The article deals with issues of marketing analysis and opportunities for domestic production of craft agricultural products. The main marketing theories used to promote craft agricultural products are characterized, as well as the aspects of their practical application when conducting marketing research are considered. The algorithm of their application when conducting marketing analysis and determining the needs and preferences of consumers of craft agricultural products is given. The main types of craft agricultural products are presented and characterized. The results of the study of the domestic market of Ukraine in terms of producers of craft cheeses are displayed. The results of a marketing research on the possibility of selling craft cheeses on the example of the internal market of the regional center of Sumy are shown. The results of the research of the range of cheeses offered by the retail network and restaurants of the city of Sumy (using the cheese plate as an example) are given. It has been proven that the marketing analysis of craft agricultural products includes the importance of focusing on specific market segments, the development of effective branding and packaging, as well as the use of social networks and other digital marketing channels to reach potential consumers of craft products. It is concluded that effective marketing strategies are important for success in the market of craft agricultural products.*

**Key words:** craft production, craft products, marketing, marketing analysis, marketing theories, agricultural sector, market, segmentation, production technologies, sales channels.

*Дата надходження до редакції: 10.01.2023 р.*

## ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ПАРАМЕТРИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ЗЕРНА В УКРАЇНІ

**Блюмська-Данько Ксенія Валеріївна**

кандидат економічних наук, доцент

Сумський національний аграрний університет (м. Суми, Україна)

ORCID: 0000-0003-0200-2280

**Зайденко Максим Анатолійович**

аспірант

Сумський національний аграрний університет (м. Суми, Україна)

*У статті розглянуто сучасний стан та перспективи розвитку ринку зерна в Україні. Встановлено, що головною функцією ринку зерна є повне задоволення потреб жителів країни в різних видах зерна і продуктах його технологічних переділів за ринковою ціною. Встановлено, що за допомогою інтеграційних процесів, відбулося значне укрупнення аграрного бізнесу, утворилися такі інтегровані господарючі суб'єкти, як, наприклад, агрохолдинги, що в свою чергу дозволило збільшити виробництво зернових майже в 3,5 рази починаючи з 2000 року. Встановлено, що найбільший валовий збір спостерігаємо серед підприємств, які мають у своєму розпорядженні більш ніж 3000,0 га ріллі. Визначено сегментацію зернового ринку за видами цільового використання зерна як товару. Подано організаційну структуру зернового ринку. Визначено специфічні особливості зернового ринку України. Параметри зернового ринку. Визначено державні механізми впливу на розвиток зернового ринку України.*

**Ключові слова:** ринок, зерно, зернові культури, зерновий ринок, інтеграція, агрохолдинг, інтегровані структури, аграрний сектор, розвиток, сталий розвиток, фінансова підтримка.

DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.1.6>

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Розвиток ринку зерна є критичним для сталого розвитку аграрної економіки України. Його розвиток зачіпає не лише спектр питань, пов'язаних з функціонуванням безпосередньо зернового господарства, але і в цілому всього агропродовольчого комплексу держави.

Зерно є одним з основних сільськогосподарських продуктів, попит на які постійно зростає. Також зазначене виробництво є ключовим джерелом доходу для багатьох аграрних підприємств. Стале виробництво зерна та його ефективна торгівля дають змогу забезпечити населення продуктами харчування в достатній кількості та за доступними цінами. Також розвиток зерновиробництва впливає і на експортний потенціал країни, залученню зовнішніх інвестицій у сільське господарство, що в свою чергу забезпечує розвиток національної економіки та підвищенню рівня життя сільських громад.

Розвиток ринку зерна також включає в себе аспекти екологічної стійкості та збереження біорізноманіття. Просування екологічно чистих методів виробництва та сталого використання земельних ресурсів допомагає знизити негативний вплив сільського господарства на навколишнє середовище.

Загалом, розвиток ринку зерна є невід'ємною частиною аграрної економіки і має велику актуальність, впливаючи на безліч аспектів сільського господарства, економіки та суспільства загалом.

У зв'язку з цим важливу роль зернового господарства, як головного джерела забезпечення країни продовольством і ключового елемента розвитку її економіки, необхідно розглядати і оцінювати, орієнтуючись на його багатопільове призначення в економічній, соціально-політичній, міжнародній та екологічній сферах.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням, які стосуються питань розвитку аграрного ринку України присвячена велика кількість наукових досліджень. Теоретичним та практичним аспектам становлення зернового ринку присвятили свої наукові розробки такі вітчизняні науковці, як Н.Р. Амірова, Т.О. Бабан, О.М. Варченко, М.І. Ібатуллін, Л.І. Федулова, В.А. Казьмір, А.П. Соляр, С.М. Лутковська, Ю.С. Коваленко, І.В. Охріменко, І.М. Зеліско, Л.М. Левківська, П.М. Макаренко, О.О. Сиченко, М.В. Сікало, М.М. Ільчук та ін.

Основні акценти дослідників спрямовані на дослідження методологічних підходів до трактування категорії «ринок» [4], дослідження сучасного стану розвитку та функціонування підприємств зернопереробної галузі України [6; 7; 8] та ринку зерна [10; 12; 13]. А також дослідженням інноваційних моделей відтворення в зерновому господарстві [1; 5], конкурентним перевагам українського зерна при формуванні експортного потенціалу [2], питанням державного регулювання ринку аграрної продукції [3; 11].

Разом з тим залишаються невирішеними окремі теоретичні та практичні питання, що відображають специфіку розвитку ринку зерна та забезпечення збалансованого розвитку попиту і пропозиції на зерновому ринку.

**Формування цілей статті (постановка завдання).** Мета статті полягає в дослідженні поточного стану, а також факторів, що впливають на розвиток ринку зерна в Україні, та підходів до його переведення на засади сталого функціонування.

**Результати дослідження.** Зерно є життєво важливим компонентом існування людини, в силу цієї обставини воно стало не тільки провідним сировинним



ресурсом для підприємств харчової, переробної промисловості, найважливішим джерелом доходів практично для абсолютної більшості його виробників, але і мірилом багатства і критерієм в оцінці продовольчої безпеки держави. Крім того, структура ринку зерна істотно впливає на формування міжгалузевих пропорцій не тільки в агропромисловому виробництві, але, безсумнівно, у всій економіці країни.

Ринок зерна володіє наступними системними характеристиками: цілісність, ієрархічність, інтегрованість, при цьому елементи ринку утворюють єдине ціле. Основною і головною функцією ринку зерна є повне задоволення потреб жителів країни в різних видах зерна і продуктах його технологічних переділів за ринковою ціною.

Станом на 01 грудня 2021 року у загальному об'ємі валового збору сільськогосподарських культур зернові та зернобобові становлять 29%. При цьому пшениця складає 46% від загального об'єму зернових та зернобобових, кукурудза становить 32%, ячмінь 16%, і всі інші – 6%. За останні роки у сільському господарстві нашої держави відбулися деякі зміни, це, в першу чергу, стосується досить значних інтеграційних процесів, на основі яких відбулося значне укрупнення аграрного бізнесу. При цьому в аграрному секторі утворилися такі інтегровані господарюючі суб'єкти, наприклад агрохолдинги. Це досить фінансово потужні структурні одиниці, які можуть собі дозволити використовувати новітні інноваційні засоби виробництва, сучасні досягнення селекції та насінництва, використовувати новітні сорти сільськогосподарських культур, тобто здійснювати інтенсифікацію виробництва. На рис. 1 подана динаміка посівних площ, валового збору та урожайності зернових та зернобобових культур в Україні.

Так, у динаміці можемо спостерігати зростання в першу чергу урожайності сільськогосподарських культур, та незначного зростання площі посівів. Застосування інноваційних технологій дозволило збільшити виробництво зернових майже в 3,5 рази починаючи з 2000 року.

При цьому площа посіву зросла лише на 17% у динаміці з 2000 року.

Також вплив інтеграції сільськогосподарських виробників чітко простежується і при здійсненні групування підприємств за розмірами валового збору зернових та площі сільськогосподарських угідь станом на 2021 рік (рис. 2). Так, найбільший валовий збір спостерігаємо серед підприємств, які мають у своєму розпорядженні більш ніж 3000,0 га ріллі. Також простежується і збільшення виробництва у зазначеній групі товаровиробників такої культури як кукурудза.

Зернове господарство було і залишається постійним постачальником сировини для інших галузей АПК. Ринок зерна є стратегічним, оскільки він виступає першою ланкою в ланцюгу функціонування наступних ринків продуктів і товарів, одержуваних на його основі.

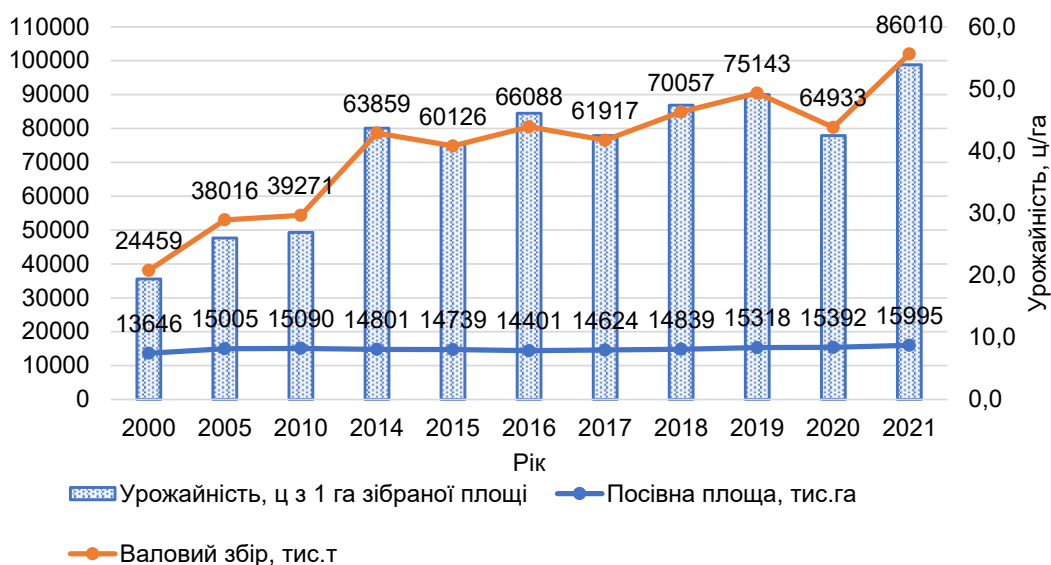
Так, на основі ринку зерна, функціонує ринок насінневого матеріалу, зерна промислової та харчової переробки, фуражу і комбікормів, страхового запасу, а також експорт. Тобто, зерновий ринок сегментований за видами цільового використання зерна як товару:

- продовольчий сегмент (для виробництва борошна, круп, хлібобулочних та кондитерських виробів, інших продуктів харчування);
- зерно фуражне (на годівлю тваринам, як у чистому вигляді, так і у вигляді комбікормів);
- зерно технічне (для виробництва спирту, крохмало-паточної та іншої продукції);
- зерно насінневе (як насіння для посіву в сільському господарстві).

Організаційна структура зернового ринку характеризується за рахунок його учасників, яких можна об'єднати в 4 групи (табл. 1).

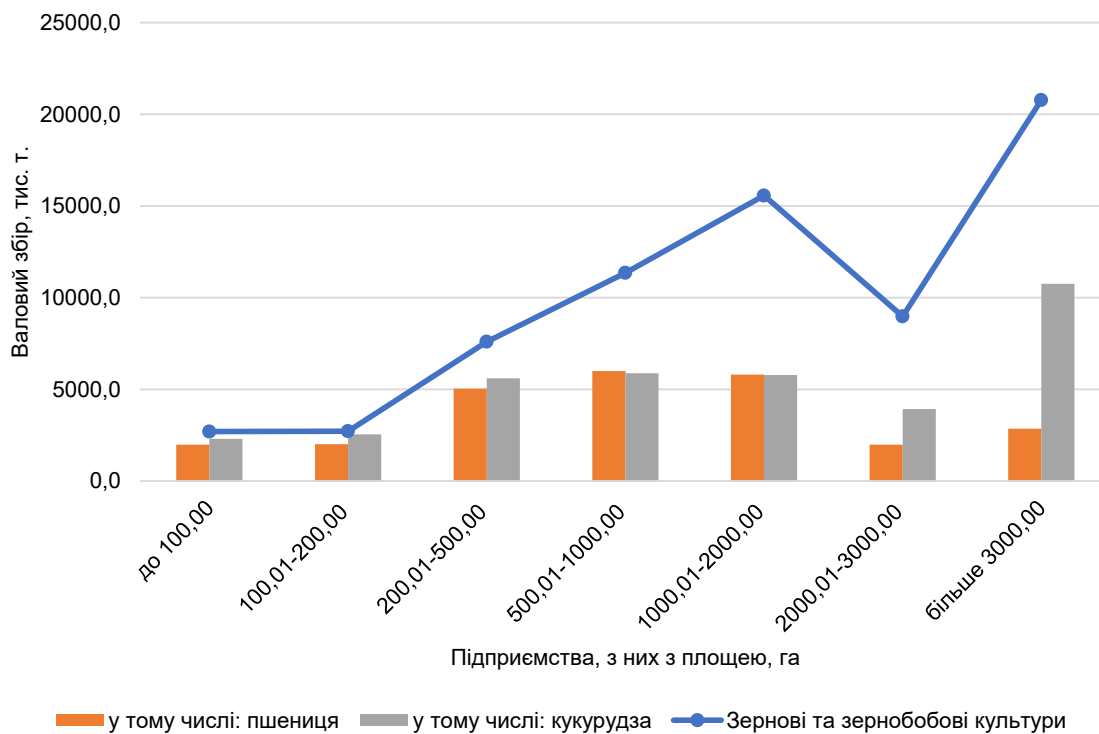
Слід також наголосити на тому, що ринок зерна має ряд специфічних особливостей, до яких відносяться наступні:

- зерно це продукт стратегічного значення, від постійної наявності якого залежить як економічна стабільність так і продовольча безпека держави;



**Рис. 1. Виробничі параметри зернових та зернобобових культур в Україні**

Джерело: побудовано авторами на основі [2]



**Рис. 2. Групування підприємств за розмірами валового збору зернових та площі сільськогосподарських угідь станом на 2021 рік**

Джерело: побудовано авторами на основі [2]

Таблиця 1

#### Учасники зернового ринку

№ п/п	Група учасників ринку	Назва учасника ринку
1.	Виробники зерна – сільськогосподарські товаровиробники усіх форм власності	Сільськогосподарські товаровиробники усіх форм власності: малі та мікропідприємства, середні, великі
2.	Первинні покупці зерна	Заготівельні елеватори, брокерські та дилерські фірми, учасники різних комерційних угод
3.	Кінцеві покупці зерна	Заводи: борошномельні, комбікормові, крохмало-паточні, пивоварні, спиртові, круп'яні
4.	Покупці зерна і зернопродуктів	Хлібопекарські підприємства, підприємства галузі харчування, макаронні та кондитерські фабрики, підприємства з вирощування худоби та птиці і інші споживачі зернових продуктів

Джерело: сформовано авторами з використанням [8; 9, с. 80–82]

– не весь обсяг виробленого зерна надходить до сфери обігу, необхідна його частина залишається в зерновиробників для внутрішнього споживання (корми для худоби, насіннєвий фонд, забезпечення потреб галузі харчування);

– обсяг пропозиції зерна залежить від такого непередбаченого фактору як погодні умови, які прямо впливають на об'єми валового виробництва;

– відносно стійкий і рівномірний попит на хлібопродукти зумовлює необхідність створення зернових запасів на випадок сезонних коливань пропозиції зерна;

– рівень виробництва та споживання зерна по території країни в розрахунку на душу населення різний, а також і локальний характер виробництва різних видів зерна, все це зумовлює об'єктивну необхідність транспортування зерна, продуктів його переробки по облас-

тях України, де виникає дефіцит певних видів зернової продукції;

– попит населення на продукти харчування тваринного походження є базисом для збільшення або зменшення обсягів виробництва фуражного зерна і комбікормів;

– експортні можливості держави також впливають на об'єми валового виробництва окремих видів зернової продукції: зернових для технологічного використання та переробки, зернових для галузі харчування та переробки тощо.

