



ТОВАРИ І РИНКИ № 1 (25) 2018

Міжнародний науково-практичний журнал

Виходить чотири рази на рік. Виходить друком з березня 2006 р.

Журнал визнано ДАК України як фахове видання з технічних наук

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

МАЗАРАКІ А. А., д. е. н., професор КНТЕУ, головний редактор
ПРИТУЛЬСЬКА Н. В., д. т. н., професор КНТЕУ, заступник головного редактора
МЕЛЬНИЧЕНКО С. В., д. е. н., професор КНТЕУ, відповідальний секретар

БЕЛІНСЬКА С. О., д. т. н., професор КНТЕУ
БЛАНК І. О., д. е. н., професор КНТЕУ
ВИСОЧИН І. В., д. е. н., доцент КНТЕУ
ГНІЩЕВИЧ В. А., д. т. н., професор КНТЕУ
ГУЛІЧ М. П., д. мед. н., професор, завідувач лабораторії ДУ "Інститут громадського здоров'я ім. О. М. Марзєєва" НАМН України
ГУЛЯЄВА Н. М., к. е. н., доцент КНТЕУ
БЛАКИТА Г. В., д. е. н., професор КНТЕУ
ЛЬЧЕНКО Н. Б., д. е. н., доцент КНТЕУ
ІНДУТНИЙ В. В., д. т. н., професор КНТЕУ
КОПТЮХ Л. А., д. т. н., професор КНТЕУ
КРАВЧЕНКО М. Ф., д. т. н., професор КНТЕУ
ЛАГУТІН В. Д., д. е. н., професор КНТЕУ
ЛЕБСЬКА Т. К., д. т. н., професор КНТЕУ
ЛЕВАНДОВСЬКИЙ Л. В., д. т. н., професор КНТЕУ
МЕЛЬНИК Т. М., д. е. н., професор КНТЕУ
МЕРЕЖКО Н. В., д. т. н., професор КНТЕУ
МОКРОУСОВА О. Р., д. т. н., професор КНТЕУ
ОСИКА В. А., к. т. н., доцент КНТЕУ
ПАШКО П. В., д. е. н., професор, ректор Університету державної фіскальної служби України
РОМАТ С. В., д. з держ. упр. н., професор КНТЕУ
РУДАВСЬКА Г. Б., д. с.-г. н., професор КНТЕУ
СИДОРЕНКО О. В., д. т. н., професор КНТЕУ
ТКАЧЕНКО Т. І., д. е. н., професор КНТЕУ
ШУЛЬГА Н. П., д. е. н., професор КНТЕУ

БЄЛОСТЄЧНИК Григорій, ректор Молдавської економічної академії, Кишинів, *Республіка Молдова*

КУДРЯШОВА Олександра, президент Міжнародного центру харчування і відновлення здоров'я, Нью-Джерсі, *США*

ЛЕБЕДЄВА Світлана, ректор Білоруського торговельно-економічного університету споживчої кооперації, Гомель, *Білорусь*

ЛІ Йонг-Хак, президент Корейського товариства товарознавців і технологів, Сеул, *Корея*

ЖМУДЬ Борис, к. х. н., доцент Лундського університету (*Швеція*)

ЛУЧЕТТІ Марія Клаудія, президент Міжнародного товариства товарознавців і технологів (IGWT), Рим, *Італія*

МІТСУІ Міцухарі, професор Комерційного університету Кобе, *Японія*

ПАМФІЛІЄ Родіка, декан факультету торгівлі Бухарестського економічного університету, Бухарест, *Румунія*

РУЖЕВІЧЮС Юозас, професор Вільнюського університету, Вільнюс, *Литва*

СТОЙКОВА Теменуга, професор Варненського економічного університету, Варна, *Болгарія*

ЯЗАМІ Рашид, професор, президент KVI PTE LTD (*Сингапур*)

ТАУБЕР Роман Давід, ректор Академії готельного менеджменту і кейтерингу, Познань, *Польща*

ФОГЕЛЬ Герхард, професор Технологічного інституту, Відень, *Австрія*

ФОЛТИНОВИЧ Зенон, професор Познаньського економічного університету, Познань, *Польща*

ХОХУЛ Анджей, ректор Краківського економічного університету, Краків, *Польща*

Засновник, редакція, видавець і виготовлювач
Київський національний торговельно-економічний університет.

Зав. редакції **В. І. МАНДРИКА**
Редактори **В. В. ОСІЄВСЬКА, Е. Ю. КИРИЧЕНКО,**
О. Б. МОЙСІЄНКО, А. П. ДОЛГАЯ
Художньо-технічне редагування
та комп'ютерне верстання **А. А. САВЧУК**

Підписано до друку 26.03.2018. Тираж 200 пр. Зам. 332.

Адреса редакції, видавця, виготовлювача:
вул. Кіото, 19, м. Київ-156,
Україна, 02156.

Телефон редакції 529-20-70;
факс 513-85-36,
e-mail: mandryka@knteu.kiev.ua

Свідоцтво про державну реєстрацію
серія КВ № 10007 від 30.06.2005.

Індекс журналу
в Каталогі видань України на 2018 рік – 89866.

Надруковано на обладнанні КНТЕУ.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
серія ДК № 4620 від 03.10.2013.

Видається за рекомендацією Вченої ради КНТЕУ
(протокол засідання № 7 від 22.02.2018).

Передрук і переклади матеріалів, опублікованих
у журналі, дозволяються лише за згодою автора та редакції.

Журнал представлено в міжнародних і національних
наукометричних базах: індекс Копернікуса (*Index Copernicus*);
реферативна база даних "Україніка наукова", а також
у пошуковій системі Академії Google (*Google Scholar*).

З М І С Т

РИНКИ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ	
<i>Мельниченко С.</i> Ринок інформаційних технологій: реалії України 5	<i>Бойко Г., Тіхосова Г., Кутасов А.</i> Технічні коноплі: перспективи розвитку ринку в Україні 110
<i>Федулова І.</i> Ринок молочної продукції України: можливості та загрози..... 15	РИНОК ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ
<i>Власенко І., Власенко В.</i> Ринок молочної сировини Вінницької області 29	<i>Ротова Т., Манько І.</i> Регулювання ринку страхових послуг в Україні.... 121
<i>П'ятницька Г., Григоренко О., Найдюк В.</i> Діагностика ринку послуг ресторанного господарства 38	<i>Селіверстова Л.</i> Тенденції розвитку страхового ринку України 135
<i>Золотарьова О., Мережко Н., Шульга О.</i> Ринок природного будівельного каменю в Україні 60	<i>Смирнова О., Котляр В.</i> Стратегії інвестування на фінансових ринках 145
<i>Караваєв Т., Калуга Н., Сім'ячко О.</i> Структура та динаміка ринку лакофарбових матеріалів в Україні 75	МАРКЕТИНГ
<i>Галько С., Михайлова Г., Осієвська В.</i> Ринок постільних виробів: сегмент подушок 89	<i>Лабурцева О.</i> Управління ризиками в маркетингових дослідженнях..... 155
<i>Коломієць Т., Черняк Л.</i> Вітчизняний ринок виробів санітарно-технічного призначення з кераміки 100	ЛОГІСТИКА ТА УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАВОК
	<i>Харсун Л.</i> Ефективність логістики сільськогосподарської продукції як фактор підвищення її конкурентоспроможності... 168

СОДЕРЖАНИЕ

РЫНКИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Мельниченко С.

Рынок информационных технологий: реалии Украины .. 5

Федулова И.

Рынок молочной продукции Украины: возможности и угрозы..... 15

Власенко И.,

Власенко В.

Рынок молочного сырья Винницкой области 29

Пятницкая Г.,

Григоренко О.,

Найдюк В.

Диагностика рынка услуг ресторанного хозяйства..... 38

Золотарева О.,

Мережко Н.,

Шульга О.

Рынок природного строительного камня в Украине..... 60

Караваев Т.,

Калуга Н.,

Симячко Е.

Структура и динамика рынка лакокрасочных материалов в Украине 75

Галько С.,

Михайлова Г.,

Осиевская В.

Рынок постельных изделий: сегмент подушек..... 89

Коломиец Т.,

Черняк Л.

Отечественный рынок изделий санитарно-технического назначения из керамики..... 100

Бойко Г.,

Тихосова А.,

Кутасов А.

Техническая конопля: перспективы развития рынка в Украине..... 110

РЫНОК ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

Ротова Т.,

Манько И.

Регулирование рынка страховых услуг в Украине... 121

Селиверстова Л.

Тенденции развития страхового рынка Украины... 135

Смирнова О.,

Котляр В.

Стратегии инвестирования на финансовых рынках 145

МАРКЕТИНГ

Лабурцева Е.

Управление рисками в маркетинговых исследованиях 155

ЛОГИСТИКА И УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

Харсун Л.

Эффективность логистики сельскохозяйственной продукции как фактор повышения ее конкурентоспособности 168

C O N T E N T

MARKETS OF GOODS AND SERVICES

Melnichenko S.
The market of information
technologies:
the realities of Ukraine 5

Fedulova I.
Dairy products market
in Ukraine:
opportunities and threats 15

*Vlasenko I.,
Vlasenko V.*
The market
of dairy raw materials
of Vinnytsia region..... 29

*Piatnytska G.,
Hryhorenko O.,
Naidiuk V.*
Diagnostics in
the catering services market 38

*Zolotareva O.,
Merezhko N.,
Shulga O.*
Natural building stone market
in Ukraine..... 60

*Karavayev T.,
Kaluga N.,
Simiachko O.*
Structure and dynamics
of the paint and coating
materials market in Ukraine 75

*Galko S.
Mykhailova G.,
Osievska V.*
Market of bedding:
segment of pillows 89

*Kolomiets T.,
Chernyak L.*
The domestic market
of ceramics sanitary
ware products 100

*Boiko G.,
Tikhosova G.,
Kutasov A.*
Technological hemp:
prospects of development
in Ukraine 110

FINANCIAL SERVICES MARKET

*Rotova T.,
Manko I.*
Regulation of the insurance
services market in Ukraine 121

Seliverstova L.
Trends in the development
of the Ukrainian
insurance market..... 135

*Smyrnova O.,
Kotlyar V.*
Investment strategies
on financial markets..... 145

MARKETING

Laburtseva O.
Risk management
in marketing research..... 155

LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Kharsun L.
The efficiency of the agricultural
product supply chains as a factor
its competitiveness increasing .. 168

РИНКИ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

УДК 339.13:004 (477)

МЕЛЬНИЧЕНКО Світлана,

д. е. н., професор, проректор з наукової роботи

Київського національного торговельно-економічного університету

РИНОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ: РЕАЛІЇ УКРАЇНИ

Визначено теоретичні засади функціонування ринку інформаційних технологій (ІТ) і цифрової економіки. Проаналізовано вітчизняний ринок інформаційних технологій, зокрема порівняно з існуючими тенденціями на ринку країн ближнього зарубіжжя. Запропоновано кроки для його продуктивного розвитку.

Ключові слова: ринок інформаційних технологій, ІТ-послуги, ІТ-спеціаліст, цифрова економіка, концепція розвитку цифрової економіки, інформаційне суспільство.

Мельниченко С. Рынок информационных технологий: реалии Украины. Определены теоретические основы функционирования рынка информационных технологий (ИТ) и цифровой экономики. Проанализирован отечественный рынок информационных технологий, в т. ч. в сравнении с существующими тенденциями на рынке стран ближнего зарубежья. Предложены шаги для его продуктивного развития.

Ключевые слова: рынок информационных технологий, ИТ-услуги, ИТ-специалист, цифровая экономика, концепция развития цифровой экономики, информационное общество.

Постановка проблеми. Перехід до інформаційного суспільства, що припадав на ХХ ст., характеризувався зростанням чисельності зайнятого населення в інформаційному секторі приблизно на 0.7 % щороку та появою нових видів професій. За останні два роки чисельність ІТ-спеціалістів зросла в 2.2 рази, а саме – з 42.4 до 91.7 тис. осіб [1]. До 2020 р. очікується їх збільшення до 180 тис. осіб [2], а до 2021 р. – до 400 тис., оскільки реалізація запланованих урядом України проектів приведе до зростання кількості робочих місць [3]. Така тенденція свідчить про поступовий перехід до розвитку цифрової економіки

та суспільства, що стало одним із актуальних напрямів діяльності уряду, який розробляє сценарій прискореного цифрового розвитку та заходів щодо його реалізації.

Глобальне проникнення інформаційних технологій у всі сфери життя людини через розвиток мережі Інтернет, цифрових баз знань, поширення дистанційного навчання, нейро-комп'ютерної інтеграції стане одним із критеріїв оцінювання розвитку або відсталості країни. Усвідомлюючи світові тенденції, уряд України визначив основні проблемні сторони, а саме [4]:

- з одного боку, відсутність національної стратегії розвитку інформаційного суспільства, галузевих і міжгалузевих програм; недостатнє забезпечення інформаційної та кібербезпеки держави; невизначеність на законодавчому рівні засад розвитку цифрового суспільства, захисту інтелектуальної власності та прав споживачів інформаційних послуг;
- з іншого – різний рівень володіння інформаційними технологіями громадян і нерівність їх у доступі до електронних комунікацій та інформаційних ресурсів; обтяжливі процедури виходу суб'єктів на ринок інформаційних технологій; низький рівень впровадження та використання можливостей ІТ у сферах освіти, науки та різних секторах економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Виявлення проблем функціонування вітчизняного ринку інформаційних технологій та пошук шляхів їх вирішення стало об'єктом дослідження вітчизняних і закордонних практиків, а саме: О. Альхімович, І. Беда, К. Васюк, Т. Кицькей [5], О. Риженко, В. Фіщук [6]. Проведені дослідження не враховують викликів глобалізації, потреб і можливостей суб'єктів ринку інформаційних технологій.

Мета дослідження – враховуючи особливість сучасного динамічного інформаційного суспільства й нові пріоритети інформаційного розвитку, важливим є вивчення тенденцій ринку ІТ та концептуальних підходів до розвитку цифрової економіки в Україні.

Матеріали та методи. Для здійснення моніторингу ринку інформаційних технологій використано дані Державної служби статистики України, урядових організацій, нормативно-правові документи, інформаційні ресурси в Інтернеті. Для дослідження розвитку інформаційних технологій використовувалися методи компаративного та системного аналізу. Для обґрунтування процесу використання ІТ в житті людини застосовано методи аналізу й синтезу, порівняння, аналогій та економіко-статистичний.

Результати дослідження. З інтенсивним розвитком ІТ виникає потреба в розмежуванні понять "ринок інформаційних технологій" і "цифрова економіка". Перший представляє відносини купівлі-продажу ІТ-продукції (послуги) між продавцем (фізичною чи юридичною особою) та покупцем (фізичною чи юридичною особою).

Під *цифровою економікою* розуміють виробництво, продажі й постачання, а також використання та споживання продуктів (послуг) через комп'ютерні мережі. Для розвитку цифрової економіки треба створити цифрову інфраструктуру (широкосмугову фіксовану телекомунікаційну та мобільну інфраструктуру; цифрове телебачення; хмарні технології, кібербезпеку тощо), "цифрові робочі місця", розвивати цифрові компетенції, забезпечити гармонізацію національних наукових ініціатив з європейськими й світовими [3]. Отже, цифрова економіка – значно ширше поняття, ніж інформаційні технології, що є однією з її складових.

Зростання кількості інформації та підвищення її значення в житті людини привели до розвитку інформаційних технологій та їхнього активного використання суспільством. У функціонуванні інформації як економічного ресурсу особливе значення мають технічні та технологічні аспекти її використання в економіці. Саме тому розвиток ІТ надає нові можливості для цілеспрямованого використання інформації та виявлення резервів її прогресивного розвитку.

Спостерігається динамічне зростання світового ринку інформаційних технологій. Лише два роки тому зафіксовано рекордну в світі кількість угод, укладених в ІТ-галузі, – 3.5 тис. на суму 237.6 млрд дол. США [7]. Україна ж, яка має потрібний для розвитку потенціал висококваліфікованих, талановитих ІТ-спеціалістів, які створюють унікальні проекти, перебуває не на перших позиціях.

Однак уже в 2016 р. урядом визначено розвиток ІТ-індустрії як один із пріоритетних напрямів для української економіки, особливо експорт ІТ-послуг [5]. Її розвиток пов'язаний з економічною та політичною ситуацією, яку можна охарактеризувати через місце в рейтингу інвестиційної привабливості *International Business Compass*, де наша країна в 2016 р. посіла 85 позицію [8]. Як видно з *табл. 1*, за п'ять останніх років Україна погіршила свої позиції привабливості для іноземних інвесторів. Очевидними причинами цього є високий рівень інфляції та корупції, відсутність захисту інтересів інвесторів і гарантій безпеки їхніх вкладень.

Таблиця 1

**Місце України в світовому рейтингу
інвестиційної привабливості**

Період	Позиція України	Кількість країн у рейтингу
2012–2013	73	144
2013–2014	84	148
2014–2015	76	144
2015–2016	79	140
2016–2017	85	138

Розроблено автором за [8].

Попри всі стримуючі фактори, в 2016 р. спостерігався приріст ІТ-галузі на 15–20 %, обсяг ринку зріс у 1.2 раза (з 2.5 у 2015-му до 3 млрд дол. США в 2016 р.) [5].

Поступовий розвиток ІТ в Україні привів до зростання чисельності користувачів мережі Інтернет і, як результат – до зростання доходів від надання інтернет-послуг у 1.4 раза в першому півріччі 2017 р. порівняно з відповідним періодом 2016 р. і в 2.3 раза – 2012-го. (рис. 1) [9]. До 2020 р. очікується зростання ІТ-галузі в 6.4 раза, а частка її у ВВП країни становитиме 5.7 % [2].

За прогнозами голови Державного агентства з питань електронного урядування, до 2020 р. очікується зростання чисельності користувачів мережі Інтернет від 5.5 до 15 млн осіб [10]. Нині ж лише 13 % громадян України користуються Інтернетом [9]. У планах уряду збільшити покриття широкопasmовим Інтернетом до 2020 р. – понад 70–80 % території України [10]. На початок 2018 р. чисельність користувачів мережі Інтернет з наданням широкопasmового доступу зросла в 3.6 та 1.5 раза порівняно з 2015 і 2016 рр. [9].

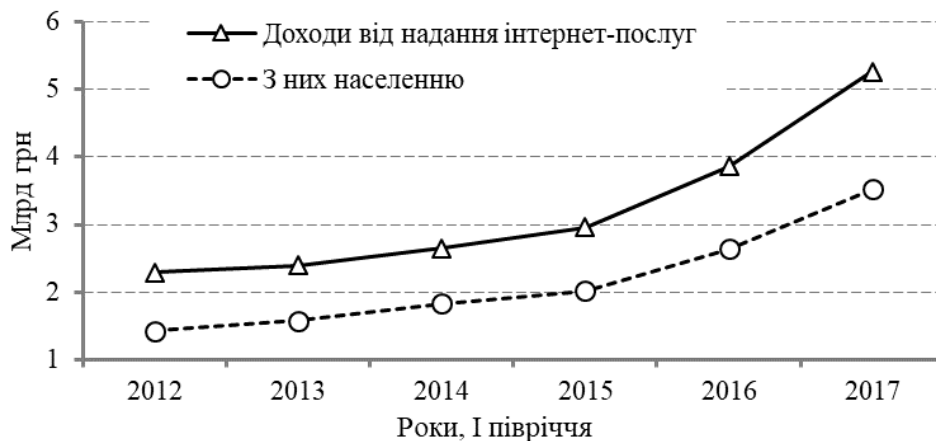


Рис. 1. Динаміка доходів від надання інтернет-послуг

Побудовано автором за [9].

За результатами дослідження компанії *PricewaterhouseCoopers* (PwC), внесок ІТ-галузі у вітчизняний ВВП за останні чотири роки зріс у 2.5 раза, тобто збільшився з 0.6 до 3.3 %, а експорт інформаційних послуг у першому півріччі 2017 р. зріс на 18.3 % порівняно з аналогічним періодом минулого року [1]. У 2016 р. 12 українських ІТ-компаній (у 2017-му вже 18) потрапили до рейтингу 100 кращих постачальників послуг аутсорсингу, що свідчить про їхню зростаючу конкурентоспроможність на світовому ринку [1].

У 2016 р. прийнято Постанову Верховної Ради України "Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Реформи галузі інформаційно-комунікаційних технологій і розвиток інформаційного простору

України» [4], в якій серед першочергових заходів передбачено створення сприятливіших умов оподаткування для суб'єктів ІТ-галузі та сприяння розвитку малого бізнесу. Перспективи можна оцінити, враховуючи досвід 10 країн-сусідів України, які надають податкові пільги для ІТ-компаній і в підсумку демонструють динамічний розвиток ринку (рис. 2) [1].



Рис. 2. Розвиток ринку ІТ-послуг у 2016 р.

Побудовано автором за [1].

У Польщі в разі здійснення креативної діяльності при загальній системі оподаткування, якою користуються суб'єкти господарювання в ІТ-галузі, відшкодовується 30 % витрат. У Білорусі ІТ-компанії, що належать до Парку високих технологій, звільняються від сплати податку на прибуток, ПДВ і митні платежі, а також протягом трьох років – від земельного податку. Підприємствам ІТ-галузі, що функціонують у Румунії, в перші три роки відшкодовується 150 % витрат. Окрім того, встановлюється пільга в розмірі 3 % для податку на прибуток за спрощеною системою оподаткування та 0 % – на доходи фізичних осіб у разі підтвердження креативної роботи [1].

Одним із прикладів може стати Індія, уряд якої створив належні умови для швидкого розвитку ринку ІТ. ІТ-компанії, що діють у спеціальних економічних зонах, повністю звільняються від сплати митних платежів, податків на послуги, ПДВ, центрального податку на продаж, податку на експортні послуги (протягом перших 5 років). Для них також встановлено податкову пільгу в 50 % протягом наступних 5 років [1].

В Україні звільняються від оподаткування ПДВ тільки послуги з розроблення програмного забезпечення (операційних систем і криптографічних засобів захисту інформації, комп'ютерних програм або їхніх компонентів, веб-сайтів тощо). І така пільга діятиме лише до 1 січня 2023 р.

Суттєві успіхи в ІТ-сфері Китаю і його зацікавленість у розвитку співпраці з Україною в межах ініціативи "Один пояс, один шлях" викликали потребу моніторингу ринку інформаційних технологій КНР [1].

Уряд Китаю розробив дуже лаконічну, але змістовну стратегію розвитку ІТ-галузі, що включає:

- пріоритет – інтеграція ІТ в бізнес з акцентом на онлайн;
- впровадження інноваційних стратегій в бізнес з урахуванням власної специфіки;
- формування згуртованого колективу, спроможного виробляти інновації;
- співпрацю бізнес-структур з малими ІТ-компаніями, в яких талановиті спеціалісти створюють якісний продукт з урахуванням місцевих особливостей;
- підбір кадрів – через залучення претендента до роботи над реальним проектом, а не за розглядом резюме;
- отримання досвіду з урахуванням власних помилок;
- налагодження тісних партнерських зв'язків для ефективнішого вирішення ділових питань;
- підтримку стартапів і сприяння їхньому виходу на зовнішні ринки;
- особисті контакти керівників ІТ-компанії з її фахівцями, зокрема інтровертами, для виявлення креативних ідей і пропозицій;
- сприяння з боку керівництва всебічному розвитку працівників, не обмежуючись суто професійною сферою.

За даними дослідницької компанії *IDC*, частка закупівель робототехніки Китаю становить 30 % загальносвітових [1]. Потужна підтримка з боку держави ІТ-галузі, за прогнозами міжнародної консалтингової компанії *BCG*, приведе до зростання частки цифрової галузі в економіці Китаю з 13 % у 2015 р. до 48 % у 2035 р., при зростанні її обороту відповідно з 1.4 до 16 трлн дол. США, а кількості робочих місць – зі 100 до 400 млн [1]. Такі тенденції свідчать про поступовий вихід ІТ-сфери КНР на лідируючі позиції в світі.

У зв'язку з цим ще ціннішою є ініціатива Китаю сприяти розвитку ІТ-галузі України. Проте для результативної співпраці Україна мусить вирішити найважливіші завдання, а саме: подолання економічної, політичної, соціальної та військової криз; забезпечення безпеки інвестицій.

Експерти пропонують Україні здійснити низку заходів для стимулювання розвитку ІТ-галузі:

- створення фондів для інвестування в ІТ-проекти за зразком країн ЄС, США, Канади, Китаю, де вони використовуються для фінансування проектів усередині країни та є проміжною ланкою між світовими інвесторами, місцевими венчурними фондами та стартапами;
- створення сприятливих, конкурентних умов для талановитих ІТ-спеціалістів (з метою перешкодження їхнього відтоку за кордон);
- сприяння розвитку технологічних парків із пільговим порядком оподаткування (саме в межах технологічного парку ІТ-продукція проходить повний цикл від новації до інновації);
- підтримка вітчизняних стартаперів через створення спеціальних програм на державному рівні (зокрема, освітніх ІТ-стартапів).

Реалізація цих кроків дасть змогу Україні до 2020 р. збільшити обсяг ІТ-послуг до 6 млрд дол. США, надходжень до державного бюджету до 30 млрд грн., чисельність фахівців ІТ-галузі до 200 тис. осіб і вийти на лідируючі позиції за рівнем експорту [1].

Цьому сприятиме реалізація рекомендацій парламентських слухань, якими передбачено [4]:

- виконання Закону України "Про державну підтримку розвитку індустрії програмної продукції" і створення цілісної правової системи з питань розвитку інформаційних технологій;
- розвиток електронного самоврядування, передусім через надання електронних адміністративних послуг;
- створення національних електронних інформаційних ресурсів і органу виконавчої влади, відповідального за формування й реалізацію державної політики в цій галузі;
- розвиток інформаційного суспільства через гармонізацію національного законодавства в ІТ-сфері з міжнародним;
- подолання цифрової нерівності через подолання соціально-економічної нерівності громадян;
- розроблення плану дій щодо реалізації Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні [11];
- забезпечення визнання на державному рівні міжнародних сертифікатів у сфері управління інформаційними технологіями, інформаційною та кібербезпекою;
- поліпшення іміджу України з метою залучення іноземних інвесторів у розвиток ІТ-сфери;
- вдосконалення механізму здійснення державних закупівель ІТ-продукції;
- створення рівних умов для виведення суб'єктами господарювання ІТ-продукції (послуг) на ринок і недопущення їх тіньового імпорту;
- створення сприятливих умов для розвитку електронного бізнесу, поліпшення інвестиційного клімату для міжнародного трансферу.

Надзвичайно важливо також залучити до процесу інноваційного розвитку сферу освіти: стимулювати приватно-державне партнерство в прискоренні запровадження інформаційних технологій в освітній процес; збільшити державне замовлення на підготовку фахівців для ІТ-галузі з урахуванням потреб ринку праці; розробити на державному рівні стандарти ІТ-компетентностей учасників освітнього процесу; забезпечити впровадження міжнародних і європейських стандартів групи *Information technology-Learning, education and training* ("Інформаційні технології для навчання, освіти та тренінгу").

Висновки. Зазначене свідчить про потребу формування ефективної державної політики в сфері інформаційних технологій. Це сприятиме не лише зростанню ВВП, а й забезпечить підвищення рівня проникнення ІТ у всі сфери життя людини. Першим кроком на цьому шляху

стало прийняття Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 рр. і затвердження плану заходів щодо її реалізації [12], де зазначено, що шлях до цифрової економіки лежить через внутрішній ринок інформаційних і цифрових технологій.

Отже, подальші дослідження спрямовуватимуться на вивчення питань цифрової трансформації економіки країни щодо викликів, потреб та її можливостей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. "Один пояс, один шлях" – хайвей для ІТ-галузі України. URL : <http://www.tianxia.link/uk/article/5879-odin-poi-as-odin-shliakh-khaiviei-dlia-it-galuzi-ukrayini>.
2. *Українське* ІТ в цифрах: індустрія состоялась как ключевая для экономики Украины. URL : <https://dou.ua/lenta/columns/it-in-figures/>.
3. *Кубів С.* Цифрова економіка. Про нові можливості для України. URL : <https://nv.ua/opinion/kubiv/tsifrovaja-ekonomika-o-novyh-vozmozhnostjah-dlja-ukrainy-2282520.html>.
4. *Постанова* Верховної Ради "Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Реформи галузі інформаційно-комунікаційних технологій та розвиток інформаційного простору України». URL : <http://www.rada.gov.ua/news/Novyny/127510.html>.
5. *Яким буде* 2017 рік для ІТ-аутсорсингу в Україні – прогнози топ-менеджерів провідних компаній. URL : <https://softserve.ua/ua/press-center/news/outsourc-ukr-2017/>.
6. *Риженко О.* Як цифрова економіка змінить Україну. URL : <https://www.epravda.com.ua/columns/2018/01/16/633057/>.
7. *80 мільйонів* від Сороса: як ІТ-проектів України вдалося залучити великі інвестиції. URL : <https://nv.ua/ukr/publications/80-miljoniv-vid-sorosa-jak-it-proektami-ukrajini-vdalosja-zaluchiti-veliki-investitsiji-87422.html>.
8. *Цаль Н.* Міжнародна інвестиційна привабливість України. URL : <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/23098/1/183-185.pdf>.
9. *Державна* служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
10. *Цифрова* економіка. Що чекає Україну в найближчі три роки. Мін-економрозвитку розробило Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 рр. URL : <https://minfin.com.ua/ua/2018/01/30/32121695/>.
11. *Стратегія* розвитку інформаційного суспільства в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15 травня 2013 р. № 386-р. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80%paran8#n8>.
12. *Про схвалення* Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 67-р. URL : <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-konceptsiyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-shodo-yiyi-realizaciyi>.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2018.

Melnichenko S. The market of information technologies: the realities of Ukraine.

Background. The transition to the information society, which came in the twentieth century, was characterized by an increase in the number of the employed population in the information sector. The global penetration of information technology in all areas of human life through the development of Internet infrastructure, digital knowledge bases, distance learning, neural computer integration will become one of the criteria for assessing the development or backwardness of the country. Aware of the global trends, the Government of Ukraine identified the main problem areas, namely: the lack of a national strategy for the development of the information society, sectoral and inter-sectoral programs; insufficient information and cyber security of the state; uncertainty at the legislative level of the principles of the development of digital society, protection of intellectual property and rights of consumers of information services; different levels of knowledge of information technologies of citizens and their inequality in access to electronic communications and information resources; burdensome procedures for the entities entering the market of information technology; low level of implementation and use of IT opportunities in the spheres of education, science and various sectors of the economy.

Identification of the problems of functioning of the domestic market of information technologies and the search for ways to solve them became the object of research of domestic and foreign practitioners, namely: O. Alhimovich, I. Beda, K. Vasyuk, T. Kitsmey [5], O. Ryzhenko, V. Fishchuk [6]. The research does not take into account the challenges of globalization, the needs and capabilities of the subjects of the information technology market.

The aim of the research is taking into account the peculiarity of the modern dynamic information society and the new priorities of information development, it is important to study the trends of the information technology market and conceptual approaches to the development of the digital economy in Ukraine.

Material and methods. To monitor the information technology market, data from the State Statistics Service of Ukraine, governmental organizations, regulatory documents, and information resources on the Internet were used. To achieve the goal, methods of comparative and system analysis were used to study the development of information technology. Methods of analysis and synthesis, comparisons, analogies, economic and statistical methods are used to substantiate the process of using information technologies in human life.

Results. With the intensive development of information technology, there is a need to differentiate between the concepts of "information technology market" and "digital economy".

There is a dynamic growth of the global information technology market. Ukraine, which has the potential for highly skilled, talented IT specialists, who create unique projects, is not in the first position. However, already in 2016, the Government of Ukraine defined the development of the IT industry as one of the priority areas for the country's economy, especially IT services exports. There was an increase of IT industry by 15–20 %, the market volume increased 1.2 times. The gradual development of information technology in Ukraine has led to an increase in the number of Internet users and, as a result, to increase income from providing Internet services. The contribution of the IT industry to domestic GDP

over the past four years has increased 2.5 times. 12 Ukrainian IT companies ranked among the 100 of the top outsourcing service providers, indicating their competitiveness on the global market.

In 2016, the Verkhovna Rada of Ukraine adopted the Resolution On Recommendations of the Parliamentary Hearings on the topic: Reforms in the field of Information and Communication Technologies and Development of the Information Space of Ukraine, which includes the creation of more favorable taxation conditions for IT industry and promotion small business development. Especially considering the experience of 10 neighboring countries of Ukraine that provide tax breaks for IT companies and as a result, the dynamic development of the IT market.

According to the world experts, one of the first areas of the development of the IT industry in Ukraine should be: creation of funds for investment in IT projects such as the EU, the USA, Canada, China, where they are used to finance projects within the country and is an intermediate link between world investors, local venture funds and startups; assistance in the development of technological parks with preferential taxation (within the technology park IT products are in full cycle from innovation to innovation); creation of favorable, competitive conditions for talented IT specialists (in order to prevent their outflow abroad); support for domestic start-ups through the creation of special programs at the state level (including educational IT start-ups).

Conclusion. The foregoing points to the need for the formation of an effective state policy and the creation of appropriate conditions for its implementation. This not only will contribute to the growth of GDP, but will increase the level of their penetration into all spheres of human life. And, the first step was the adoption of the Concept for the Development of the Digital Economy and Society of Ukraine for 2018–2020 and the adoption of a plan of measures for its implementation, which states that the path to the digital economy lies through the domestic market of information and digital technologies.

Therefore, further research will be aimed at studying the issues of digital transformation of the country's economy in terms of challenges, needs and capabilities.

Keywords: Information technology market, IT services, IT specialist, digital economy, concept of digital economy development, information society.

REFERENCES

1. "Odyn pojas, ody shljah" – hajvej dlja IT-galuzi Ukrai'ny. URL : <http://www.tianxia.link/uk/article/5879-odin-poi-as-odin-shliakh-khaiviei-dlia-it-ghaluzi-ukrayini>.
2. *Ukrainskoe IT v cifrah: industrija sostojalas' kak kljuhevaja dlja jekonomiki Ukrainy.* URL : <https://dou.ua/lenta/columns/it-in-figures/>.
3. *Kubiv S.* Cyfrova ekonomika. Pro novi mozhlyvosti dlja Ukrai'ny. URL : <https://nv.ua/opinion/kubiv/tsifrovaja-ekonomika-o-novyh-vozmozhnostjah-dlja-ukrainy-2282520.html>.
4. *Postanova Verhovnoi' Rady "Pro Rekomendacii' parlaments'kyh sluhan' na temu: "Reformy galuzi informacijno-komunikacijnyh tehnologij ta rozvytok informacijnogo prostoru Ukrai'ny".* URL : <http://www.rada.gov.ua/news/Novyny/127510.html>.
5. *Jakym bude 2017 rik dlja IT-outsorsyngu v Ukrai'ni – prognozy top-menedzheriv providnyh kompanij.* URL : <https://softserve.ua/ua/press-center/news/outsource-ukr-2017/>.

6. Ryzhenko O. Jak cyfrova ekonomika zminyt' Ukrainu. URL : <https://www.epravda.com.ua/columns/2018/01/16/633057/>.
7. 80 mil'joniv vid Sorosa: jak IT-proektam Ukrainy vdalosja zaluchyty velyki investyicii. URL : <https://nv.ua/ukr/publications/80-mil'joniv-vid-sorosa-jak-it-proektami-ukrajini-vdalosja-zaluchiti-veliki-investitsiji-87422.html>.
8. Cal' N. Mizhnarodna investycijna pryvablyvist' Ukrainy. URL : <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/23098/1/183-185.pdf>.
9. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
10. Cyfrova ekonomika. Shho chekaje Ukrainu v najblyzhchi try roky. Minekonomrozvytku rozroblyo Konceptiju rozvytku cyfrovoi' ekonomiky ta suspil'stva Ukrainy na 2018–2020 rr. URL : <https://minfin.com.ua/ua/2018/01/30/32121695/>.
11. Strategija rozvytku informacijnogo suspil'stva v Ukraini : Rozporjadzhennja Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 15 travnja 2013 r. № 386-r. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80/paran8#n8>.
12. Pro shvalennja Konceptii' rozvytku cyfrovoi' ekonomiky ta suspil'stva Ukrainy na 2018–2020 roky ta zatverdzhennja planu zahodiv shhodo i'i realizacii' : Rozporjadzhennja Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 17 sichnja 2018 r. № 67-r. URL : <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-konceptiyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-shhodo-yiyi-realizaciyi>.

УДК 339.13:637.1(477)

ФЕДУЛОВА Ірина,

*д. е. н., професор, професор кафедри менеджменту
Київського національного торгово-економічного університету*

РИНОК МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ: МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ

Визначено поточний стан розвитку молокопереробної галузі в Україні. Досліджено основні проблеми падіння виробництва молока в Україні. Здійснено аналіз можливостей і загроз розвитку підприємств, що працюють в галузі, за допомогою 5 конкурентних сил М. Портера. Проаналізовано стан розвитку виробників молочної продукції, рівень економічної доступності молочної продукції для населення, купівельної спроможності споживачів, рівень диференціації споживання молочної продукції, коефіцієнти еластичності попиту по доходу й ціні, рівень внутрішньо-галузевої конкуренції та основні бар'єри входження до молокопереробної галузі. Окреслено можливі дії підприємств для запобігання виявленим загрозам.

Ключові слова: дослідження ринку, молочний ринок, споживання молочної продукції, молокопереробні підприємства, виробництво молочної продукції.

Федулова И. Рынок молочной продукции Украины: возможности и угрозы.
Определено текущее состояние развития в Украине молокоперерабатывающей отрасли. Исследованы основные проблемы падения производства молока в Украине. Проведен анализ возможностей и угроз развития предприятий, работающих в отрасли.

© Федулова Ірина, 2018

с помощью 5 конкурентных сил М. Портера. Проанализировано состояние развития производителей молочной продукции, уровень экономической доступности молочной продукции для населения, покупательной способности потребителей, уровень дифференциации потребления молочной продукции, коэффициенты эластичности спроса по доходу и цене, уровень внутриотраслевой конкуренции и основные барьеры входа в молокоперерабатывающую отрасль. Проведенный анализ позволил определить возможные действия предприятий для предотвращения выявленных угроз.

Ключевые слова: исследование рынка, молочный рынок, потребление молочной продукции, молокоперерабатывающие предприятия, производство молочной продукции.

Постановка проблеми. Збалансований розвиток продовольчого ринку є важливим питанням світової, національної та регіональної економік. Його обсяг, якість і ефективність функціонування визначають рівень і якість життя населення. Молочний ринок є вагомою частиною продовольчого ринку й посідає провідне місце в забезпеченні продовольчої безпеки України.

Криза в українській економіці, ослаблення гривні, зниження доходів населення, а також постійне підвищення цін на продовольчі й непродовольчі товари створили нові реалії для ринку молока та молочної продукції в Україні. Існування кризових тенденцій в економіці країни, важливість забезпечення населення молочною продукцією відповідно до раціональних норм їх споживання, структурна й географічна перебудова експорту визначають значимість дослідження зовнішнього середовища діяльності молокопереробних підприємств, з боку наявних потенційних загроз і можливостей їх попередження та усунення в умовах активізації євроінтеграційних процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато вчених і аналітиків досліджували основні чинники функціонування молочного ринку України, проводили аналіз динамічних змін і закономірностей його розвитку, а саме: Н. Белінська, О. Лесько [1], Т. Мостенська [2], О. П'янкова [3], І. Тюха [4] та ін. Питанням розвитку й вирішення проблем молочного скотарства в галузі тваринництва приділяли увагу такі вчені, як: П. Саблук, В. Бойко [5], М. Ільчук, І. Коновал, О. Кирилук, І. Гурська [6], Ю. Кернасюк [7], М. Пархомець та ін. Стан і тенденції розвитку світового ринку молока знайшли своє відображення в роботах таких вчених: О. Масляєва [8], Г. Федосєєва [9] та ін.

Мета статті – аналіз основних чинників, що впливають на розвиток молокопереробної галузі, виявлення загроз і визначення напрямів підвищення її конкурентоспроможності.

Матеріали та методи. Використано методи аналізу й синтезу наукової інформації, статистичної обробки інформації, методи дослідження тенденцій динаміки, а також стратегічний інструмент "5 конкурентних сил ринку М. Портера".

Результати дослідження. Дослідження ринку є важливою частиною формування стратегії розвитку бізнесу будь-якого підприємства.

Його розглядають як послідовні дії збирання, аналізу та пошуку корисної інформації про споживачів, діяльність конкурентів і питання, пов'язані з ринковим середовищем, зокрема діяльність уряду й економічні зрушення. Найкраще систематизував фактори розвитку ринку/галузі М. Портер, запропонувавши стратегічний інструмент, що отримав назву "5 конкурентних сил М. Портера". Зазначений інструмент передбачає розгляд можливостей і загроз ринку/галузі за такими складовими: товари-замінники; постачальники; споживачі; внутрішньогалузева конкуренція; поява нових конкурентів у галузі.

У загальному обсязі реалізації продукції харчової промисловості України молокопереробна галузь займає приблизно 11 %. Якість і кількість виготовленої підприємствами продукції залежить від обсягів і якості виробленої та переданої на переробку основної сировини – молока, тобто від розвитку тваринництва в країні, зокрема, поголів'я корів як основного джерела отримання молока, їх продуктивності тощо. Починаючи з 1990-х років, поголів'я великої рогатої худоби (ВРХ) в Україні скоротилося в 6.7 раза. Таке падіння пов'язано з руйнуванням сталих організаційно-економічних відносин з постачальниками матеріальних ресурсів і покупцями молока-сировини. У 2016 р. поголів'я ВРХ становило 3682.3 тис. голів, з яких майже 77 % утримується в господарствах населення [10].

Незважаючи на скорочення поголів'я корів, їх продуктивність поступово зростає. Якщо в 2000 р. продуктивність однієї корови в Україні становила лише 2359 кг молока на рік, то в 2016 р. – в 2 рази більше, або 4735 кг на рік [10]. Проте це не межа, середні надої на одну корову в розвинених країнах світу (Ізраїль – 13 000 кг, США – 8431 кг, Данія – 7344 кг, Німеччина – 6281 кг) переважають українські показники [11]. При цьому продуктивність корів у господарствах населення значно нижче, ніж на сільськогосподарських підприємствах, які мають більше технологічних можливостей для забезпечення умов ефективного ведення молочного скотарства.

Інвестиції у виробництво одного літра молока в 10 разів більше за інвестиції в переробку цього літра й досягають 250 тис. грн на одну корову в промисловому молочному комплексі, які окупаються повільно. Проте, незважаючи на майже повну відсутність довгострокових кредитів на адекватних умовах, сьогодні в Україні будується або реконструюється понад 100 промислових молочних комплексів [12].

Загальний обсяг виробництва молока в Україні становив у 2016 р. 10.38 млн т – це відповідно 42.4 % рівня 1990 р. [10]. Самий критичний період падіння прийшовся на 1990–2000 рр. – майже удвічі. З 2000 р. виробництво молока продовжує падіння, але меншими темпами – за останні 16 років на 18 %.

Критичною є структура виробництва молока – лише 26 % виробляється в сільськогосподарських підприємствах [10]. І це суттєво відбивається на якості: у 2016 р. лише 14.6 % молока гатунку екстра,

36.7 % – вищого гатунку, решта – першого, другого гатунку і несортове. За таких умов продукція, що виробляється з такої сировини, є неконкурентоспроможною на світовому ринку. Хоча останнім часом спостерігається щорічне зростання молока гатунку екстра та вищого. У 2016 р. вперше їх частка становить більше ніж половина – 51.3 %. Якщо порівнювати із минулим роком, то частка молока гатунку екстра підвищилася більше ніж на 40 % (з 10.3 % у 2015 р. до 14.6 у 2016 р.) [13].

У 2016 р. загальний обсяг виробництва молока й молокопродуктів становив 1630.1 тис. т (рис. 1). Після кризових 2008–2009 рр. відбувалося поступове нарощування виробництва молока й молочної продукції, що становило в 2014 р. майже на 16 % вище за 2009 р., а з 2014 р. – спостерігається падіння. Істотне скорочення виробництва молочної продукції в 2016 р. передусім пов'язане із її подорожчанням.

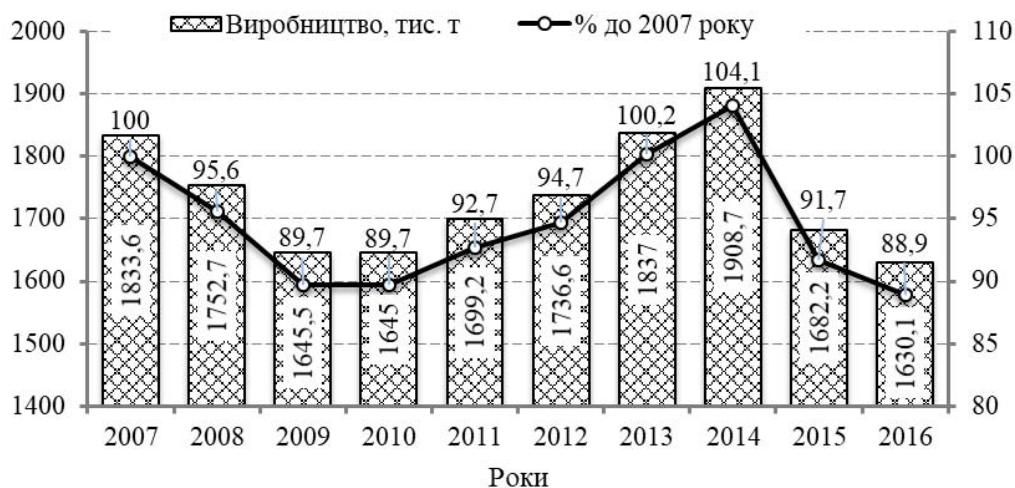


Рис. 1. Динаміка виробництва молока й молочних продуктів в Україні [10]

Структура виробництва молокопродуктів в Україні за період 2007–2016 рр. суттєво змінилася: зросла частка обробленого молока, вершків, сухого молока, вершкового масла, казеїну, зокрема частка сирів і кисломолочної продукції зменшилася.

Зменшення пропозиції молока на українському ринку спричинило зі свого боку зниження виробництва більшості молочних продуктів. Найвідчутніше скоротився обсяг виробництва сирів – з 2007 р. майже удвічі, кисломолочних продуктів – на 21 %, сирів кисломолочних – на 25 % (рис. 2). А загальний обсяг виробництва молока й молочної продукції зріс за цей період на 7.3 %. Порівняно із 2014 р. найбільше в 2016 р. знизилася виробництво молока (–17.08 %), твердого сиру (–13 %), масла тваринного (–11.4 %) та кисломолочної продукції (–11.16 %).

Зменшення пропозиції молока на ринку в 2016 р. призвело до зниження виробництва більшості молочних продуктів: обробленого молока на 4 %, сирів на 8 %, сухого молока та вершків на 3 %, кисломолочної продукції на 1 %.

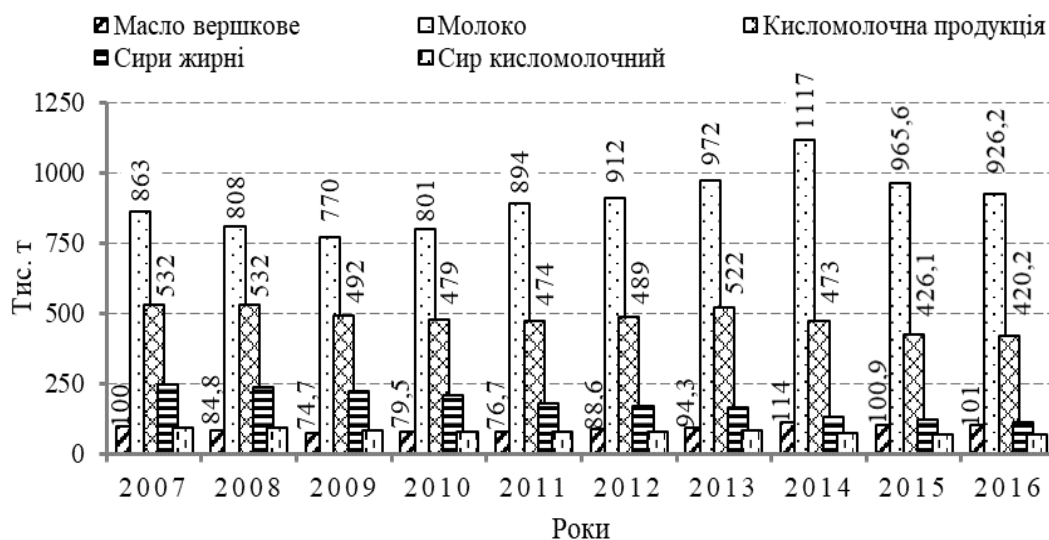


Рис. 2. Виробництво молока й молочних продуктів в Україні [13]

Український ринок виробництва молочної продукції перебуває на порозі стагнації. Гостра потреба в модернізації заводів виникла давно, проте на сучасному економічному підґрунті процес оновлення технічного парку практично неможливий. А. Ярмач, економіст департаменту технічного співробітництва продовольчої та сільськогосподарської організації ООН *FAO*, вважає, що при модернізації тільки частини заводського обладнання знадобиться 7 років для окупності витрат [14].

На ринку молока й молочної продукції України працює досить велика кількість підприємств, зокрема понад 50 % загального обсягу виробництва концентрується на складах десяти великих компаній. Серед лідерів молокопереробної галузі є не лише українські виробники, а й транснаціональні корпорації, які мають виробництво в Україні. Решту ринку розподіляють між собою дрібні компанії та одиничні молокопереробні заводи.

Сучасний стан вітчизняного ринку молока та молочних продуктів характеризується помірним рівнем консолідації. Майже 80 % ринку контролює 50 підприємств, значна частина яких входить до складу великих холдингів [15].

Для ефективного розвитку вітчизняної молокопереробної галузі українським виробникам треба дотримуватися міжнародних вимог до якості продукції та управління якістю товарів, що дасть їм змогу стати рівноправними партнерами в світовому товарообігу. До основних міжнародних стандартів, які використовуються у молокопереробній промисловості, належать такі системи якості, як *ISO*, *HACCP* (система аналізу ризиків, небезпечних чинників і контролю критичних точок) та *GMP* (стандарти належної виробничої практики). Для підприємств упровадження систем якості є доволі затратним і трудомістким процесом, що можуть собі дозволити потужні виробники або об'єднання підприємств. Зазначені системи є основними моделями управління

якістю та безпечністю молочних продуктів у промислово розвинених країнах світу, офіційно визнані всіма країнами-учасницями СОТ і ЄС та схвалені Міжнародною комісією з харчових продуктів (Комісія "Кодекс Аліментаріус"). Упровадження системи європейських стандартів вітчизняними молокопереробними підприємствами уможливить отримати конкурентні переваги й досягти економічного зростання.

Проблема адаптації виробників молока в Україні до європейських вимог стала дуже гострою в кінці липня 2014 р., коли один з найбільших ринків збуту (Російська Федерація) був повністю закритий для вітчизняних сирів (85 % експорту в натуральному вираженні). Цей факт істотно позначився на обсязі виробництва цієї продукції в країні у зв'язку з тим, що не менше ніж 35 % загального обсягу вироблених сирів йшло на експорт до РФ.

Проте ця заборона стимулювала деякі українські підприємства нарощувати обсяги виробництва вершкового масла й сухого молока, які є привабливими сегментами для експорту до країн СНД, Азії та Африки. Унаслідок цього великі молокопереробні підприємства України зосередили основну частину свого експорту на ринках Сходу (Єгипет, Марокко, ОАЕ, Туніс, Лівія, Алжир, Бангладеш, В'єтнам), країни пострадянського простору (Казахстан, Молдова, Грузія) та почали освоювати нові ринки – ЄС і Китай, які висувають або підвищені вимоги для виходу на ринок молочної продукції, або не мають зручне географічне розташування для торгівлі ними. До Китаю та В'єтнаму спрямовано 13 і 16.5 % відповідно всієї експортної сироватки; 10 % експорту масла припадає на Єгипет, майже 11 % сухого молока експортують до Бангладеш, а 8.8 % кисломолочних продуктів потрапляє до ОАЕ [16].

З 1 січня 2016 р. Україна має дозвіл на постачання молочних продуктів до ЄС. Це означає, що вітчизняний продукт якісний і дасть змогу підвищити рівень довіри до вітчизняної молочної продукції на інших ринках. Основним напрямом виходу на новий ринок для українських виробників є стратегія лідерства за витратами.

Сьогодні в структурі експорту молочних продуктів з України відбулися значні зміни. Так, у 2016 р. молоко та вершки, не згущені, займали в структурі експорту 7.4 % проти 46.2 % у 2012 р., частка молока та вершків згущених зросла й становила 11.1 % проти 0.5 %, частка молочної сироватки зросла з 16.7 % до 21.9 %, частка сирів незначно зросла з 11.8 до 13.9 %, частка сухого молока зросла майже удвічі й становила 33.5 % [17]. Зросла також частка масла вершкового й молочних жирів, але її розмір незначний – 2.6 % в загальній структурі експорту молочної продукції 2016 р. Загалом вартість експортованих молочних продуктів з України в 2016 р. становила 158 млн дол. США, і це третина експорту 2012 р., вдвічі менше, ніж у 2014 р., і на 12 % нижче попереднього 2015 р. Проте варто зазначити, що розвиток внутрішніх ринків стимулює експорт [17].

Небезпечним є зростання імпорту сиру в Україну, який становив у 2016 р. 7.1 тис. т або 63 % всього виробленого сиру в країні. Польські сири, які реалізуються на українському ринку, на 100 % виявилися фальсифікатом, ця продукція в різному відсотковому складі містила жири немолочного походження. Серед української продукції фальсифікату виявили майже 50 % [18]. Українським виробникам сирів потрібно застосувати політику підвищення якості продукції за умов збереження цін, при цьому українські сири будуть конкурентоздатними і більш привабливими порівняно із аналогічною продукцією іноземного походження.

Молочні продукти є невід'ємною складовою раціону харчування. У 2016 р. пересічний українець споживав понад 209 кг молока та молочних продуктів, що становить лише 55 % раціональної норми, яка дорівнює 380 кг на одну особу на рік [19]. Починаючи з 2000 р., рівень споживання молока суттєво не змінився. Водночас у світі спостерігається яскраво виражена тенденція до збільшення споживання молока й молокопродуктів – щорічно на 3–4 % зазвичай переважно з низьким вмістом жиру.

Раціональне харчування передбачає оптимальне співвідношення харчових і біологічно активних речовин. За останні роки якість харчування населення значно погіршилась, і ця тенденція зберігається. Відповідно до Постанови КМУ від 5.12.2007 № 1379 "Деякі питання продовольчої безпеки" [20] граничний (пороговий) критерій добової калорійності харчового раціону становить 2500 ккал на добу, при цьому 55 % добового раціону повинно забезпечуватися за рахунок споживання продуктів тваринного походження.

Дослідження тенденцій з 1990 р. засвідчило, що калорійність раціону населення України весь час була вище граничного рівня 2500 ккал [19]. Зокрема, в 2016 р. українці споживали продукти харчування, калорійність яких на 10 % більша за граничний рівень. Варто зауважити, що в США цей показник становить 3900 ккал, в країнах Євросоюзу – 3500 ккал [21].

Структура спожитих продуктів, їхня якість і кількість має велике значення, оскільки надмірне чи недостатнє споживання харчових продуктів призводять до дисбалансу обмінних процесів, зниження імунітету та тривалості життя. Якщо говорити про якість добового раціону, то в Україні норма 55 % не виконується. У 2016 р. співвідношення споживання продуктів рослинного й тваринного походження було на рівні 79 % на 21 % при рекомендованих 45 % на 55 % [19]. Це свідчить про те, що зростання калорійності відбувається за рахунок підвищення споживання продуктів харчування з низькою біологічною цінністю – хліба, картоплі, овочів. За таких умов можна говорити про незбалансованість сучасної структури харчування громадян нашої країни.

Безперечно важливим чинником, що формує рівень споживання молочних продуктів і який потрібно враховувати для визначення попиту на продукцію галузі, виступає купівельна спроможність населення.

Сьогодні вона не дає змоги забезпечувати потреби населення у молочній продукції на достатньому рівні шляхом купівлі, як це передбачає класична економіка, а навпаки – значна частина цих потреб задовольняється завдяки господарствам населення.

І хоча рівень доходів населення поступово зростає, темпи зростання цін на продовольчі товари в останні три роки значно перевищують темпи зростання доходів. Така ситуація є сталою, починаючи з 2002 р. перевищення індексу цін над індексом доходів спостерігалось у 2003–2004, 2006–2011, 2014–2016 рр. Індекси споживчих цін на молоко й сири в Україні часто перевищували загальний індекс споживчих цін на продукти харчування та безалкогольні напої [22]. Ураховуючи, що на молочному ринку рівень диференціації продукції дуже високий, можна стверджувати про існування нецінової конкуренції. На ринку існує можливість домовленості між конкурентами, оскільки тут відбувались і тривають процеси поглинання й об'єднання в холдинги та злиття. Унаслідок цього виникає потреба цінового контролю молочного ринку.

При проведенні аналізу споживачів галузі важливим є дослідження економічної доступності продовольства, за допомогою якого визначають, яку частку сукупних витрат населення дозволяє собі витратити на харчування в загальному обсязі таких витрат. Порогове значення цього показника 20 % вказує на високий рівень життя населення. Граничним значенням цього індикатора вважається значення 60 %, яке вказує на межу бідності населення [20]. В Україні значення цього індикатора за останні 10 років коливається в межах від 52 до 61 %, у 2016 р. він становив 52.7 %, що свідчить про вкрай низький рівень купівельної спроможності населення, що не може не непокоїти виробників молочної продукції. Рівень варіації купівельної спроможності серед населення можна дослідити за допомогою співвідношення часток витрат на харчування в сукупних витратах домогосподарств для 10 % груп домогосподарств за рівнем середньодушових загальних доходів з найменшими і найбільшими доходами. З 2010 по 2016 рр. значення цього показника становило від 1.41 до 1.59, і свідчить про те, що в групі домогосподарств з найменшими доходами споживають продуктів харчування у півтора рази менше, ніж у домогосподарствах з найбільшими [19]. Це свідчить про високий рівень нерівномірності споживання продуктів харчування серед населення.

Аналогічний індикатор можна розрахувати як співвідношення рівня споживання молокопродуктів на одну особу в 10 % груп домогосподарств за рівнем середньодушових загальних доходів з найбільшими та найменшими доходами [23]. Так, у домогосподарствах з найбільшими доходами споживають молока та сиру (в перерахунку на молоко) майже в два рази більше. За таких умов виробникам молочної продукції доцільно враховувати на перспективу диференціацію споживання продукції в розрізі різних цінових сегментів у контексті забезпечення доступності молочної продукції для найбільш вразливих верств населення.

З метою визначення, наскільки динамічні зміни купівельної спроможності населення можуть вплинути на зміни обсягів реалізації продукції, доцільно дослідити еластичність споживання молочної продукції по цінах і доходах.

У *табл. 1* обчислено коефіцієнти еластичності молока та сиру по ціні й доходу, які показують, що при споживанні молочної продукції ціна для пересічного споживача є більш значущою, ніж дохід. Отже, зростання доходу в місяць на одну особу на 1 % спричинить зростання попиту на молочну продукцію на 0.464 %. Зростання середньої ціни на молочну продукцію на 1 % спричинить зменшення споживання цієї продукції на 0.594 %. Виробникам молочної продукції потрібно звернути увагу на такий резерв підвищення обсягів збуту, особливо в умовах, коли пересічний споживач в Україні не задовольняє свої потреби в цих продуктах на рівні раціональних норм споживання.

Таблиця 1

**Еластичність попиту на молоко та сир
по доходу й ціні в розрізі 10 %-х груп домогосподарств за рівнем
середньодушових загальних доходів в Україні в 2016 р.**

10 %-ва група	Споживання на 1 особу, кг/міс.	Коефіцієнт еластичності попиту	
		по доходу	по ціні
1	9.2	–	–
2	10.6	0.720	5.424
3	11.6	0.551	–7.802
4	12.8	0.652	1.757
5	12.9	0.113	–0.145
6	13.7	0.484	7.062
7	13.8	0.085	0.380
8	15.4	0.723	–14.620
9	16.5	0.551	1.012
10	18.0	0.297	1.583
Загалом у сукупності	13.3	0.464	–0.594

Розраховано автором за [19].

Дослідження коефіцієнтів еластичності на молоко й сир по доходу (див. *табл. 1*) засвідчило, що зазначені продукти харчування є продуктами першої необхідності, попит відносно еластичний, і, відповідно, підвищення доходів передусім сприятиме зростанню споживання цих продуктів. У цілому продукти харчування мають більш низьку гнучкість доходу, ніж інші споживчі товари.

Доречно узагальнити проведені дослідження загроз і можливостей розвитку ринку молока в Україні за допомогою 5 конкурентних сил М. Портера, оскільки цей інструмент уможливує найкраще систематизувати й описати характеристики ринку (*табл. 2*).

**Визначення можливостей і загроз молокопереробної галузі
за 5 конкурентними силами М. Портера**

Конкурентна сила	Можливості й загрози	Можливі дії підприємств
Замінники	Для молокопереробної галузі товари-замінники не відіграють суттєвої ролі, оскільки молочна продукція значно відрізняється за смаковими властивостями й харчовою цінністю від усіх інших продуктів харчування. До субститутів коров'ячого молока можна віднести козяче й овече, а також рослинні альтернативи: соєве, мигдальне, рисове, вівсяне, кокосове молоко, однак через високу вартість і низьку поширеність зазначені продукти не можуть створити конкуренції традиційним молочним продуктам	Моніторинг ринку на предмет зміни в уподобаннях споживачів. Формування і розвиток у суспільстві культури споживання молочної продукції
Постачальники	Ринок молока характеризується певною сезонністю: навесні та влітку істотно коливання та підвищення пропозиції на ринку викликає зниження закупівельних цін. Значна частка сировини надходить із домогосподарств, що свідчить про низький ґатунок продукції та невідповідність сучасним стандартам якості. Наявне поголів'я великої рогатої худоби та корів значно скоротилося, а відтворення стада вимагає тривалого часу. Більшість постачальників не дотримуються належних санітарно-гігієнічних умов виробництва й транспортування молока, не забезпечують його охолодження. Вартість сировини майже досягла своєї верхньої межі	Зупинити спад і поступово нарощувати поголів'я, особливо в с/г підприємствах. Збільшувати виробництво продукції тваринництва за рахунок високоефективних технологій на інноваційній основі з урахуванням досягнутого світового досвіду. Відновлення крупнотоварного виробництва, яке можна здійснити шляхом будівництва нових і реконструкції існуючих тваринницьких ферм і комплексів. Підвищення ефективності селекційної роботи в тваринництві. Створення великих молочних комплексів з високопродуктивними тваринами й налагодженою системою забезпечення якості продукції. Інтеграція с/г підприємств з молокопереробними
Ринкова конкуренція	Сьогодні в Україні майже 80 % ринку контролює 50 підприємств, значна частина яких входить до складу великих холдингів. Ключовою проблемою вітчизняних гравців ринку молочної продукції є пошук нових ринків збуту. Основним способом виходу на новий ринок для українських виробників залишається стратегія лідерства за витратами. Конкурентні позиції вітчизняної молочної продукції на внутрішньому і на зовнішньому ринках дедалі більше визначатимуться її якістю	Державне регулювання національного молочного ринку має реалізовуватися через механізми впливу на зовнішню торгівлю, обмеження або стимулювання виробництва та безпосередню підтримку доходів виробників. Розширення виробництва й оновлення і узгодження асортименту з потребами конкретних країн-імпортерів. Реалізація агресивної зовнішньоторгівельної політики заміщення традиційних експортерів в умовах перевищення попиту над пропозицією продукції та зростання цін на неї. Реалізація конкурентної стратегії лідирування за витратами на зовнішньому ринку

Закінчення таблиці 2

Конкурентна сила	Можливості й загрози	Можливі дії підприємств
Поява нових конкурентів	Наявність значної кількості сильних брендів у галузі ускладнює входження до неї нових гравців. Складний технологічний процес, висока вартість технологічних ліній потребують значних інвестицій. Високий рівень диференціації продукції в галузі. Існує обмеження в нарощуванні цін на продукцію. Основні конкурентні стратегії – мінімізації витрат і диференціації	Ретельне дослідження співвідношення сукупного попиту та сукупної пропозиції. Готовність до отримання мінімального прибутку в короткостроковому періоді й заборонаю на вхід до галузі нових підприємств, що забезпечує довгострокове стійке конкурентне середовище в галузі. За умов існування олігополії на ринку існує ймовірність використання нецінових методів конкуренції
Споживачі	Високий рівень нерівномірності споживання молока й молочної продукції свідчить про потребу диференціації продукції особливо для різних сегментів споживання. Висока частка витрат на харчування в сукупних витратах домогосподарств близька до критичного граничного рівня бідності населення. Коефіцієнти еластичності по ціні й доходах свідчать про обмежені можливості використання підприємствами галузі стратегії підвищення цін, оскільки це суттєво впливає на їх доступність для населення	Обережне ставлення до підвищення цін на продукцію, зосередження найбільшої уваги на продукції низького цінового сегменту. Державне втручання у вирішення проблеми незадоволеного рівня споживання харчовою продукцією через заходи соціального захисту, зокрема, це може бути участь домогосподарств у програмі державної допомоги

Розроблено автором.