Функціонування зернового ринку не може бути ефективним без наявності ряду інституційних умов:

– наявність різних форм власності та господарювання виробників і споживачів, відсутність монополізму у всіх ланках товароруху від виробника до споживача,

досить високий рівень конкуренції внутрішнього і зовнішнього характеру;

- самостійне та незалежне право вибору суб'єктів ринку структури виробництва, каналів реалізації, збуту та придбання продукції, формування та встановлення рівня цін і самостійного розпорядження своїми доходами, іншими словами – здійснення своєї діяльності, заснованої за принципом вільного підприємництва та незалежного переміщення ресурсів і капіталу;

- наявність сучасної, розвиненої ринкової інфраструктури.

Тобто, ринок зерна виступає відповідним середовищем для формування взаємовідносин між виробниками зернової продукції та споживачами, є своєрідним інструментом узгодження їх фінансово-економічних інтересів. Ці відносини приймають конкурентний характер, що в свою чергу призводить до відповідної спонукальної дії, та змушує виробників, в силу їх залежності від споживачів, прогнозувати власний обсяг виробництва, прораховувати структур ринку, і відповідно здійснювати більш повне його насичення, а також забезпечувати і задовольняти суспільні потреби у зерні та зерновій продукції. При цьому купівельний попит завжди виступає основним «гравцем» на ринку зерна.

У становленні та розвитку ринкового механізму АПК має місце така тенденція – це цілеспрямована модифікація агропромислових ринкових зв'язків за допомогою створення агропромислових інтегрованих об'єднань, укладення нових контрактів, прямих зв'язків, взаємовигідних ринкових угод, встановлення власних цін на більшість сільськогосподарських продуктів. Але внаслідок

такої модифікації все більше посилюється актуальність усвідомлення необхідності орієнтації тільки на ринковий механізм функціонування агропродовольчого ринку, і вжиття всіх необхідних заходів для більш повного та ефективного його функціонування. На ринок зерна також відчутно впливають різкі коливання цін, що виникають у зв'язку з особливостями формування сукупного попиту та сукупної пропозиції в аграрному секторі економіки. Параметри зернового ринку представлено в табл. 2.

Слід зазначити, що на стабільність зернового ринку в першу чергу впливає цінова ситуація. Так, у разі падіння цін на зернову продукцію вітчизняний ринок переходить у стан «занепокоєння», і до стану «рівноваги» він повертається не відразу, при цьому зі свідомими витратами і фінансовими втратами. Регулювати даний процес може держава за допомогою коригуючого впливу на ринкову кон'юнктуру за допомогою закупівельних інтервенцій, розширення експорту та квот, і інших заходів, які дозволять збільшити сукупний попит і стабілізацію ціни на ринку. Також, відсутність доступної та достовірної інформації про стан зернового ринку не дозволяє вчасно орієнтуватися виробникам зерна щодо стану попиту, як внутрішнього так і зовнішнього.

На сьогодні в державі все більше уваги приділяється зерновій галузі, особливо великими інтегрованими структурами, створені та функціонують механізми регулювання аграрного ринку, створюється ефективна зернова логістична інфраструктура, відбуваються заходи, що націлені на забезпечення розвитку зернової галузі на перспективу, особливо в частині експортних можливостей.

Таблиця 2

### Параметри зернового ринку

1. Ситуація на світових зернових ринках	
Ринкова пропозиція	Обсяг світового ринку зернових; виробництво зерна усіх видів, передбачувані об'єми експорту країн-експортерів; перехідні запаси та баланси
Наявний попит	Світове споживання зернових
Цінова ситуація	Динаміка цін на зернові на світових біржах; зміна середньої контрактної ціни експорту та динаміка цін реалізації зернових від виробників
2. Ситуація на внутрішньому зерновому ринку	
Ринкова пропозиція	Зміна виробництва зернових на поточний рік; прогноз виробничих параметрів: посівні площі, врожайність, валовий збір; зерновий баланс; структура видів зерна за якістю; перехідні запаси; логістичні витрати; наявна зернова інфраструктура; динаміка виробництва продуктів переробки
Наявний попит	Динаміка доходів населення; задоволення потреб у продуктах переробки зерна; частка імпоротної зернової продукції чи продуктів переробки у вітчизняному споживанні; внутрішньогосподарське споживання; потреби різних галузей тваринництва
Цінова ситуація	Ціни на зернові та зернобобові; оптові та роздрібні ціни на продукцію переробки; ціни на засоби виробництва; індекси споживчих цін на продукти переробки; динаміка цін на ПММ; трансакційні витрати; ціни на добрива та засоби захисту; обсяги реалізації на внутрішньому ринку
Державне регулювання зернового ринку	Державні закупівельні та товарні інтервенції; регулювання зовнішньої торгівлі
Ринкова інфраструктура	Механізми здешевлення ціни на придбання техніки; кредитні програми та Програми галузевої підтримки виробників зернової продукції; механізми кредитування проектів по впровадженню інфраструктурних об'єктів для учасників зернового ринку
Зовнішня торгівля	Питома вага зернових в структурі експорту; вплив і об'єми імпорту зерна та продуктів переробки на внутрішній ринок; порівняльні ціни імпортних та експортних контрактів; аналіз цін на зерно різних видів на внутрішньому і зовнішніх ринках
3. Прогнозування розвитку зернового ринку	
Загальні тенденції розвитку сільського господарства України; перспективи розвитку зернового сектора аграрної економіки України	

Джерело: сформовано авторами з використанням [8; 9, с. 80-82]

**Висновки.** Отже, ринок зерна є ключовим фактором, що визначає економічну динаміку сільського господарства. Він має значний вплив на економічне зростання держави, експорт, продовольчу безпеку, надходження інвестицій, розвиток сільських територій, інноваційний та технологічний прогрес і сталий розвиток. Розвиток ринку зерна також сприяє створенню нових робочих місць, збільшенню доходів господарюючих суб'єктів аграрного сектору і стимулює економічне зростання в сільському господарстві. Експорт зерна покращує зовнішньоторговельний баланс країни. Стале виробництво зернових допомагає залучати інвестиції в сільське господарство, здійснювати модернізацію виробництва та впроваджувати нові технології. Що в свою чергу сприяє підвищенню

продуктивності та ефективності сільськогосподарських процесів. Крім того, розвиток ринку зерна сприяє розвитку інфраструктури в сільських районах, а також стимулює розвиток місцевого підприємництва та створення нових робочих місць.

Важливим аспектом розвитку ринку зерна є його потенціал для сталого розвитку аграрної економіки. Впровадження сталих практик ведення сільського господарства націлений на збереження довкілля та природних ресурсів, а також на довгострокову стійкість аграрного сектору.

Таким чином, дослідження впливу ринку зерна на розвиток аграрної економіки підтверджує його центральне значення для сталого та процвітаючого сільського господарства.

#### Список використаної літератури:

1. Амірова Н.Р. Інноваційна модель відтворення в зерновому господарстві. *Зернове господарство*. 2007. № 3–4. С. 5–6.
2. Бабан Т.О. Конкурентні переваги українського зерна при формуванні експортного потенціалу. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. 2018. Вип. 191. С. 131–141.
3. Варченко О.М. Обґрунтування необхідності поєднання ринкового та державного регулювання ринку аграрної продукції. *Наук. вісн. Нац. ун-ту біоресурсів і природокористування України*. 2010. Вип. 151. Ч. 1. С. 57–67.
4. Ібатуллін М.І. Методологічні підходи до трактування категорії «ринок». *Економіка та управління АПК*. 2014. № 2. С. 62–67.
5. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика / за ред. Л.І. Федулової. Київ : Основа, 2015. 512 с.
6. Казьмір В.А., Соляр А.П. Сучасний стан розвитку та функціонування підприємств зернопереробної галузі України, технологічні інновації у харчовій промисловості та шляхи їх впровадження. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Від науки до практики», 14-15 березня 2019 р. Вінниця : «ТВОРИ», 2019. С. 124–126.
7. Казьмір В.А., Лутковська С.М. Ринок зерна: проблеми, можливості та пріоритетні напрямки розвитку. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2020. № 3. С. 39–50.
8. Коваленко Ю.С., Охріменко І.В., Зеліско І.М. Макроекономічний аналіз аграрного ринку України (науково-методичні рекомендації). Київ : ННЦ ІАЕ, 2005. 82 с.
9. Левківська Л.М. Теоретичні засади формування інфраструктури аграрного ринку. *Економіка АПК*. 2002. № 9. С. 415–420.
10. Макаренко П.М., Сиченко О.О. Ринок зерна і регіональне зерновиробництво : монографія. Дніпропетровськ : Герда, 2007. 188 с.
11. Сікало М.В. Ринок зерна як об'єкт державного регулювання. *Теорія та практика державного управління*. 2017. № 1(56). С. 1–8.
12. Данько Ю., Красноручський О. Тенденції розвитку експорту українського зерна в контексті дотримання продовольчої безпеки держави. *Економіка АПК*. 2022. № 29 (2). С. 34–39. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.2022.02034>.
13. Красноручський О.О., Онегіна В.М., Данько Ю.І. Теоретичне значення категорії «розподіл продукції» для досліджень функціонування аграрного ринку. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2013. № 4. С. 3–9.
14. Ільчук М.М., Коновал І.А., Барановська О.Д. Розвиток ринку зерна в Україні та його стабілізація. *Економіка АПК*. 2019. №4. С. 29–38.
15. Саранчук А.О. Вплив чинників на структуру зернового ринку України та шляхи покращення функціонування його структурних елементів. *Вісник Запорізького національного університету*. 2014. № 4. С. 162–171.
16. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua>.

#### References:

1. Amirova N.R. (2007) Innovatsiina model vidtvorennia v zernovomu hospodarstvi. *Zernove hospodarstvo*. № 3–4. P. 5–6.
2. Baban T.O. (2018) Konkurentni perevahy ukrainskoho zerna pry formuvanni eksportnoho potentsialu. *Visnyk KhNTUSH: Ekonomichni nauky*. Vyp. 191. P. 131–141.
3. Varchenko O.M. (2010) Obgruntuvannia neobkhidnosti poiednannia rynkovoho ta derzhavnoho rehuliuвання rynku ahrarnoi produktsii. *Nauk. visn. Nats. un-tu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy*. Vyp. 151. Ch.1. S. 57–67.
4. Ibatullin M.I. (2014) Metodolohichni pidkhody do traktuvannia katehorii «rynok». *Ekonomika ta upravlinnia APK*. № 2. P. 62–67.
5. Innovatsiinyi rozvytok ekonomiky: model, systema upravlinnia, derzhavna polityka / za red. L.I. Fedulovoi. Kyiv : Osnova, 2015. 512 p.
6. Kazmir V.A., Soliar A.P. (2019) Suchasnyi stan rozvytku ta funktsionuvannia pidpryiemstv zernopererobnoi haluzi Ukrainy, tekhnolohichni innovatsii u kharchovii promyslovosti ta shliakhy yikh vprovadzhennia. Materialy Vseukrainskoi naukovopraktychnoi konferentsii «Vid nauky do praktyky», 14-15 bereznia 2019 r. Vinnytsia : «TVORY». P. 124–126.



7. Kazmir V.A., Lutkovska S.M. (2020) Rynok zerna: problemy, mozhyvosti ta priorytetni napriamky rozvytku. *Ekonomika, finansy, menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky*. № 3. P. 39–50.
8. Kovalenko Yu.S., Okhrimenko I.V., Zelisko I.M. (2005) Makroekonomichnyi analiz ahrarnoho rynku Ukrainy (nauko-metodychni rekomendatsii). Kyiv : NNTs IAE, 82 p.
9. Levkivska L.M. (2002) Teoretychni zasady formuvannia infrastruktury ahrarnoho rynku. *Ekonomika APK*. № 9. P. 415–420.
10. Makarenko P.M., Sychenko O.O. (2007) Rynok zerna i rehionalne zernovyrobnytstvo : monohrafiia. Dnipropetrovsk : Herda, 188 p.
11. Sikalo M.V. (2017) Rynok zerna yak ob'iekt derzhavnoho rehuliuвання. *Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia*. № 1(56). P. 1–8.
12. Danko Yu., Krasnorutskyy O. (2022) Tendentsii rozvytku eksportu ukrainskoho zerna v konteksti dotrymanna pro-dovolchoi bezpeky derzhavy. *Ekonomika APK*. № 29 (2). S. 34–39. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202202034>.
13. Krasnorutskyy O.O., Onehina V.M., Danko Yu.I. Teoretychne znachennia katehorii «rozpodil produktsii» dlia dos-lidzhen funktsionuvannia ahrarnoho rynku. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu*. 2013. № 4. P. 3–9.
14. Ilchuk M.M., Konoval I.A., Baranovska O.D. (2019) Rozvytok rynku zerna v Ukraini ta yoho stabilizatsiia. *Ekonomika APK*. № 4. P. 29–38.
15. Saranchuk A.O. (2014) Vplyv chynnykiv na strukturu zernovoho rynku Ukrainy ta shliakhy pokrashchennia funk-tionuvannia yoho strukturykh elementiv. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu*. № 4. P. 162–171.
16. Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. URL: <https://ukrstat.gov.ua>.