Ефективний розвиток молокопереробної галузі та підприємств, що працюють у цій галузі, можливий при врахуванні результатів досліджених можливостей і загроз.

Висновки. Молокопереробна галузь має перспективи розвитку як на вітчизняному, так і на світовому ринку. Вітчизняний ринок молочної продукції далекий від насичення й має хороші перспективи до зростання, але за умови поліпшення добробуту населення та зростання його купівельної спроможності. Проведене дослідження й узагальнення його результатів у *табл. 2* уможливить визначити пріоритетні напрями розвитку молокопереробної галузі з урахуванням зазначених можливостей і загроз. Це, зі свого боку, дасть змогу сучасним молокопереробним підприємствам будь-якого розміру побудувати збалансовану стратегію розвитку відповідно до змін у зовнішньому середовищі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Белінська Н., Лесько О. Економічна ефективність діяльності молокопереробних трансформацій в Україні : монографія. Вінниця : ВНТУ, 2012. 280 с.

2. Мостенська Т. Л., Сичевський М. П. Вплив ціни на конкурентоспроможність продукції на ринку молока : наук. пр. Нац. ун-ту харчових технологій. 2013. № 52. С. 165—175.
3. П'янова О. В. Обґрунтування напрямів розвитку товарних портфелів підприємств молочної промисловості відповідно до загальносвітових та українських тенденцій споживчої поведінки. Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. пр. 2014. № 2. С. 89—95.
4. Тюха І. В., Стеценко О. Д. Стан та тенденції розвитку вітчизняного ринку молока та молочних продуктів. Ефективна економіка, 2017. № 3. URL : <http://www.m.nauka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=5427>.
5. Економіка виробництва молока і молочної продукції в Україні : монографія ; за ред. П. Т. Саблука, В. І. Бойка. Київ : ННЦІАЕ, 2005. 340 с.
6. Ільчук М. М., Коновал І. А., Кирилюк О. Ф., Гурська І. С. Формування попиту та пропозиції на ринку основних видів тваринницької продукції. Київ : Нічлава, 2012. 363 с.
7. Кернасюк Ю. В. Молочний сектор: реалії і перспективи. Агробізнес сьогодні. 2015. № 6. С. 10—12.
8. Масляєва О. Конкурентоспроможність молокопереробних підприємств у контексті євроінтеграційних процесів. Агросвіт. 2016. № 4. С. 59—64.
9. Федосєєва Г. С. Україна на світовому ринку молочної продукції: проблемні питання та перспективи. Наук. вісн. Ужгород. нац. ун-ту. 2016. № 6. Ч. 3. С. 110—112.
10. Сільське господарство України. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
11. Тернавська І. Б. Сучасний стан та ефективність виробництва молока в сільськогосподарських підприємствах регіону. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2015. № 2. С. 76—82. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/pirpr_2015_2_16.
12. В Україні не вистачає якісного молока. URL : <http://landlord.ua/v-ukrayini-ne-vistachaye-yakisnogo-moloka/>.
13. Виробництво молочних продуктів у 2016 році. URL : <http://www.milkua.info/uk/post/virobnictvo-molocnih-produktiv-u-2016-roci>.
14. Молочный обзор: как решить проблемы в 2017 году? URL : https://trademaster.ua/ryinki_food/312399https://trademaster.ua/ryinki_food/312399.
15. ТОП-10 найбільших виробників молочної продукції в Україні. URL : <http://agravery.com/uk/posts/show/top-10-najbilsih-virobnikiv-molocnoi-produkcii-v-ukraini>.
16. Підсумки року молочної галузі від аналітика Асоціації виробників молока Яни Музиченко. URL : <https://agro-online.com.ua/uk/public/blog/3195/details/>.
17. Аналітика молочного ринку від UFEB. URL : <http://agronews.ua/node/75815>.
18. Дірка від сиру: 100 % польських сирів в Україні є фальсифікатом. URL : <https://agroday.com.ua/2018/01/10/molokom-ne-pahne-100-polskyh-syriv-v-ukrayini-ye-falsyfikatом/>.
19. Витрати і ресурси домогосподарств України. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
20. Постанова Кабінету Міністрів України від 5.12.2007 № 1379 "Деякі питання продовольчої безпеки". URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1379-2007-п>.

21. Шевченко О. О. Економічна доступність продовольчого забезпечення. Державне будівництво. 2008. № 2. URL : <http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/debu/2008-2/doc/2/11.pdf>.
22. Статистичний щорічник України. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
23. Яцив І. Б. Оцінка варіації рівня економічної доступності продовольства. Економічний аналіз : зб. наук. пр. Тернопіль : Вид.-поліграф. центр Тернопіль. нац. екон. ун-ту "Економічна думка". 2014. Т. 15. № 1. С. 228—236.

Стаття надійшла до редакції 15.02.2018.

Fedulova I. Dairy products market in Ukraine: opportunities and threats.

Background. The dairy market is a significant part of the food market and occupies a leading position in ensuring food security of Ukraine.

Many scholars and analysts investigated the main factors of the functioning of the Ukrainian dairy market, analyzed the dynamic changes and regularities of its development, namely: N. Belinska, O. Lesko, T. Mostenskaya, O. Pyankov, I. Tiukha [1–4] etc.

The aim of the paper is to analyze the main factors influencing the development of the dairy industry, identify threats and opportunities in its activities.

Material and methods. Methods of analysis and synthesis of scientific information, methods of statistical processing of information, methods of studying trends in dynamics, as well as strategic tool "Five Competitive Forces of the Market by M. Porter" were used.

Results. The current state of development of the dairy industry in Ukraine is determined. The main problems of falling milk production in Ukraine are investigated. Opportunities and threats of the development of enterprises operating in the industry by the five competitive forces by M. Porter were analyzed. The state of development of suppliers of dairy products, the level of economic availability of dairy products for the population, consumer purchasing power, the level of differentiation of dairy consumption, the elasticity coefficients of demand by income and price, the level of intra-industry competition and the main barriers to entry into the industry are analyzed. The analysis made it possible to outline the possible actions of dairy processing enterprises to prevent the identified threats.

Conclusion. Domestic market of dairy products is far from saturation and in the long term can grow three times, but subject to the improvement of the welfare of the population and growth of its purchasing power. Effective development of the dairy industry and enterprises operating in this industry is possible if the results of investigated opportunities and threats are considered.

Keywords: market research, dairy market, dairy consumption, dairy processing enterprises, dairy production.

REFERENCES

1. Belins'ka N., Les'ko O. Ekonomichna efektyvnist' dijtal'nosti molokopererobnyh transformacij v Ukraini : monografija. Vinnycja : VNTU, 2012. 280 s.
2. Mostens'ka T. L., Sychevs'kyj M. P. Vplyv ciny na konkurentospromozhnist' produkciï na rynku moloka : nauk. pr. Nac. un-tu harchovyh tehnologij. 2013. № 52. S. 165—175.

3. P'jankova O. V. Obg'runtuvannja naprjamiv rozvytku tovarnyh portfeliv pidpryjemstv molochnoi' promyslovosti vidpovidno do zagal'nosvitovyh ta ukrai'ns'kyh tendencij spozhyvchoi' povedinky. Formuvannja rynkovykh vidnosyn v Ukraїni : zb. nauk. pr. 2014. № 2. S. 89—95.
4. Tjuha I. V., Stecenko O. D. Stan ta tendencii' rozvytku vitchyznjanogo rynku moloka ta molochnyh produktiv. Efektyvna ekonomika, 2017. № 3. URL : <http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=5427>.
5. *Ekonomika vyrobnyctva moloka i molochnoi' produkcii' v Ukraїni* : monografija ; za red. P. T. Sabluka, V. I. Bojka. Kyi'v : NNCIAE, 2005. 340 s.
6. Il'chuk M. M., Konoval I. A., Kyriljuk O. F., Gurs'ka I. S. Formuvannja popytu ta propozycji' na rynku osnovnyh vydiv tvarynnyc'koi' produkcii'. Kyi'v : Nichlava, 2012. 363 s.
7. Kernasjuk Ju. V. Molochnyj sektor: realii' i perspektyvy. Agrobiznes s'ogodni. 2015. № 6. S. 10—12.
8. Masljajeva O. Konkurentospromozhnist' molokopererobnyh pidpryjemstv u konteksti jevrointegracijnyh procesiv. Agrosvit. 2016. № 4. S. 59—64.
9. Fedosjejeva G. S. Ukraїna na svitovomu rynku molochnoi' produkcii': problemni pytannja ta perspektyvy. Nauk. visn. Uzhgorod. nac. un-tu. 2016. № 6. Ch. 3. S. 110—112.
10. Sil's'ke gospodarstvo Ukraїny. Oficijnyj veb-sajt Derzhavnoi' sluzhby statystyky Ukraїny. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
11. Ternavs'ka I. B. Suchasnyj stan ta efektyvnist' vyrobnyctva moloka v sil's'ko-gospodars'kyh pidpryjemstvah regionu. Problemy i perspektyvy rozvytku pidpryjemnyctva. 2015. № 2. S. 76—82. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2015_2_16.
12. V Ukraїni ne vystachaje jakisnogo moloka. URL : <http://landlord.ua/v-ukrayini-ne-vistachaje-yakisnogo-moloka/>.
13. Vyrobnyctvo molochnyh produktiv u 2016 roci. URL : <http://www.milkua.info/uk/post/virobnictvo-molocnih-produktiv-u-2016-roci>.
14. Molochnyj obzor: kak reshiti' problemy v 2017 godu? URL : https://trademaster.ua/ryinki_food/312399https://trademaster.ua/ryinki_food/312399.
15. TOP-10 najbil'shyh vyrobnykiv molochnoi' produkcii' v Ukraїni. URL : <http://agravery.com/uk/posts/show/top-10-najbilsih-virobnikiv-molocnoi-produkcii-v-ukraini>.
16. Pidsumky roku molochnoi' galuzi vid analityka Asociacii' vyrobnykiv moloka Jany Muzychenko. URL : <https://agro-online.com.ua/uk/public/blog/3195/details/>.
17. Analityka molochnogo rynku vid UFEB. URL : <http://agronews.ua/node/75815>.
18. Dirka vid syru: 100 % pol's'kyh syriv v Ukraїni je fal'syfikatom. URL : <https://agrodav.com.ua/2018/01/10/molokom-ne-pahne-100-polskyh-syriv-v-ukrayini-ye-falsyfikatom/>.
19. Vytraty i resursy domogospodarstv Ukraїny. Oficijnyj veb-sajt Derzhavnoi' sluzhby statystyky Ukraїny. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
20. Postanova Kabinetu Ministriv Ukraїny vid 5.12.2007 № 1379 "Dejaki pytannja prodovol'choi' bezpeky". URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1379-2007-p>.
21. Shevchenko O. O. Ekonomichna dostupnist' prodovol'chogo zabezpechennja. Derzhavne budivnyctvo. 2008. № 2. URL : <http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/debu/2008-2/doc/2/11.pdf>.
22. Statystychnyj shhorichnyk Ukraїny. Oficijnyj veb-sajt Derzhavnoi' sluzhby statystyky Ukraїny. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
23. Jaciv I. B. Ocinka variacii' rivnja ekonomichnoi' dostupnosti prodovol'stva. Ekonomichnyj analiz : zb. nauk. pr. Ternopil' : Vyd.-poligraf. centr Ternopil'. nac. ekon. un-tu "Ekonomichna dumka". 2014. T. 15. № 1. S. 228—236.

УДК 339.13:637.1

ВЛАСЕНКО Ірина,

*д. мед. н., професор, завідувач кафедри товарознавства,
експертизи та торговельного підприємництва
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету*

ВЛАСЕНКО Володимир,

*д. б. н., професор кафедри туризму та готельно-ресторанної
справи Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету*

РИНОК МОЛОЧНОЇ СИРОВИНИ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

Проаналізовано сучасний стан виробництва молока в Україні, зокрема у Вінницькій області, за категоріями господарств. Розглянуто стан забезпечення населення молоком і молочними продуктами. Висвітлено основні проблеми галузі та окреслено перспективи їх подолання в сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: виробництво молока, молокопереробні підприємства, споживання молока.

Власенко И., Власенко В. Рынок молочного сырья Винницкой области. Проанализировано современное состояние производства молока в Украине, в частности в Винницкой области, по категориям хозяйств. Рассмотрено состояние обеспечения населения молоком и молочными продуктами. Освещены основные проблемы отрасли и обозначены перспективы их преодоления в современных условиях хозяйствования.

Ключевые слова: производство молока, молокоперерабатывающие предприятия, потребление молока.

Постановка проблеми. Молоко та молочні продукти традиційно посідають вагоме місце в раціоні харчування населення України. Вони є джерелом білків, жирів, вуглеводів, речовин небілкового походження, стеринів, вітамінів, ферментів, гормонів, мікроелементів, неорганічних солей, імунних тіл і входять до рецептури багатьох страв і кулінарних виробів. Необхідною умовою повноцінного забезпечення населення молоком і продуктами з нього є успішний розвиток молочного ринку. Це залежить від багатьох факторів, таких як: якість

молока-сировини, дотримання належних умов виробництва, ефективного функціонування ринкової інфраструктури, забезпеченості населення грошовими коштами. Для України стабільність функціонування молочної галузі вкрай важлива.

Щорічне скорочення показників стану виробництва молока-сировини характерне навіть для Вінниччини, яка є лідером цієї галузі в державі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку молочної промисловості України, оцінка стану виробництва та споживання молока й молочних продуктів, перспективи розвитку галузі цікавлять багатьох учених.

Велику увагу дослідженню цих питань у своїх працях приділили вітчизняні науковці й практики, зокрема М. Павличенко [1], В. Бондаренко [2], М. Соколов [3], А. Регмі [4], О. Карпій, Н. Хтей, М. Шуль [5] та ін.

Ситуація на ринку молочної галузі змінюється швидкими темпами. На динаміку впливає структура виробництва молока, купівельна спроможність населення, відкриття чи втрата ринків збуту продукції тощо. Складність і багатогранність питань, пов'язаних із вирішенням відповідних проблем, зумовлює потребу подальших досліджень.

Мета статті – дослідження стану виробництва та споживання молока в Україні, зокрема у Вінницькій області, виявлення його особливостей і проблем на сучасному етапі та визначення основних завдань на перспективу.

Матеріали та методи. Застосовано загальнонаукові методи пізнання економічних процесів: аналіз, синтез, абстракція, дедукція. Для вивчення та всебічного аналізу об'єкта дослідження – монографічний, а також спеціальні методи дослідження – абстрактно-логічний, балансовий, статистичний і розрахунково-конструктивний.

Інформаційна база дослідження – чинні законодавчі та нормативно-правові акти України, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, офіційні дані Державної служби статистики України.

Результати дослідження. Забезпеченість населення достатньою кількістю доступних, якісних і безпечних продуктів харчування є одним із основних завдань держави.

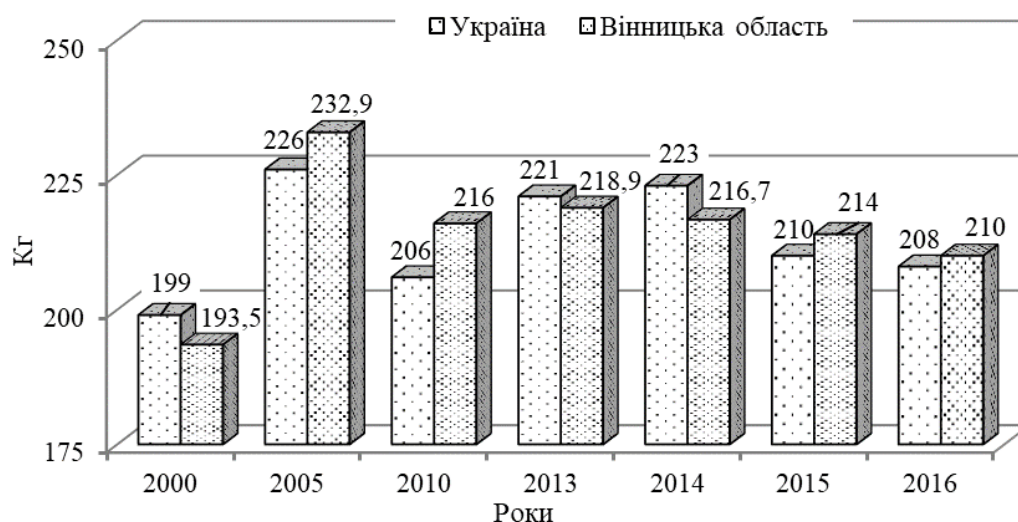
За показником глобального індексу продовольчої безпеки, наша держава у 2015 р. посіла 59-е місце із 109 країн. Розрахунок цього індексу здійснюється за допомогою дослідного підрозділу *The Economist Economist Intelligence Unit*, а також за участю компанії *DuPont*, де розглядаються ключові фактори продовольчої безпеки, що тісно взаємопов'язані з певними економічними показниками, такими як економічна, фізична доступність продовольства, якість і безпечність.

Згідно з даними, Україна посіла 54-е місце за рівнем економічної доступності продовольства, 71-е – фізичної доступності та 48-е – за показниками якості та безпечності харчових продуктів [6].

Протягом 1986–1989 рр. споживання базових продуктів харчування практично досягло раціональних норм, %: яєць – до 99, риби – 96, молока – 98, олії – 92, м'яса – 87, овочів – 80. У 1990-х роках відбулося стрімке падіння рівня життя в цілому й відповідно зменшилися обсяги споживання деяких продуктів, %: риби – на 18, молока та м'яса – 39, овочів – 52, фруктів – 24, яєць – 52, олії – 63. Після 2000 р. раціональні норми споживання яєць, овочів, олії, цукру навіть були перевищені [6]. Проте таке зростання не поліпшило ситуацію, оскільки рівень споживання м'яса, риби, молока, фруктів залишалися надто низькими.

В Україні споживання молока на сьогодні не досягає раціональної норми. Для підтримання здоров'я на належному рівні потрібно споживати приблизно 380 кг молока й молочних продуктів на рік (мінімальна норма – 341 кг), зокрема свіжого молока – 120 кг [7]. Водночас у багатьох країнах світу цей рівень становить майже 400 кг (Франція, Фінляндія, Польща) [8].

За даними статистики [9], споживання молока та молокопродуктів у Вінницькій області навіть не наближується до раціональних показників, а останніми роками ще зменшилось. Аналізуючи дані, можна стверджувати, що цей показник як у Вінницькій області, так в Україні в цілому, в перерахунку на молоко на одну особу кардинально не змінився (рисунок).



Споживання молокопродуктів у Вінницькій області та в Україні

Побудовано авторами за [9].

Вінницька область завжди була одним із лідерів з виробництва молока, а останні 10 років за показниками цієї галузі посідає перше місце по Україні (табл. 1).

Таблиця 1

Виробництво молока в Україні, тис. т *

Область	2000	2005	2010	2014	2015	2016
Вінницька	654.9	849.0	836.1	852.0	838.4	853.6
Житомирська	656.3	731.9	578.3	589.7	578.4	566.6
Київська	679.5	692.8	451.1	467.0	446.3	438.0
Львівська	1032.0	930.4	656.2	601.0	571.2	543.2
Хмельницька	656.6	722.5	608.1	602.3	581.4	589.6
Полтавська	588.7	754.1	701.4	814.1	794.5	796.5
Чернігівська	601.1	633.6	581.1	572.2	552.6	549.5

* До уваги взято області з найвищими показниками обсягів виробництва по Україні.

Розраховано авторами за [9].

Лева частка (майже 80 %) всього виробництва молока належить господарствам населення. Ця тенденція стосується як всієї України, так і Вінницької області зокрема (табл. 2).

Таблиця 2

Виробництво молока в Україні за категоріями господарств, тис. т

Господарства	2000	2005	2010	2014	2015	2016
Усіх категорій	12 658 (5.2)	13 714 (6.2)	11 249 (7.4)	11 133 (7.7)	10 615 (7.9)	10 382 (8.2)
С/г підприємства, зокрема:	3669 (5.6)	2582 (5.9)	2217 (6.3)	2648 (6.7)	2669 (7.2)	2706 (7.2)
фермерські	68 (7.7)	96 (8.5)	112 (7.2)	167 (8.2)	177 (8.3)	184 (8.6)
господарства населення	8989 (5.0)	11 132 (6.3)	9032 (7.7)	8485 (7.9)	7946 (8.1)	7676 (8.6)

Розраховано авторами за [9] (в дужках – частка Вінницької області, %).

За твердженнями виробників, основною проблемою галузі є занадто низька вартість сировини. Коли Україна підписувала угоду про Асоціацію з ЄС, головним питанням до українського сільського господарства була потреба запровадження механізму одержання молока майже в повній стерильності. Проте витрати на забезпечення таких вимог є занадто високими й малоокупними. Реально на це спроможні лише великі підприємства: фактично йдеться про створення високопродуктивних молочних ферм із високим рівнем спеціалізації та технічного оснащення. Розв'язанням цієї проблеми може бути формування об'єднань приватних сільгоспвиробників молочної продукції, в яких утримувалося б не менше ніж 105–110 голів дійного стада. Вирішення цього завдання потребує зміни структури виробництва молока та молокопродукції з підвищенням у ній частки сільськогосподарських підприємств.

Пріоритетним напрямом роботи з постачальниками молока має бути підвищення якості молока шляхом тісного співробітництва з крупнотоварними виробниками та збільшення обсягів закупівель від великих господарств [10].

Згідно з прогнозами ОЕСР та ФАО щодо основних тенденцій розвитку світового молочного ринку, очікується, що торгівля молочною продукцією розвиватиметься швидше, ніж її виробництво [11]. Так, щорічно зростає кількість молока, яке приймається за гатунком "екстра" та "вищий": у 2016 р. цей показник сягнув 51.3 %, зокрема виробництво молока "екстра" зросло з 10.3 до 14.6 % [12].

Останнім часом у світі стає помітною тенденція щодо об'єднання дрібних виробників у великі господарства в сільській місцевості [13]. Подальший розвиток цієї ситуації приведе в перспективі до створення великотоварних ферм, молочних підприємств і розвитку належної інфраструктури на селі. Таким об'єднанням стане легше залучати інвестиції із суспільного сектора та ефективно розвивати виробництво [14].

Окрім окреслених питань, важливо також вирішити такі проблеми:

- потреба переоснащення молокозаводів новим обладнанням, що відповідає сучасному технологічному рівню;
- розвиток ринкової інфраструктури;
- недостатність сировинних ресурсів;
- підвищення якості продукції та її відповідність стандартам Європейського Союзу тощо.

Отже, важливим етапом розвитку молочної галузі є розробка програми отримання екологічно чистої сировини для виробництва молочних продуктів дієтичного, дитячого та функціонального харчування; системи контролю якості та безпеки продукції на всіх етапах технологічного процесу; удосконалення системи стандартизації та сертифікації, гармонізація до європейських вимог; контроль відповідності та якості обладнання, суворе дотримання санітарно-гігієнічного режиму виробництва.

Задля розширення ринків збуту треба здійснити певні дії, основними з яких варто вважати розширення збутової мережі, створення екологічно чистої продукції, запровадження маркетингових послуг. Без розв'язання цих проблем перспективи розвитку галузі, ймовірно, будуть несприятливими.

Аналіз показує, що ціни на молоко та молочні продукти невпинно зростають. Зазвичай вони коливаються через сезонність виробництва. Проте останнім часом на ціни все більше впливають такі чинники, як підвищення цін на кормові культури (понад 70 % у структурі витрат) і паливно-мастильні матеріали [2]. На вітчизняному ринку молока та молокопродуктів коливання цін у різних регіонах суттєво відрізнялося [15]. Ситуацію у Вінницькій області представлено в *табл. 3*.

На молоко й молочні продукти середньостатистичний українець витрачає майже 17 % бюджету на харчування. Водночас потреби

споживачів у молочній продукції забезпечуються на рівні 71 % фізіологічної норми [16].

Таблиця 3

Показник цін на молоко у Вінницькій області

Показник	2000	2005	2010	2014	2015	2016
Індекси цін реалізації молока с/г підприємствами, % до попереднього року	151.4	131.3	151.4	106.9	117.2	124.7
Середні ціни реалізації молока с/г підприємствами, грн/т	526.5	1113.7	2946.4	3669.0	4299.6	5361.0

Розраховано авторами за [9].

Як стверджує аналітично-дорадчий центр Блакитної стрічки ПРООН, українська молочна продукція та сировина є конкурентоспроможними порівняно з продукцією іноземних виробників, ураховуючи ціну [17]. Виробникам бракує сировини, що спричиняє стрімке підвищення попиту на продукцію, але дає надію на збереження позицій на ринку та завоювання нових ринків збуту [11].

Сучасна ситуація щодо якості молока-сировини ускладнюється її дефіцитом. У таких умовах молокопереробні підприємства приймають сировину будь-якої якості. У зв'язку з цим вітчизняна молочна продукція часто не відповідає вимогам, особливо за мікробіологічними та показниками безпеки (неприпустимо високий вміст антибіотиків, пестицидів, рослинних замінників та інших компонентів). Ситуація може значно поліпшитися за умов об'єднання дрібних ферм у великотоварні спеціалізовані господарства. Це уможливить знизити собівартість продукції, покращити контроль за її якістю та безпечністю. Водночас варто розвивати й сімейні ферми та підтримувати приватні господарства населення.

Молокопереробні підприємства є одними з головних суб'єктів ринку молока та молокопродуктів. На початку 1990-х років кількість таких підприємств становила понад 600. Вони об'єднувалися за територіальним принципом. На сьогодні їх стало менше, змінився і принцип розподілу ринку за торговими марками. Наразі одними з найпопулярніших в Україні є: "Яготинське" (Яготинський маслозавод Київської обл.), "Простоквашино" ТМ "Данон" (Кременчуцький і Херсонський молокозаводи), "Молокія" (Тернопільський молокозавод), "Галичина" (Радехівський молокозавод Львівської обл.), "Слов'яночка" ТМ "Вімм-Білл-Данн" (Київське і Харківське молокопереробні підприємства), "Добряна" (Сумський молокозавод) та ін.

Ринок молока та молочної продукції є досить насиченим в Україні. Він характеризується великою кількістю виробників, які конкурують між собою не лише за попит з боку споживача, а й за ліпші умови забезпечення сировиною.

Щодо експортного потенціалу молочної продукції, то Україна не входить до переліку країн-лідерів по жодному з видів молочної продукції. Одна з найвищих позицій нашої країни – 15-е місце за експортом сирів (11 тис. т у 2015 р. й 0.4 % світового ринку) та 24-е місце за рівнем експорту сухого незбираного молока (2 тис. т у 2015 р. й 0.1 % світового ринку). Для поліпшення ситуації на зовнішніх ринках треба здійснювати державну політику щодо підтримки молочної галузі України.

У зв'язку з агресивними діями РФ Україна припинила експорт власної продукції до країни-агресора й зосередила практично весь експорт на країнах Близького Сходу, Євросоюзу та Китаю.

Загалом, одним із факторів забезпечення розвитку ринку є загальноекономічне зростання країни, яке б супроводжувалося підвищенням рівня інвестиційної активності, платоспроможності населення, доступом до новітніх технологій тощо.

Висновки. Потреба формування ефективного молокопродуктового підкомплексу в Україні, зокрема у Вінницькій області, набуває особливого значення, оскільки кількість і якість молочної сировини не відповідає вимогам ринку. Головними причинами цього є дрібнотоварність виробництва молока, концентрація його переважно в приватних господарствах населення.

Для подальшого розвитку ринку молока й конкурентоспроможної молокопродукції треба здійснити низку заходів, які включатимуть підтримку виробництва екологічно чистої молочної сировини та системи контролю й управління якістю протягом усього процесу переробки; стандартизацію та сертифікацію молокопродукції з адаптацією до світових вимог; забезпечення оптимального співвідношення приватних сільськогосподарських підприємств, фермерських господарств, великотоварних господарств тощо. Унаслідок цього можливе зниження собівартості продукції та зростання цін реалізації. З подоланням цих проблем вітчизняна продукція має всі шанси вийти на міжнародний ринок і завоювати лідируючі позиції на ньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Павличенко М. Г.* Ринок молока в Україні та перспективи для різних категорій господарств. Молочна пром-сть. 2015. № 5. С. 18—20.
2. *Бондаренко В. М.* Розвиток ефективного виробництва молока та його промислової переробки в Україні. Економіка АПК. 2015. № 5. С. 61—64.
3. *Соколов М. Ю.* Держпідтримка-2017: у вільне плавання, або Як не вмерти на шляху до світлого майбутнього. URL : <http://www.milkua.info/uk/post/derzpidtrimka-2017-u-vilne-plavanna-abo-ak-ne-vmerti-na-slahu-do-svitlogo-majbutnogo>.
4. *Регмі А., Мелхар М.* Світове сільське господарство та торгівля. URL : <http://www.ukragroportal.com/propoz/tem.html?PropozRubID=10&Year=&NumID=&obl=&ItemID=102&Page=160>.

5. Карній О. П., Хтей Н. І., Шуль М. Б. Характеристика ринку молочної продукції України. URL : http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/28952/1/060_101_102.pdf.
6. Глобальний індекс продовольчої безпеки. URL : <http://foodsecurityindex.eiu.com/Country/Details#Ukraine>.
7. Про затвердження норм фізіологічних потреб населення України в основних харчових речовинах та енергії. Наказ Міністерства охорони здоров'я України від 18.11.1999 № 272. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0834-99>.
8. Споживання продуктів харчування на душу населення по країнах світу. URL : <http://www.helgilibrary.com/indicators/index>.
9. Державний комітет статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
10. Особливості ринку молока в Україні. Виготовлення і споживання. URL : <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/osobennosti-rynka-moloka-v-ukraine-proizvodstvo-i-potreblenie.html>.
11. Вісник молочників – 2016. URL : <http://www.ukrmolprom.kiev.ua/ua/analitika/shchomisyachna-analitika/category/2016>.
12. Аналіз ринку молочної продукції України. URL : <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/analiz-rynka-molochnoy-produktsii-ukrainyi-2015-2016.html>.
13. Кількість сільськогосподарських тварин у 2017 році. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/sg/ph/ph_u/ph2017_u.html.
14. Пономаренко А. С. Молочна галузь України: проблеми та перспективи розвитку. Young Scientist. № 12 (27). Part 3. December. 2015. P. 169—175.
15. Ринок молока. Інформаційно-аналітичний бюлетень № 248-04-17. URL : <http://www.infagro.com.ua/>.
16. Виробництво основних видів продукції тваринництва у 2017 р. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/sg/vpt/vpt_u/vpt2017_u.html.
17. Food security indicators. URL : <http://www.fao.org/economic/ess/ess-fs/ess-fadata/en/#.Vlui9UfNnYw>.

Стаття надійшла до редакції 31.01.2018.

Vlasenko I., Vlasenko V. The market of dairy raw materials of Vinnytsia region.

Background. Milk and dairy products traditionally occupy a significant place in the diet of the population of Ukraine. A prerequisite for the full supply of milk and dairy products to the population is the successful development of the dairy market. In turn, it depends on many factors, such as the quality of milk-raw materials, the adherence to the necessary conditions of production, the effective functioning of market infrastructure and the provision of the population with cash. Unfortunately, indicators of milk production are decreasing annually, which is characteristic even for Vinnytsya, which is the leader of this industry in the state. The importance of raising the problems of the dairy industry in Ukraine, assessing the state of production and consumption of milk and dairy products, prospects for the industry are topical issues.

The aim of the work is to study the state of milk production and consumption in Ukraine and in particular in the Vinnytsia region in order to identify its features and problems at the present stage and identify the main tasks for the future.

Material and methods. General scientific methods of knowledge of economic processes were applied: analysis, synthesis, abstraction, deduction, monographic, as well as special methods of research – abstract-logical, statistical and calculation-constructive, and balance one.

Results. On the basis of the analysis, comparison and generalization of the data of the State Statistics Service of Ukraine, a number of trends in the milk and dairy products market were revealed. The state of Ukraine's food security is shown on the scale of the global index. The analysis of milk production by categories of farms indicates a large share of households and small farms. The rates of growth of prices for milk and dairy products in recent years have been analyzed. The emphasis is on the need to address the main problems of the industry.

Conclusion. The quantity and quality of dairy raw materials produced today in Ukraine and in the Vinnytsia region do not meet the requirements of the market. The main reasons for this are the small-scale production of milk, its concentration mainly in households.

The main risks of the development of the dairy industry of Ukraine in modern conditions are related to insufficient quality of products.

For the successful development of the dairy market for milk and dairy products, it is necessary to take certain measures: to obtain ecologically pure raw milk materials, implementation of the system of control and quality and safety management of milk during the whole production and processing stage, standardization and certification of milk products and adaptation to world requirements related to milk production, raw materials, equipment, etc.

Keywords: milk and dairy products, milk production, milk processing enterprises, milk consumption.

REFERENCES

1. *Pavlychenko M. G.* Rynok moloka v Ukrai'ni ta perspektyvy dlja riznyh kategorij gospodarstv. *Molochna prom-st'*. 2015. № 5. S. 18—20.
2. *Bondarenko V. M.* Rozvytok efektyvnogo vyrobnyctva moloka ta jogo promyslovoi' pererobky v Ukrai'ni. *Ekonomika APK*. 2015. № 5. С. 61—64.
3. *Sokolov M. Ju.* Derzhpidtrymka-2017: u vil'ne plavannja, abo Jak ne vmerty na shljahu do svitlogo majbutn'ogo. URL : <http://www.milkua.info/uk/post/derzpidtrimka-2017-u-vilne-plavanna-abo-ak-ne-vmerti-na-slahu-do-svitlogo-majbutnogo>.
4. *Regmi A., Melhar M.* Svitove sil's'ke gospodarstvo ta torgivlja. URL : <http://www.ukragroportal.com/propoz/tem.html?PropozRubID=10&Year=&NumID=&obl=&ItemID=102&Page=160>.
5. *Karp'ij O. P., Htej N. I., Shul' M. B.* Harakterystyka rynku molochnoi' produkcii' Ukrai'ny. URL : http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/28952/1/060_101_102.pdf.
6. *Global'nyj indeks prodovol'choi' bezpeky.* URL : <http://foodsecurityindex.eiu.com/Country/Details#Ukraine>.
7. *Pro zatverdzhennja norm fiziologichnyh potreb naselennja Ukrai'ny v osnovnyh harchovyh rehovynah ta energii.* Nakaz Ministerstva ohorony zdorov'ja Ukrai'ny vid 18.11.1999 № 272. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0834-99>.
8. *Spozhyvannja produktiv harchuvannja na dushu naselennja po kraj'nah svitu.* URL : <http://www.helgilibrary.com/indicators/index>.
9. *Derzhavnyj komitet statystyky Ukrai'ny.* URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
10. *Osoblyvosti rynku moloka v Ukrai'ni. Vygotovlennja i spozhyvannja.* URL : <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/osobennosti-rynka-moloka-v-ukraine-proizvodstvo-i-potreblenie.html>.

11. *Visnyk molochnykiv* – 2016. URL : <http://www.ukrmolprom.kiev.ua/ua/analitika/shchomisyachna-analitika/category/2016>.
12. *Analiz rynku molochnoi' produkci' Ukrainy*. URL : <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/analiz-ryinka-molochnoy-produktsii-ukrainyi-2015-2016.html>.
13. *Kil'kist' sil's'kogospodars'kyh tvaryn u 2017 roci*. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/sg/ph/ph_u/ph2017_u.html.
14. *Ponomarenko A. S. Molochna galuz' Ukrainy: problemy ta perspektyvy rozvytku*. Young Scientist. № 12 (27). Part 3. December. 2015. R. 169—175.
15. *Rynok moloka*. Informacijno-analitychnyj bjuletен' № 248-04-17. URL : <http://www.infagro.com.ua/>.
16. *Vyrobnyctvo osnovnyh vydiv produkci' tvarynnyctva u 2017 r.* URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/sg/vpt/vpt_u/vpt2017_u.html.
17. *Food security indicators*. URL : <http://www.fao.org/economic/ess/ess-fs/ess-fadata/en/#.Vlui9UfNNYw>.

УДК 338.46:640.43

П'ЯТНИЦЬКА Галина,

д. е. н., професор, професор кафедри менеджменту

Київського національного торговельно-економічного університету

ГРИГОРЕНКО Олег,

к. т. н., доцент, доцент кафедри інженерно-технічних дисциплін

Київського національного торговельно-економічного університету

НАЙДЮК Віталій,

Генеральний директор ПрАТ "Компанія "Київенергохолдинг"

ДІАГНОСТИКА РИНКУ ПОСЛУГ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Проведено діагностику змін на ринку послуг ресторанного господарства. Надано оцінку рівня інноваційного потенціалу підприємств ресторанного господарства України впродовж 2014–2016 рр. у розрізі інституційного поділу. Визначено фактори, що перешкоджали інноваційному розвитку підприємств ресторанного господарства України до та після 2014 р. Наведено перелік інновацій, що позитивно впливають на розвиток досліджуваного ринку послуг. Побудовано модель дифузії інновацій на ринку послуг ресторанного господарства.

Ключові слова: діагностика змін, ринок послуг ресторанного господарства, інноваційний розвиток, підприємства ресторанного господарства, суб'єкти підприємницької діяльності, інновації, інноваційний потенціал, дифузія інновацій.

Пятницкая Г., Григоренко О., Найдюк В. Диагностика рынка услуг ресторанного хозяйства. Проведена диагностика изменений на рынке услуг ресторанного

© П'ятницька Галина, Григоренко Олег, Найдюк Віталій, 2018

хозяйства. Дана оцінка рівню інноваційного потенціала підприємств ресторанного господарства України в течение 2014–2016 гг. в разрезе інституціонального розподілення. Визначені фактори, перешкоджали інноваційному розвитку підприємств ресторанного господарства України до і після 2014 г. Приведен перелік інновацій, які позитивно впливають на розвиток ринку послуг ресторанного господарства. Побудована модель дифузії інновацій на ринку послуг ресторанного господарства.

Ключевые слова: діагностика змін, ринок послуг ресторанного господарства, інноваційне розвиток, підприємства ресторанного господарства, суб'єкти підприємницької діяльності, інновації, інноваційний потенціал, дифузія інновацій.

Постановка проблеми. Ефективне управління будь-яким підприємством як у короткостроковій, так і стратегічній перспективі суттєво залежить від того, наскільки його менеджери спроможні правильно діагностувати зміни, що відбуваються на ринку, та розробити й реалізувати адекватні до результатів діагностики управлінські рішення. Нестабільність макроекономічної ситуації та мінливість кон'юнктури ринку завжди спричиняють певні трансформації в розвитку галузей/сфер економічної діяльності та впливають на результати діяльності підприємств. Проте не кожне підприємство (а мале за розміром і поготів, яке має невеликий штат персоналу) здатне самотійно й своїми силами проводити комплексну діагностику змін на ринку. Водночас за відсутності результатів такої діагностики зростає ймовірність прийняття неправильних або неоптимальних рішень щодо подальшого розвитку того чи іншого підприємства на ринку, можуть бути прорахунки при виборі найприйнятнішої за тих чи інших обставин стратегії конкуренції.

Наразі з усіма зазначеними проблемами стикнулися підприємства сфери ресторанного господарства (РГ) України, більша частка (приблизно 97 % загальної кількості) яких є малими. Складність розв'язання цих проблем загострилася ще й тому, що останніми роками відбулися негативні зміни в підходах до збору та оприлюднення офіційної статистичної інформації щодо розвитку мережі ресторанного господарства Державною службою статистики України, на чому вже наголошувалося в одній із попередніх наукових публікацій [1].

Зміни на галузевому ринку (особливо коли йдеться про сферу послуг, зокрема РГ) зазвичай обумовлені інноваціями, що прямо чи опосередковано пов'язані з інноваційною активністю підприємств. Водночас дифузія інновацій, що спричиняє зміни на ринку послуг РГ, має як внутрішньогалузевий міжнародний (або кроскультурний) характер, так і міжгалузевий. У першому випадку дифузія пов'язана з поширенням продуктивних і процесних інновацій, що продукуються самими підприємствами РГ у різних куточках світу, а в другому – про поширення інновацій, що з'явилися в інших (відмінних від РГ) сферах економічної діяльності, але знайшли своє застосування на підприємствах ресторанного господарства й позитивно впливають на їхній

розвиток, сприяють підвищенню результативності та ефективності їхньої діяльності на ринку. Менеджери підприємств РГ, які прагнуть йти в ногу з часом і швидко реагувати на нові запити та потреби споживачів, мають безупинно відстежувати як внутрішньогалузеві, так і міжгалузеві інновації, зважувати доцільність їх впровадження при управлінні розвитком свого підприємства РГ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Попри те, що за останні декілька років проблематика розвитку РГ в Україні та державного регулювання ресторанного бізнесу освітлювалася в наукових публікаціях багатьох українських учених [2–5 та ін.], у них або детально не вивчалися трансформації, що відбулися в цій сфері після 2013 р., або презентувався розвиток РГ та регулювання ним у сукупності з готельним господарством, що унеможливило повною мірою оцінити ситуацію, що склалася безпосередньо на ринку послуг РГ. Брак статистичної інформації не дав змоги й нам у попередніх публікаціях за 2017 р. [1; 6] достатньо глибоко й різнопланово провести діагностику сучасних змін на ринку послуг РГ України.

Водночас проблематика інноваційного розвитку та ймовірних змін, що пов'язані з внутрішньогалузевою та міжгалузевую дифузією інновацій на ринку послуг РГ, періодично висвітлюється у працях як іноземних [7–9 та ін.], так і вітчизняних науковців [10–13 та ін.]. Була вона предметом дослідження і в одній з наших останніх публікацій [14]. Проте перманентність інноваційних змін актуалізує потребу безперервності в проведенні їх аналізу та оцінюванні впливу на розвиток підприємств РГ.

Мета дослідження – проведення діагностики змін, що наразі відбуваються на ринку послуг РГ в цілому, а також таких, що є характерними для розвитку ресторанного господарства України з початку 2014 р. й донині. Завдання – провести аналіз змін розвитку РГ в Україні, що відбулися, з одного боку, під впливом економічних, демографічних і геополітичних факторів, а з іншого – внаслідок інновацій, які прямо чи опосередковано сприяють прогресивним змінам на ринку послуг РГ в цілому та України зокрема; визначити та порівняти фактори, що перешкоджали інноваційному розвитку підприємств РГ України до та після 2014 р.; побудувати модель дифузії інновацій на ринку послуг РГ.

Матеріали та методи. Під час дослідження використано методи: системного аналізу, порівняння, статистичної обробки даних, маркетингових досліджень, моделювання та ін. Інформаційною базою стали дані Державної служби статистики України, результати опитування менеджерів діючих в Україні підприємств РГ, споживачів послуг РГ, публікації іноземних і вітчизняних науковців і практиків.

Результати дослідження. Станом на початок 2017 р. в Україні, за даними Державної служби статистики України [15, с. 93], діяльність із забезпечення стравами та напоями (за КВЕД-2010) здійснювали

майже 50.2 тис. суб'єктів господарювання (водночас кількість підприємств-юридичних осіб РГ була трохи більше ніж 5 тис. одиниць). У цілому динаміка кількості підприємств РГ упродовж 2014–2017 рр. в Україні набула чітко вираженого спадного характеру (рис. 1). Якщо в період з початку 2013-го до початку 2014 р. кількість підприємств-юридичних осіб РГ в Україні зросла на 308 одиниць, то протягом 2014–2017 рр. середньорічний темп становив 86.74 %, тобто щорічно протягом останніх чотирьох років їхня кількість в середньому зменшувалася на 13 %.

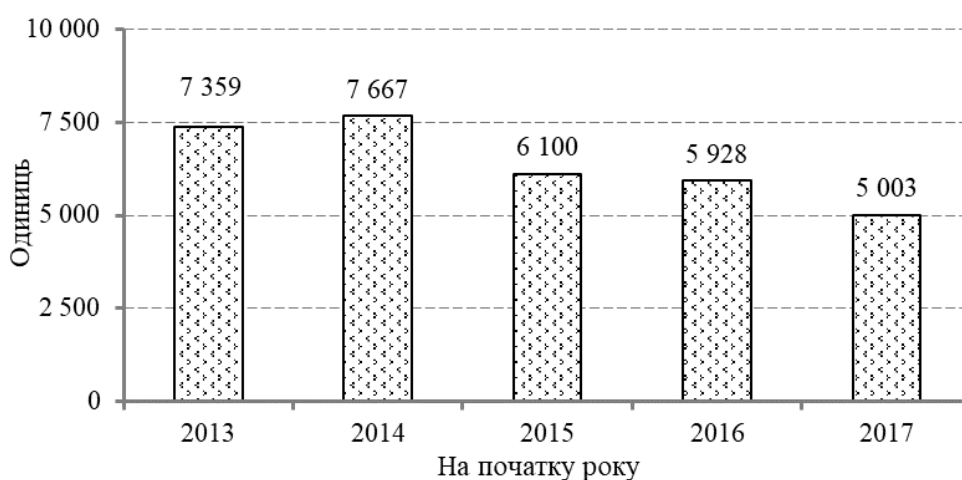


Рис. 1. Динаміка кількості підприємств РГ в Україні протягом 2013–2017 рр.*

* Побудовано за даними Державної служби статистики України [15, с. 93; 16, с. 329]. Показники 2015–2017 рр. наведено без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення Антитерористичної операції.

Зменшення кількості підприємств РГ в Україні протягом 2014–2017 рр. спричинено передусім втратами ринкових сегментів на тимчасово окупованій території АР Крим, м. Севастополя та в зонах проведення Антитерористичної операції в Донецькій та Луганській областях, загальноекономічним спадом (прояв якого чітко простежується через динаміку індексу споживчих цін та індексу фізичного обсягу ВВП), а також суттєвим зменшенням чисельності наявного населення та потоку іноземних громадян до України порівняно з періодом, що передував 2014 р. (табл. 1). Зазначені причини негативно позначилися на обсягах попиту на послуги РГ в Україні й зумовили вихід з ринку тих підприємств РГ, що або були повністю чи частково зруйновані, або не змогли розробити та реалізувати ефективну програму дій в умовах домінування ринкових загроз, або опинилися на неконтрольованій Україною території тощо. У Києві, приміром, за даними компанії *Rest Consulting* [17], у 2014 та 2015 рр. закрилось відповідно 119 та 85 ресторанів.

Незалежно від зовнішніх загроз і можливостей на ринку послуг РГ регулярно не лише закриваються, а й з'являються нові підприємства. У 2014 та 2015 рр. у Києві відповідно відкрилось 40 і 68 нових ресторанів, тоді як у 2013 р. таких було лише 35 (тобто майже удвічі менше ніж у 2015-му). Водночас у 2016 р. як результат поліпшення макроекономічної ситуації, за прогнозами експертів [17], кількість відкритих у Києві ресторанів досягла 90 одиниць. Протягом 2016–2017 рр. реалізовано декілька нових проектів, зокрема, "Сім"ї ресторанів Дмитра Борисова": ресторани японської та перуанської кухні "Ронін" – *Ronin*, української кухні "Остання барикада" та "Бессарабія". Активно долучилися до розвитку столичного ринку послуг РГ бізнесмени-переселенці з Донецької та Луганської областей, які відкрили та почали розвивати в Києві як мережеві (приміром, "3bCAFE"), так і немережеві заклади РГ (ресторани "Бассано" – *Bassano*, "Дейлі фіш кафе" – *Daily Fish Cafe*, "О'город").

Таблиця 1

Зміна показників факторів впливу на розвиток ресторанного господарства в Україні протягом 2013–2017 рр.*

Показники	На кінець року				
	2013	2014	2015	2016	2017
Чисельність наявного населення, <i>млн осіб</i>	45.4	42.9	42.8	42.6	42.4
Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну, усього **, <i>млн осіб</i>	24.7	12.7	12.4	13.3	н / і
Індекс споживчих цін, у % до попереднього року	99.7	112.1	148.7	113.9	114.4
Індекси фізичного обсягу ВВП, у % до 2010 р.	105.7	98.8	89.1	91.3	н / і
Територія України, <i>тис. км²</i> , зокрема:	603.5				
АР Крим і м. Севастополь	27.9				
Площа окупованих Росією та проросійськими бойовиками територій АР Крим і Донбасу станом на вересень 2015 р. ***, <i>тис. км²</i>	44.0				

* Побудовано за даними Державної служби статистики України [18]. Показники по чисельності наявного населення, іноземних громадян, які відвідали Україну, обсягах ВВП за 2014–2017 рр. наведено без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення Антитерористичної операції. Н / і – станом на 08.02.2018 р. немає офіційної інформації.

** Включно з одноденними відвідувачами (за даними адміністрації Держприкордонслужби України).

*** За даними з виступу Президента України на 70-й сесії Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй у Нью-Йорку [19].

Варто наголосити, що з початку ринкової перебудови в Україні послуги РГ стали надавати не лише підприємства-юридичні особи, а й фізичні особи-підприємці, частка яких у загальній кількості суб'єктів господарювання РГ України продовжувала зростати навіть в останні кризові роки (рис. 2). Якщо на початок 2014 р. в країні функціонувало майже 36 тис. фізичних осіб-підприємців РГ, що становило понад 82 %

усіх суб'єктів господарювання РГ, то на початок 2017 р. їх (незважаючи на тимчасову втрату частини території) стало майже в 1.3 раза більше (див. *рис. 2*) і внаслідок цього зростання, а також зменшення кількості підприємств-юридичних осіб РГ (див. *рис. 1*) частка фізичних осіб-підприємців РГ збільшилася приблизно на 8 %.

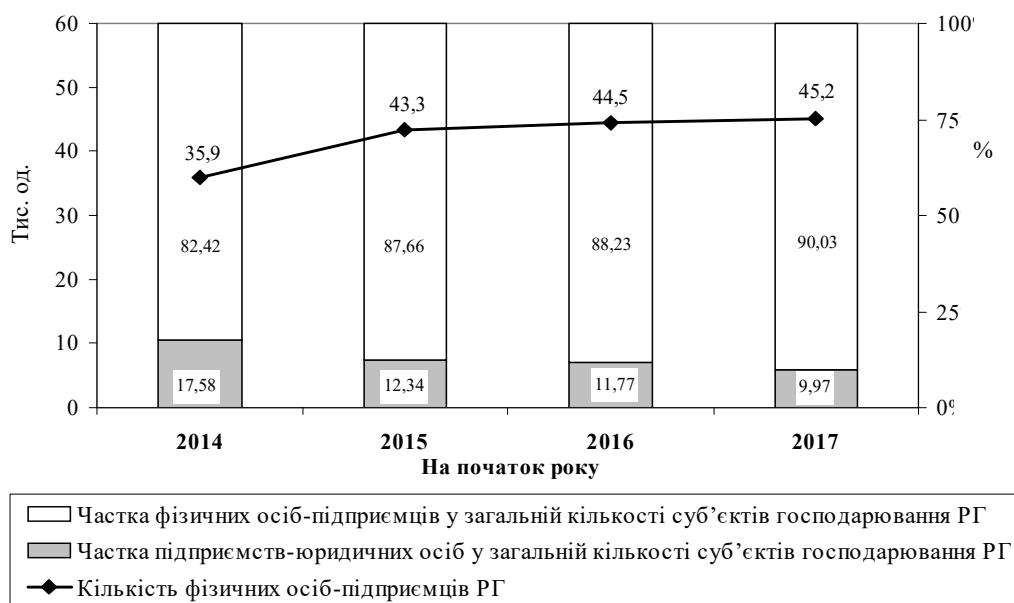


Рис. 2. Динаміка кількості фізичних осіб-підприємців та зміна структури суб'єктів господарювання ресторанного господарства України в 2014–2017 рр.*

* Побудовано за даними Державної служби статистики України [15, с. 93]. Показники наведено й розраховано без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення Антитерористичної операції.

Охарактеризовані вище зміни, як і домінування кількості малих підприємств РГ в Україні порівняно з великими й середніми (*табл. 2*), обумовлено потребою пошуку легальних шляхів оптимізації витрат, пов'язаних з оподаткуванням. Згідно з положеннями Податкового кодексу України [20], податкові переваги на кшталт застосування спрощеної системи оподаткування наразі в РГ України можуть отримати: фізичні особи-підприємці, які проводять діяльність у сфері РГ, за умови, що протягом календарного року вони, *по-перше*, не використовуватимуть працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними в трудових відносинах, одночасно не перевищує 10-ти, *по-друге*, обсяг доходу яких не перевищує 1.5 млн грн; фізичні особи-підприємці, які не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, що перебувають з ними у трудових відносинах, не обмежена, та юридичні особи-суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми, у яких протягом календарного року обсяг доходу не перевищує 5 млн грн.

Як свідчать дані *табл. 2*, хоча з початку 2014-го до початку 2017 р. в Україні сформувалася стійка тенденція до зменшення кількості малих підприємств РГ, їхня частка в загальній сукупності підприємств-суб'єктів підприємництва й надалі залишається найбільшою. Водночас вагому частку (майже 83 % на початок 2017 р.) у загальній кількості малих підприємств-суб'єктів підприємництва РГ припадає на мікропідприємства.

Таблиця 2

Динаміка кількості та структура підприємств-суб'єктів підприємництва РГ в Україні протягом 2013–2017 рр.*

Показники	На початок року **					Абсолютне відхилення від попереднього року			
	2013	2014	2015	2016	2017	2014	2015	2016	2017
Кількість великих підприємств РГ, <i>одиниць</i>	1	1	1	1	1	0	0	0	0
Кількість середніх підприємств РГ, <i>одиниць</i>	249	246	174	145	149	-3	-72	-29	4
Кількість малих підприємств РГ, <i>тис. одиниць</i> , із них:	7 109	7 420	5 925	5 782	4 853	311	-1495	-143	-929
мікропідприємства	5 721	6 166	5 031	4 942	4 022	445	-1135	-89	-920
Частка великих і середніх підприємств у загальній кількості підприємств-суб'єктів підприємництва РГ, %	3.40	3.22	2.87	2.46	3.00	-0.18	-0.35	-0.41	0.54
Частка малих підприємств у загальній кількості підприємств-суб'єктів підприємництва РГ, %	96.60	96.78	97.13	97.54	97.00	0.18	0.35	0.41	-0.54
Частка мікропідприємств у загальній кількості малих підприємств-суб'єктів підприємництва РГ, %	80.48	83.10	84.91	85.47	82.88	2.62	1.81	0.56	-2.59

* Розраховано та побудовано за даними Державної служби статистики України [21, с. 6–7; 22, с. 6; 23, с. 17; 24, с. 367; 25, с. 469].

** Дані за 2014–2016 рр. без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення Антитерористичної операції.

Ситуація зі співвідношенням між кількістю великих, середніх і малих підприємств РГ в Україні, що сформувалася ще на початку ХХІ ст., коли, намагаючись легально оптимізувати витрати на сплату податків, навіть великі мережеві утворення на ринку послуг РГ України стали

"дробитися" на малі підприємства, збережеться й у майбутньому. Наразі прагнення знизити рівень податкового навантаження спонукає на ринку послуг РГ України відкривати або малі за розміром підприємства, або діяти в статусі фізичних осіб-підприємців РГ. На користь останнього свідчить і те, що в умовах так званої турбулентності зовнішнього середовища більшість підприємців не бажають ризикувати й усвідомлюють і прораховують ризики ймовірних втрат від реалізації невдалих проектів великих і середніх за розміром підприємств РГ порівняно з малими. Окрім того, береться до уваги й період окупності інвестицій у розвиток. Приміром, за оцінками експертів [17], щоб сьогодні в Києві реалізувати "під ключ" проект відкриття великого ресторану площею 700–1000 кв. м потрібно витратити не менш ніж 1 тис. дол. США в розрахунку на 1 кв. м., а період окупності такого проекту становить 3–5 років. Саме тому більш оптимальними наразі вважають невеликі формати підприємств РГ (загальною площею 250–300 кв. м, до 100 посадкових місць), відкриття яких потребує не більше ніж 150 тис. дол. США, а термін окупності не перевищує 2–2.5 року.

Наслідки загальноекономічного спаду та охарактеризованих вище демографічних і геополітичних змін об'єктивно призвели не лише до зменшення кількості підприємств РГ в Україні після 2013 р., а й до скорочення обсягів товарообігу РГ. Водночас криві товарообігу РГ у фактичних цінах і порівнянних цінах, починаючи з 2014 р. стали суттєво розходитися (рис. 3).

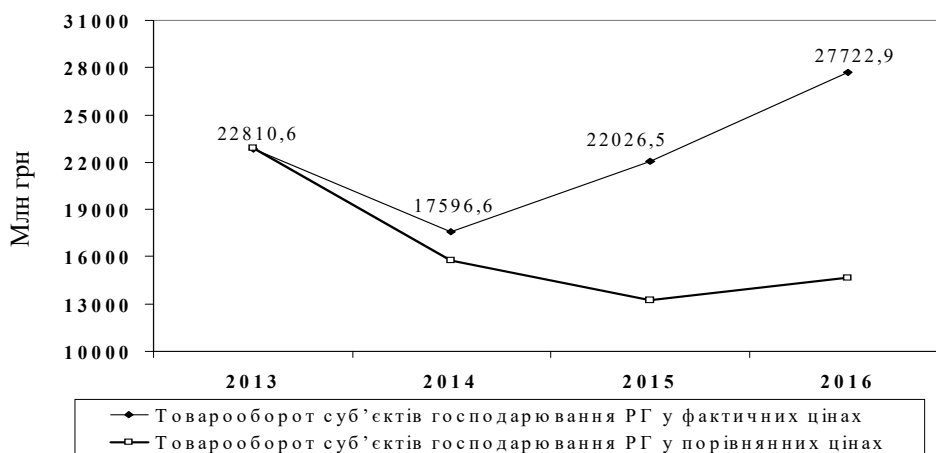


Рис. 3. Динаміка всього товарообігу суб'єктів господарювання РГ в Україні протягом 2013–2016 рр. (2013=1)*

* Розраховано та побудовано на основі даних Державної служби статистики України [15, с. 93; 26, с. 9]. Дані за 2014–2016 рр. без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення Антитерористичної операції.

Наведені на рис. 3 зміни обсягів товарообігу суб'єктів господарювання РГ обумовлені як інфляційними процесами, так і діями самих підприємств РГ. Наприкінці 2014 р. унаслідок загострення військової

ситуації чимало підприємств РГ вирішили або припинити свою діяльність на ринку послуг РГ України (зокрема, через різке погіршення фінансово-господарських показників діяльності та високий рівень невизначеності щодо перспектив їх поліпшення), або частково згорнути свою діяльність та/або переглянути реалізацію стратегічних планів розвитку. Серед найпоширеніших управлінських рішень того часу були рішення про перегляд цінової політики й пошук статей скорочення витрат. На той час деякі підприємства РГ, що різко почали піднімати ціни на свою продукцію, припустилися помилки, яка коштувала деяким з них втрат частини постійних клієнтів, а інших підвела навіть до закриття. За даними компанії "Ресторанний консалтинг" [27], так званий пік зростання цін на послуги РГ в Україні на 30 % зафіксовано в 2014 р. Унаслідок послаблення курсу гривні в 2015 р. ціни на послуги РГ в Україні зросли ще на 10–15 %, а в 2016-му через зростання комунальних платежів, витрат на заробітну плату тощо вони піднялися втретє – на 5–10 %.

За даними *рис. 3*, якщо товарообіг РГ у фактичних цінах протягом 2014–2016 р. лише зростав (причому достатньо різко внаслідок суттєвого послаблення курсу гривні щодо євро й долара США), то в порівнянних цінах він до 2016 р. зменшувався. Тобто допоки загальна ситуація на ринку послуг РГ (особливо у великих містах-лідерах ринку – Києві, Львові, Одесі) не стала поліпшуватися, зростання реальних обсягів товарообігу РГ не намічалось навіть у стратегічній (не кажучи вже у короткостроковій) перспективі.

Починаючи з 2014 р. обсяги реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємствами-юридичними особами РГ стали перевищувати відповідні обсяги фізичних осіб-підприємців РГ в Україні (*рис. 4*). Останнє можна пояснити такими причинами:

- українські споживачі, які зменшили свої витрати на послуги РГ, та іноземні туристи, які відвідують Україну, при вирішенні щодо придбання послуг РГ більш привабливими (за якістю, зокрема безпечністю, співвідношенням "якість – ціна" тощо) для себе вважають ті, що надають підприємства-юридичні особи;
- фізичні особи-підприємці РГ в Україні зазвичай мають гірші виробничі потужності, ніж підприємства-юридичні особи;
- висока ймовірність невдалих управлінських рішень, що негативно вплинуло на загальні результати діяльності фізичних осіб-підприємців РГ в Україні протягом 2014–2016 рр.;
- втрата частини обсягів реалізації тих фізичних осіб-підприємців РГ, які до 2014 р. ефективно діяли на ринку, але наразі не можуть бути враховані або через припинення своєї діяльності, або через розташування на тимчасово окупованій території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення Антитерористичної операції.