**Kseniia Bliumska-Danko**, PhD, Associated Professor, Sumy National Agrarian University (Sumy, Ukraine)

**Maksym Zaidenko**, Postgraduate Student, Sumy National Agrarian University (Sumy, Ukraine)

#### **ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC PARAMETERS OF THE GRAIN MARKET IN UKRAINE**

*The article analyzes the current state and prospects for the development of the grain market in Ukraine. It is established that the main function of the grain market is to fully satisfy the needs of the country's residents in various types of grain and products of its technological processing at a market price. It is established that through integration processes, there has been a significant consolidation of the agricultural business, the formation of such integrated business entities as, for example, agricultural holdings, which in turn has increased grain production by almost 3.5 times since 2000. It is established that the largest gross harvest is observed among enterprises that have more than 3000.0 hectares of arable land. The article determines the segmentation of the grain market by the types of intended use of grain as a commodity: food segment (for the production of flour, cereals, bakery and confectionery products, and other food products); fodder grain (for feeding animals, both in pure form and in the form of mixed fodder); technical grain (for the production of alcohol and other products); seed grain (as seeds for sowing). The grain market serves as a suitable environment for the formation of relations between grain producers and consumers, and is a kind of tool for harmonizing their financial and economic interests. These relations take on a competitive character, which in turn leads to a corresponding incentive effect, and forces producers, due to their dependence on consumers, to forecast their own production, calculate the market structure, and accordingly, to carry out a more complete saturation of the market, as well as to ensure and satisfy public needs for grain and grain products. The organizational structure of the grain market is presented. The specific features of the grain market are determined. The parameters of the grain market are determined. It is established that the stability of the grain market is primarily influenced by the price situation: in the event of a fall in grain prices, the domestic market enters a state of "anxiety", and it does not return to the state of "equilibrium" immediately. This process can be regulated by the state through corrective influence on the market situation by means of procurement interventions, expansion of exports and quotas, and other measures that will increase aggregate demand and stabilize the market price.*

**Key words:** market, grain, grain crops, grain market, integration, agroholding, integrated structures, agricultural sector, development, sustainable development, financial support.

*Дата надходження до редакцiї: 12.01.2023 р.*

**Данько Юрій Іванович**  
доктор економічних наук, професор  
Сумський національний аграрний університет (м. Суми, Україна)  
ORCID: 0000-0002-9847-1593  
**Ладика Наталія Миколаївна**  
аспірант  
Сумський національний аграрний університет (м. Суми, Україна)

## СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

*У статті розглянуто теоретичні аспекти розвитку малого інноваційного підприємництва в аграрному секторі економіки України. Визначено поняття «інновацій». Встановлено основні обставини, що гальмують темпи інноваційного розвитку малого підприємництва в аграрному секторі. Досліджено досвід Європейського Союзу щодо успішного поширення інноваційних процесів та їх впливу на розвитку малого підприємництва. Визначено основні напрямки, за допомогою яких європейське суспільство забезпечило успішне поширення інноваційних процесів. На основі європейських підходів щодо поширення інновацій запропоновано алгоритм відбору інноваційного проекту суб'єктом малого підприємництва. Визначена сутність малого підприємництва в аграрному секторі. Встановлено, що суттєве значення для малого агропромислового підприємництва має інноваційна інфраструктура, зазначено її функціональні блоки. Визначено переваги та недоліки способів фінансування суб'єктів інноваційного малого підприємництва. Зазначені форми державної фінансової підтримки суб'єктів малого підприємництва.*

**Ключові слова:** розвиток, інновації, інноваційний розвиток, інноваційний процес, інноваційний проект, інноваційна інфраструктура, мале підприємництво, суб'єкти малого підприємництва, аграрний сектор, фінансова підтримка.

DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.1.7>

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** На сьогодні розвиток малого підприємництва (МП) є вкрай важливим завданням для нашої держави. Цей важливий сектор економіки досі не повністю використовує свій потенціал в соціальному та економічному розвитку як з точки зору обсягів виробництва конкурентоспроможних товарів і послуг, так і з точки зору зайнятості населення. Особливе місце серед проблем, які гальмують розвиток і стійке функціонування малих підприємств, є відсутність економічного та організаційно-управлінського механізму, що дозволяє об'єктивно оцінити варіанти МП на початкових стадіях їх розвитку, а також відсутність інноваційних пропозицій для малого бізнесу, особливо це стосується галузі сільського господарства.

Розвиток малого інноваційного підприємництва в аграрному секторі економіки має кілька важливих аспектів. Так, впровадження нових технологій та інноваційних підходів у сільському господарстві сприяє підвищенню ефективності виробництва, зниженню витрат і поліпшенню якості продукції. Малі інноваційні підприємства, розробляючи та впроваджуючи нові технології в сільське господарство, можуть стимулювати розвиток аграрного сектора.

Наступним аспектом є те, що малі інноваційні підприємства можуть активно займатися розробкою і виробництвом екологічно чистих продуктів і технологій, спрямованих на зниження впливу аграрної діяльності на навколишнє середовище. Також малі інноваційні підприємства в аграрному секторі можуть розробляти нові продукти або покращувати наявні, щоб підвищити їхню

конкурентоспроможність на ринку. Це може включати в себе розробку нових сортів сільськогосподарських культур з кращими характеристиками, створення інноваційних методів зберігання і переробки сільськогосподарської продукції, а також впровадження системи трекінгу та контролю якості. А тому для розвитку малого інноваційного підприємництва в аграрному секторі необхідна фінансова підтримка з боку держави та інших організацій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням, які стосуються розвитку малого інноваційного підприємництва в аграрному секторі економіки України присвячена велика кількість наукових досліджень. Теоретичним та практичним аспектам становлення інноваційного підприємництва присвятили свої роботи такі вітчизняні науковці, як Г.О. Андрощук, Н. Бочарова, Н.О. Вернюк, М.І. Дяченко, Т. Дудар, О.П. Радченко, Т.В. Карадобри, С. Фірстов, Д. Левіна, Т. Патрах, Л. Чернишов, А.М. Щуревич і ін.

Основні акценти дослідників спрямовані на дослідження інноваційної і науково-технічної політики Європейського Союзу [1; 2; 3; 4; 5; 10], дослідження механізмів регулювання інноваційного розвитку та інноваційної діяльності в аграрному секторі України [6; 7; 9], а також дослідженню інноваційних перспектив розвитку аграрного сектору в Україні [11]. У той же час для суб'єктів малого підприємництва залишаються невирішеними проблеми вибору та впровадження інновацій у власний виробничий процес, а також є проблемними і механізми залучення фінансування таких проектів.

### **Формування цілей статті (постановка завдання).**

Мета статті полягає в дослідженні факторів, що впливають на розвиток малого інноваційного підприємництва в аграрному секторі економіки, а також підходів до вибору та механізмів фінансування таких інноваційних проектів суб'єктами малого підприємництва.

**Результати дослідження.** На сьогодні безліч визначень поняття «інновації» в науковій літературі (зарубіжній і вітчизняній) зводиться до того, що інновації – це один з основних факторів, що сприяє втіленню нових ідей у конкретні комерційні досягнення, що дозволяє отримати конкурентні переваги підприємством. Зацікавленість підприємств в інноваціях залежить від конкретного сектору ринку – попиту або пропозиції, а також конкуренції.

У той же час деякі обставини гальмують темпи інноваційних підходів до розвитку малого підприємництва в аграрному секторі, що призводить до суперечності між стратегічним і плановими завданнями МП, і одночасно знижує їх сприйнятливості до інновацій. Однією з таких обставин є проблема поширення інновацій, якій сприяє недосконала та нерозвинута система в першу чергу державних науково-дослідних установ, а також і комерційних (такими можуть бути, наприклад, технопарки чи бізнес-інкубатори) [9, с. 79].

Світовий досвід показує, що досягнення цілей розвитку малого підприємництва можливе тільки при активізації інноваційних процесів, впровадженні інноваційних технологій, новітніх розробок і т.д. Значний інноваційний потенціал знаходиться у сфері наукової творчості, тобто у сегменті зародження та реалізації інноваційних ідей. Так, в «Зеленому документі», прийнятому в Європі в цілях розвитку малого підприємництва (1996 рік), було визначено напрямки, за допомогою яких європейське суспільство забезпечило успішне поширення інноваційних процесів [1].

До них віднесено:

- розвиток моніторингу технологій і прогнозів щодо їх поширення та використання;
- цільові науково-практичні дослідження в галузі інновацій;
- розвиток системи освіти та системи підвищення кваліфікації;
- забезпечення мобільності студентів і дослідників;
- реклама переваг інновацій та інноваційних технологій;
- поліпшення фінансування інноваційних досліджень, створення сприятливого податкового режиму для підприємств-новаторів;
- досконала система захисту прав інтелектуальної власності;
- спрощення адміністративних процедур та перешкод до впровадження та поширення інновацій;
- створення сприятливого нормативно-правового середовища та управління;
- поширення економічної інформації щодо ефективності інновацій;
- заохочення інновацій на підприємствах, особливо на малих;

– вдосконалення програм державної підтримки поширення інновацій.

Наступним кроком Європейська Комісія схвалила «Перший план дій з поширення інновацій в Європі» [3]. Цей план був заснований на трьох принципах і визначав наступні напрямки:

- 1) сприяння формуванню інноваційної культури;
- 2) створення умов для інновацій;
- 3) дослідження інновацій.

На основі європейських підходів щодо поширення інновацій запропоновано алгоритм відбору інноваційного проекту суб'єктом малого підприємництва. Схема алгоритму відбору інноваційного проекту приведена на рис. 1.

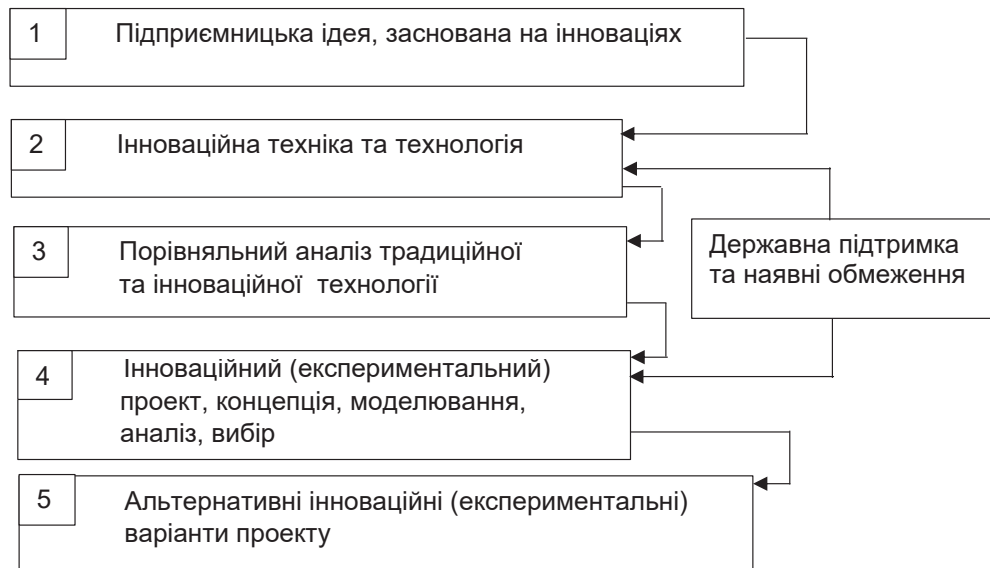
На сьогодні забезпечити власну конкурентоспроможність малим підприємствам можливо лише на інноваційній основі. Тобто, за рахунок кардинального переоснащення всіх учасників підприємницького середовища на базі передових досягнень науки і техніки. Така модернізація допоможе істотно підвищити соціально-економічну ефективність суб'єктів малого підприємництва, в т.ч. і в аграрному секторі економіки.

Сутність малого підприємництва в аграрному секторі полягає як в його соціально-економічних функціях, так і специфічних для МП напрямках, таких як:

- формування соціального прошарку підприємців, фермерів, землевласників тощо;
- формування ринкової аграрної економіки, заснованої на конкурентних засадах, спрямованої на задоволення потреб населення в якісних продовольчих продуктах і сировині для промисловості, розширення асортименту;
- вдосконалення структури аграрної економіки, її гнучкості та маневреності за рахунок удосконалення співпраці малих підприємств зі споживачами;
- скорочення безробіття у сільській місцевості за допомогою збільшення кількості робочих місць та ефективного використання ресурсного потенціалу, в т.ч. творчих здібностей людей та національних чи місцевих традицій при розвитку крафтового виробництва, в тому числі залучення для цих цілей особистих фінансових ресурсів місцевого населення та громади;
- залучення до комерційної діяльності у якості підприємців таких груп населення, як пенсіонери, інваліди, безробітні чи тимчасово непрацюючі і ін.;
- активізація науково-технічного прогресу;
- розвиток інтеграції з великими сільськогосподарськими підприємствами (агрокорпораціями та агрохолдингами) за допомогою створення допоміжних чи обслуговуючих виробництв тощо;
- розвиток сільськогосподарської кооперації;
- налагодження ефективного механізму роботи з нерентабельними та збитковими підприємствами в аграрному секторі економіки [6; 11].

Суттєве значення для малого агропромислового підприємництва має інноваційна інфраструктура, що включає, за аналогією з розвинутими країнами, три функціональні блоки:

- 1) організація підтримки та обслуговування малих сільськогосподарських інноваційних підприємств;



**Рис. 1. Алгоритм відбору інноваційного проекту суб'єктом малого підприємництва в аграрному секторі економіки**

*Джерело: розроблено автором з врахуванням [3; 5]*

2) центри підтримки розвитку малих підприємств (бізнес-інкубатори);

3) зони (території, кластери) аграрного інноваційного підприємництва [10; 11, с. 103].

Елементи 1-ї групи належать до об'єктів загальної ринкової інфраструктури, а 2-ї та 3-ї – до об'єктів інфраструктури інноваційного підприємництва.