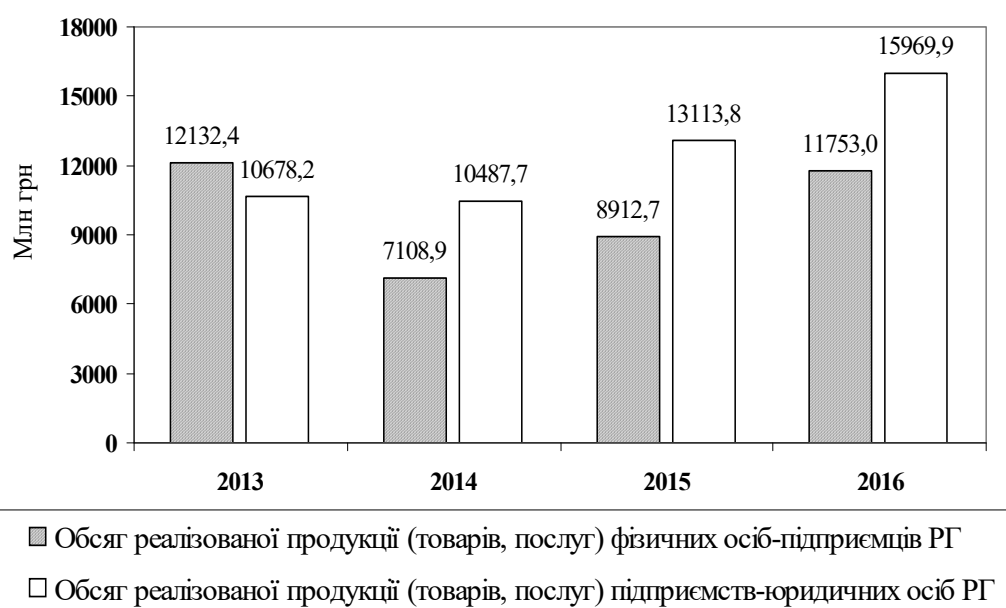


Рис. 4. Порівняння змін обсягів реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємствами ресторанного господарства в Україні впродовж 2013–2016 рр.*

* Розраховано та побудовано на основі даних Державної служби статистики України [15, с. 93]. Дані за 2014–2016 рр. без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення Антитерористичної операції.

Наприкінці проведення діагностики наведених вище змін у товарообігу РГ України доцільно звернути увагу на його структуру. Згідно з даними *рис. 5*, найбільша частка у загальному товарообігу РГ припадає на продукцію та послуги підприємств, що за КВЕД-2010 виконують діяльність ресторанів і надання послуг мобільного харчування: протягом 2013–2016 рр. вона становила не менше ніж 2/3 від 100 % товарообігу підприємств-юридичних осіб РГ. Це можна пояснити насамперед значною кількістю підприємств-юридичних осіб, що виконують діяльність ресторанів і надання послуг мобільного харчування: за станом на початок 2017 р. в Україні налічувалося 3992 таких підприємства, тобто в 10.2 та 6.5 раза більше, ніж підприємств, що здійснювали постачання готових страв і обслуговування напоями, відповідно.

Протягом 2013–2016 рр. (див. *рис. 5*) частка товарообігу підприємств-юридичних осіб, що здійснювали постачання готових страв в РГ України, коливалася на рівні 25–32 %. Водночас частка товарообігу підприємств, що здійснювали обслуговування напоями, була найменшою і в 2016 р. не досягла навіть рівня 3 %. Останнє свідчить про більш низький попит на продукцію та послуги барів й інших підприємств/закладів РГ в Україні порівняно з ресторанами, кафе, підприємствами, що надають кейтерингові послуги тощо.

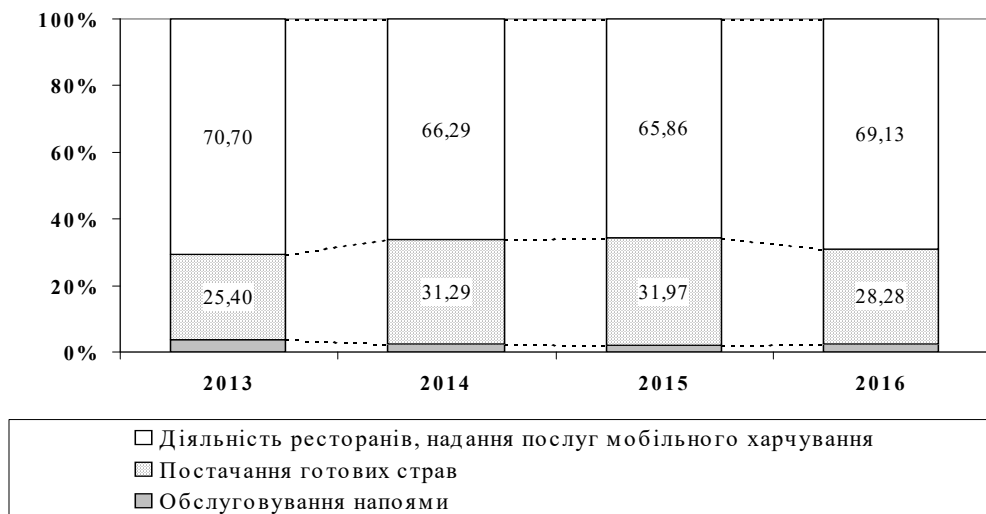


Рис. 5. Зміна структури обсягів реалізованої продукції (товарів, послуг), поділених за інституційною ознакою підприємств-юридичних осіб ресторанного господарства України протягом 2010–2016 рр.*

* Розраховано та побудовано на основі даних Державної служби статистики України [15, с. 483]. Дані за 2014–2016 рр. без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення Антитерористичної операції.

Оскільки природа змін, що відбуваються на будь-якому галузевому ринку в сучасних умовах господарювання, дедалі більше залежить від інновацій, як усередині галузі, так і за її межами, діагностика змін на ринку послуг РГ буде неповною, якщо не провести аналіз інноваційного потенціалу підприємств РГ, не визначити фактори, що перешкоджають їх інноваційному розвитку в країні, та не зупинитися на аспектах дифузії окремих видів інновацій у сфері РГ.

Визначення рівня інноваційного потенціалу за джерелами покриття витрат підприємств РГ України протягом 2014–2016 рр. показало, що він є низьким (табл. 3). Така ситуація склалася внаслідок того, що в усіх сегментах за різновидами КВЕД-2010 у цей період простежувався низький рівень інноваційного потенціалу.

Отже, ті підприємства РГ, що останніми роками мали високий або середній рівень інноваційного потенціалу, відразу отримували певні конкурентні переваги при рішенні щодо реалізації стратегії інноваційного розвитку. І навпаки – ті підприємства РГ, інноваційний потенціал яких був на нульовому рівні, опинилися у слабкій позиції і щодо підприємств РГ з низьким рівнем інноваційного потенціалу, не кажучи вже про середній та високий. Водночас навіть за умови стабілізації ситуації на ринку послуг більшість підприємств РГ в Україні, маючи низький рівень інноваційного потенціалу, цілком імовірно у найближчий час стануть неспроможними оперативно освоювати радикально нові технології, вдаватися до високозатратних інноваційних змін тощо.

Таблиця 3

Оцінювання рівня інноваційного потенціалу підприємств РГ України за джерелами покриття витрат у розрізі інституційного поділу (за КВЕД-2010) протягом 2014–2016 рр., млн грн*

Показник	Усі підприємства РГ						Підприємства, що здійснюють						
	2014		2015		2016		діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування		постачання готових страв		обслуговування напоями		
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2016
Власний капітал	1788.2	-113.8	1038.0	1537.3	-325.4	797.4	71.1	118.5	139.2	179.8	93.1	101.4	
Необоротні активи	4410.2	4104.2	4303.3	3779.7	3596.4	3752.4	376.4	306.6	358.1	254.0	201.2	192.8	
Власні обігові кошти (ВОК)	-2622.0	-4218.0	-3265.3	-2242.4	-3921.8	-2955.0	-305.3	-188.1	-218.9	-74.2	-108.1	-91.4	
Довгострокові кредити та позикові кошти (ДК)	1839.0	2444.8	2280.9	1528.1	2010.0	2195.9	280.7	380.7	35.0	30.2	54.1	50.0	
Короткострокові кредити та позикові кошти (КК)	4082.2	5631.4	5814.7	3129.6	4707.2	4381.5	715.3	697.5	1260.1	237.3	226.7	173.1	
Надлишок (+) або нестача (-) для покриття витрат:													
ВОК	-3639.4	-5574.8	-4923.4	-3047.3	-4913.4	-4183.8	-471.9	-500.3	-578.4	-120.2	-161.1	-161.2	
ВОК+ДК	-1800.4	-3130.0	-2642.5	-1519.2	-2903.4	-1987.9	-191.2	-119.6	-543.4	-90.0	-107.0	-111.2	
ВОК+ДК+КК	2281.8	2501.4	3172.2	1610.4	1803.8	2393.6	524.1	577.9	716.7	147.3	119.7	61.9	
Рівень інноваційного потенціалу	Низький												

* Розраховано за даними Державної служби статистики України [15, с. 473–481] по всіх підприємствах РГ України без урахування АР Крим, м. Севастополя та зони проведення Антитерористичної операції.

Як свідчать результати наших маркетингових досліджень [28], що проводилися до початку 2014 р. на діючих в Україні підприємствах РГ, ключовими передумовами для вибору та подальшої реалізації на них стратегії інноваційного розвитку були, з одного боку, висока інтенсивність конкуренції на ринку, пов'язана переважно з неціновими факторами, а з іншого – наявність на підприємстві достатньо потужного інноваційного потенціалу (на чому наголошували 100 % керівників дослідженої вибірки підприємств) або достатніх обсягів фінансових коштів і належного рівня інтелектуального капіталу для проведення ефективного трансферу технологій та/або аутсорсингу функцій менеджменту інновацій (67 %). Водночас керівники більшості з дослідженої в I півріччі 2013 р. вибірки підприємств РГ вважали, що особливо перешкоджати інноваціям, а отже й інноваційному розвитку, можуть такі фактори, як: нульовий рівень інноваційного потенціалу, низький рівень фінансової стійкості, збитковість підприємств, невисокий попит на інноваційну продукцію/послуги РГ й відсутність чи нестача кваліфікованого персоналу або тенденція до послаблення інтелектуального потенціалу (табл. 4).

Таблиця 4

Перешкоди інноваційному розвитку підприємств РГ в Україні*

Чинники	Частка підприємств РГ вибірки **, %	
	I півріччя 2013 р.	I півріччя 2016 р.
Нульовий рівень інноваційного потенціалу	100.0	100.0
Низький рівень фінансової стійкості, збитковість	96.0	100.0
Відсутність/нестача кваліфікованого персоналу (або тенденція до послаблення інтелектуального потенціалу)	64.0	45.8
Відсутність вільного доступу до інформації про технології реалізації інновацій	36.0	16.7
Складності пошуку партнерів для виконання завдань, пов'язаних з інноваційною діяльністю	48.0	25.0
Невисокий попит на інноваційну продукцію/послуги РГ	72.0	75.0
Зменшення в цілому попиту населення країни на послуги РГ у зв'язку з загальноекономічним спадом	–	91.7
Психологічна напруга в суспільстві, що негативно позначається на сприйнятті споживачами більшості інновацій	–	41.7
Зменшення кількості потенційних споживачів за рахунок зменшення туристичних потоків, міграційних процесів, тимчасової втрати частини території	–	83.3
Втрати, пов'язані з пошкодженням матеріально-технічної бази підприємства РГ	–	29.2
Зміни у пріоритетах споживачів (підвищення пріоритету цінних факторів, зниження пріоритету нецінових факторів)	24.0	87.5

* Розроблено авторами за результатами опитування власників/керівників підприємств РГ.

** Станом на I півріччя 2013 р. досліджено 25 підприємств, на I півріччя 2016 р. – 24 підприємства.

Зі свого боку, опитування, які проводилися нами в I півріччі 2016 р. показали, що до переліку ринкових загроз для інноваційного розвитку підприємств РГ України додалися такі:

- зменшення в цілому попиту населення України на послуги РГ у зв'язку з загальноекономічним спадом і, як наслідок, різким зменшенням реальних доходів споживачів;
- психологічна напруга в суспільстві, спричинена геополітичною нестабільністю, що призвела до часткової або навіть повної відмови частини населення країни (зокрема, в період 2014–2015 рр.) користуватися послугами, так чи так пов'язаними з розвагами, та негативно вплинула на сприйняття споживачами будь-яких інновацій, що прямо не пов'язані з задоволенням їхніх життєвих потреб;
- зменшення кількості потенційних споживачів через скорочення обсягів туристичних потоків до України, тимчасової втрати частини території, міграції частини контингенту з високими доходами за кордон;
- втрати, пов'язані з пошкодженням матеріально-технічної бази підприємств РГ унаслідок військових дій;
- зміни в пріоритетах споживачів (зокрема, підвищення чутливості до цінових змін; зростання пріоритету тих підприємств РГ, що пропонують найліпше співвідношення ціни та якості продукції для конкретного споживача).

Водночас основними драйверами для пошуку інноваційних рішень на ринку послуг РГ України в 2016 р. стали, *по-перше*, цільові установки підприємств РГ на подальший розвиток, незважаючи на зовнішні ринкові загрози (на чому наголошували 100 % керівників підприємств РГ дослідженої вибірки); *по-друге*, загострення конкуренції за споживачів, що спонукало підприємства РГ до пошуку нестандартних рішень з метою максимального утримання наявного контингенту відвідувачів і залучення нових, яких почали втрачати підприємства РГ, що обрали й реалізували хибну тактику та/або стратегію дій на ринку, зважаючи на ситуацію, що склалася в країні, починаючи з 2014 р.

Зміни на ринку послуг РГ залежать не лише від інноваційного потенціалу та інноваційної активності галузевих підприємств, а й від дифузії інноваційних ідей, галузевих і міжгалузевих інновацій. Проведені нами дослідження показали, що сьогодні на розвиток сфери РГ у різних куточках світу позитивно (з погляду залучення споживачів) впливають такі *інновації*, як:

- нові фірмові страви, нові напої (скажімо, біодинамічні вина), а також продуктові інновації, пов'язані з поліпшенням смакових якостей (приміром, як це відбулося внаслідок рішення подавати борщ у головці капусти, що було прийнято у київському ресторані "Канала") та/або додаванням нових елементів до страви (до прикладу, як у київському кафе "Принада" – *Prynada*, де в меню включили голубці з гречкою)

та продуктиві інновації світової кухні, у виробництві яких використовуються місцеві продукти (скажімо, як у київських ресторанах "Барви" – *Barvy* та "Остання барикада");

- нове обладнання та технології виробництва або зберігання продукції РГ (приміром, ресурсо- та часоощадне обладнання; розвиток технології молекулярної кухні; технологія *Sous-Vide*, використання якої не тільки подовжує час зберігання, а й сприяє збереженню поживних речовин, кольору, смаку до самої подачі страв споживачеві [29] тощо);

- нові унікальні концепції інтер'єру та екстер'єру підприємств РГ (скажімо, як у так званому темному ресторані *O'noir Montrea*, м. Цюрих, де інтер'єр виконано в темних кольорах, практично відсутнє світло, а офіціанти проводжають відвідувачів до столиків в приладах нічного бачення; або брюссельському *Dinner in the Sky*, що пропонує пообідати на висоті 50 метрів; або ресторані в готелі "Хілтон" на Мальдівах, що розташований на глибині 5 метрів на кораловому рифі й через повністю зашклені стіни якого під час трапези на відвідувачів витріщаються акули, скати та інші мешканці океану; або австралійському ресторані просто неба в пустелі, недалеко від каменю Улуру *Sounds of Silence Ayers*; або київському ресторанному комплексу "Кабачок на бочок", де в перевернутому будинку розташовані три ресторани);

- нові технології та нетрадиційні підходи до обслуговування клієнтів (зокрема, поява дронів-барменів, інтерактивних ресторанів тощо (скажімо, як встановлення електронних терміналів самообслуговування підприємством "МакДональдз" у київському ТРЦ "Лавіна Мол" – *Lavina Mall* – улітку 2017 р.) або використання під час обслуговування нетрадиційного посуду, як, приміром, у київському фан-барі "Банка", де страви й напої подають у банках);

- сервісні інновації, що створюють додаткові зручності для відвідувачів підприємств РГ, але прямо не пов'язані з організацією харчування (скажімо, надання послуг *Wi-Fi*, організація розрахунку за послуги РГ за допомогою криптовалюти тощо);

- нові форми та засоби просування послуг РГ (передусім за допомогою ресурсів соціальних мереж, *SMS*-повідомлень тощо);

- нові формати закладів РГ (приміром, поява формату "кафе на колесах" (або фудтраків – від англ. *food truck*), що зазвичай пропонують напої та/або нескладні закуски за невисокими цінами й завдяки своїй мобільності можуть змінювати місце свого розміщення та розташовуватися неподалік місць пересування великих потоків споживачів; формат "бістрономія", тобто швидкого (за часом обслуговування) та недорогого закладу РГ зі смачною їжею зі звичайних продуктів (до прикладу, в 2017 р. на ринку послуг РГ м. Києва з'явилася в'єтнамська бістрономія "Чанг" – *CHANG*).

Використовуючи дифузну модель Е. Роджерса, а також результати попередніх досліджень [30, с. 288–289] та дані про сприйняття інновацій споживачами продукції та послуг РГ, що були зібрані нами

за допомогою інтернет-опитування в 2016 р. (в опитуванні взяли участь понад 900 респондентів), побудуємо модель дифузії інновацій на ринку послуг РГ (рис. 6).

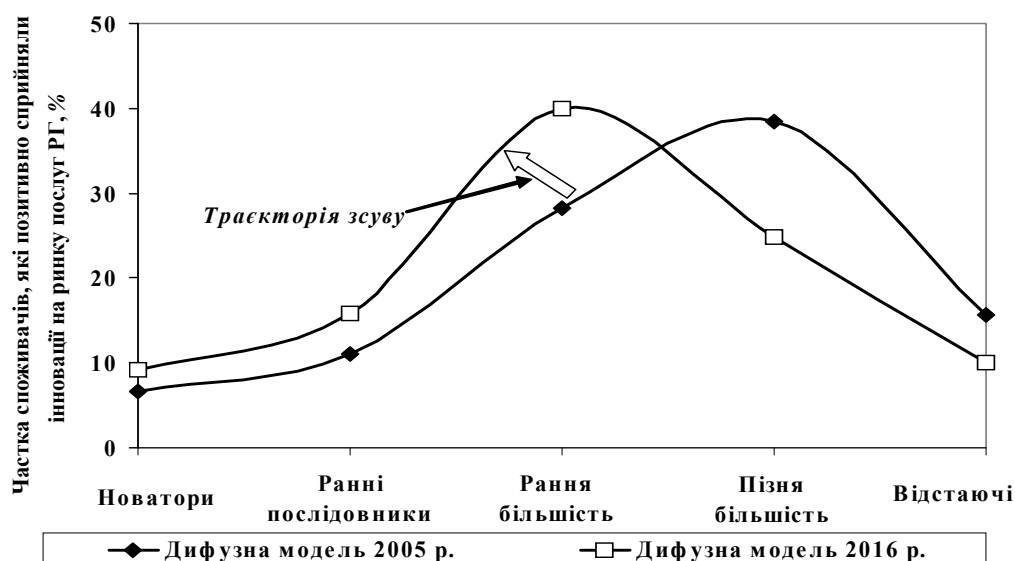


Рис. 6. Модель зсуву дифузії інновацій на ринку послуг ресторанного господарства

Побудовано авторами.

Дифузійна модель на ринку послуг РГ за 2016 р. порівняно з моделлю 2005 р., як свідчать дані на рис. 6, має певний зсув у бік зростання кількості новаторів, ранніх послідовників і ранньої більшості (частки яких у 2016 р. відповідно становили 9.2 % (або на 2.5 % більше, ніж у 2005 р.), 5.8 % (або на 4.8 % більше, ніж у 2005 р.) та 40.0 % (або на 11.7 % більше, ніж у 2005 р.)). Це можна пояснити тим, що протягом останнього десятиріччя розвиток так званого інформаційного суспільства набув більш чітких обрисів і значна кількість (особливо процесних) інновацій, що створюють нові зручності для споживачів, достатньо швидко й добре сприймається та поширюється у сфері РГ. Водночас продуктові інновації РГ не лише тішать смакові рецептори споживачів, а й іноді уможливають заощадити, оскільки приготування вишуканих страв з недорогих продуктів дає змогу підприємствам РГ реалізувати стратегію помірних цін.

Висновки. За проведеним дослідженням встановлено, *по-перше*, унаслідок діагностики розвитку РГ в Україні після 2013 р. виявлено такі зміни:

- динаміка кількості підприємств РГ упродовж 2014–2017 рр. набула чітко вираженого спадного характеру й щорічно в середньому зменшувалася на 13 %;
- навіть в умовах домінування ринкових загроз на ринку повсякчас з'являються нові підприємства РГ;

- постійно зростає кількість фізичних осіб-підприємців РГ і залишається незмінно великою частка малих підприємств-юридичних осіб РГ, що обумовлено передусім податковими перевагами в їхньому розвитку порівняно з великими та середніми підприємствами РГ;
- різке скорочення проти 2013 р. обсягів товарообігу РГ як у фактичних, так і порівнянних цінах у 2014–2015 рр., коли його криві в 2015 р. навіть досить суттєво розійшлися (тобто при зростанні товарообігу в фактичних цінах його обсяги в порівнянних цінах продовжували падати);
- починаючи з 2014 р., обсяги реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємствами-юридичними особами РГ став перевищувати відповідні обсяги фізичних осіб-підприємців РГ;
- після зростання в 2014–2015 рр. на 4–6 % частки товарообігу підприємств-юридичних осіб, що здійснювали постачання готових страв, і відповідного зменшення частки товарообігу підприємств-юридичних осіб, що виконували діяльність ресторанів і надання послуг мобільного харчування, в 2016 р. ситуація діаметрально змінилася: стала зменшуватися частка перших і зростати частка других;
- у період 2014–2016 рр. інноваційний потенціал підприємств РГ України на всіх сегментах ринку за інституційним поділом мав низький рівень, що свідчить про те, що найближчим часом більшість підприємств РГ стануть неспроможними оперативно освоювати радикально нові технології та вдаватися до високозатратних інноваційних змін.

По-друге, виявлено, що до факторів, які перешкоджають інноваційному розвитку підприємств РГ України наразі додалися такі, як: загальноекономічна нестабільність; психологічна напруга в суспільстві, спричинена геополітичною нестабільністю; зменшення кількості потенційних споживачів за рахунок скорочення обсягів туристичних потоків до України, тимчасової втрати частини території, міграції частини контингенту з високими доходами за кордон; втрати, пов'язані з пошкодженням матеріально-технічної бази підприємств РГ унаслідок воєнних дій.

По-третьє, встановлено, що основними драйверами для пошуку інноваційних рішень на ринку послуг РГ наразі стали: цільові установки підприємств РГ на подальший розвиток, незважаючи на зовнішні ринкові загрози та загострення конкуренції за споживачів послуг РГ.

По-четверте, обґрунтовано, що зміни на ринку послуг РГ наразі пов'язано як із продуктовими, так і процесними інноваціями, починаючи від виробництва нових фірмових страв та напоїв і закінчуючи появою й розвитком нових форматів закладів РГ.

По-п'яте, за результатами побудови та порівняння дифузних моделей встановлено, що за останні роки відбувся зсув дифузії інновацій на ринку послуг РГ у бік зростання кількості новаторів, ранніх послідовників і ранньої більшості.

Отримані дані можуть у подальшому використовуватися для проведення досліджень, присвячених проблематиці вибору стратегій розвитку підприємств РГ, розробки та реалізації інноваційних проектів у сфері РГ, а також формуванню концептуальних засад і стратегічних планів розвитку ресторанного господарства в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *П'ятницька Г. Т.,* Найдюк В. С. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. Економіка та держава. 2017. № 9. С. 66—73.
2. *Прокотюк А.,* Феленчак Ю. Б. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України та Польщі. Наук. вісн. НЛТУ України. 2015. Вип. 25.4. С. 259—265.
3. *Семенюк Л. В.* Основні тенденції розвитку ринку мереж закладів ресторанного господарства, що розташовані на автошляхах України. Ефективна економіка. 2014. № 11. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3563>.
4. *Давидова О. Ю.,* Ліннік В. Ю. Концептуальні фактори розвитку готельно-ресторанної галузі. Вісн. ОНУ ім. І. І. Мечнікова. 2015. Т. 20. Вип. 6. С. 36—40.
5. *Барна М. Ю.,* Микитин Х. З. Теоретичні аспекти формування механізму державного регулювання готельно-ресторанного бізнесу. Вісн. ЛКА. 2015. Вип. 49. С. 62—67. Серія "Економічна".
6. *П'ятницька Г. Т.,* Найдюк В. С. Структурні трансформації у розвитку ресторанного господарства України: аспекти спеціалізації. Наук. вісн. ХДУ. 2017. Вип. 26, Ч. 1. С. 163—167. Серія "Економічні науки".
7. *Hornig J. S.,* Chou S. F., Liu C. H, Tsai C. Y. Creativity, aesthetics and eco-friendliness: A physical dining environment design synthetic assessment model of innovative restaurants. Tourism Management. 2013. Vol. 36. P. 15—25.
8. *Ivkov M.* Innovations in the restaurant industry – an exploratory study. Economics of Agriculture. 2016. Vol. 4. P. 1169—1186.
9. *Sigala M.,* Blešić I., Simat K., Demirović D., Božić S., Stefanović V, Kyriakidou O. Creativity and innovation in the service sector. The Service Industries Journal. 2015. Vol. 35. Issue 6. P. 297—302.
10. *Яцун Л. М.* Стратегії та моделі управління розвитком підприємств сфери харчування. Управління розвитком. 2016. № 1 (183). С. 106—119.
11. *Ощипок І. М.* Розвиток закладів ресторанного господарства на концептуальних засадах інновацій. Підприємництво і торгівля : зб. наук. пр. Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту. 2017. Вип. 21. С. 101—105.
12. *Борисова О. О.* Інноваційний розвиток системи економічної безпеки підприємств сфери ресторанного бізнесу: автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 21.04.02 "Економічна безпека суб'єктів господарської діяльності". Ун-т екон. та права "КРОК". Київ. 2017. 24 с.
13. *Парубок Н. В.* Роль та сучасні інноваційні напрями розвитку ресторанної галузі України. Регіональний бізнес економіки та управління. 2016. № 3 (51). С. 94—100.
14. *П'ятницька Г. Т.,* Григоренко О. М., Найдюк В. С. Інновації у розвитку підприємств ресторанного господарства: міжнародні тренди та українські

- реалії в умовах домінування ринкових загроз. Підприємництво і торгівля: зб. наук. пр. Львів: Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту. 2017. Вип. 21. С. 119—128.
15. *Діяльність суб'єктів господарювання 2016* : стат. зб. Держ. служба стат. України. Київ : ТОВ "Вид-во "Консультант", 2017. 629 с.
 16. *Діяльність суб'єктів господарювання 2014* : стат. зб. Держ. служба стат. України. Київ : ТОВ ТОВ "Вид-во "Консультант", 2015. 465 с.
 17. *Романюк Е.* Киевские рестораторы возвращаются к большим проектам. 19.09.2016. URL : <http://hubs.ua/economy/kievskie-restoratory-vozvrashhayutsya-k-bol-shim-proektam-88278.html>.
 18. *Офіційний сайт Держ. служби стат. України.* URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
 19. *Виступ Президента України на загальних дебатах 70-ї сесії Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй.* 29.09.2015. URL : <http://www.president.gov.ua/news/vistup-prezidenta-ukrayini-na-zagalnih-debatah-70-yi-sesiyi-36057>.
 20. *Податковий кодекс України (зі змінами й доповненнями, внесеними законами України) № 2755-VI від 2 грудня 2010 р. у редакції станом на 26.07.2017.* URL : <http://sfs.gov.ua/nk/>.
 21. *Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2012 року* : стат. бюл. Держ. служби стат. України. Київ, 2012. 125 с.
 22. *Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2013 року* : стат. бюл. Держ. служби стат. України. Київ, 2013. 123 с.
 23. *Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2014 року* : стат. бюл. Держ. служби стат. України. Київ, 2014. 125 с.
 24. *Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва 2015* : стат. зб. Держ. служби стат. України. Київ : ТОВ "Вид-во "Консультант", 2016. 514 с.
 25. *Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва 2016* : стат. зб. Держ. служби стат. України. Київ : ТОВ "Вид-во "Консультант", 2017. 624 с.
 26. *Індекси споживчих цін за 2016 рік*: стат. зб. Держ. служби стат. України. Київ : ДП "Інформаційно-аналітичне агентство", 2017. 181 с.
 27. *Офіційний сайт компанії "Ресторанний консалтинг".* URL : <https://www.recon.com.ua/>.
 28. *Найдюк В. С.* Сутність та передумови інноваційного розвитку підприємств. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 3. С. 251—263.
 29. *Дерунова Т. А., Терехов А. М.* Инновационное оборудование в сфере общественного питания. Novainfo. 2016. № 40: URL : <http://novainfo.ru/article/4201>.
 30. *П'ятницька Г. Т.* Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. 465 с.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2018.

Piatnytska G., Hryhorenko O., Naidiuk V. Diagnostics in the catering services market.

Background. The effective management of any enterprise, both in the short and the strategic perspective, depends on how its managers are able to properly diagnose changes that taking place in the market, and to develop and implement managerial solutions that are adequate to the results of diagnosis. If such a diagnosis is not carried out, then the company may receive incorrect development decisions.

Changes in the market (especially in the service sector, including catering trade) are often due to innovations that are directly or indirectly related to the innovative activity of enterprises. That is why the managers should continuously monitor intra-industry and inter-sectoral innovations and evaluate the level of enterprises' innovative potential for the possibility of implementation these innovations.

The problems of catering trade development in Ukraine and the state regulation of the restaurant business, as well as the problems of innovation development and the probable changes related to intra-industry and inter-sectoral diffusion of innovations in the catering trade services market have been researched in the scientific papers of foreign and domestic scholars.

The aim of the study is to carry out a diagnosis of the changes taking place in the market of catering trade services nowadays, as well as give a description of the catering trade development in Ukraine from the beginning of 2014 till present day. In accordance with the aim, the following objectives were formulated: to analyze the development of catering trade in Ukraine; to identify innovations that directly or indirectly influence to progressive changes in the market of catering trade services; to compare the factors that prevented the innovation development of catering enterprises in Ukraine before and after 2014; to create a model of innovations' diffusion in the catering services market.

Material and methods. The information base of the research was official data of the State Statistics Service of Ukraine, the scientific publications of foreign and domestic scientists on the issues of innovations' diffusion and innovation changes in restaurant business, and data collected during the survey of restaurant business managers and consumers of catering services. To achieve the aim and objectives there were used the following methods: system analysis, comparison method, methods of statistical processing of data, methods of marketing research, modeling, etc.

Results. According to the results of the diagnostics of catering trade development in Ukraine after 2013, the following changes were identified:

- the dynamics of catering enterprises during 2014–2017 decreased on average by 13 % annually;
- even in the conditions of market threats dominance, new catering enterprises are constantly emerging;
- the number of individual catering entrepreneurs is constantly increasing and the share of small catering enterprises remains constantly big, which is primarily due to tax advantages in their development compared to large and medium-sized enterprises;
- starting in 2014, the volume of sold products (goods, services) by catering enterprises-legal entities began to exceed the corresponding volume of sold products by individual entrepreneurs in catering sphere;

- decrease in volumes of catering turnover during 2014–2015 years compared 2013 in both actual and comparable prices (at the same time, it should be noted that in 2015 the following situation was observed: the volume of catering turnover in actual prices was increase, but its volume in comparable prices continued to fall down);

- the innovative potential of catering enterprises of Ukraine was low in all segments of the market institutional division during 2014–2016. That is why in the nearest time periods most of the catering enterprises in Ukraine will be unable to rapidly develop radically new technologies and to bring in high-cost innovative changes; etc.

It was found that such factors must be added to the group of factors that prevented the innovation development of catering enterprises in Ukraine: general economic instability; psychological tension in society caused by geopolitical instability; reducing the number of potential consumers by reducing the volume of tourist flows to Ukraine, the temporary loss of part of the territory, abroad migration of some consumers with high incomes; losses of material and technical base of catering enterprises as a result of hostilities.

It is substantiated that now changes in the catering services market are related to both product and process innovations (from the production of new branded dishes and beverages to the emergence and development of new formats of catering facilities).

According to the results of the diffuse models formation and comparison, it has been established that the curve of innovations diffusion in the catering services market has shifted toward increasing share of innovators, early followers and early majority.

Conclusion. As a result of the changes diagnosis in the catering services market, it has been established that they are usually due to economic, demographic and geopolitical factors, as well as to the influence of intra-industry and inter-sectoral innovations on the development of catering enterprises. It was found that most of the changes in the Ukrainian catering trade development were negative after 2013, but since 2016 signs of positive change have emerged.

The results of the study may be further used to improve the tools for choosing strategies of catering enterprises development and implementation of innovative catering projects. They will also be a basis for the development of conceptual foundations and strategic plans of the catering trade development in Ukraine.

Keywords: diagnostics of changes, catering services market, innovation development, catering enterprises, business entities, innovations, innovative potential, diffusion of innovations.

REFERENCES

1. P'jatnyc'ka G. T., Najdjuk V. S. Suchasni trendy rozvytku restorannogo gospodarstva v Ukrai'ni. *Ekonomika ta derzhava*. 2017. № 9. S. 66—73.
2. Prokopjuk A., Felenchak Ju. B. Suchasni tendencii' rozvytku restorannogo gospodarstva Ukrai'ny ta Pol'shhi. *Nauk. visn. NLTU Ukrai'ny*. 2015. Vyp. 25.4. S. 259—265.
3. Semenjuk L. V. Osnovni tendencii' rozvytku rynku merezh zakladiv restorannogo gospodarstva, shho roztashovani na avtoshljahah Ukrai'ny. *Efektivna ekonomika*. 2014. № 11. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3563>.

4. Davydova O. Ju., Linnik V. Ju. Konceptual'ni faktory rozvytku gotel'no-restoranoi' galuzi. Visn. ONU im. Mechnikova. 2015. T. 20. Vyp. 6. S. 36—40.
5. Barna M. Ju., Mykytyn H. Z. Teoretychni aspekty formuvannja mehanizmu derzhavnogo reguljuvannja gotel'no-restorannogo biznesu. Visn. LKA. 2015. Vyp. 49. S. 62—67. Serija "Ekonomichna".
6. P'jatnyc'ka G. T., Najdjuk V. S. Strukturni transformacii' u rozvytku restorannogo gospodarstva Ukrai'ny: aspekty specializacii'. Nauk. visn. HDU. 2017. Vyp. 26, Ch. 1. S. 163—167. Serija "Ekonomichni nauky".
7. Horng J. S., Chou S. F., Liu C. H., Tsai C. Y. Creativity, aesthetics and eco-friendliness: A physical dining environment design synthetic assessment model of innovative restaurants. *Tourism Management*. 2013. Vol. 36. P. 15—25.
8. Ivkov M. Innovations in the restaurant industry – an exploratory study. *Economics of Agriculture*. 2016. Vol. 4. P. 1169—1186.
9. Sigala M., Blešić I., Simat K., Demirović D., Božić S., Stefanović V, Kyriakidou O. Creativity and innovation in the service sector. *The Service Industries Journal*. 2015. Vol. 35. Issue 6. P. 297—302.
10. Jacun L. M. Strategii' ta modeli upravlinnja rozvytkom pidpryjemstv sfery harchuvannja. *Upravlinnja rozvytkom*. 2016. № 1 (183). S. 106—119.
11. Oshhypyk I. M. Rozvytok zakladiv restorannogo gospodarstva na konceptual'nyh zasadah innovacij. *Pidpryjemnyctvo i torgivlja* : zb. nauk. pr. L'viv : Vyd-vo L'viv. torg.-ekon. un-tu. 2017. Vyp. 21. S. 101—105.
12. Borysova O. O. Innovacijnyj rozvytok systemy ekonomichnoi' bezpeky pidpryjemstv sfery restorannogo biznesu: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : spec. 21.04.02 "Ekonomichna bezpeka sub'ektiv gospodars'koi' dijalnosti". Un-tet ekon. ta prava "KROK". Kyi'v. 2017. 24 s.
13. Parubok N. V. Rol' ta suchasni innovacijni naprjamy rozvytku restoranoi' galuzi Ukrai'ny. *Regional'nyj biznes ekonomiky ta upravlinnja*. 2016. № 3 (51). S. 94—100.
14. P'jatnyc'ka G. T., Grygorenko O. M., Najdjuk V. S. Innovacii' u rozvytku pidpryjemstv restorannogo gospodarstva: mizhnarodni trendy ta ukrai'ns'ki realii' v umovah dominuvannja rynkovykh zagroz. *Pidpryjemnyctvo i torgivlja*: zb. nauk. pr. L'viv: Vyd-vo L'viv. torg.-ekon. un-tu. 2017. Vyp. 21. S. 119—128.
15. *Dijal'nist' sub'ektiv gospodarjuvannja 2016* : stat. zb. Derzh. sluzhba stat. Ukrai'ny. Kyi'v : TOV "Vyd-vo "Konsul'tant", 2017. 629 s.
16. *Dijal'nist' sub'ektiv gospodarjuvannja 2014* : stat. zb. Derzh. sluzhba stat. Ukrai'ny. Kyi'v : TOV TOV "Vyd-vo "Konsul'tant", 2015. 465 s.
17. Romanjuk E. Kievskie restoratory vozvrashhajutsja k bol'shim proektam. 19.09.2016. URL : [http://hubs.ua/economy/kievskie-restoratory-vozvrashhajutsja-k-bol'shim-proektam-88278.html](http://hubs.ua/economy/kievskie-restoratory-vozvrashhayutsya-k-bol-shim-proektam-88278.html).
18. *Oficijnyj sajt Derzh. sluzhby stat. Ukrai'ny*. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
19. *Vystup Prezidenta Ukrai'ny na zagal'nyh debatah 70-i' sesii' General'noi' Asamblei' Organizacii' Ob'jednanyh Nacij*. 29.09.2015. URL : <http://www.president.gov.ua/news/vistup-prezidenta-ukrayini-na-zagalnih-debatah-70-yi-sesiyi-36057>.
20. *Podatkovyj kodeks Ukrai'ny (zi zminamy j dopovnennjamy, vnesenyj zakonamy Ukrai'ny) № 2755-VI vid 2 grudnja 2010 r. u redakcii' stanom na 26.07.2017*. URL : <http://sfs.gov.ua/nk/>.
21. *Merezha rozdrubnoi' torgivli ta restorannogo gospodarstva pidpryjemstv na 1 sichnja 2012 roku* : stat. bjul. Derzh. sluzhby stat. Ukrai'ny. Kyi'v, 2012. 125 s.
22. *Merezha rozdrubnoi' torgivli ta restorannogo gospodarstva pidpryjemstv na 1 sichnja 2013 roku* : stat. bjul. Derzh. sluzhby stat. Ukrai'ny. Kyi'v, 2013. 123 s.
23. *Merezha rozdrubnoi' torgivli ta restorannogo gospodarstva pidpryjemstv na 1 sichnja 2014 roku* : stat. bjul. Derzh. sluzhby stat. Ukrai'ny. Kyi'v, 2014. 125 s.
24. *Dijal'nist' sub'ektiv velykogo, seredn'ogo, malogo ta mikropidpryjemnyctva 2015* : stat. zb. Derzh. sluzhby stat. Ukrai'ny. Kyi'v : TOV "Vyd-vo "Konsul'tant", 2016. 514 s.

25. *Dijal'nist' sub'jektiv velykogo, seredn'ogo, malogo ta mikropidpryjemnyctva 2016* : stat. zb. Derzh. sluzhby stat. Ukraïny. Kyïv : TOV "Vyd-vo "Konsul'tant", 2017. 624 s.
26. *Indeksy spozhyvchyh cin za 2016 rik*: stat. zb. Derzh. sluzhby stat. Ukraïny. Kyïv : DP "Informacijno-analitychne agentstvo", 2017. 181 s.
27. *Oficijnyj sayt kompanii "Restorannyj konsal'tyng"*. URL : <https://www.recon.com.ua/>.
28. *Najdjuk V. S. Sutnist' ta peredumovy innovacijnogo rozvytku pidpryjemstv. Marketyng i menedzhment innovacij*. 2013. № 3. S. 251—263.
29. *Derunova T. A., Terehov A. M. Innovacionnoe oborudovanie v sfere obshhestvennogo pitanija*. Novainfo. 2016. № 40: URL : <http://novainfo.ru/article/4201>.
30. *P'jatnyc'ka G. T. Restoranne gospodarstvo Ukraïny: rynkovi transformacii', innovacijnyj rozvytok, strukturna pereorijentacija* : monografija. Kyïv : Kyïv. nac. torg.-ekon. un-t, 2007. 465 s.

УДК 339.13:69.2 (477)

ЗОЛОТАРЬОВА Оксана,

*асистент кафедри товарознавства та митної справи
Київського національного торговельно-економічного університету*

МЕРЕЖКО Ніна,

*д. т. н., проф., завідувач кафедри товарознавства та митної справи
Київського національного торговельно-економічного університету*

ШУЛЬГА Ольга,

*к. т. н., старший викладач кафедри товарознавства
та митної справи Київського національного
торговельно-економічного університету*

РИНОК ПРИРОДНОГО БУДІВЕЛЬНОГО КАМЕНЮ В УКРАЇНІ

Проаналізовано динаміку виробництва, експорту та імпорту природного будівельного каменю в Україні. Наведено асортиментну структуру природного будівельного каменю, представленого на ринку України.

Ключові слова: природний будівельний камінь, ринок, виробництво, експорт, імпорт.

Золотарева О., Мережко Н., Шутьга О. Ринок природного строительного камня в Украине. Проанализирована динамика производства, экспорта и импорта природного строительного камня в Украине. Приведена ассортиментная структура природного строительного камня, представленного на рынке Украины.

© Золотарьова Оксана, Мережко Ніна, Шутьга Ольга, 2018

Ключевые слова: природный строительный камень, рынок, производство, экспорт, импорт.

Постановка проблеми. Україна належить до числа провідних мінерально-сировинних держав світу. Поєднання різновікових структурних елементів, що сформувалися внаслідок прояву всіх властивих становленню земної кори процесів, обумовило наявність в Україні широкого діапазону корисних копалин, що становлять мінерально-сировинну базу країни [1–2]. Україна має в своїх надрах 5 % мінерально-сировинного потенціалу світу, що налічує майже 200 видів корисних копалин, з яких 94 види мають промислове значення [3].

Вагомий економічний потенціал мають запаси нерудних будівельних матеріалів, які є основною матеріальною базою для будівельного комплексу. Їхня промисловість істотно впливає на темпи зростання інших галузей економіки та соціально-економічний стан суспільства в цілому [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань щодо формування та розвитку ринку природного каменю, що використовується в будівельній галузі, присвячено праці вітчизняних науковців і практиків, зокрема, М. А. Пічугіна, П. Г. Варшавця, П. В. Захарченка, В. В. Самойлович, Т. В. Котуранової, Ю. В. Пинди, І. А. Довгалюк, В. О. Колосова, О. Л. Гелета та ін. [5–15]. Проте ситуація в галузі повсякчас змінюється, що створює потребу проведення нових досліджень.

Мета статті – аналіз стану ринку природного будівельного каменю в Україні.

Матеріали та методи. Під час дослідження застосовано загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу й синтезу, системного підходу, порівняння та узагальнення офіційних даних Державної служби статистики України, Державної фіскальної служби України, Державної геологічної служби України, Української асоціації вапняної промисловості.

Результати дослідження. Промисловість будівельних матеріалів включає виробництво широкого асортименту природного каменю, що використовується в будівництві на всіх етапах зведення споруд: для кладки стін, зовнішнього облицювання будівель, внутрішнього оздоблення тощо [1].

У 2006–2008 рр. спостерігалася тенденція до щорічного зростання обсягів видобування природного будівельного каменю. У 2009–2010 рр. відбулося суттєве скорочення у зв'язку з нестабільним економічним становищем як в Україні, так і світі в цілому. За період 2011–2013 рр. ці показники досягли рівня попередніх років, однак через політичну ситуацію на територіях, найбільш багатих на поклади природного будівельного каменю, доступ до них з метою проведення гірничо-видобувних робіт став обмеженим. Відтак динаміка видобутку будівельного каменю в 2014–2016 рр. характеризується спадом (*рис. 1*) [1].

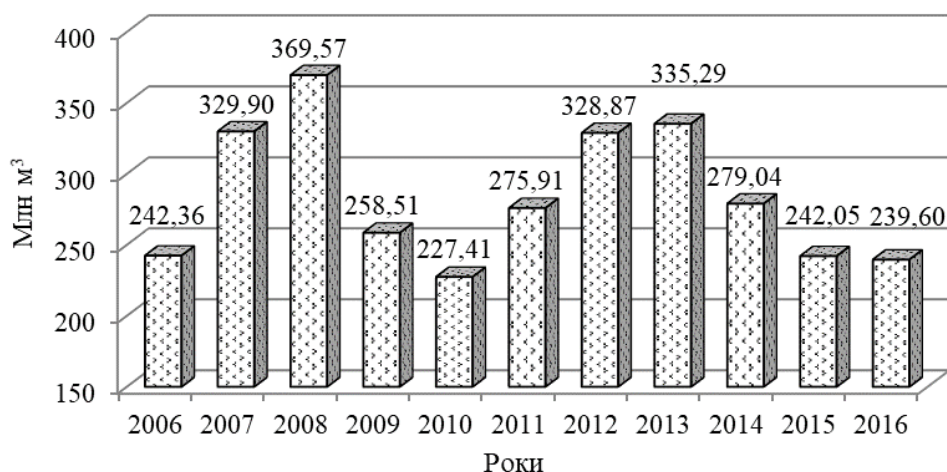


Рис. 1. Динаміка видобутку природного будівельного каменю в 2006–2016 рр. [1]

Деяка інша ситуація спостерігається у видобутку облицювального каменю: протягом досліджуваного періоду найменші його обсяги припадають на 2006–2010 рр. У 2011–2016 рр. видобуток облицювального каменю зростає із коливаннями в невеликих межах. У середньому за цей період щорічно видобували 465 тис. м³ (рис. 2) [16–17].

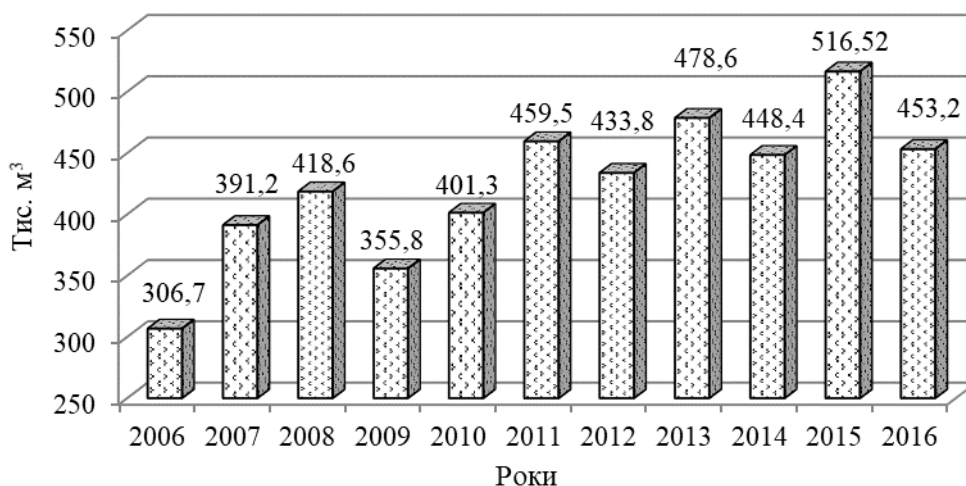


Рис. 2. Динаміка видобутку природного облицювального каменю в 2006–2016 рр. [1; 16–17]

Асортимент каменю облицювального представлено гірськими породами різного походження (гранітом, лабрадоритом, габро, вапняком, пісковиком, туфом, гіпсом, мрамуром та ін.), структуру запасів яких в Україні наведено на рис. 3. Найбільша частка припадає на граніт, вагомий обсяг видобувається лабрадориту та габро, є незначні запаси вапняку, пісковуку, туфу, гіпсу, мрамру та інших порід [1].

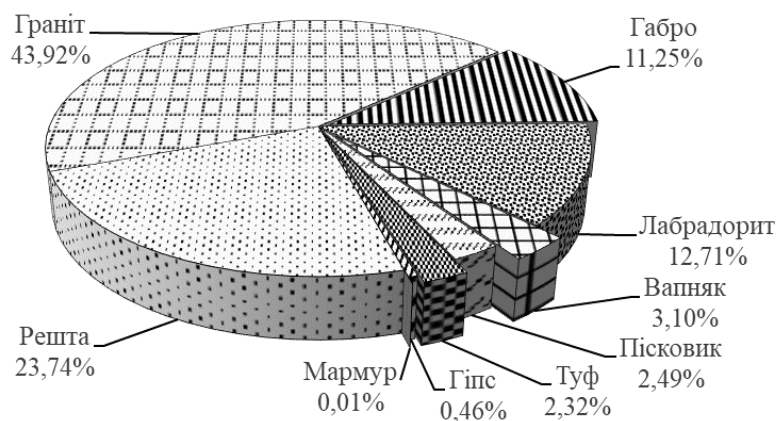


Рис. 3. Структура запасів каменю облицювального за видами станом на 01.01.2017 р. [1]

Станом на 01.01.2017 р. загальні балансові запаси каменю облицювального в Україні становили 336 408.44 тис. м³. Найбільша кількість його родовищ, залучених до промислової розробки, розташована на території Житомирської області, де в 2016 р. видобуто 390.13 тис. м³ облицювального каменю (рис. 4). Найбільші підприємства, які видобувають облицювальний камінь, – КП "Кіровгеологія" (23.23 тис. м³), ВАТ "Коростишівський кар'єр" (18.21 тис. м³), ПМП "Полісся" (16.32 тис. м³) [1].

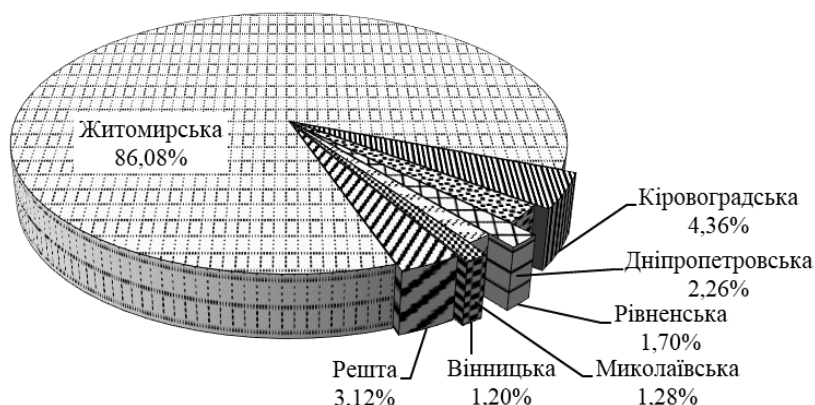


Рис. 4. Структура видобутку облицювального каменю по областях у 2016 р. [1]

Важливим видом будівельних матеріалів є стінові блоки з природного піляного каменю, видобуток якого протягом 2006–2013 рр. відбувався в значних обсягах. У 2006–2008 рр. він перевищував 1500 тис. м³. У 2009–2013 рр. відбулося суттєве скорочення, в середньому більше ніж удвічі (рис. 5).

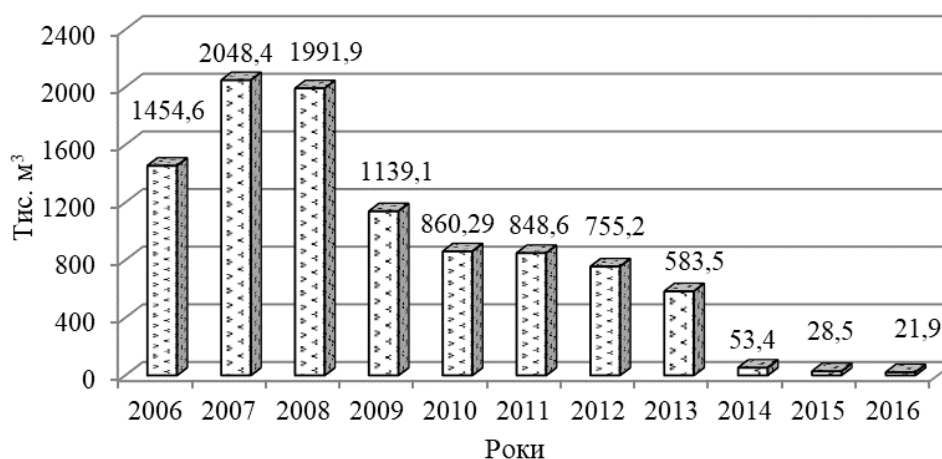


Рис. 5. Динаміка видобутку природного піляного каменю в 2006–2016 рр. [1]

У 2014–2016 рр. видобуток піляного каменю, який в Україні представлено переважно вапняком (95,5 %) і в незначній кількості вулканічним мергелем, туфом, крейдою, опокою (рис. 6), скоротився в десятки разів [1].

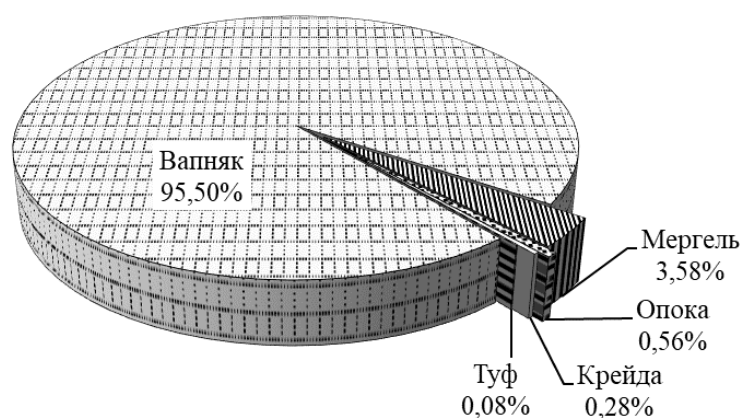


Рис. 6. Структура запасів природного піляного каменю за видами сировини станом на 01.01.2017 р. [1]

Різне скорочення видобутку піляного каменю пов'язано з політичною ситуацією на території, найбільш багатій на його поклади. Суттєва кількість родовищ піляного каменю зосереджена на території АР Крим, яка була основним регіоном його видобутку в 2013 р. (рис. 7, а), а також в Чернівецькій, Вінницькій та Одеській областях, де в 2014–2017 рр. продовжував здійснюватися видобуток (рис. 7, б).

Так, відсутність доступу до групи високоякісних піляльних каменів, що в Україні представлено переважно вапняком, найбільші та найцінніші родовища якого містяться на території АР Крим, призвели до масштабного скорочення їх видобутку [2]. За 2014–2017 рр. обсяги видобування вапнякового каменю зменшилися майже в 3,5 раза порівняно з 2013 р. (рис. 8).

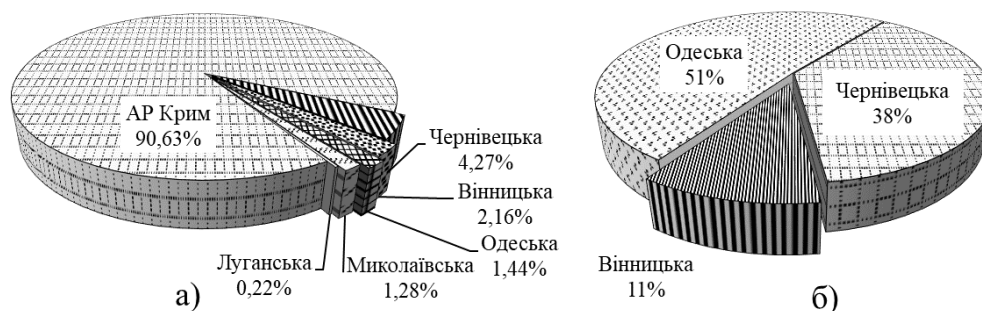


Рис. 7. Розподіл видобутку пиляного каменю по адміністративних областях [1]

Дефіцит вапнякового каменю на ринку спонукав виробників з інших регіонів активно розвивати виробництво. Уже з 2015 р. відбулися суттєві зміни в регіональній структурі виробництва: на перші позиції вийшли області Західного регіону країни – Тернопільська та Хмельницька. Загалом, після кількарічного спаду, 2016 р. показав зростання виробництва вапняку на 15 %. Однак 2017-й відзначився спадом виробництва – видобуто на 13 % менше вапняку порівняно з попереднім роком. В умовах непевності й низької прогнозованості ситуації на Сході та високої вартості імпортування через девальвацію гривні реальний шлях вирівнювання дефіциту – збільшення потужностей видобування вапнякових кар’єрів Західного регіону, що вимагає проведення певної модернізації [19].

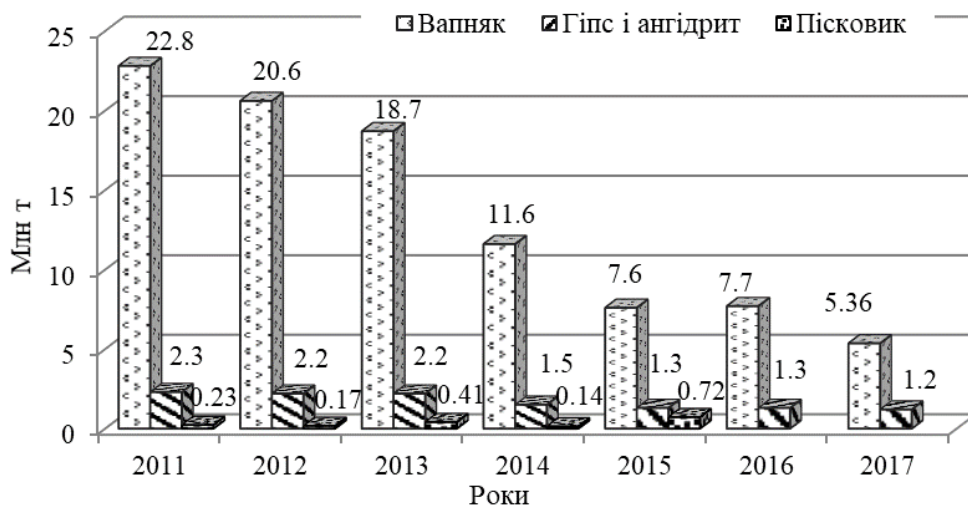


Рис. 8. Обсяги добування вапняку, пісковик, гіпсу й ангідриту в Україні в 2011–2017 рр. [16–19]

Так, відсутність доступу до групи високоякісних пиляльних каменів, що в Україні представлено переважно вапняком, найбільші та найцінніші родовища якого містяться на території АР Крим, призвели до масштабного скорочення їх видобутку [2]. За 2014–2017 рр. обсяги видобування вапнякового каменю зменшилися майже в 3.5 раза порівняно з 2013 р.

Ринок вапняку характеризується високою концентрацією компаній-виробників. Найбільші десять з них становлять понад 90 % ринку. У 2017 р. найбільшими компаніями Західного регіону, які збільшили видобування вапняку в два-три рази порівняно із попередніми періодами, стали підприємства: "Гірничо-добувна промисловість" – 23 % ринку, "Тернопільський кар'єр" – 15 %. Серед компаній Східного регіону в 2017 р. найбільшу частку становила компанія UMG – 28 % [19].

В умовах дефіциту вапняку перед його споживачами постала проблема забезпечення власного виробництва цією сировиною. Зокрема, споживачі були змушені вдаватися до різкого збільшення імпорту, особливо в першій половині 2015 р. [20]. Тенденція суттєвого збільшення імпорту та зменшення експорту вапняку спостерігається протягом останніх трьох років [21]. У 2015 р. в Україну імпортовано понад 1.5 млн т вапняку, флюсу вапнякового та іншого вапнякового каменю на майже 32.22 млн дол. США. Експорт цієї продукції в 2015 р. становив 4.52 тис. т на суму 70 тис. дол. США (рис. 9) [16; 21].

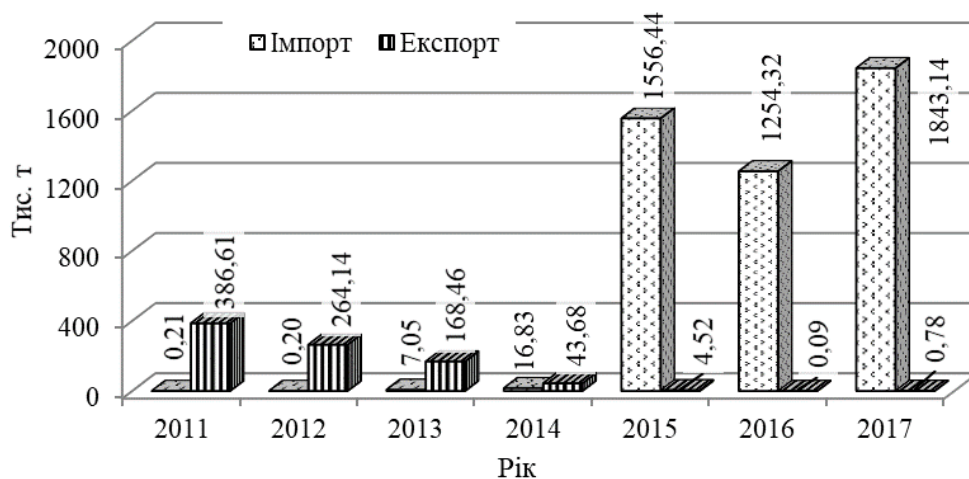


Рис. 9. Динаміка експорту та імпорту вапняку протягом 2011–2017 рр. [20]

У 2016–2017 рр. імпорт продовжує бути фактором, який значно впливає на ринок. У 2016 р. в Україну завезено 1.25 млн т вапняку на суму 23 млн дол. США, а в 2017 – 1.84 млн т, що на 47.2 % більше, вартістю 43 млн дол. США [20–21].

Експорт вітчизняного вапняку в 2011–2013 рр. значно перевищував імпорт як в натуральному, так і вартісному вираженні. Починаючи з 2015 р. ситуація докорінно змінилася. У 2015–2017 рр. експорт був практично відсутнім (менше ніж 1 %), оскільки на цей час обсяги видобутого в Україні вапняку йдуть на задоволення потреб внутрішнього ринку [21]. Основними імпортерами вапняку протягом досліджуваних років були РФ, Польща, Румунія, ОАЕ та Словаччина (табл. 1) [22].