Оцінка та аналіз інвестиційних витрат на інноваційну модернізацію власного виробничого процесу включає розрахунок сумарної величини витрат на основі узагальнення даних про окремі компоненти інвестицій. При цьому розрахунок повинен складатися з двох частин:

а) загальна частина, в традиційному, не інноваційному вигляді;

б) інновації, які призводять до удорожчання проекту а, отже, і збільшення термінів повернення інвестиційних ресурсів, але, в кінцевому рахунку, у зв'язку з підвищеною інноваційністю виробничого процесу і на його основі підвищення якості власної продукції, передбачають прискорення окупності витрат [6; 7, с. 63–65].

За формами комерційної діяльності окремі види малих сільськогосподарських підприємств слід об'єднати в три групи:

а) повністю засновані на комерційній діяльності, що забезпечує стійкий прибуток (комерційні підприємницькі структури малого типу);

б) частково засновані на комерційній діяльності, що забезпечує окупність сумарних витрат та отримання прибутку (на основі партнерських відносин);

в) засновані на комерційній діяльності всередині некомерційних установ (наприклад, комунальні сільськогосподарські підприємства, засновані територіальними громадами) [6; 7, с. 66].

Слід також зупинитися ще на одному факторі, без якого суб'єкти малого підприємництва не можуть успішно функціонувати, таким є фактор фінансування.

На сьогодні однією з найскладніших для вирішення проблем, що перешкоджають розвитку інноваційного малого підприємництва в Україні, є обмеження доступу суб'єктів малого підприємництва до фінансових ресурсів, а також їх обмежений об'єм.

Способами фінансування суб'єктів малого інноваційного підприємництва є наступні: самофінансування, фінансування через механізми ринку капіталу, банківське кредитування, бюджетне фінансування, а також альтернативні способи фінансування: лізинг, факторинг, венчурне фінансування. Переваги та недоліки кожного зі способів фінансування суб'єктів інноваційного малого підприємництва представлено в табл. 1.

Для стабільного розвитку малого інноваційного підприємництва важливою умовою є активна державна політика. На сьогодні органами Державної влади України, а також органами місцевої влади здійснюється у деяких формах державна фінансова підтримка суб'єктів малого підприємництва, це часткова компенсація відсоткових ставок по кредитах, надання субсидій, бюджетних інвестицій, державних гарантій, кредитів та мікрокредитів, функціонування галузевих фінансових програм (аграрний сектор: тваринництво, рослинництво) [8]. Але, на жаль загальна кількість фінансових коштів, які держава виділяє для вищезазначених напрямків підтримки суб'єктів малого підприємництва є вкрай малою і не покриває усіх наявних фінансових потреб суб'єктів малого підприємництва, в т. ч. і в аграрному секторі економіки.

**Висновки.** Отже, інновації, що сприяють втіленню нових науково-технічних, управлінських та економічних ідей, – найважливіший фактор, який дозволяє забезпечити конкурентні переваги малих підприємств в аграрному секторі економіки. Інноваційна діяльність заснована на пошуку нових ідей та їх оцінці, створенні, реорганізації, управлінні, орієнтованому на прибуток.



## Переваги та недоліки способів фінансування суб'єктів інноваційного малого підприємництва

Переваги	Недоліки
<b>Самофінансування</b>	
– низький ризик неплатоспроможності та банкрутства підприємства – не потрібна сплата відсотків	– розмір коштів обмежений і залежить від успішності попередньої діяльності
<b>Банківське кредитування</b>	
– розроблені спеціальні банківські продукти для суб'єктів малого бізнесу	– потрібне забезпечення (загове майно) – труднощі в отриманні (відсутність вільних фінансових коштів в фінансово-кредитних установах) – високі процентні ставки
<b>Бюджетне фінансування</b>	
– відносно недорогий вид фінансування	– тривалий процес надання коштів – труднощі в отриманні
<b>Лізинг</b>	
– забезпечує отримання обладнання без повної сплати його вартості – всі витрати на придбання обладнання відносяться на собівартість продукції лізингоотримувача, що дозволяє знизити базу оподаткування	– потрібне заставне забезпечення – велика сума першого лізингового платежу, що включає до 30% вартості майна, що купується – не розповсюдженість лізингових операцій
<b>Факторинг</b>	
– швидкість отримання коштів – аутсорсинг дебіторської заборгованості	– висока вартість послуг – обмежена пропозиція спеціалізованих факторингових продуктів для малого бізнесу
<b>Венчурне фінансування</b>	
– здійснюється без надання підприємствами будь-якої застави	– зміні структури власності – застосовується тільки для реалізації високоефективних проектів ( в т. ч. інноваційних)

Джерело: розроблено автором з використанням [8; 9, с. 80–82]

Інновації – єдиний шлях, що допоможе забезпечити сталий розвиток аграрної економіки та гарантувати розвиток сільських територій. У цьому випадку будуть вирішені також проблеми робочих місць та наповнення місцевих бюджетів громад.

Переваги конкурентоспроможності МП досягаються завдяки використанню їх організаційно-управлінського потенціалу – гнучкості, маневреності, здатності орієнтуватися на вирішення інноваційних завдань, затребуваних ринком або сприяють формуванню ринку. Державна науково-технічна інноваційна політика щодо розвитку малого підприємництва повинна бути орієнтована на вітчизняні високі і наукомісткі технології, інформатизацію,

створення нових форм організації та взаємодії з виробництвом, розвиток нових форм – технополісів, технопарків, бізнес-інкубаторів, інноваційних кластерів і т.п.

Першочерговими рішеннями, пов'язаними з розвитком інноваційного малого підприємництва, має бути спрощена до мінімуму система оподаткування; ефективна пільгова система; системне спрощення процедур та зменшення часу видачі дозволів, порядку реєстрації, системи звітності та ліцензування; максимальна доступність інформації щодо ведення підприємницької діяльності; організація підвищення кваліфікації на основі взаємодії з вищими навчальними закладами та установами, як провідниками інноваційних технологій.

#### Список використаної літератури:

1. Green Paper on Innovation. Bulletin of the European Union Supplement 5/95. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 1996. P. 9.
2. Innovation Policy: updating the Union's approach in the context of the Lisbon strategy. Communication from the Commission to the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels. 11.03.2003.
3. The First Action Plan for Innovation in Europe – Innovation for growth and employment, 20.11.96. COM (96) 589.
4. Андрощук Г.О. Інноваційна політика ЄС: стратегічні напрямки. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Інформація, аналіз, прогноз-стратегічні важелі ефективного державного управління». Київ, 2008. С. 7–16.
5. Бочарова Н. Розвиток інноваційної і науково-технічної політики Європейського Союзу в умовах реалізації нового циклу Лісабонської стратегії економічного зростання і зайнятості. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2009. № 1. С. 46–60.
6. Вернюк Н.О., Дяченко М.І. Регулювання інноваційного розвитку аграрного сектору України. *Ефективна економіка*. 2021. № 4. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.4.96.
7. Дудар Т. Розвиток інноваційної діяльності в аграрному секторі економіки України. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2019. № 1. С. 60–69.
8. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» від 22.03.2012 № 4618-VI. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2013. № 3. Ст. 23 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text> (дата звернення: 05.05.2023).

9. Радченко О.П., Карадобри Т.В. Стан і перспективи інноваційного розвитку в аграрному секторі економіки України. *Економіка та управління національним господарством*. 2019. Вип. 47-1. С. 79–82.
10. Фірстов С., Левіна Д., Патрах Т., Чернишов Л. Рамкові програми Євросоюзу в контексті створення єдиного наукового європейського простору. *Вісник НАН України*. 2003. № 5.
11. Щуревич А.М. Інноваційні перспективи в розвитку аграрного сектору в Україні. *Державне управління. Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 10. С. 101–105.
12. Данько Ю.І., Блюмська К. Об'єктивні передумови переходу до концепції інноваційного маркетингу в підприємствах АПК. *Вісник Львівського національного аграрного ун-ту : наук. журнал. – Сер. «Економіка АПК» / Львівський НАУ*. Львів, 2012. № 19 (1).
13. Danko, Y., & Nifatova, O. (2022). Agro-sphere determinants of green branding: eco-consumption, loyalty, and price premium. *Humanities & Social Sciences Communications*, 9(1).

#### References:

1. Green Paper on Innovation. Bulletin of the European Union Supplement 5/95. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 1996. P. 9.
2. Innovation Policy: updating the Union's approach in the context of the Lisbon strategy. Communication from the Commission to the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels. 11.03.2003.
3. The First Action Plan for Innovation in Europe – Innovation for growth and employment, 20.11.96. COM (96) 589.
4. Androshuk Gh.O. (2008) Innovacijna polityka JeS: strategichni naprjamky [Innovation policy of the EU: strategic directions]. Materials of the international scientific and practical conference "Information, analysis, forecast-strategic levers of effective public administration". Kyiv. P. 7–16.
5. Bocharova N. (2009) Rozvytok innovacijnoji i naukovo-tehniknoji polityky Jevropejskogho Sojuzu v umovakh realizaciji novogho cyklu Lisabonskoji strateghiji ekonomichnogho zrostantnja i zajnjatosti [The development of innovative and scientific and technical policy of the European Union in the context of the implementation of the new cycle of the Lisbon strategy for economic growth and employment]. *Theory and practice of intellectual property*. No. 1. P. 46–60.
6. Vernjuk N.O., Djachenko M.I. (2021) Reghuljuvannja innovacijnogho rozvytku aghrarnogho sektoru Ukrajinj [Regulation of innovative development of the agricultural sector of Ukraine]. *Efficient economy*. No. 4. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.4.96.
7. Dudar T. (2019) Rozvytok innovacijnoji dijajlnosti v aghrarnomu sektori ekonomiky Ukrajinj [Development of innovative activity in the agrarian sector of the economy of Ukraine]. *Bulletin of the Ternopil National Economic University*. No. 1. P. 60–69.
8. Zakon Ukrajinj Pro rozvytok ta derzhavnu pidtrymku malogho i serednjogho pidpryjemnytva v Ukrajinj [On the development and state support of small and medium-sized enterprises in Ukraine] dated March 22, 2012 No. 4618-VI. Information of the Verkhovna Rada of Ukraine (VVR). 2013. No. 3. Article 23. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text> (date of application: 05.05.2023).
9. Radchenko O.P., Karadobri T.V. (2019) Stan i perspektyvy innovacijnogho rozvytku v aghrarnomu sektori ekonomiky Ukrajinj [State and prospects of innovative development in the agrarian sector of the economy of Ukraine]. *Economy and management of the national economy*. Vol. 47-1. P. 79–82.
10. Firstov S., Levina D., Patrah T., Chernyshov L. (2003) Ramkovi prohramy Jevrosojuzu v konteksti stvorennja jedynogho naukovogho jevropejskogho prostoru [Framework programs of the European Union in the context of the creation of a single scientific European space]. *Bulletin of the National Academy of Sciences of Ukraine*. No. 5.
11. Shhurevych A.M. (2018) Innovacijni perspektyvy v rozvytku aghrarnogho sektoru v Ukrajinj [Innovative perspectives in the development of the agricultural sector in Ukraine]. *Governance. Investments: practice and experience*. No. 10. P. 101–105.
12. Danko, Y., & Nifatova, O. (2022). Agro-sphere determinants of green branding: eco-consumption, loyalty, and price premium. *Humanities & Social Sciences Communications*, 9(1).
13. Danko Yu.I., Bliumska K. Obiektivni peredumovy perekhodu do kontseptsii innovatsiinoho marketynhu v pidpryjemstvakh APK. *Visnyk Lvivskoho natsionalnoho ahrarnogho un-tu : nauk. zhurnal. Ser. «Ekonomika APK»*. Lvivskiyi NAU. Lviv, 2012. № 19 (1).

**Yuriy Danko**, Doctor of Economic Sciences, Professor, Sumy National Agrarian University (Sumy, Ukraine)

**Natalia Ladyka**, Postgraduate Student, Sumy National Agrarian University (Sumy, Ukraine)

#### **MODERN ASPECTS OF DEVELOPMENT OF SMALL INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP IN THE AGRARIAN SECTOR OF ECONOMY**

*The article deals with theoretical aspects of the development of small innovative entrepreneurship in the agrarian sector of the Ukrainian economy. The author defines the concept of "innovation" as one of the main factors contributing to the implementation of new ideas into specific commercial achievements, which allows an enterprise to gain competitive advantages. The main circumstances that slow down the pace of innovative development of small business in the agricultural sector are identified. One such circumstance is the problem of spreading innovations, which is facilitated by an imperfect and underdeveloped system of primarily public research institutions, as well as commercial ones (such as technology parks or business incubators). The experience of the European Union in the successful dissemination of innovation processes and their impact on the development of small business is studied. The main directions by which the European society has ensured the successful dissemination of innovative processes are identified. Based on European approaches to the dissemination of innovations, an algorithm for selecting an innovative project by a small business entity is proposed. The essence of*

*small business in the agricultural sector is defined. It is established that the innovation infrastructure is essential for small agro-industrial entrepreneurship, and its functional blocks are indicated. It is established that today one of the most difficult problems to solve that hinder the development of innovative small business in Ukraine is the restriction of access of small businesses to financial resources, as well as their limited volume. The ways of financing small innovative entrepreneurship are as follows: self-financing, financing through capital market mechanisms, bank lending, budget financing, as well as alternative financing methods: leasing, factoring, venture financing. The author identifies the advantages and disadvantages of financing methods for innovative small businesses. Today, the State authorities of Ukraine, as well as local authorities, provide some forms of State financial support to small businesses, such as partial compensation of interest rates on loans, provision of subsidies, budget investments, State guarantees, loans and microcredits, and operation of sectoral financial programs (agricultural sector: livestock, crop production).*

**Key words:** *development, innovations, innovative development, innovative process, innovative project, innovative infrastructure, small business, small business entities, agricultural sector, financial support.*

*Дата надходження до редакції: 15.01.2023 р.*

**MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF FAMILY FARMS  
IN THE CONTEXT OF ECONOMIC TRANSFORMATION: ASSESSMENT OF THEIR ROLE  
AND MEASURES TO SUPPORT THEIR SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

**Svitlana Lukash**

PhD (Economics), Associate Professor of Public Management and Administration Department  
Sumy National Agrarian University (Sumy, Ukraine)  
ORCID: 0000-0003-1948-7683  
svitlana.lukash@gmail.com

**Oleh Pasko**

PhD (Economics), Associate Professor of Accounting and Taxation Department  
Sumy National Agrarian University (Sumy, Ukraine)  
ORCID: 0000-0002-6275-5885  
oleh.pasko@snau.edu.ua

**Inna Sokhan**

Doctor of Economics, Professor of Management Department  
Sumy National Agrarian University (Sumy, Ukraine)  
ORCID: 0000-0002-8038-8484  
innalozynska@gmail.com

*The Survival of Family Farms: Socioemotional Wealth and Factors Affecting Intention to Continue the Business are considered. In most of FAO's program countries in Europe and Central Asia, the farm structure is dominated by smallholder farmers and small family farms. Small farms have many needs and limitations to their effective operation and development, which are outlined in the work and require special support. Smallholders and family farms are often economically unviable, and the rural population remains the poorest and most vulnerable. Despite this, they are potentially a key resource for achieving sustainable economic, social and environmental development of the country. Family farming – both globally and in Europe and Central Asia – is an important component in achieving several Sustainable Development Goals (SDGs). In this regard, a key goal of the SDGs is to double agricultural productivity and incomes of small food producers by 2030. For these reasons, supporting small farmers and family farms is one of the main priorities in Europe and Central Asia. In Ukraine, the development of small farming is significantly limited due to policy and market failures that have occurred over the past 20 years. Governments, private sector actors, and civil society organizations must work together to address these challenges and create an enabling environment for agricultural enterprises to thrive. By doing so, agricultural enterprises can play a crucial role in promoting economic growth, reducing poverty, and ensuring food security for the world's growing population. As indicated above, very few policy interventions targeting smallholders have been identified, and most public agricultural policy is horizontal and primarily being absorbed by bigger farms. Implementing proposed measures will boost effective management of family farms developing.*

**Key words:** agrarian enterprises, family farms, development, personal peasant households, management, economic transformation.

DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.1.8>

**Formulation of the problem.** Agricultural products in Ukraine are produced by more than 50,000 agricultural enterprises, 92 percent of which are farms. Statistically active – approximately 32.5 thousand, of which almost 29 thousand, according to the State Statistics Service, have 4.7 million hectares of land under cultivation. Domestic farming has long become one of the leading segments of agricultural production.

At the end of February, the All-Ukrainian Congress of Farmers stated that draft law No. 6013 "On the peculiarities of the regulation of business activity of certain types of legal entities and their associations in the transition period" if adopted, could lead to the actual liquidation of farms (peasants). The main goals of the work is research the influence of family farms' development to the agribusiness in the world in the context of economic transformation.

**Analysis of recent research and publications.** The analysis of the latest research and publications in the field of management of the development of family farms allows us to highlight the works of Nicholls E., Ely A., Birkin L., Basu P., Goulson D., Nivievskiy O., Deininger K, Halytsia O. and other scientists.

**The purpose of the article** is to assess the role and measures to support sustainable development of family farms in the context of economic transformation; to outline main problems and obstacles.

**Presenting main material.** Farms belong to small producers of products. The main purpose of their activity is to meet their own needs in agricultural products and food and to sell the surplus of such products. Farms in independent Ukraine were formed on such principles at the beginning of the nineties of the last century. During



the current period of their development, the goals and objectives of their activities have changed. Currently, most farmers produce products for sale and only a part of such products is left for their own needs. Over the past ten years, there has been a tendency to increase the gross production of agricultural products by farms. In Ukraine small farmers and agricultural producers produce more than 50% of the gross output of all agricultural products, including 9% of the products of farms (registered agricultural producers) and from 41.5% of the production of individuals – households (so-called single-person households). The other half of production is produced by corporate farms, including agricultural holdings. Households dominate livestock production, producing for example 78% of milk, 74% of beef and veal, 35% of pork, 17% of chicken. Households also dominate the production of potatoes – 99%, vegetables – 89%, about 20% of sunflower seeds, 25% of cereals.

According to UN 2021 data, farms in the world produce more than 85% of the volume of agro-industrial products, while in Ukraine this indicator barely reached 10% of GDP, falling by 4% compared to 2020. One of the reasons for this

is the focus of the Ukrainian agro-industrial complex on large holdings, which defending their economic interest, form the state tax and legislative policy of Ukraine.

UN Position: Decade of Family Farming

However, in the West, the main trend currently prevailing in the global practice of agricultural industry is the development of small farms. According to the Food and Agriculture Organization of the United Nations (2016), about 97% of all EU-28 farms should be considered family farms. The Netherlands has the largest share of such farms at 98%. In neighboring Poland, it is 90%. As of 2016, in the EU-28, only 27.5% of the area was cultivated by corporate farms, and the majority of the rest – by family farms.

The EU will allocate €26 million to Ukraine for the development of agriculture and small farming in the context of economic transformation.

In 2019, the UN declared the period until 2028 the "decade of family farms". Local production and processing of finished products, self-employment of rural families, replenishment of the regional budget and state GNP are what small family farms in other countries provide today. And Western countries support it.

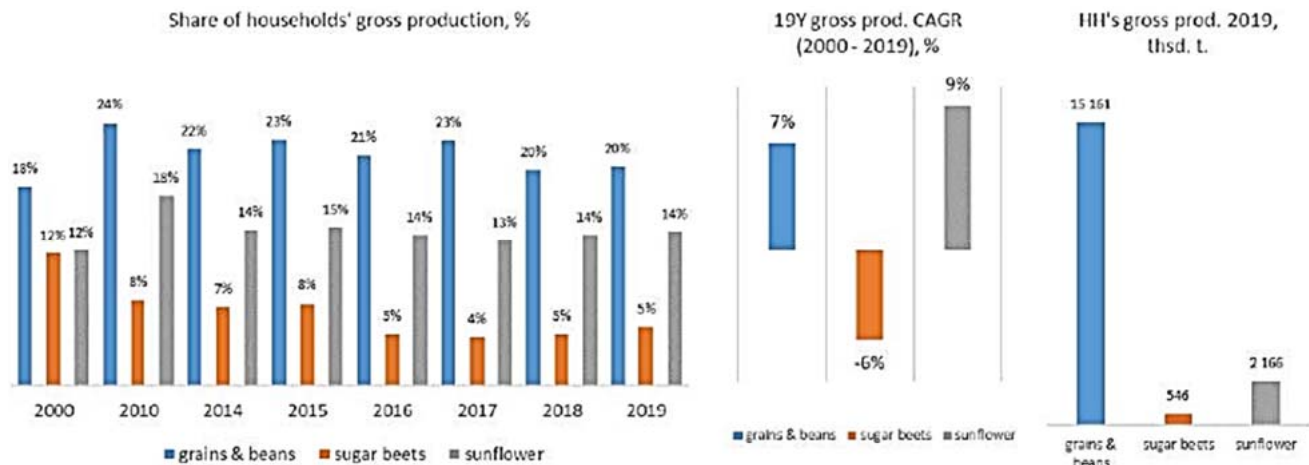


Figure 1. The share of households in the production of cereals, sugar beet and sunflower

Source: <https://www.ukrstat.gov.ua>

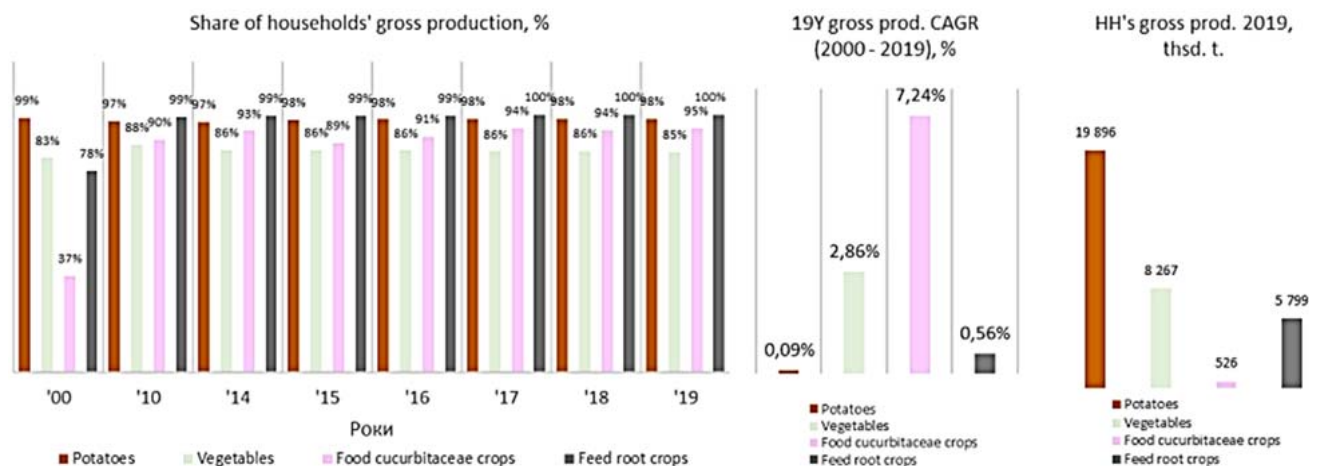
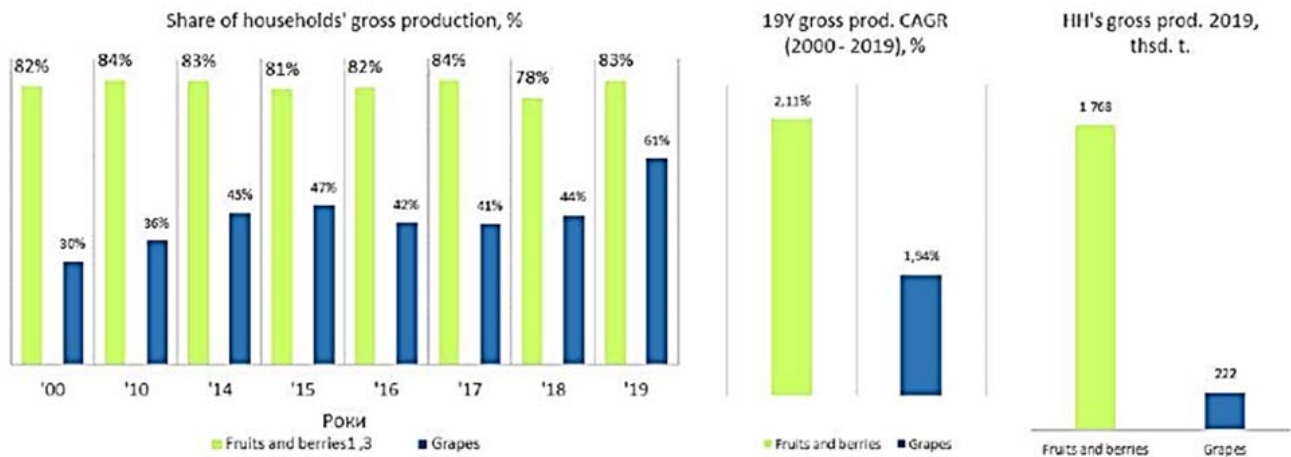


Figure 2. The share of households in the production of vegetables and corn

Source: <https://www.ukrstat.gov.ua>



**Figure 3. The share of households in the production of fruits and berries, grapes**

Source: <https://www.ukrstat.gov.ua>

For example, there are about 118 rural development programs in the EU, but most are focused on the development of family farming, for example, the advisory service for supporting small farms; a credit system, a preferential tax system, support for the development of production, dating of wages in disadvantaged areas (for example, for mountainous areas), support for farmers' markets, control over the distribution of agricultural land, etc. In addition, most European countries have restrictions on land shares. For example, in Austria, more than half of agricultural enterprises have plots of less than ten hectares; and almost 40% – less than five hectares. That is, in Austria, at the state level, they support the development of small family farms and prevent the development of large agglomerations, which would possibly have surplus profits, but would not be interested in providing jobs and social development of agricultural regions. In Ukraine, unfortunately, agro-oligarchs compete in the parliament for preferences and are not going to restrict corporate land banks.

During the last 20 years, small Ukrainian farmers have remained on the sidelines of the state's agrarian policy agenda. Support for agriculture in the form of significant tax breaks and subsidies was directed at large enterprises, which put small producers at a disadvantage in terms of development and growth. Therefore, it is clear that if we want to block the lumpenization of the countryside, and pull agricultural regions out of a depressed state, we need an effective state policy to support the development of small farming in particular.

First of all, we are talking about financial incentives and subsidies for running small farms in villages. In Ukraine, according to the head of the Union of Ukrainian Peasants, Ivan Tomycha, this figure is UAH 15–25 per hectare. For comparison: in the world, this indicator varies from 250 to more than 400 euros. In EU countries, it is, for example, 300 euros/hectare, and in Japan it is 600 euros in general".

Or, for example, South Korea. Under the WTO's agreement to open rice import markets, the Asian country's government announced an increase in direct fixed subsidies

to small-scale rice farmers to about 1 million won (about US\$954) per hectare starting in January 2015.

Also, in addition to the subsidy system, the reduction of the interest rate by 0.5–2 percent on 11 different loans deserves special attention. For example: in South Korea's 2017 budget, a total of 15.1 billion won (about 14.4 million US dollars) is allocated to cover costs related to direct subsidies – and we are talking directly about the same funds aimed at support of small farms.

Small farms in the countryside – new jobs and support of social infrastructure. In developed Western countries and in Asia, governments understand that the development of small agricultural producers means an increase in the number of jobs far from cities. Accordingly, the rural population not only provides itself with everything necessary, but also guarantees social stability and a decent standard of living in the region.

Even according to the structure of the formation of the local budget in Ukraine (currently, the single tax ranks second after the personal income tax in terms of filling the budgets of rural communities), small farms are beneficial to local communities. A clear example of such support is the USA, where more than 50% of new jobs in rural areas are related to small farms.

In order to reduce the social component and within the framework of the decentralization reform, the state transfers the responsibility for maintaining social institutions to the communities themselves. Accordingly, it is necessary to provide these communities with the opportunity to earn, namely the development of small and family farming.

Farming-oriented and supported policy is in Germany. From 2023, the new Common Agricultural Policy (CAP) will also change how much direct payments farmers receive. The aid rates for the 1st pillar are now uniform nationwide.

The so-called basic income support replaces the basic premium and the greening premium. The estimated basic support for 2023 is around €156/ha, according to estimates by the Brandenburg Ministry of Agriculture, Environment and Climate Protection.

What will change for young farmers and animal keepers? The redistributive premium will remain in the new CAP. For the first 40 hectares there is now 69 €/ha, for the following 41-60 ha there is 41 €/ha. With the new basic support for young farmers, politicians are raising the upper limit from 90 ha to 120 ha. Here, too, the subsidy rates have increased to €116/ha. Linked animal bonuses are also new. For ewes and goats there is 35 €/animal and for suckler cows 78 €/animal.