Імпорт – експорт вапняку в 2011–2017 рр.
із зазначенням країн-контрагентів [22]

Імпорт			Експорт		
країна	вартість, тис. дол. США	питома вага, %	країна	вартість, тис. дол. США	питома вага, %
<i>2011 р.</i>					
РФ	29	67.44	Білорусь	5839	72.77
Румунія	13	30.23	РФ	1728	21.54
Польща	1	2.33	Молдова	388	4.84
<i>2012 р.</i>					
Австралія	10	50	Білорусь	2108	50.12
Молдова	3	15	РФ	1817	43.20
Словаччина	2	10	Молдова	280	6.66
<i>2013 р.</i>					
Польща	90	62.94	Білорусь	1703	71.83
РФ	51	35.66	РФ	413	17.42
Словаччина	2	1.40	Молдова	253	10.67
<i>2014 р.</i>					
Румунія	372	98.41	Білорусь	632	61.42
Словаччина	5	1.32	Молдова	374	36.35
Польща	1	0.26	РФ	22	2.14
<i>2015 р.</i>					
Румунія	7495	23.26	Молдова	70	100
ОАЕ	7428	23.05			
Словаччина	7231	22.44			
<i>2016 р.</i>					
РФ	9592	41.72	Польща	8	100
Словаччина	4794	20.85			
ОАЕ	3325	14.46			
<i>2017 р.</i>					
РФ	20 973	48.63	Сербія	34	89.47
Словаччина	9017	20.91	Білорусь	3	7.89
ОАЕ	4856	11.26	Німеччина	1	2.63

Водночас імпорт інших видів природного каменю (мармуру, туфу, граніту, гіпсу, ангідриту тощо) хоча й зазнав змін, однак не суттєвих. Імпорт мармуру в 2014, 2015 і 2017 рр. різко зменшився – до 0.96; 0.65 і 0.78 тис. т, що вдвічі-втричі більше ніж в 2011–2013 рр. Лише в 2016 р. імпорт мармуру зріс до рівня попередніх періодів, а саме до 2.58 тис. т (рис. 10) [21].

Обсяги імпорту в Україну гіпсу та ангідриту дещо зросли в 2014–2016 рр., однак обсяги ввезення не перевищували 5 тис. т. Середньорічний обсяг імпорту цих матеріалів за досліджуваний період становив 2.47 тис. т [21].

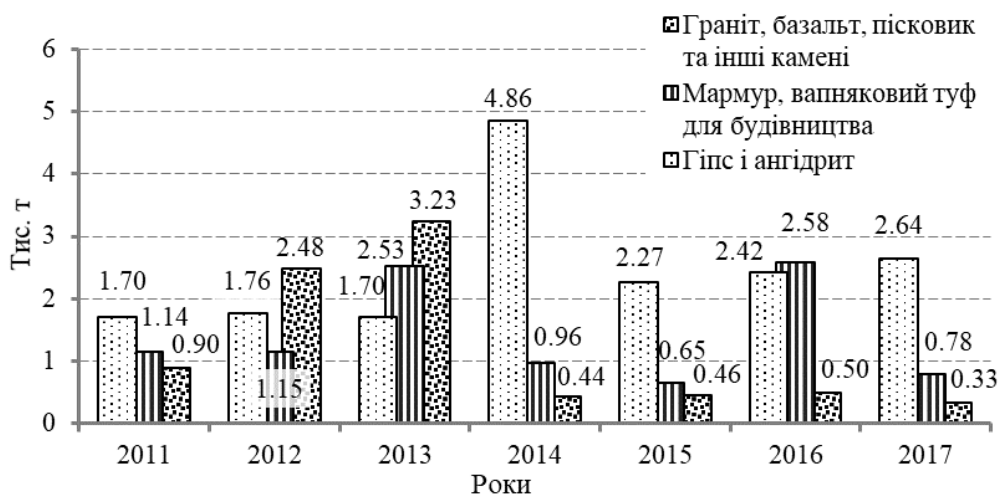


Рис. 10. Динаміка імпорту природного каменю за видами в 2011–2017 рр. [21]

У структурі експорту серед інших видів природного каменю (крім вапняку) переважають гіпс, ангідрит, а також граніт, базальт і пісковик, поклади яких в значній мірі представлено на території України. Водночас експорт мармуру взагалі відсутній.

Експорт граніту, базальту, пісковіку не має чіткої тенденції й коливається в межах 60–80 тис. т. Середньорічний обсяг експорту цих матеріалів за досліджуваний період становив 73 тис. т. Аналогічна ситуація склалася і з експортом гіпсу та ангідриту, хоча їх обсяги дещо менші й у середньому становлять 56.3 тис. т на рік (рис. 11).



Рис. 11. Динаміка експорту природного каменю за видами в 2011–2017 рр. [21]

Відповідно в 2014–2017 рр. суми імпорту мармуру, ангідриту й гіпсу були меншими, ніж у 2011–2013 рр. Виключенням для мармуру став 2016 р., коли його імпорт становив 904 тис. дол. США (майже на

рівні 2013 р.), а для гіпсу й ангідриту – 2014 р., коли їхній імпорт був найбільшим і становив 4.86 тис. т на суму 854 тис. дол. США. Суми експорту гіпсу й ангідриту, граніту, базальту й пісковіку в 2015–2017 рр. значно менші, ніж у 2011–2014 рр. Щодо граніту й пісковіку, то спад їхнього експорту в 2017 р. був не такий різкий і становив 25 % порівняно з 2015 р. Їхній експорт у 2016 р. був майже однаковим із 2017 р.: відповідно 6.875 та 7.053 тис. дол. США [21].

Основними країнами-імпортерами вітчизняних граніту, базальту та пісковіку були РФ, Польща, Італія, Індія, а з 2014 р. й Узбекистан. Ввезення цих матеріалів в незначних кількостях здійснювалося найчастіше з Вірменії, Фінляндії та РФ (табл. 2) [22].

Таблиця 2

**Імпорт – експорт граніту, базальту й пісковіку
в 2011–2017 рр. із зазначенням країн-контрагентів [22]**

Імпорт			Експорт		
країна	вартість, тис. дол. США	питома вага, %	країна	вартість, тис. дол. США	питома вага, %
<i>2011 р.</i>					
Фінляндія	73	28.74	Італія	4050	30.33
Японія	53	20.87	РФ	2032	15.22
Шрі-Ланка	40	15.75	Польща	1364	10.22
<i>2012 р.</i>					
Грузія	171	31.78	Італія	3546	28.00
Фінляндія	84	15.61	Індія	1751	13.83
Вірменія	61	11.34	РФ	1530	12.08
<i>2013 р.</i>					
Бразилія	245	24.21	Італія	2350	19.91
РФ	186	18.38	РФ	1759	14.90
Вірменія	103	10.18	Індія	1682	14.25
<i>2014 р.</i>					
Фінляндія	29	22.14	Італія	3589	27.76
Шрі-Ланка	21	16.03	Узбекистан	1498	11.58
Вірменія	17	12.98	Індія	1488	11.51
<i>2015 р.</i>					
Італія	58	44.27	Італія	2425	24.90
РФ	23	17.56	Польща	1647	16.91
Вірменія	23	17.56	Узбекистан	1519	15.60
<i>2016 р.</i>					
РФ	26	30.59	Польща	1344	19.55
Вірменія	19	22.35	Узбекистан	1163	16.92
Індія	11	12.94	Італія	1036	15.07
<i>2017 р.</i>					
Італія	13	20.97	Узбекистан	1238	17.55
Франція	12	19.35	Польща	966	13.70
Іспанія	12	19.35	Італія	760	10.78

Гіпс і ангідрит експортувалися переважно до РФ, Молдови й Білорусі, імпортували ці види каменю здебільшого з Німеччини, Польщі та Китаю, інколи з США, а в 2017 р. – з РФ, ОАЕ та Словаччини (табл. 3) [22].

Таблиця 3

**Імпорт-експорт гіпсу й ангідриту
в 2011–2017 рр. із зазначенням країн-контрагентів [22]**

Імпорт			Експорт		
країна	вартість, тис. дол. США	питома вага, %	країна	вартість, тис. дол. США	питома вага, %
<i>2011 р.</i>					
Німеччина	250	48.36	РФ	3189	51.87
Польща	127	24.56	Молдова	1834	29.83
Китай	63	12.19	Білорусь	666	10.83
<i>2012 р.</i>					
Німеччина	375	60.58	РФ	3004	49.84
Польща	107	17.29	Молдова	2055	34.10
Китай	78	12.60	Білорусь	583	9.67
<i>2013 р.</i>					
Німеччина	405	67.73	Молдова	1899	60.61
Китай	101	16.89	РФ	835	26.65
США	26	4.35	Білорусь	377	12.03
<i>2014 р.</i>					
Німеччина	454	53.22	Молдова	2070	60.83
Туреччина	245	28.72	Білорусь	681	20.01
Китай	136	15.94	РФ	646	18.98
<i>2015 р.</i>					
Німеччина	346	73.46	Молдова	812	60.37
Китай	68	14.44	Білорусь	453	33.68
США	20	4.25	РФ	80	5.95
<i>2016 р.</i>					
Німеччина	320	68.97	Білорусь	855	45.99
Угорщина	47	10.13	Молдова	805	43.30
Китай	39	8.41	РФ	107	5.76
<i>2017 р.</i>					
Німеччина	403	48.63	Молдова	709	50.25
Китай	71	20.91	Білорусь	557	39.48
Угорщина	59	11.26	РФ	115	8.15

Вартість експортованого гіпсу й ангідриту в 2017 р. коливалася в значних межах. Найбільше гіпсу й ангідриту вивезено до Молдови – 17.67 тис. т за ціною 35.32 дол. США за тону, до Білорусі – 13.21 тис. т за ціною 31.1 дол. США за тону та РФ – 1.03 тис. т за 99.16 дол. США за тону, тоді як у 2016 р. – від 16 до 22 дол. США за тону.

Висновки. Сучасний стан ринку природного каменю в Україні характеризується зменшенням обсягів видобування і зростанням цін на цю продукцію. Анексія Криму та військові дії на Сході України, які були основними регіонами видобутку вапняку, граніту, пісковика, істотно відобразилися на обсязі ринку, спровокувавши різкий спад і дефіцит каменю. Відбувся перерозподіл логістики ринку з орієнтацією на Західний регіон.

Різке падіння національної валюти унеможливило розглянути збільшення імпорту як легке вирішення питання дефіциту природного будівельного каменю через порівняно високу вартість закордонної сировини. З одного боку, це відкриває великі можливості для західних компаній, що зможуть організувати виробництво у великих масштабах і з прийнятною собівартістю. З іншого – реалізація такої стратегічної цілі потребує поліпшення технічного рівня виробництва, для чого треба ініціювати й виконувати інноваційні та інвестиційні проекти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Мінеральні ресурси України* : Щорічник. Київ : ДНВП "Геоінформ України", 2017. 268 с.
2. *Стан мінерально-сировинної бази України*. URL : <http://geo.gov.ua/stan-mineralno-sirovinnoi-bazi.html>.
3. *Мінерально-сировинна база України*. URL : <http://geoinf.kiev.ua/mineralno-sirovynna-baza-ukrayiny/>.
4. *Богінська Л. О.* Економічні засади формування та використання ресурсного потенціалу будівельного підприємства. *Наук. вісн. Ужгород. ун-ту*. 2016. № 1 (2). С. 316—320. Серія : "Економіка".
5. *Пічугіна М. А.* Аналіз стану ринку будівельних матеріалів України. URL : <http://sru.fmm.kpi.ua/article/view/73057/68388>.
6. *Варшавець П. Г., Ляліна Н. П.* Аспекти виробництва будівельних стінових матеріалів в Україні. *Строительные материалы и изделия*. 2015. № 1. С. 30—31.
7. *Захарченко П. В., Гаврик О. М., Калугіна О. М.* Дослідження ринку матеріалів для внутрішнього облицювання приміщень. *Строительные материалы и изделия*. 2011. № 2. С. 27—32.
8. *Самойлович В. В.* Вибір матеріалів для формування екологічно безпечного середовища життєдіяльності. *Містобудування та територіальне планування*. 2014. № 52. С. 356—362.
9. *Котуранова Т. В., Соколова Ю. В.* Аналіз інноваційних досягнень на світовому та національному ринку мармуру та граніту. *Вісн. Придніпр. держ. акад. будівництва та архітектури*. 2011. № 1—2. С. 154—155.
10. *Пинда Ю. В.* Сучасний стан та особливості розвитку будівельного сектора в Причорноморському регіоні України. *Причорноморські екон. студії*. 2016. № 9 (2). С. 41—46.

11. Довгалюк І. А. Особливості унікальної геологічної структури Іллінецького метеоритного кратеру і його промислове освоєння : зб. наук. пр. Нац. гірничого ун-ту. 2017. № 50. С. 48—56.
12. Колосов В. О., Ступнік М. І., Калініченко В. О. Стан та перспективи розвитку гірничодобувної промисловості України. Розробка родовищ. 2014. № 1. С. 193—197.
13. Гелета О. Л. Використання природного каміння у ландшафтному дизайні. Коштовне та декоративне каміння. 2012. № 2. С. 18—26.
14. Гелета О. Л. Статистичні дослідження і аналіз кризових явищ 2008–2010 років на ринку декоративного каміння на прикладі динаміки експортно-імпортних операцій в Україні. Коштовне та декоративне каміння. 2012. № 1. С. 14—21.
15. Гелета О. Л. Огляд експортно-імпортних операцій з декоративним камінням в Україні у 2007 р. Коштовне та декоративне каміння. 2008. № 2. С. 3—12.
16. Статистичний бюлетень за 2015 рік. Київ : Держ. служба статистики України, 2016. 101 с.
17. Виробництво основних видів промислової продукції за 2011–2014 рр. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/pr/prm_ric/prm_ric_u/vov2005_u.html.
18. Виробництво основних видів промислової продукції по місяцях 2015 року. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/pr/ovp/ovp_u/ovp2015.html.
19. Дослідження ринку вапна і вапняку в Україні (підсумки 2016–2017 років). URL : <http://limeindustry.in.ua/uk/pressreleases/show/42>.
20. Дослідження імпортно-експортної динаміки вапнякового каменю в Україні. URL : <http://limeindustry.in.ua/uk/pressreleases/show/51>.
21. Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД. URL : <http://sfs.gov.ua/ms/f11>.
22. Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн-контрагентів. URL : <http://sfs.gov.ua/ms/f3>.

Стаття надійшла до редакції 24.01.2018.

Zolotareva O., Merezko N., Shulga O. Natural building stone market in Ukraine.

Background. Ukraine is one of the leading mineral raw materials country in the world. The stocks of natural stone building materials are of great economic importance. This makes an analysis of the state of production of natural stone materials and their market development trends in Ukraine a promising direction of research.

The aim of the article is to analyze the current state of natural building stone market in Ukraine.

Material and methods. While researching the general scientific and special methods of analysis and synthesis, systematic approach, comparison and synthesis were used.

Results. The dynamics of the natural stone production in 2014–2016 is characterized by a decline. The volume of its production in 2016 amounted to 23.96 thousand m³. The production of natural facing stone is stable and in 2016 it was 453.2 thousand m³. The largest quantity facing stone was produced in the Zhytomyr region (390.13 thousand m³), where most of its deposits are concentrated.

The production of sawn stone predominantly represented in Ukraine by limestone (95.5 %) showed ten times decrease in 2014–2016 and reached 21.9 thousand m³ in 2016. The lack of access to the limestone deposits in the Crimea (the main region of limestone mining) led to a large reduction in its production. As a result, there have been significant changes in the regional structure of their production with concentration in the western regions.

Import of limestone in 2015–2017 grew significantly in conditions of its deficit. Ukraine imported 1.84 million tonnes of limestone in 2017, it was on 47.2 % more than in 2016. And the export of limestone from Ukraine was practically absent in 2015–2017. Imports of other natural stone materials also changed. Imports of marble dropped to 0.78 thousand tons in 2017. Exports of marble were practically absent. The volumes of imports into Ukraine of gypsum and anhydrite did not exceed 5 thousand tons in 2014–2016.

Gypsum and anhydrite, as well as granite, basalt and sandstone predominated in the structure of exports of natural stone materials. The average annual export of granite, basalt, and sandstone is 73 thousand tons. The volume of exports of gypsum and anhydrite is slightly lower and averages 56.3 thousand tons per year.

Conclusion. The current state of natural building stone market in Ukraine is characterized by a decrease in the volume of their extraction. The annexation of the Crimea and military actions in the East of Ukraine, which were the main regions for limestone, granite, and sandstone production, significantly affected the volume of the market, provoking a sharp decline and a shortage of stone. Redistribution of market logistics with an orientation towards the West region has taken place. On the one hand, it opens opportunities for Western companies. On the other hand, the implementation of such a strategic goal requires the improvement of the technical level of production, for which it is necessary to initiate and implement innovative and investment projects.

Keywords: natural building stone, market, production, export, import.

REFERENCES

1. *Mineral'ni* resursy Ukrainy : Shhorichnyk. Kyiv : DNVP "Geoinform Ukrainy", 2017. 268 s.
2. *Stan* mineral'no-syrovynnoi' bazy Ukrainy. URL : <http://geo.gov.ua/stan-mineralno-sirovinnoi-bazi.html>.
3. *Mineral'no-syrovynna* baza Ukrainy. URL : <http://geoinf.kiev.ua/mineralno-syrovynna-baza-ukrayiny/>.
4. *Bogins'ka L. O.* Ekonomichni zasady formuvannja ta vykorystannja resursnogo potencialu budivelnogo pidpryjemstva. Nauk. visn. Uzhgorod. un-tu. 2016. № 1(2). S. 316—320. Serija : "Ekonomika".
5. *Pichugina M. A.* Analiz stanu rynku budivelnih materialiv Ukrainy. URL : <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/73057/68388>.

6. *Varshavec' P. G., Ljalina N. P.* Aspekty vyrobnyctva budivel'nyh stinovyh materialiv v Ukraini. Stroytel'nye materyaly u yzdelyja. 2015. № 1. S. 30—31.
7. *Zaharchenko P. V., Gavryk O. M., Kalugina O. M.* Doslidzhennja rynku materialiv dlja vnutrishn'ogo oblycjuvannja prymishhen'. Stroytel'nye materyaly u yzdelyja. 2011. № 2. S. 27—32.
8. *Samojlovyh V. V.* Vybir materialiv dlja formuvannja ekologichno bezpechnogo seredovyshha zhyttjedijal'nosti. Mistobuduvannja ta terytorial'ne planuvannja. 2014. № 52. С. 356—362.
9. *Koturanova T. V., Sokolova Ju. V.* Analiz innovacijnyh dosjagnen' na svitovomu ta nacional'nomu rynku marmuru ta granitu. Visn. Prydnipr. derzh. akad. budivnyctva ta arhitektury. 2011. № 1—2. S. 154—155.
10. *Pynda Ju. V.* Suchasnyj stan ta osoblyvosti rozvytku budivel'nogo sektora v Prychornomors'komu regioni Ukrainy. Prychornomors'ki ekon. studii'. 2016. № 9 (2). S. 41—46.
11. *Dovgaljuk I. A.* Osoblyvosti unikal'noi' geologichnoi' struktury Illinec'kogo meteorytnogo krateru i jogo promyslove osvojen'nja : zb. nauk. pr. Nac. girnychogo un-tu. 2017. № 50. S. 48—56.
12. *Kolosov V. O., Stupnik M. I., Kalinichenko V. O.* Stan ta perspektyvy rozvytku gimychodobuvnoi' promyslovosti Ukrainy. Rozrobka rodovyshh. 2014. № 1. S. 193—197.
13. *Geleta O. L.* Vykorystannja pryrodnoho kaminnja u landshaftnomu dyzajni. Koshtovne ta dekoratyvne kaminnja. 2012. № 2. S. 18—26.
14. *Geleta O. L.* Statystychni doslidzhennja i analiz kryzovyh javyssh 2008—2010 rokov na rynku dekoratyvnogo kaminnja na prykladi dynamiky eksportno-importnyh operacij v Ukraini. Koshtovne ta dekoratyvne kaminnja. 2012. № 1. S. 14—21.
15. *Geleta O. L.* Ogljad eksportno-importnyh operacij z dekoratyvnym kaminnjam v Ukraini u 2007 r. Koshtovne ta dekoratyvne kaminnja. 2008. № 2. S. 3—12.
16. *Statystychnyj bjuleten' za 2015 rik.* Kyi'v : Derzh. sluzhba statystyky Ukrainy, 2016. 101 s.
17. *Vyrobnyctvo osnovnyh vydiv promyslovoi' produkcii' za 2011—2014 rr.* URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/pr/prm_ric/prm_ric_u/vov2005_u.html.
18. *Vyrobnyctvo osnovnyh vydiv promyslovoi' produkcii' po misjacijah 2015 roku.* URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/pr/ovp/ovp_u/ovp2015.html.
19. *Doslidzhennja rynku vapna i vapnjaku v Ukraini (pidsumky 2016—2017 rokov).* URL : <http://limeindustry.in.ua/uk/pressreleases/show/42>.
20. *Doslidzhennja importno-eksportnoi' dynamiky vapnjakovogo kamenju v Ukraini.* URL : <http://limeindustry.in.ua/uk/pressreleases/show/51>.
21. *Sumarnyj obsjag importu ta eksportu u rozrizi tovarnyh pozycij za kodamy UKTZED.* URL : <http://sfs.gov.ua/ms/f11>.
22. *Zovnishnja torgivlja Ukrainy iz zaznachennjam osnovnyh kraj'n-kontragentiv.* URL : <http://sfs.gov.ua/ms/f3>.

УДК 339.13.012:667.634.5(477)

КАРАВАЄВ Тарас,

д. т. н., доцент кафедри товарознавства та митної справи
Київського національного торговельно-економічного університету

КАЛУГА Ніна,

к. х. н., доцент кафедри товарознавства та митної справи
Київського національного торговельно-економічного університету

СІМ'ЯЧКО Олена,

к. т. н., доцент кафедри товарознавства та митної справи
Київського національного торговельно-економічного університету

СТРУКТУРА ТА ДИНАМІКА РИНКУ ЛАКОФАРБОВИХ МАТЕРІАЛІВ В УКРАЇНІ

Проаналізовано обсяги виробництва, експорту та імпорту лакофарбових матеріалів (ЛФМ) в Україні. Визначено структуру споживання ЛФМ за походженням та основними видами. Виявлено головні позитивні й негативні тенденції формування ринку ЛФМ в Україні. Зроблено прогноз щодо перспектив розвитку ринку ЛФМ в Україні.

Ключові слова: лакофарбові матеріали (ЛФМ), водно-дисперсійні ЛФМ, ЛФМ на основі органічних розчинників, виробництво, експорт, імпорт, споживання.

Караваяев Т., Калуга Н., Симячко Е. Структура и динамика рынка лакокрасочных материалов в Украине. Проанализированы объемы производства, экспорта и импорта лакокрасочных материалов (ЛКМ) в Украине. Определена структура потребления ЛКМ по происхождению и основным видам. Выявлены главные положительные и отрицательные тенденции формирования рынка ЛКМ в Украине. Сделан прогноз относительно перспектив развития рынка ЛКМ в Украине.

Ключевые слова: лакокрасочные материалы (ЛКМ), водно-дисперсионные ЛКМ, ЛКМ на основе органических растворителей, производство, экспорт, импорт, потребление.

Постановка проблеми. Лакофарбові матеріали (далі – ЛФМ) посідають важливе місце серед побутових хімічних товарів як на споживчому ринку України, так і в структурі виробництва хімічної продукції. Динамічність виробництва та споживання ЛФМ, наявність значної кількості виробників зумовлюють складність оцінювання ринку цієї продукції, його аналізу, відстеження тенденцій розвитку.

Український ринок *ЛФМ* становить 0.5–0.6 % світового, але значною мірою залежить від тенденцій на ньому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань формування ринку *ЛФМ* в Україні присвячено праці таких вітчизняних науковців і практиків: В. А. Свідерського, Т. А. Караваєва, Н. В. Мережко, О. Г. Золотарьової, Т. В. Ковені, В. Чернової та ін. [1–7]. Водночас ці публікації містять лише аналіз даних офіційної статистики. Остання, за нашими оцінками, не повністю відображає реальну ситуацію на ринку, яка в Україні часто змінюється, особливо останні 5 років. Це потребує постійного моніторингу та аналізу основних тенденцій.

Мета статті – проаналізувати структуру та динаміку ринку *ЛФМ* в Україні.

Матеріали та методи. Об'єкт дослідження – структура виробництва, експорту, імпорту та споживання *ЛФМ* різних видів в Україні.

Застосовано загальнонаукові та спеціальні методи пізнання економічних процесів: аналізу й синтезу, системного підходу, порівняння та узагальнення.

Інформаційна база дослідження – офіційні дані Державної служби статистики України, Державної фіскальної служби України, Асоціації українських виробників лакофарбової промисловості (АУВЛП).

Результати досліджень. Світова лакофарбова промисловість під тиском вимог законодавства щодо охорони здоров'я персоналу та захисту навколишнього середовища виробляє широкий асортимент екологічно нешкідливих *ЛФМ*. Найшвидшими темпами розвивається виробництво водно-дисперсійних *ЛФМ* (далі – *ВД ЛФМ*) та з високим сухим залишком [8]. За даними експертів, частка екологічних *ЛФМ* на ринках країн ЄС становить 75–90 % [9–10].

За даними Всесвітньої асоціації виробників *ЛФМ* (*World Paint & Coatings Industry Association*), спостерігається чітка тенденція до зростання обсягу виробництва *ЛФМ* у світі. Протягом останніх 5 років обсяг виробництва *ЛФМ* зріс на 7.4 млн т або на 17.7 % з 41.8 млн т у 2013 р. до 49.2 млн т у 2017 р. із середньорічним темпом зростання 4.3 %. Зростання відбувається за рахунок підвищення обсягів виробництва *ВД ЛФМ* та з низьким вмістом летких органічних сполук (далі – *ЛОС*), або так званих "зелених *ЛФМ*", і зниження частки *ЛФМ* на основі органічних розчинників (далі – *ОР ЛФМ*), особливо в сегменті матеріалів декоративного призначення [9–13].

Формування ринку *ЛФМ* України відбувається під впливом світових тенденцій і визначається обсягами виробництва, експорту, імпорту та споживання у промисловому та декоративному секторах.

Офіційні дані Держстату до обсягів виробництва *ЛФМ* включають продукцію розділу 20 "Речовини хімічні та продукти хімічні" групи 20.30 "Фарби, лаки та продукція подібна, фарба друкарська та мастики" згідно з Номенклатурою промислової продукції. Найбільшу частку цієї продукції займають: фарби й лаки на основі полімерів,

диспергованих або розчинених у водному середовищі (ВД ЛФМ, код 20.30.11), диспергованих або розчинених у неводних середовищах (ОР ЛФМ, код 20.30.12) та інші ЛФМ (фарби та лаки масляні; сикативи готові; мастики й шпаклівки малярні, суміші для ущільнення, невогнетривкі суміші для покриття поверхонь; розчинники та розріджувачі складні органічні; суміші готові для видалення фарб або лаків та інші, код 20.30.22) [14].

Окрім офіційної статистики, дані щодо обсягів виробництва й споживання ЛФМ в Україні відслідковує АУВЛП [15].

За даними Держстату, найбільший обсяг виробництва ЛФМ в Україні за останні 5 років на рівні 253,4 тис. т зафіксовано в 2013 р. У наступні 2 роки відбувається зниження обсягів виробництва ЛФМ (% порівняно з попереднім роком): у 2014 р. – майже на 10 %, у 2015 р. – більш ніж на 13 %, що є найнижчим за останні 5 років. Водночас загальне зниження обсягів виробництва ЛФМ у 2015 р. порівняно з 2013 р. становило майже 22 %, що відображає тенденції в більшості галузей економіки України (рис. 1) [15–16].

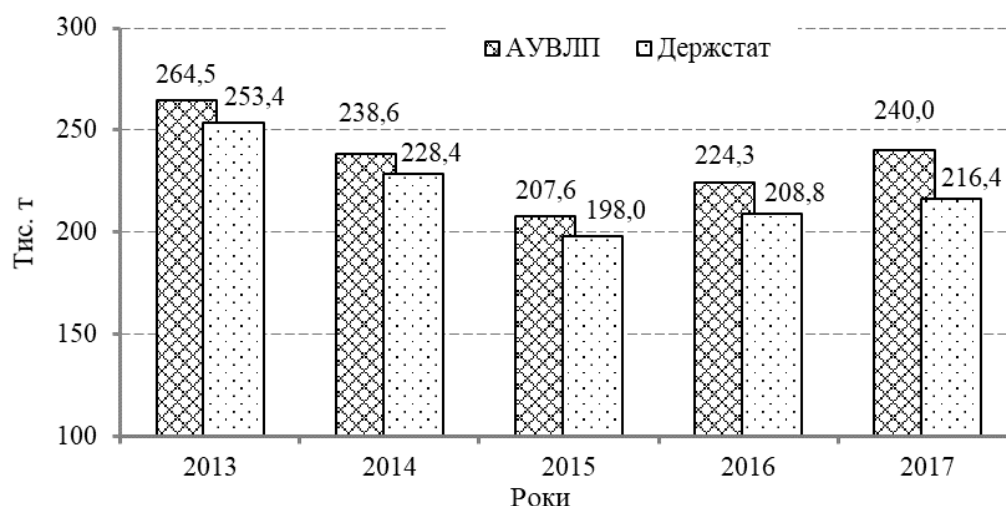


Рис. 1. Обсяги та динаміка виробництва ЛФМ в Україні в 2013–2017 рр.

Побудовано автором за [15–16].

У 2016–2017 рр. відбувається поступове зростання виробництва ЛФМ, обсяг якого зріс на 9,2 % порівняно з 2015 р., проте на 14,6 % був меншим ніж у 2013 р. (див. рис. 1).

Варто звернути увагу на заниженість даних офіційної статистики щодо виробництва ЛФМ в Україні, оскільки в ній не врахована продукція, виготовлена на малих і приватних підприємствах, які можуть не подавати звітність до Держстату. Так, за даними АУВЛП, обсяги виробництва ЛФМ є на 4,4–11,0 % більшими, ніж за офіційними даними (див. рис. 1).

Аналіз даних АУВЛП щодо структури виробництва ЛФМ у розрізі основних видів показує, що починаючи з 2014 р. вперше за всю

історію України обсяг виробництва *ВД ЛФМ* перевищив обсяг *ОР ЛФМ* та інших *ЛФМ*. У 2014–2015 рр. спостерігається зниження обсягів виробництва всіх видів *ЛФМ*. Спад виробництва *ВД ЛФМ* у 2015 р. порівняно з 2013 р. становив 10,7 %, що більш ніж втричі менше порівняно з *ОР ЛФМ* (рис. 2).

У 2016–2017 рр. відбулося зростання обсягів виробництва за основними видами *ЛФМ*. Проте темпи зростання в 2017/2016 знизилися у більш ніж 2 рази порівняно з 2016/2015. У сегменті *ОР ЛФМ* за останній рік зростання становило 6,5 проти 17,1 % у 2016 р., а для *ВД ЛФМ* – 8,2 проти 16,7 % відповідно.

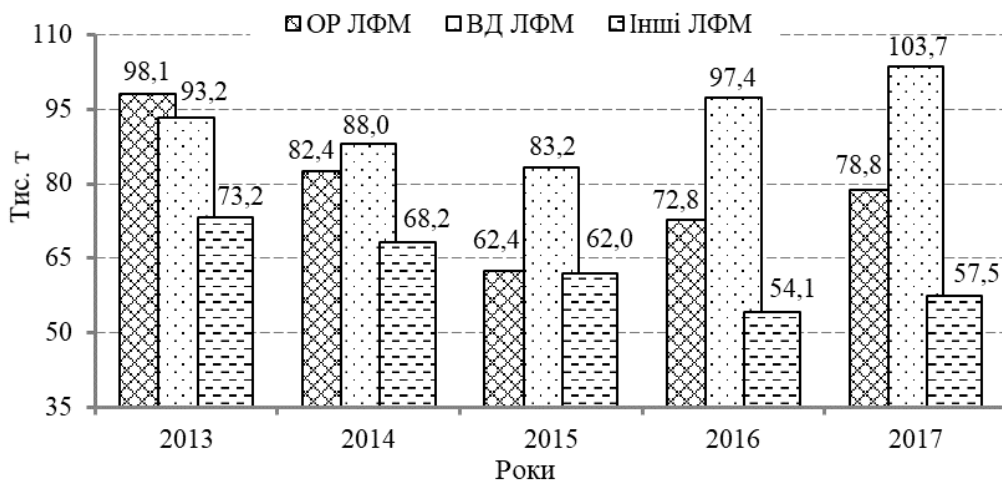


Рис. 2. Динаміка та структура виробництва *ЛФМ* в Україні в розрізі основних видів у 2013–2017 рр.