In contrast to the above examples, the development of small farming in Ukraine is significantly limited due to policy and market failures that have occurred over the past 20 years. Accordingly, failures in government policy limit smallholder farmers' access to markets and financing, which is further complicated by a moratorium on the purchase and sale of agricultural land. The failure of the policy lies in the fact that since the beginning of the 2000s, the agrarian policy of Ukraine prioritized the support of big business, and the interests of agricultural holdings were actively lobbied. Therefore, small farming survived and developed in conditions of rather limited opportunities. In addition, new legislative initiatives have appeared, which may further negatively affect the development of small farming in Ukraine. The current format of the opening of the land market in July 2021 and legislative initiatives No. 3131 and 3131-d (introduction of a set tax obligation for each hectare of agricultural land) may further limit the opportunities for the development of small farming in Ukraine.

It is necessary to review the concept of supporting small farming. The key elements are as follows:

- Reformatting the current agricultural support policy with a focus on supporting farmers; restoration of the agricultural advisory system; creating opportunities and promoting the formation of creditworthiness investment projects by small farmers;

- Creation of opportunities for access to loans for small farmers who work in conditions of lack of access to credit. It is important that the debatable issue of lifting the moratorium on the purchase and sale of agricultural land will only partially solve the problem, as it does not mean the disappearance of the risk of agricultural lending. A solution in this situation may be a program of partial guarantee of

loans for small farmers, which can reduce such risks without reducing the responsibility of banks in combination with other risk management tools (for example, agricultural insurance) to combat systemic risk.

- Providing investment support to (new) agricultural entrepreneurs in the form of co-financing. Targeting the funding objective and target audience is a key element. Project/capital targeting investment should be a priority. It is also not necessary to completely exclude the possibility of working capital financing. The KSE team proposed criteria for affordability based on the income/turnover of the enterprises and the existing database. In Ukraine, we are proposed to limit the support program for small agricultural producers with revenue to 0.5 million euros per year.

- Updating the tax system. As already mentioned, currently the system of taxation of agriculture of Ukraine in terms of its design and administrative burden largely favors big business.

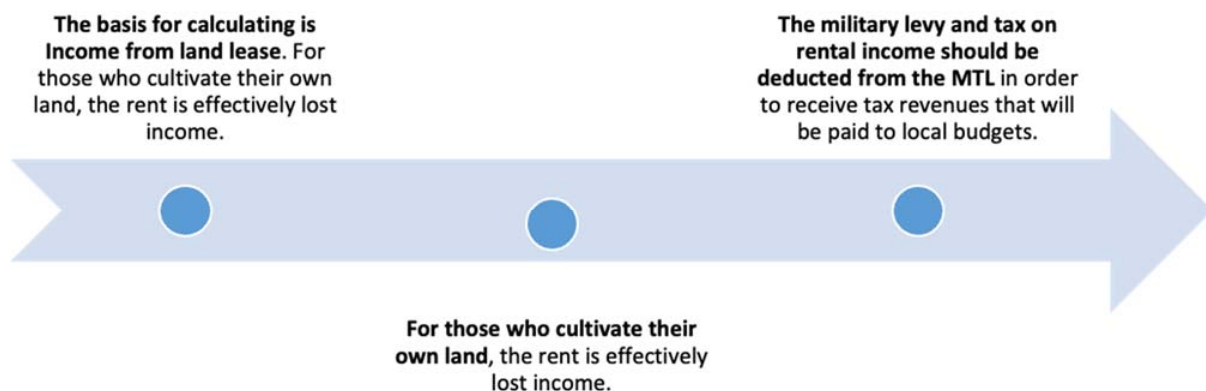
- Implementation of world experience in creating programs to increase awareness, knowledge and financial literacy of farmers.

- Increasing rural income and improving the support provided to smallholders and family farms, particularly for rural women and youth.

- Strengthening the legal and institutional frameworks for agrifood production and climate change resilience for increased competitiveness and sustainability in the agricultural sector.

Provided the measures listed in the above section are implemented, additional fiscal control and law enforcement measures, as proposed in draft law No. 3131-d, can be considered. Provided the measures listed in the above section are implemented, additional fiscal control and law enforcement measures, as proposed in draft law No. 3131-d, can be considered. However, for theoretical consistency, the very concept of minimum tax liability should be modified as follows:

Income from land lease can be the basis for calculating MTL. For those who cultivate their own land, the rent is effectively lost income. A rational farmer expects to earn more from the rent – otherwise it is more profitable to lease the land to another agricultural producer. Therefore,



**Figure 4. The concept of alternative minimum tax liability (MTL)**

Source: Developed by authors based on *Smallholders-KSE (Smallholders-KSE\_МАЛІ ФЕРМЕРИ ТА ЇХ ПОЛЬ. pdf)*

the rental income will be the expected minimum income received by a farmer who cultivates his own land or rents it informally.

Even if a farmer can earn more than the rental income (or less), we face the problem of determining this minimum income on top of the rental income. Since the actual profits of agribusiness are not taxed, taxing income on top of rental income would also not be fair.

Also, following the approach of draft law No. 3131-d, only the military levy and tax on rental income should be deducted from the MTL in order to receive tax revenues that will be paid to local budgets.

The above concept can be implemented in two ways:

- Based on actual / recorded rental prices in the area where the plot is located (statistical data on rental prices are available);
- Based on the annual equivalent of the normative monetary valuation of the land.

**Conclusions.** In conclusion, the challenges and obstacles faced by agricultural enterprises in the era of globalization are diverse and complex. Agricultural enterprises must adapt to the changing global environment by improving their productivity, sustainability, and competitiveness. This will require significant investment in technology, infrastructure, and human capital. Governments, private sector actors, and civil society organizations must work together to address these challenges and create an enabling environment for agricultural enterprises to thrive. By doing so, agricultural enterprises can play a crucial role in promoting economic growth, reducing poverty, and ensuring food security for the world's growing population. As indicated above, very few policy interventions targeting smallholders have been identified, and most public agricultural policy is horizontal and primarily being absorbed by bigger farms. Implementing proposed measures will boost effective management of family farms developing.

#### References:

1. Pavel Ciaian Johan F.M. Swinnen, Land Market Imperfections and Agricultural Policy Impacts in the New EU Member States: A Partial Equilibrium Analysis, *American Journal of Agricultural Economics*, 2006.
2. Nicholls, E., Ely, A., Birkin, L., Basu, P., & Goulson, D. (March 28, 2020). The contribution of small-scale food production in urban areas to the sustainable development goals: a review and case study. *Sustainability Science*.
3. Nigel Key (2019). Do Most U.S. Farms Really Lose Money? Taxation and Farm Income Underreporting. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 51, 646–663. doi:10.1017/aae.2019.26
4. Nivievskiy and Neyter, 2018. URL: <https://kse.ua/community/stories/the-new-agricultural-support-system-in-ukraine-who-really-benefits>.
5. Nivievskiy O. and K Deininger (2019). Rationalizing Support to Ukraine's Agricultural Sector. *VoxUkraine*. URL: <https://voxukraine.org/en/rationalizing-support-to-ukraine-s-agricultural-sector>.
6. Nivievskiy O. and O. Halytsia (2020). Village communities and land reform. *VoxUkraine*. URL: <https://voxukraine.org/uk/silski-gromadi-ta-zemelna-reforma>.
7. ILO (2012): Addressing Informality for Rural Development. In: *Rural Policy Briefs*. URL: [www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/documents/publication/wcms\\_182737.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/documents/publication/wcms_182737.pdf) Individual farming holdings OECD (2019). Taxation in Agriculture. *TAD/CA/APM/WP(2018)30/FINAL*.
8. Working Party on Agricultural Policies and Markets. URL: [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=TAD/CA/APM/WP\(2018\)30/FINAL&docLanguage=En9](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=TAD/CA/APM/WP(2018)30/FINAL&docLanguage=En9).
9. Danko, Y., & Nifatova, O. (2022). Agro-sphere determinants of green branding: eco-consumption, loyalty, and price premium. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1), 1–9.

**Лукаш Світлана Миколаївна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри публічного управління та адміністрування, Сумський національний аграрний університет (м. Суми, Україна)

**Пасько Олег Віталійович**, кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і оподаткування, Сумський національний аграрний університет (м. Суми, Україна)

**Сохань Інна Віталіївна**, доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту імені Л.І. Михайлової, Сумський національний аграрний університет (м. Суми, Україна)

#### **УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СІМЕЙНИХ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ: ОЦІНКА ЇХ РОЛІ ТА ЗАХОДИ ДЛЯ ПІДТРИМКИ ЇХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Розглянуто виживання сімейних ферм: соціально-емоційне багатство та фактори, що впливають на намір продовжувати бізнес. У більшості програмних країн ФАО в Європі та Центральній Азії в структурі ферм переважають дрібні фермери та невеликі сімейні ферми. Малі фермерські господарства мають багато потреб та обмежень для їх ефективного функціонування та розвитку, які викладені в роботі та потребують спеціальної підтримки. Дрібні власники та сімейні ферми часто є економічно нежиттєздатними, а сільське населення залишається найбільш вразливим і найуразливішим. Незважаючи на це, вони потенційно є ключовим ресурсом для досягнення сталого економічного, соціального та екологічного розвитку країни. Сімейні фермерські господарства – як у всьому світі, так і в Європі та Центральній Азії – є важливим компонентом у досягненні кількох Цілей сталого розвитку (ЦСР). У зв'язку з цим ключовою метою ЦСР є подвоєння продуктивності сільського господарства та доходів малих виробників продуктів харчування до 2030 року. З цих причин підтримка малих фермерів і сімейних ферм є одним із головних пріоритетів у Європі та Центральній Азії. В Україні розвиток малого фермерства значно обмежений через політичні та ринкові провали, які мали місце протягом останніх 20 років. Уряд, учасники приватного сектору та організації громадянського суспільства повинні працювати разом, щоб вирішити ці виклики та створити сприятливе середовище для процвітання малого фермерства. Таким чином,



фермери можуть відігравати вирішальну роль у сприянні економічному зростанню, зниженні рівня бідності та забезпеченні продовольчої безпеки для зростаючого населення світу. Як зазначено вище, було виявлено дуже мало політичних втручань, спрямованих на дрібних власників, і більшість державної сільськогосподарської політики є горизонтальною і переважно поглинається більшими підприємствами. Реалізація запропонованих заходів сприятиме ефективному управлінню розвитком сімейних фермерських господарств.

**Ключові слова:** аграрні підприємства, сімейні ферми, розвиток, сімейні фермерські господарства, управління, економічна трансформація.

*Дата надходження до редакції: 10.01.2023 р.*

## КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА ПРИБУТКОВІСТЬ КОМПАНІЙ: КОНЦЕПЦІЯ МОДЕРУВАЛЬНОЇ ФУНКЦІЇ РЕПУТАЦІЇ ФІРМИ ТА ДОСТУПУ ДО КАПІТАЛУ

**Стоянець Н.В.**

доктор економічних наук, професор  
Сумський національний аграрний університет (м. Суми, Україна)  
ORCID: 0000-0002-7526-6570

**Ткаченко В.В.**

кандидат економічних наук, доцент  
Сумський національний аграрний університет (м. Суми, Україна)  
ORCID: 0000-0002-2924-4012

*Метою статті є дослідження впливу корпоративної соціальної відповідальності на фінансові показники компаній за допомогою доступу до капіталу та репутації фірми як посередницьких показників. У дослідженні викладено складові концепції механізму, за допомогою якого корпоративна соціальна відповідальність призводить до фінансових показників фірм: компанії із розвинутою практикою корпоративної соціальної відповідальності мають, як правило, кращі можливості для досягнення кращої репутації, що перетворюється на покращення фінансових показників, а також компанії можуть зменшити обмеження капіталу, беручи участь у діяльності з КСВ. Як результат висновками є рекомендація компаніям зміцнити свою репутацію та розширили доступ до капіталу, що в кінцевому підсумку призведе до покращення фінансових показників, щоб корпоративна соціальна відповідальність стала основною частиною їх діяльності.*

***Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, фінансові результати, прибутковість компаній, репутації фірм, доступ до капіталу.*

DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.1.9>

### **Постановка проблеми у загальному вигляді.**

В останні кілька десятиліть через зростаючий тиск з боку різних груп зацікавлених сторін стала очевидною глобальна тенденція до корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) (Lee et al., 2022) (Crotty & Holt, 2021; Pasko, Chen, et al., 2022; Pasko, Chen, Oriekhova, et al., 2021). За допомогою цієї діяльності компанії намагаються пом'якшити занепокоєння зацікавлених сторін і підвищити свою легітимність в їхніх очах (Y. Lu & Abeysekera, 2021; Pasko, Zhang, Tkal, et al., 2021; Scholtens & Kang, 2013). Крім того, щоб зберегти свою «ліцензію» на діяльність у суспільстві, компанії вдаються до різних стратегій і тактик КСВ, намагаючись зміцнити свою корпоративну громадянську позицію (Pasko, Chen, Proskurina, et al., 2021; Pasko, Zhang, Bezverkhyy, et al., 2021; Tuan et al., 2019).

Однак ця діяльність, пов'язана з КСВ, часто не узгоджується з фінансовими аспектами діяльності компаній і інтересами акціонерів, адже часто КСВ не пов'язана з нею або суперечить їй, що, у свою чергу, може призвести завдання шкоди фінансовим показникам компанії як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі (Pasko, Lagodiienko, et al., 2022; Pasko, Zhang, Bezverkhyy, et al., 2021). Базуючись на цьому факті, дослідження впливу КСВ на фінансові результати компаній набуває все більшої популярності. Оскільки КСВ це феномен, який набуває популярності і стає справою більшості компаній, а фінансова результативність лежить в основі КСВ і також розглядається багатьма стейкхолдерами, а особливо, акціонерами, як невід'ємна частина діяльності компаній, виникає потреба поєднати їх у такий спосіб,

що б забезпечував функціонування обох цих напрямів на належному рівні (Pasko et al., 2020). У цьому напрямі доцільним є розглянути стратегії компаній у КСВ, які вони застосовують, щоб поєднати КСВ із результативною діяльністю з економічної і фінансової точки зору.

**Аналіз останніх публікацій та досліджень.** Наприклад, деякі дослідження роблять висновок, що КСВ покращує фінансову ефективність фірми (Abukari et al., 2022; Babajee et al., 2022; Crifo et al., 2016; T. Lu et al., 2021). Крім того, сильніші фірми з КСВ мають меншу ймовірність збанкрутувати порівняно зі слабшими фірмами з КСВ за інших рівних умов (Cooper & Uzun, 2019). Для порівняння, інші вказують на те, що витрати, понесені через КСВ, значно компенсують будь-які прибутки від соціальних внесків і, отже, не покращують фінансові показники фірми (Rehman et al., 2021; Ur Rehman et al., 2020).

У наукових працях, що живляться неокласичною економічною теорією, стверджується, що КСВ підвищує витрати фірми, ставлячи фірму в невідгідне конкурентне становище порівняно з конкурентами (Jensen, 2002). Грунтуючись на агентській теорії, деякі дослідження також стверджують, що витрачання цінних ресурсів фірми на ведення КСВ призводить лише до значних управлінських переваг, а не до фінансових вигод для акціонерів фірми (Brammer & Millington, 2008). Навпаки, інші вчені стверджують, що здійснення діяльності з КСВ може мати позитивний вплив на продуктивність фірми шляхом забезпечення кращого доступу до цінних ресурсів (Cai & Le, 2023), залучення та утримання висококваліфікованих співробітників (Basu & Basu, 2011), спри-

яння кращому маркетингу продуктів і послуг (Lee et al., 2022), створюючи непередбачені можливості і сприяючи набуттю соціальної легітимності (Carson, 2020). Крім того, КСВ може функціонувати подібно до реклами, збільшуючи попит на продукти і послуг та/або зниження чутливості споживчих цін (Tuan et al., 2019) і навіть може надавати компаніям можливості розвивати нематеріальні активи, такі як гудвіл (Alshurafat et al., 2023), а також може виступати у ролі страхування від інцидентів у сфері кібербезпеки (Vamiatzi et al., 2023).

Точка зору теорії зацікавлених сторін (Freeman et al., 2010) припускає, що КСВ включає в себе управління кількома зацікавленими сторонами одночасно. У результаті КСВ може пом'якшити ймовірність негативних регуляторних, законодавчих або фіскальних дій (Forcadell et al., 2023; Sang & Han, 2023).

Деякі дослідники зазначають, що вплив корпоративної соціальної відповідальності на фінансові показники компаній слід досліджувати не в бінарній манері, а на тлі корпоративного управління. (Pasko, Lagodiienko, et al., 2022).

Втім, на сьогоднішній день обширні і зростаючі теоретичні та емпіричні дослідження не виявили чіткої закономірності у зв'язку між КСВ та фінансовою ефективністю фірми, а також того, які стратегії застосовані на рівні компаній можуть призвести до позитивного впливу.

**Метою статті є** дослідити взаємозв'язок між КСВ та фінансовою результативністю діяльності компаній, зосереджуючись на доступі до капіталу та репутації фірми як на конкретних факторах, за допомогою яких діяльність з КСВ може призвести до покращення фінансових показників. Дослідження будується на припущенні, що краща ефективність КСВ веде до менших обмежень капіталу та гарної корпоративної репутації, що, у свою чергу, має позитивний зв'язок із фінансовою результативністю діяльності компаній.

**Результати дослідження.** Це дослідження виходить із припущення, що суперечливі результати щодо взаємозв'язку між КСВ і фінансовими показниками фірм можуть виникати через нехтування посередницькою роллю певних інструментів, таких як доступ до капіталу та репутація фірми. Водночас, у науковій літературі є переконання, що КСВ має значний позитивний зв'язок з репутацією компанії. Це означає, що компанії, які займаються КСВ, мають добру репутацію. Таким чином, цей висновок узгоджується з існуючими дослідженнями про те, що сприйняття корпоративними стейкхолдерами діяльності фірми у сфері КСВ позитивно пов'язане з їхньою оцінкою репутації фірми. Водночас, репутація також забезпечує доступ до капіталу, що здійснює позитивний синергетичний ефект на повне коло досліджуваних взаємозв'язків між КСВ, доступом до капіталу, репутацією і фінансовою результативністю фірми.

Корпоративна соціальна відповідальність і доступ до капіталу. Теорія стейкхолдерів передбачає, що фірми враховують інтереси численних і різноманітних внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів при розробці стратегій для досягнення цілей організації. Проблема полягає в тому, що кожна з цих груп зацікавлених сторін має різні очіку-

вання щодо того, якими мають бути головні цілі фірми. У той час як керівники можуть виконувати деякі з цих очікувань через почуття морального обов'язку, інші будуть задоволені, просто забезпечивши виживання та прибутковість підприємства, оскільки деякі групи зацікавлених сторін мають вплив на ресурси фірми, тоді як інші мають вплив на успіх фірми. Оскільки КСВ є можливим каналом для задоволення інтересів кількох зацікавлених сторін, науковці стверджують, що вона може пом'якшити фінансові втрати, пов'язані з негативними регуляторними, законодавчими чи фіскальними діями (Freeman et al., 2010), залучати соціально свідомих споживачів (Sang & Han, 2023), а також залучати фінансові ресурси від соціально відповідальних інвесторів (Cheah et al., 2011). Cheng et al. назвали дві причини, чому фірми, які здійснюють кращу діяльність з КСВ, можуть мати більше ресурсів. По-перше, вони зіткнуться з меншими ідіосинкразичними обмеженнями капіталу через зниження агентських витрат. По-друге, вони збільшать свій потенціал отримання доходу/прибутку завдяки більш ефективному залученню зацікавлених сторін, а також зменшенню інформаційної асиметрії завдяки розширеним і надійнішим практикам розкриття КСВ та прозорості (Cheng et al., 2014). Емпірично деякі дослідження виявили, що КСВ може мати позитивний вплив надання кращого доступу до цінних ресурсів (Owen & Kemp, 2023; Zhang et al., 2023). Подібним чином інші автори стверджують, що КСВ приваблює соціально свідомих споживачів і залучає фінансові ресурси від соціально відповідальних інвесторів (Cheah et al., 2011; Sang & Han, 2023).

Корпоративна соціальна відповідальність і репутація фірми. Репутацію фірми можна визначити як «перцептивне уявлення про минулі дії компанії та майбутні перспективи, які описують загальну привабливість фірми для всіх її ключових складових у порівнянні з іншими провідними конкурентами» (Huang & Wang, 2022). Відповідно, термін репутація означає сумарне представлення суджень стейкхолдерів про фірму протягом певного часу (Dasgupta et al., 2022). Подібним чином Діпхаус (2000) стверджує, що репутація – це оцінка фірми її зацікавленими сторонами з точки зору їх впливу, поваги та знань (Deerhouse, 2000). Це вважається критично важливим для корпоративного успіху та важливим «активом соціального схвалення», особливо на нинішньому конкурентному ринку (Pfarrer et al., 2010). Існує переважаючий консенсус, що діяльність з КСВ може підвищити репутацію організації. З точки зору клієнта, дослідження показали, що сприйняття клієнтом діяльності фірми у сфері КСВ позитивно асоціюється з їхньою оцінкою її репутації (Dasgupta et al., 2022; Huang & Wang, 2022). Це може призвести до покращення продажів і прибутковості в довгостроковій перспективі. З точки зору працівників, сприйняття працівниками діяльності їхніх організацій у сфері КСВ також пов'язане з рівнем їх організаційної відданості, що покращує їхні оцінки репутації їхніх фірм (Stawiski та ін., 2010).

Отже, це дослідження виходить із припущення, що суперечливі результати щодо взаємозв'язку між КСВ

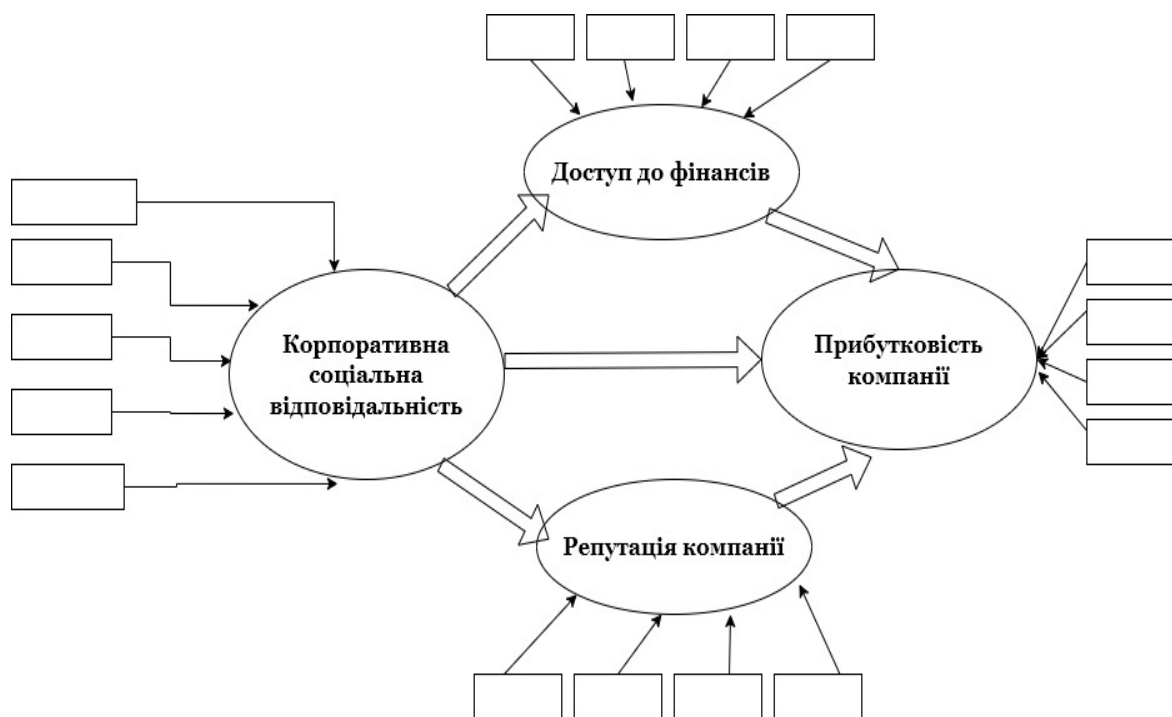
і фінансовими показниками фірм можуть виникати через нехтування посередницькою роллю певних інструментів, таких як доступ до капіталу та репутація фірми. Водночас, у науковій літературі є переконання, що КСВ має значний позитивний зв'язок з репутацією компанії. Це означає, що компанії, які займаються КСВ, мають добру репутацію. Таким чином, цей висновок узгоджується з існуючими дослідженнями про те, що сприйняття корпоративними стейкхолдерами діяльності фірми у сфері КСВ позитивно пов'язане з їхньою оцінкою репутації фірми. Водночас, репутація також забезпечує доступ до капіталу, що здійснює позитивний синергетичний ефект на повне коло досліджуваних взаємозв'язків між КСВ, доступом до капіталу, репутацією і фінансовою результативністю фірми. Базуючись на широкому колі теоретичних, а також емпіричних досліджень із різних юрисдикцій по всьому світові, а також на міжнародних дослідженнях мультикраїнних можемо запропонувати концепцію модерувальної ролі доступу до капіталу (фінансів) та репутації компанії на вплив КСВ на прибутковість компанії (рис. 1).

Таким чином, компанії, що активно задіяні у КСВ можуть досягти хороших фінансових результатів завдяки такій діяльності. Така активність компаній може зменшити негативні результати в екології та задовольнити потреби зацікавлених сторін. Результати цього дослідження можуть виявити важливість підвищення обізнаності щодо КСВ серед зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів. Із проведеного дослідження можна запропонувати три стратегії або рекомендації, які можуть бути корисними компаніями та їхнім лідерам у процесі прийняття рішень щодо КСВ діяльності.

Перша рекомендація стосувалася залучення громад до КСВ з метою підвищити прибутковість. Особи відповідальні за КСВ можуть глибше спілкуватися із стейкхолдерами, які можуть вміти читати та відстежувати діяльність КСВ і, можливо, мати деякі ідеї щодо того, як це зробити. Стейкхолдери можуть побачити прозорість лідерів КСВ під час звітності про діяльність КСВ. Зовнішні зацікавлені сторони можуть визнають добрі наміри компанії у КСВ у деяких громадах. Така активна співпраця із стейкхолдерами цілком погоджується із інтересами акціонерів, оскільки працює на репутації і може сприяти прибутковості компанії.

Другою рекомендацією із нашого дослідження є вдосконалення бізнес практик для збільшення прибутковості. Компанії можуть мати добре обґрунтоване рішення для задоволення потреб стейкхолдерів. КСВ компаній мають більше шансів на успіх, якщо вони мають підтримку зацікавлених сторін, що в свою чергу підкріплено організаційною стратегією покращення корпоративної репутації. Через розширення бізнесу практики, компанії можуть розробити способи вимірювання результатів КСВ у кожній діяльності КСВ. У такий спосіб, компанії можуть отримати більш значні результати щодо того, як певна діяльність сприймається стейкхолдерами. Відповідно, такий селективний підхід може позитивно впливати на КСВ діяльність, репутацію організації та прибутковість.

Наступною рекомендацією є посилення корпоративної КСВ для прибутковості бізнесу. Компанії через КСВ можуть принести користь громаді, пропонуючи можливості працевлаштування там, де молодь та інші люди похилого віку можуть мати шанс стати частиною організації. Співробітники можуть мати можливість співп-



**Рис. 1. Концепції модерувальної функції доступу до фінансів та репутації компанії у впливі КСВ на прибутковість компанії.**

*Джерело: Складено авторами на основі (Agyemang & Ansong, 2017)*



рацювати в організаційному процесі прийняття рішень щодо КСВ діяльності. Завдяки результатам цього дослідження бізнес-лідери можуть спілкуватися та задовольняти потреби зацікавлених сторін, використовуючи три успішні стратегії КСВ для підвищення прибутковості.

У своїй КСВ діяльності компанії можуть вибрати деякі стратегії відповідно до потреб кожної із груп стейкхолдерів. Деякі стратегії можуть бути узгоджені з деякими групами зацікавлених сторін. Водночас, компанії можуть мати стратегії з відмінними результатами в різних географічних областях своєї діяльності (у випадках середніх та великих підприємств).

Компанії несуть відповідальність перед суспільством у контексті свого бізнесу та КСВ діяльності. Як наслідок, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) об'єднує соціальні, економічні та екологічні наслідки їх діяльності та допомагає їм взаємодіяти із очікуваннями стейкхолдерів. Компанії займаються КСВ, тому що вірять, що це їм забезпечить конкурентну перевагу. Отже, перспективи, засновані на ресурсах, допомагають зрозуміти чому фірми беруть або не беруть участь у діяльності з КСВ та розкриті інформації щодо цього. З іншого боку, КСВ можна розглядати як джерело внутрішніх і зовнішніх переваг. Фірми, що практикують КСВ, а також покращують свої зовнішні зв'язки із зацікавленими сторонами покращують мотивацію, моральний дух, відданість і лояльність їхніх співробітників. Інвестиції в КСВ можуть забезпечити внутрішнє використання, допомагаючи компаніям у розробці нових ресурсів і можливостей. У зв'язку з цим важко думати про практики КСВ, які об'єднували бізнес-компанії без спільного розгляду впливу діяльності фірми та корпоративного управління

**Висновки.** Виходячи із припущення, що суперечливі результати щодо взаємозв'язку між КСВ і фінансовими показниками фірм можуть виникати через нехтування посередницькою роллю інших складових бізнес процесів, зокрема, таких як доступ до капіталу та репутація фірми, на основі широкого огляду емпіричних досліджень це дослідження стверджує, що КСВ має значний позитивний зв'язок з репутацією компанії. Це означає, що компанії, які займаються КСВ, як правило, мають добру репутацію. Таким чином, цей висновок узгоджується з існуючими дослідженнями про те, що сприйняття корпоративними стейкхолдерами діяльності фірми у сфері КСВ позитивно пов'язане з їхньою оцінкою репутації фірми. Наші результати також показують, що репутація фірми має значний позитивний зв'язок з фінансовою результативністю компаній. Це означає, що корпоративна репутація приносить багатство, яке зазвичай підсумовується в тому, що називається доброю волею, тоді

як деякі традиційні підходи стверджують, що репутація, яку фірми заробляють собі, справді створює стабільні прибутки. Таким чином, цей висновок узгоджується з результатами цілого ряду досліджень закордонних авторів, що фірми з високою репутацією перевершують фірми з низькою репутацією у КСВ. Крім того, стверджується, що фірми з кращими показниками КСВ зуткнуться з меншими обмеженнями в доступі до капіталу. Розроблена нами концепція впливу КСВ на прибутковість компанії, у якій посередницьку роль виконують доступ до капіталу та репутація, допомагає пролити світло на ці взаємовідносини і показує, що усупереч упередженням неокласичних економістів КСВ може сприяти прибутковості компаній.

Крім того, результати підкреслюють, що, як правило, компанії активні у КСВ мають легкий доступ до капіталу, характеризуються кращими фінансовими показниками. Це узгоджується з твердженням про те, що доступ до капіталу є важливим для зростання та виживання фірм. Таким чином, здатність використовувати високоприбуткові можливості була б покращена, якби капітал був легко доступним. Отже, основним визначальним фактором фінансової ефективності як у розвинених, так і в країнах, що розвиваються, є доступ до капіталу. Більше того, дослідження, на основі значного огляду літературних джерел, встановило значний позитивний зв'язок між КСВ та фінансовими показниками компаній. Це означає, що, незважаючи на наявність деяких факторів, які відіграють роль посередника щодо того, як КСВ впливає на ефективність фірми, діяльність компанії у сфері КСВ призводить до покращення фінансових показників. Наші результати мають відповідні наслідки для нинішнього обговорення взаємозв'язку між КСВ та ефективністю фірм. Ми підкреслюємо докази механізму, за допомогою якого КСВ може призвести до ефективності фірми: компанії з кращою КСВ мають кращі можливості для досягнення гарної репутації, що зрештою призводить до покращення фінансових показників. Також компанії можуть зменшити обмеження капіталу, беручи участь у діяльності з КСВ.

### Acknowledgment

This paper is co-funded by the European Union through the European Education and Culture Executive Agency (EACEA) within the project "Embracing EU corporate social responsibility: challenges and opportunities of business-society bonds transformation in Ukraine" – 101094100 – EECORE – ERASMUS-JMO-2022-HEI-TCH-RSCH-UA-IBA / ERASMUS-JMO-2022-HEI-TCHRSCH <https://eecore.snau.edu.ua/>

### Список використаної літератури:

- Abukari, K., Musah, A., & Assaidi, A. (2022). The Role of Corporate Sustainability and Its Consistency on Firm Financial Performance: Canadian Evidence\*. *Accounting Perspectives*. <https://doi.org/10.1111/1911-3838.12309>.
- Agyemang, O. S., & Ansong, A. (2017). Corporate social responsibility and firm performance of Ghanaian SMEs. *Journal of Global Responsibility*, 8(1), 47–62. <https://doi.org/10.1108/JGR-03-2016-0007>.
- Alshurafat, H., Ananzeh, H., Al-Hazaima, H., & Al Shbail, M. O. (2023). Do different dimensions of corporate social responsibility disclosure have different economic consequence: multi-approaches for profitability examination. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 33(1), 240–263. <https://doi.org/10.1108/CR-06-2022-0082>.

- Babajee, R. B., Seetana, B., Nunkoo, R., & Gopy-Ramdhany, N. (2022). Corporate social responsibility and hotel financial performance. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(2), 226–246. <https://doi.org/10.1080/19368623.2021.1937433>.
- Bamiatzi, V., Dowling, M., Gogolin, F., Kearney, F., & Vigne, S. (2023). Are the good spared? Corporate social responsibility as insurance against cyber security incidents. *Risk Analysis*. <https://doi.org/10.1111/risa.14122>.
- Basu, D., & Basu, G. (2011). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PROGRAM OF PEPSICO INDIA: A UNIQUE AGRO-BASED CSR MODEL. *Acta Horticulturae*, 47(895), 45–49. <https://doi.org/10.17660/ActaHortic.2011.895.5>.
- Brammer, S., & Millington, A. (2008). Does it pay to be different? An analysis of the relationship between corporate social and financial performance. *Strategic Management Journal*, 29(12), 1325–1343. <https://doi.org/10.1002/smj.714>.
- Cai, L., & Le, T. T. (2023). Natural resources and financial development: Role of corporate social responsibility on green economic growth in Vietnam. *Resources Policy*, 81, 103279. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2022.103279>.
- Carson, S. G. (2020). Corporate Social Responsibility (CSR) as Social Legitimacy Management. In *Handbook of Business Legitimacy* (pp. 897–906). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-14622-1\\_60](https://doi.org/10.1007/978-3-030-14622-1_60).
- Cheah, E.-T., Jamali, D., Johnson, J. E. V., & Sung, M.-C. (2011). Drivers of Corporate Social Responsibility Attitudes: The Demography of Socially Responsible Investors. *British Journal of Management*, 22(2), 305–323. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2011.00744.x>.
- Cheng, B., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). Corporate social responsibility and access to finance. *Strategic Management Journal*, 35(1), 1–23. <https://doi.org/10.1002/smj.2131>.
- Cooper, E., & Uzun, H. (2019). Corporate social responsibility and bankruptcy. *Studies in Economics and Finance*, 36(2), 130–153. <https://doi.org/10.1108/SEF-01-2018-0013>.
- Crifo, P., Diaye, M.-A., & Pekovic, S. (2016). CSR related management practices and firm performance: An empirical analysis of the quantity–quality trade-off on French data. *International Journal of Production Economics*, 171, 405–416. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2014.12.019>.
- Crotty, J., & Holt, D. (2021). Towards a typology of strategic corporate social responsibility through camouflage and courtship analogies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22(2), 2123. <https://doi.org/10.1002/csr.2123>.
- Dasgupta, S. A., Bhatia, M., Singh, U., & Ray, A. (2022). Impact of CSR on non-financial performance and the mediating role of trust and reputation: Indian manufacturing employees' perspectives. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 19(2), 391–412. <https://doi.org/10.1007/s12208-021-00310-6>.
- Deephouse, D. L. (2000). Media Reputation as a Strategic Resource: An Integration of Mass Communication and Resource-Based Theories. *Journal of Management*, 26(6), 1091–1112. <https://doi.org/10.1177/014920630002600602>.
- Forcadell, F. J., Lorena, A., & Aracil, E. (2023). The firm under the spotlight: How stakeholder scrutiny shapes corporate social responsibility and its influence on performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(3), 1258–1272. <https://doi.org/10.1002/csr.2417>.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & de Colle, S. (2010). *Stakeholder Theory*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511815768>.
- Huang, K.-C., & Wang, Y.-C. (2022). Do reputation concerns motivate voluntary initiation of corporate social responsibility reporting? Evidence from China. *Finance Research Letters*, 47, 102611. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102611>.
- Jensen, M. C. (2002). Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function. *Business Ethics Quarterly*, 12(2), 235–256. <https://doi.org/10.5840/10.2307/3857812>.
- Lee, C.-H., Wu, P.-I., Liou, J.-L., & Yang, S.-L. (2022). The Monetary Value of Corporate Social Responsibility: The Impact of Tea Trees Growing Project between Corporates and Taiwan's Aboriginal Farmers on Consumers. *Sustainability*, 14(13), 8145. <https://doi.org/10.3390/su14138145>.
- Lu, T., Sivaramakrishnan, K., Wang, Y., & Yu, L. (2021). The Real Effects of Mandatory Corporate Social Responsibility Reporting in China. *Production and Operations Management*, 30(5), 1493–1516. <https://doi.org/10.1111/poms.13334>.
- Lu, Y., & Abeysekera, I. (2021). Do investors and analysts value strategic corporate social responsibility disclosures? Evidence from China. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 32(2), 12126. <https://doi.org/10.1111/jifm.12126>.
- Owen, J. R., & Kemp, D. (2023). A return to responsibility: A critique of the single actor strategic model of CSR. *Journal of Environmental Management*, 341, 118024. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2023.118024>.
- Pasko, O., Chen, F., Kuts, T., Sharko, I., & Ryzhikova, N. (2022). Sustainability reporting nexus to corporate governance in scholarly literature. *Environmental Economics*, 13(1), 61–78. [https://doi.org/10.21511/ee.13\(1\).2022.06](https://doi.org/10.21511/ee.13(1).2022.06).
- Pasko, O., Chen, F., Oriekhova, A., Brychko, A., & Shalyhina, I. (2021). Mapping the Literature on Sustainability Reporting: A Bibliometric Analysis Grounded in Scopus and Web of Science Core Collection. *European Journal of Sustainable Development*, 10(1), 303. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2021.v10n1p303>.
- Pasko, O., Chen, F., Proskurina, N., Mao, R., Gryn, V., & Pushkar, I. (2021). Are corporate social responsibility active firms less involved in earnings management? Empirical evidence from China. *Business: Theory and Practice*, 22(2), 504–516. <https://doi.org/10.3846/btp.2021.14940>.
- Pasko, O., Lagodiienko, N., Kudlaieva, N., Riabenko, L., & Gerasymenko, N. (2022). Does corporate governance moderate the effect of corporate social responsibility on a firm's financial performance? *Problems and Perspectives in Management*, 20(4), 588–601. [https://doi.org/10.21511/ppm.20\(4\).2022.44](https://doi.org/10.21511/ppm.20(4).2022.44).
- Pasko, O., Minta, S., Rudenko, S., & Hordiyenko, M. (2020). Do poor and good performing companies report differently? The readability and impression management in corporate narrative documents: Evidence from Northern Europe. *Business: Theory and Practice*, 21(2), 835–849. <https://doi.org/10.3846/btp.2020.12583>.

- Pasko, O., Zhang, L., Bezverkhyyi, K., Nikytenko, D., & Khromushyna, L. (2021). Does external assurance on CSR reporting contribute to its higher quality? Empirical evidence from China. *Investment Management and Financial Innovations*, 18(4), 309–325. [https://doi.org/10.21511/imfi.18\(4\).2021.26](https://doi.org/10.21511/imfi.18(4).2021.26).
- Pasko, O., Zhang, L., Tkal, Y., Hordiyenko, M., Popova, L., & Abraham, Y. (2021). Can CSR Engagement and Strong Internal Control Enhance Sustainable Corporate Growth? Evidence from Chinese Listed Companies. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 15(3), 497–521. <http://jespk.net/paper.php?paperid=4438>.
- Pfarrer, M. D., Pollock, T. G., & Rindova, V. P. (2010). A Tale of Two Assets: The Effects of Firm Reputation and Celebrity on Earnings Surprises and Investors' Reactions. *Academy of Management Journal*, 53(5), 1131–1152. <https://doi.org/10.5465/amj.2010.54533222>.
- Rehman, I. U., Naqvi, S. K., Shahzad, F., & Jamil, A. (2021). Corporate social responsibility performance and information asymmetry: the moderating role of ownership concentration. *Social Responsibility Journal*. <https://doi.org/10.1108/SRJ-06-2020-0244>.
- Sang, Y., & Han, E. (2023). A win-win way for corporate and stakeholders to achieve sustainable development: Corporate social responsibility value co-creation scale development and validation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(3), 1177–1190. <https://doi.org/10.1002/csr.2412>.
- Scholtens, B., & Kang, F.-C. (2013). Corporate Social Responsibility and Earnings Management: Evidence from Asian Economies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20(2), 95–112. <https://doi.org/10.1002/csr.1286>.
- Tuan, A., Dalli, D., Gandolfo, A., & Gravina, A. (2019). Theories and methods in CSRC research: a systematic literature review. *Corporate Communications: An International Journal*, 24(2), 212–231. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-11-2017-0112>.
- Ur Rehman, Z., Zahid, M., Rahman, H. U., Asif, M., Alharthi, M., Irfan, M., & Glowacz, A. (2020). Do Corporate Social Responsibility Disclosures Improve Financial Performance? A Perspective of the Islamic Banking Industry in Pakistan. *Sustainability*, 12(8), 3302. <https://doi.org/10.3390/su12083302>.
- Zhang, Q., Oo, B. L., & Lim, B. T.-H. (2023). Key practices and impact factors of corporate social responsibility implementation: Evidence from construction firms. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 30(5), 2124–2154. <https://doi.org/10.1108/ECAM-11-2020-0973>.

**Natalia Stoyanets**, Doctor of Economics, Professor, Sumy National Agrarian University (Sumy, Ukraine)

**Viktoriia Tkachenko**, PhD of Economics, Associate Professor, Sumy National Agrarian University (Sumy, Ukraine)

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND PROFITABILITY OF COMPANIES: THE MODERATING ROLE CONCEPT OF COMPANY REPUTATION AND ACCESS TO CAPITAL**

*The purpose of the article is to study the impact of corporate social responsibility on the financial indicators of companies using access to capital and the reputation of the firm as intermediary indicators. The study outlines the component concepts of the mechanism by which CSR leads to financial performance of firms: companies with developed CSR practices tend to have better opportunities to achieve a better reputation, which translates into improved financial performance, and companies can reduce capital limitations, participating in CSR activities. As a result, the findings recommend that companies strengthen their reputation and expand access to capital, which will ultimately lead to improved financial performance, so that corporate social responsibility becomes a core part of their operations.*

**Key words:** corporate social responsibility, financial results, profitability of companies, reputations of companies, access to capital.

Дата надходження до редакції: 16.01.2023 р.

## НОТАТКИ