Побудовано автором за [15–16].

За проаналізований період частка *ВД ЛФМ* у загальній структурі виробництва *ЛФМ* в Україні зросла з 35 % у 2013 р. до більш ніж 43 % у 2016 та 2017 рр. Частка *ВД ЛФМ* у структурі виробництва лаків і фарб зросла з майже 49 до 57 % і залишається практично незмінною останні 3 роки. Ці дані свідчать про призупинення тенденції до зростання частки виробництва в Україні екологічно нешкідливих *ВД ЛФМ*, що пояснюється відтермінуванням запровадження в Україні Технічного регламенту щодо обмеження *ЛОС* у *ЛФМ*. Проект останнього вже розміщено на офіційному сайті Мінекономрозвитку і торгівлі України для громадського обговорення, проте перша стадія його впровадження очікується з 01.01.2019 [17].

Не менш важливим фактором формування внутрішнього ринку є імпорт *ЛФМ*. Аналіз даних Державної фіскальної служби України показує, що загальний обсяг імпорту *ЛФМ* в Україну за проаналізований період у натуральному вираженні змінювався неоднозначно (рис. 3) [18]. У 2013–2015 рр. спостерігалось зниження обсягів імпорту *ЛФМ* в Україну, яке становило майже 30 тис. т, або більше ніж 53 %.

У 2016–2017 рр. обсяги імпорту поступово відновилися. У 2017 р. порівняно з 2015 р. сумарний імпорт ЛФМ зріс майже на 17 тис. т, або на 65 %, до рівня 42.9 тис. т. Проте це на 23.5 % менше ніж у 2013 р.

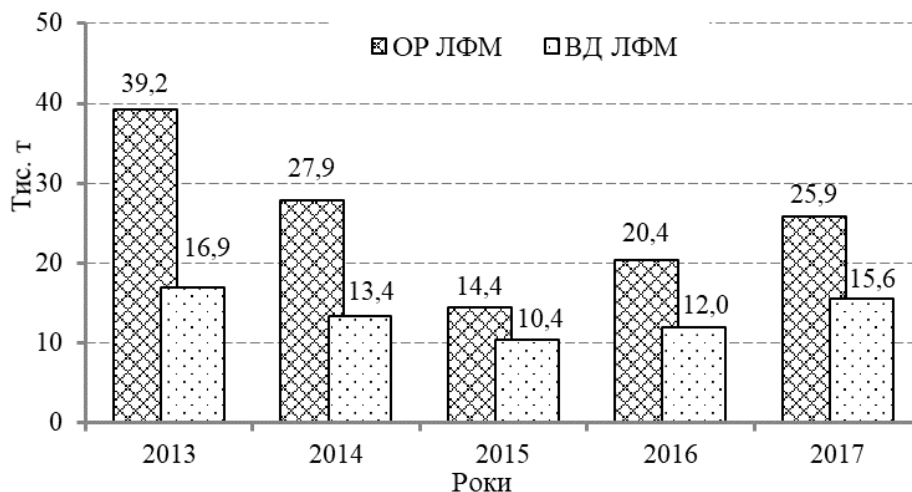


Рис. 3. Динаміка та структура імпорту ЛФМ в Україну за основними видами в 2013–2017 рр. у натуральному вираженні

Побудовано автором за [18].

У структурі імпорту переважають *ОР ЛФМ* (ТП 3208 згідно з УКТЗЕД), частка яких у загальному обсязі перебувала в межах від 55 % у 2015 р. до 68 % у 2013 р. Частка *ВД ЛФМ* (ТП 3209 згідно з УКТЗЕД) коливається від 30 % у 2013 р. до 40 % у 2015 р. (див. рис. 3). Обсяги імпорту інших ЛФМ (ТП 3210 згідно з УКТЗЕД) є незначними й перебували в межах 1.2–1.4 тис. т. Їх частка становила 1.2–4.5 % загального імпорту.

Обсяг імпорту *ОР ЛФМ* у 2013–2015 рр. знизився у більш ніж 2.7 раза. У 2015–2017 рр. спостерігається протилежна тенденція, яка показала зростання обсягів імпорту *ОР ЛФМ* у 1.8 раза. Тренд імпорту *ВД ЛФМ* є аналогічним, проте характеризується меншими обсягами та має іншу динаміку. У першій частині проаналізованого періоду обсяг імпорту *ВД ЛФМ* знизився лише в 1.6 раза, а зростання його в 2015–2017 рр. відбулося в 1.5 раза.

Більші обсяги та вища частка імпорту *ОР ЛФМ* у загальній структурі пояснюється тим, що ця продукція використовується переважно в промисловості. Найбільші обсяги імпорту припадають на роки найвищого ВВП за останні 5–7 років. Вітчизняні виробники домінують на ринку *ВД* та *ОР ЛФМ* декоративного призначення, до яких висуваються не такі жорсткі вимоги, як до ЛФМ промислового застосування та протикорозійних.

У грошовому вираженні загальний обсяг імпорту основних видів ЛФМ за проаналізований період перебував у межах від 74.3 млн дол. США в 2015 р. до 163.0 млн дол. США в 2013 р. (рис. 4).

Структура імпорту в грошовому вираженні є стабільнішою. Переважну більшість займають *ОР ЛФМ*, частка яких становить майже 70 %. Винятком є 2013 р., коли частка цих *ЛФМ* становила 74,4 %. Динаміка й темпи загалом відповідають аналогічним показникам у натуральному вираженні.

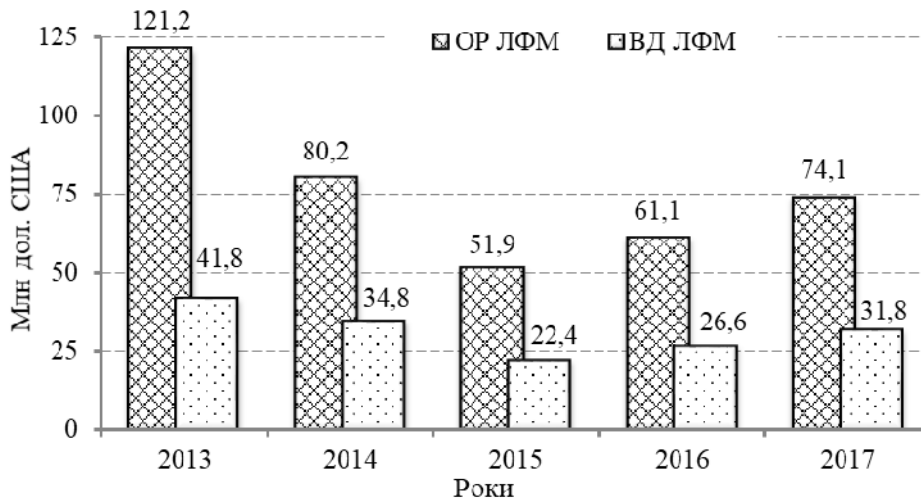


Рис. 4. Динаміка та структура імпорту *ЛФМ* в Україну за основними видами в 2013–2017 рр. у грошовому вираженні

Побудовано автором за [18].

Тенденцію до зниження обсягів імпорту *ЛФМ* обох видів у грошовому вираженні у 2013–2015 рр. можна пояснити суттєвим (у більш ніж 3 рази) знеціненням національної валюти, що підвищило вартість імпортованої продукції та зробило її не конкурентоспроможною на внутрішньому ринку.

Пояснення означеним тенденціям дають дані щодо середньої вартості імпортованих *ЛФМ* (дол. США за 1 кг), яка для *ОР ЛФМ* становила від 2.86 у 2017 р. до 3.60 у 2015 р., а *ВД ЛФМ* – від 2.04 у 2017 р. до 2.60 у 2014 р. Відмічається загальна тенденція до підвищення середньої вартості імпортних *ЛФМ*. Проте остання залишається низькою для обох видів, що можна пояснити штучним заниженням суб'єктами ЗЕД митної вартості *ЛФМ* при імпорті з метою ухилення від сплати митних платежів, а також переважаючим імпортом з країн СНД.

За проаналізований період здійснювався також експорт *ЛФМ* з України, проте його обсяг у натуральному вираженні в 3.8–6.7 рази нижчий, ніж імпорт (рис. 5). Загальний обсяг експорту *ЛФМ* з України становив від 5.7 до 10.4 тис. т у 2017 та 2013 рр. відповідно. Зниження обсягів експорту в 1.8 рази відбулося в період з 2013 по 2016 р. включно. Проте воно є нижчим, порівняно з імпортом у 2013–2015 рр. (у 2.2 рази). У 2017 р. зафіксовано незначне зростання експорту *ЛФМ* на 11.6 %.

Експорт формується переважно за рахунок *ОР ЛФМ*. Його падіння за досліджуваний період відбулося майже в 2 рази, а частка *ОР ЛФМ* у загальній структурі знизилася з 75 до 64 %.

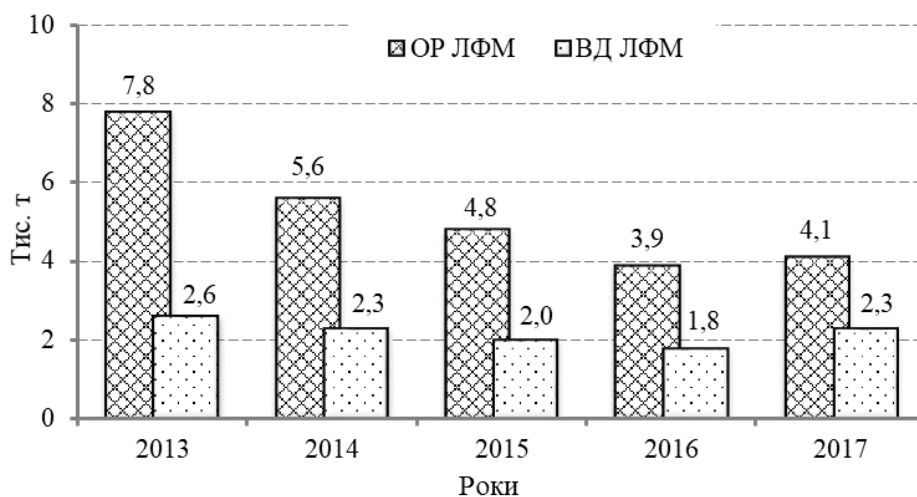


Рис. 5. Динаміка та структура експорту *ЛФМ* з України за основними видами в 2013–2017 рр. у натуральному вираженні

Побудовано автором за [18].

Обсяги експорту *ВД ЛФМ* є меншими за абсолютними показниками, але більш стабільними за обсягами. Зниження експорту цього виду *ЛФМ* було в 1.4 рази нижчим, а їх частка у загальній структурі зросла з 25 до майже 36 %. Така тенденція пояснюється збільшенням споживання екологічних *ВД ЛФМ* на ринках країн СНД, до яких традиційно здійснюється експорт *ЛФМ* з України. Це також свідчить про підвищення якості *ВД ЛФМ* вітчизняного виробництва та зростання обсягів їх експорту до країн Євросоюзу в межах Угоди про асоціацію між Україною та ЄС.

Обсяги експорту інших *ЛФМ* за проаналізований період у натуральному вираженні перебувають у межах 0.01–0.12 тис. т, а частка у загальній структурі не перевищувала 1.2 %.

Падіння експорту *ЛФМ* у грошовому вираженні відбулося більше ніж у 2.2 рази. Частка *ОР ЛФМ* у структурі експорту в грошовому вираженні є вищою, ніж аналогічний показник у натуральному вираженні, й перебуває в межах від 82 % у 2013 р. до 74 % у 2017 р. і має тенденцію до зниження (рис. 6).

Така висока частка *ОР ЛФМ* пояснюється їх вищою середньою вартістю при експорті, яка становить 1.54–1.91 порівняно з 0.85–1.23 дол. США за 1 кг для *ВД ЛФМ*. Проте вартість експортованих *ЛФМ* є значно нижчою, ніж імпортованих: для *ОР ЛФМ* нижче в 1.7–2.3 рази, для *ВД ЛФМ* – у 2.0–2.5 рази залежно від року. Наведені дані говорять, що Україна експортує дешевші *ЛФМ*, а імпортує більш дорогі.

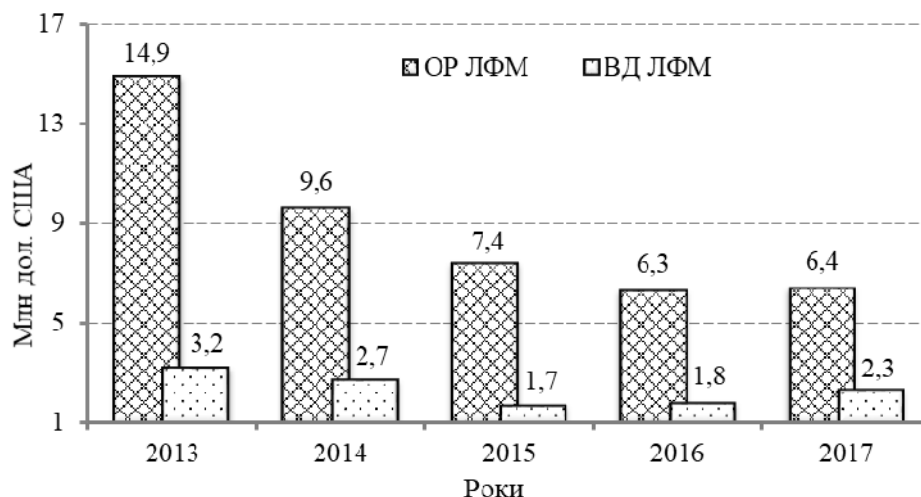


Рис. 6. Динаміка та структура експорту ЛФМ з України за основними видами в 2013–2017 рр. у грошовому вираженні

Побудовано автором за [18].

Отже, обсяг споживання ЛФМ в Україні (з урахуванням даних АУВЛП щодо обсягів виробництва) перебував у межах від 301,3 до 226,7 тис. т. Спад споживання за 2013–2015 рр. відбувся майже на 25 % і здебільшого за рахунок ОР ЛФМ (рис. 7).

У 2016–2017 рр. обсяг споживання ЛФМ в Україні зріс майже на 50 тис. т, або на 22 %, переважно за рахунок ВД і ОР ЛФМ.

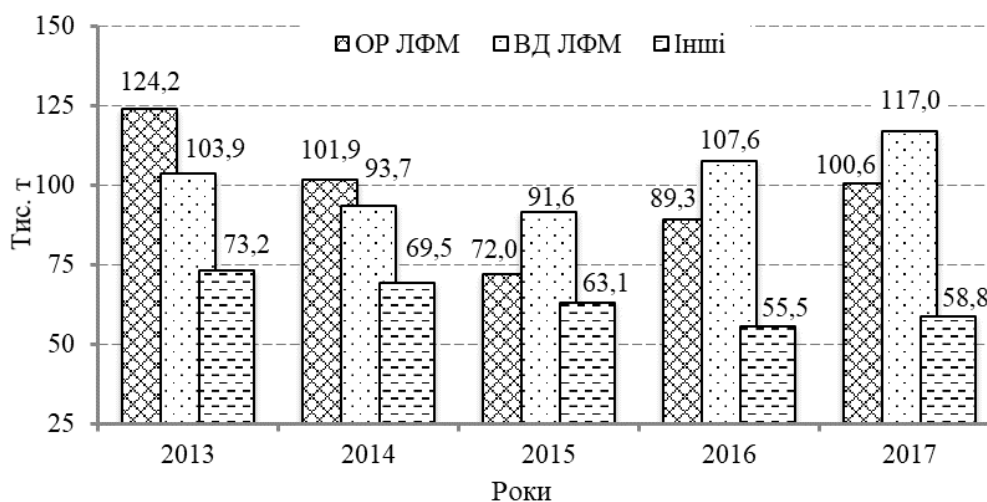


Рис. 7. Обсяги та структура споживання ЛФМ в Україні за видами у 2013–2017 рр.

Побудовано автором за [15; 18].

За проаналізований період відбулися зміни в структурі споживання ЛФМ в Україні. За походженням частка вітчизняних ЛФМ у загальній структурі споживання в 2013–2015 рр. зростає на 8 %. Частка

споживання імпоротної продукції знизилася з 19 до 11 % (рис. 8). Такі зміни можна пояснити максимальною девальвацією гривні щодо іноземних валют у 2014–2015 рр. Це призвело до суттєвого зростання вартості ЛФМ закордонного виробництва на внутрішньому ринку. Зважаючи на зниження реальних доходів населення України в цей період, імпортна продукція стала недоступною для більшості пересічних споживачів, які переорієнтовувалися на дешевші ЛФМ вітчизняного виробництва.

За останні 2 роки частка імпоротної продукції в загальному обсязі споживання зростає до 13 % у 2016 р. і до 16 % у 2017 р., що пояснюється поступовим зростанням реальних доходів українців. Особливо це стосується сегменту високоякісних ВД лаків і емалей спеціального застосування.

Проте, незважаючи на наведені дані, можна впевнено сказати, що вітчизняна лакофарбова промисловість є однією з небагатьох, яка на більш ніж 80 % забезпечує потреби внутрішнього ринку ЛФМ продукцією власного виробництва.

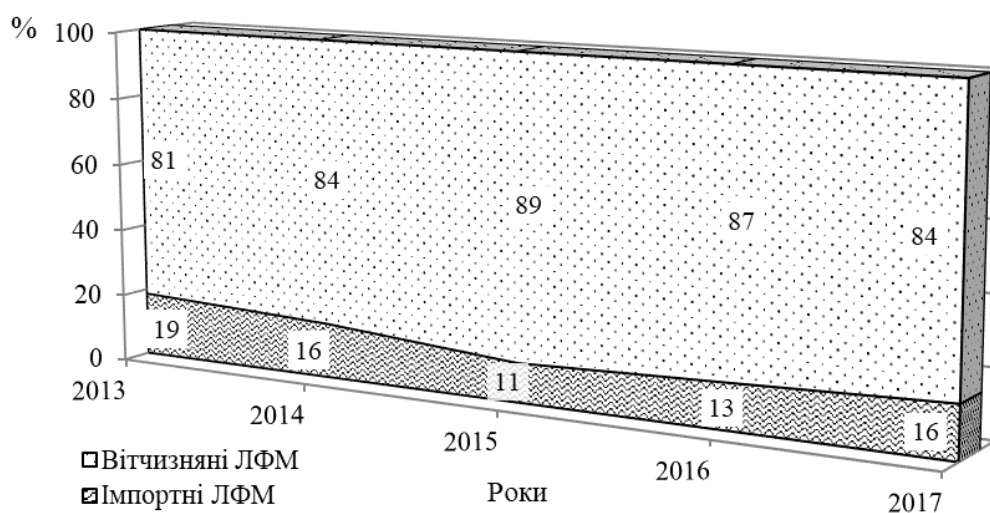


Рис. 8. Структура споживання ЛФМ в Україні за походженням
Побудовано автором за [15; 18].

Суттєві зміни в структурі споживання ЛФМ в Україні відбулися в розрізі основних видів. У 2017 р. порівняно з 2013-м частка екологічних ВД ЛФМ у загальній структурі споживання зросла на 7 % до рівня 42 %. Частка ОР ЛФМ у загальній структурі споживання знизилася на 9 % у 2015 р. порівняно з 2013-м. У 2017 р. відбулося незначне збільшення частки ОР ЛФМ, що пояснюється низькими обсягами споживання інших ЛФМ.

Вартим уваги є і той факт, що в 2015 р. вперше за всю історію аналізу даних обсяг споживання екологічно безпечних ВД ЛФМ перевищив ОР ЛФМ. Зростання обсягів і частки споживання ВД ЛФМ стало можливим через позитивну оцінку українськими споживачами

відчутних переваг цього виду *ЛФМ*, що визначається їх екологічністю, практично відсутністю у складі органічних розчинників, зручністю у використанні, можливістю полімеризації за кімнатної температури, високими експлуатаційними властивостями покриттів. Це призвело до суттєвого зниження споживання *ОР ЛФМ* в Україні [19].

Асортимент *ЛФМ* на вітчизняному ринку досить широкий і представлений як вітчизняними, так і закордонними брендами. В Україні реалізуються такі *ЛФМ* іноземного виробництва, як *Düfa*, *Feidal*, *Caparol* (Німеччина), *Tikkurila* (Фінляндія), *Sniezka* (Польща), *Sadolin* (Швеція), *Marshall* (Нідерланди) та ін.

Найбільшими виробниками *ЛФМ* в Україні є:

ТОВ "Снежка Україна" (ТМ Sniezka, м. Яворів, Львівська обл.)	ТОВ "Файдаль Україна" (ТМ Feidal, м. Брусилів, Житомирська обл.)
ТОВ "ЛФЗ "Аврора" (м. Черкаси)	НВФ "Ірком-ЕКТ" (ТМ "Ірком", м. Київ)
ТОВ "ПП "Полісан" (ТМ Farbex, Delfi та ін., м. Суми)	ТОВ "ЕСКАРО КОЛОРО" (ТМ AURA, смт Хлібодарське, Одеська обл.)
ТОВ СП "Мефферт Ганза Фарбен" (ТМ Düfa, м. Дніпро),	ТОВ "Адвент Інвест" (ТМ Kompozit, м. Київ)
ТОВ "ПП "ЗІП" (ТМ Trioga, м. Кам'янське, Дніпропетровська обл.)	ТОВ "Капарол Дніпро" (с. Василівка, Дніпропетровська обл.)
ПП "Олейников О. В." (ТМ Smile, "Барва", м. Кам'янське, Дніпропетровська обл.)	ТОВ "Хенкель Баутехнік Україна" (ТМ Ceresit, 4 заводи у різних областях України) та ін.
ТОВ "Тіккуріла" (ТМ "Колорит" та ін., м. Київ)	ЗАТ "Поліфарб Україна" (м. Дніпро)

До проблем ринку *ЛФМ* в Україні варто віднести такі:

1) державна статистика не відображає актуальних даних щодо обсягів і структури виробництва й споживання *ЛФМ* в Україні. Як наслідок, АУВЛП змушена збирати ці дані для чіткого й однозначного відслідковування тенденцій і формування об'єктивних даних для іноземних інвесторів;

2) дані статистики не відображають обсягів і структури виробництва та споживання *ЛФМ* за сферами застосування так, як це робиться в усьому світі. Щодо цього АУВЛП також повинна взяти ініціативу в свої руки;

3) вітчизняним виробникам варто звертати увагу на такі важливі сегменти *ЛФМ* за сферами застосування: промисловість загалом; хімічна та харчова промисловість; автомобілебудування, машинобудування, кораблебудування; протикорозійні; захист металоконструкцій ліній електропередачі тощо;

4) незначні сегменти ринку, які заслуговують на окреме дослідження та увагу, зважаючи на сталий попит: порошкові *ЛФМ*; друкарські фарби.

У 2018 р. прогнозуємо зростання виробництва й споживання *ЛФМ* в Україні на 4–10 %. За нашими песимістичними прогнозами, обсяг

виробництва становитиме 250 тис. т, споживання – 287; за оптимістичними – 264 та 340 тис. т відповідно. Отже, в 2018 р. можливо вдасться досягти рівня виробництва й споживання ЛФМ у докризовому 2013 р.

Висновки. Враховуючи залежність України від імпорту нафти й нафтопродуктів і постійне зростання цін на них, актуальним є зниження обсягів виробництва вітчизняними підприємствами *ОР ЛФМ* і збільшення виробництва *ВД ЛФМ*. На обсяги виробництва й реалізації *ЛФМ* негативно впливатиме вартість імпортованої сировини, яка за останні 3–4 роки зросла майже в 3 рази внаслідок девальвації національної валюти. Вартість імпортової сировини також вплинула на суттєве підвищення ціни вітчизняних *ЛФМ*. За таких умов українським виробникам варто максимально використовувати в складі *ВД ЛФМ* вітчизняну мінеральну сировину, особливо це стосується природних крейд і каолінів як наповнювачів.

Потребують подальших досліджень структура виробництва й споживання *ЛФМ* в Україні за призначенням, сферами застосування (декоративні: для мінеральних, деревинних, інших поверхонь; промислові: автомобілебудування, машинобудування, хімічна промисловість тощо; протикорозійні, порошкові, друкарські та ін.).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Свидерский В. А.*, Караваев Т. А. Состояние, структура и перспективы развития рынка лакокрасочной продукции в Украине. Лакокрасочные материалы и их применение. 2010. № 9. С. 8—16.
2. *Караваев Т.* Ринок лакофарбових матеріалів в Україні: стан, проблеми, перспективи. Покраска профессиональная. 2012. № 6. С. 34—36.
3. *Karavayev T.* Solventbased paints still dominate. European Coatings Journal. 2012. Vol. 11. P. 12—13.
4. *Золотарьова О.* Тенденції розвитку ринку лакофарбових матеріалів. Міжнар. наук.-практ. журн. "Товари і ринки". 2010. № 2. С. 21—26.
5. *Шкода В. М.*, Мережко Н. В. Аналіз ринку лакофарбових матеріалів. Наукова думка сучасності і майбутнього : Всеукр. практ.-пізн. конф. Дніпро : Вид-во НМ, 2017. С. 72—77.
6. *Ковеня Т. В.* Аналіз стану виробництва та споживання основних видів хімічної продукції в Україні у 2014 році. Хімічна пром-сть України. 2015. № 3. С. 3—32.
7. *Чернова В.* Рынок ЛКМ Украины: факты – вещь упрямая. Хим-Курьер. 2012. № 13. С. 60—62.
8. *History of Paint Science and Technology.* URL : <http://www.ndsu.edu/fileadmin/croll/HistoryofPaintSGC.pdf>.
9. *World's Top ten Paints Companies 2015 Annual Report* (Published by World Paint & Coatings Industry Association. January 5, 2016. Washington). URL : <http://www.wpcia.org/news/World's%20Top%20ten%20Paints%20Companies%202015%20Annual%20Report.html>.

10. *Paints and Coatings: Global Markets & Advanced Technologies*. URL : <http://www.bccresearch.com/market-research/chemicals/paints-coatings-markets-chm049b.html>.
11. *World's Top ten Paints Companies 2014 Annual Report* (Published by World Paint & Coatings Industry Association. January 5, 2015. Washington). URL : <http://www.wpcia.org/news/World's%20Top%20ten%20Paints%20Companies%2014%20Annual%20Report.html>.
12. *World's Top ten Paints Companies 2016 Annual Report* (Published by World Paint & Coatings Industry Association. January 5, 2017. Washington). URL : <http://www.wpcia.org/news/2016.html>.
13. *World's Top ten Paints Companies 2017 Annual Report* (Published by World Paint & Coatings Industry Association. January 5, 2018. Washington). URL : <http://www.wpcia.org/news/World's%20Top%20ten%20Paints%20Companies%202017%20Annual%20Report.html>.
14. *Про затвердження* Номенклатури продукції промисловості : Наказ Державної служби статистики України від 17 грудня 2012 року № 520 (у редакції наказу Державної служби статистики України від 25.12.2015 № 367). URL : http://ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/op_npp.htm.
15. *Про лакофарбову* промисловість України (офіційний сайт Асоціації українських виробників лакофарбової продукції). URL : <http://auvlp.org.ua/about-our-industry.html>.
16. *Виробництво* основних видів промислової продукції у 2013–2017 рр. URL : <http://ukrstat.gov.ua>.
17. *Щодо обмеження* викидів летких органічних сполук унаслідок використання органічних розчинників у певних лакофарбових матеріалах та матеріалах ремонтного фарбування автотранспортних засобів : Технічний регламент (проект). URL : <http://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=c666ed3c-2750-47e0-b289-7cc0de661017>.
18. *Сумарний* обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД. URL : <http://sfs.gov.ua/ms/f11>.
19. *Каравасєв Т. А.* Водно-дисперсійні фарби: товарознавча оцінка : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 288 с.

Стаття надійшла до редакції 12.03.2018.

Karavayev T., Kaluga N., Simiachko O. Structure and dynamics of the paint and coating materials market in Ukraine.

Background. Paint and coating materials (hereinafter PCMs) occupy an important place among the household chemical goods on the consumer market of Ukraine as well as in the structure of chemical products. PCMs output and consumption dynamism, presence of a significant number of producers makes it difficult to assess the market for this product, analyse it, and track trends. The Ukrainian PCMs market constitutes 0.5–0.6 % of the world market, but greatly depends on the trends on it.

The aim of the article is to analyse the structure and dynamics of PCMs market in Ukraine.

Material and methods. The object of research is the structure and value of output, export, import and consumption of various PCMs types in Ukraine.

General scientific and special methods of knowledge of economic processes are applied: analysis and synthesis, system approach, comparison and generalization.

The information base of the study is official data of the State Statistics Service of Ukraine, the State Fiscal Service of Ukraine, Ukrainian Paint and Coatings Association (UPCA).

Results. According to the official data of the State Statistics Service of Ukraine the value of PCMs production have grown in Ukraine in 2017 by 3.6 % compared with 2016 and by 9.2 % compared with 2015, but is less by 14.6 % than in 2013. It is shown that the data of official statistics of PCMs production in Ukraine is underestimated by 4.4–11.0 % compared to the UPCA data. The share of environmental friendly water-dispersible PCMs (WD PCMs) in the structure of PCMs production has increased from 35 to 43 % in Ukraine during the last 5 years. The positive dynamics of PCMs export and import in 2016–2017 has been identified. However, the volume of PCMs export is 3.8–6.7 times lower than import.

The volume of PCMs consumption has grown by almost 22 % in Ukraine in the last 2 years. There were positive changes in the structure of PCMs consumption due to the growth of the share of environmental WD PCMs by 7 % to 42 %. At the same time, the share of solvent born PCMs (SB PCMs) decreased by 9 %. For the first time in the history of research, the consumption of WD PCMs exceeded the SB PCMs in 2015. It is necessary to introduce a Technical Regulation on limiting of VOCs in PCMs in order to further increase volumes and the share of consumption of WD PCMs. The draft of this law document TC 168 Coatings and paints has already been developed. The share of domestic origin PCMs in the overall structure of consumption in 2013–2017 was 81–89 %.

Conclusion. Domestic paint and coatings industry is one of the few that provides more than 80 % the domestic market PCMs of its own production. Taking into account Ukraine's dependence on imports of oil and petroleum products and the steady growth of prices for them, it is relevant to reduce production volumes by domestic enterprises of the SB PCMs and increase the production of WD PCMs. The volume of production and sale of PCMs will continue to be negatively affected by the cost of imported raw materials, which in the last 3–4 years has increased almost 3 times due to the national currency devaluation. The cost of imported raw materials also contributed to a significant increase in the price of domestic PCMs. In these conditions, it is especially important for Ukrainian producers to use domestic mineral raw materials in the WD PCMs. Further research of the structure of production and consumption of PCMs in Ukraine by purpose is necessary.

Keywords: paint and coating materials (PCMs), water-dispersed PCMs, solvent born PCMs, production, export, import, consumption.

REFERENCES

1. *Sviderskij V. A., Karavaev T. A.* Sostojanie, struktura i perspektivy razvitija rynka lakokrasochnoj produkcii v Ukraine. Lakokrasochnye materialy i ih primenenie. 2010. № 9. S. 8—16.
2. *Karavajev T.* Rynok lakofarbovyh materialiv v Ukraïni: stan, problemy, perspektivy. Pokraska professional'naja. 2012. № 6. S. 34—36.
3. *Karavajev T.* Solventbased paints still dominate. European Coatings Journal. 2012. Vol. 11. P. 12—13.

4. *Zolotar'ova O.* Tendencii' rozvytku rynku lakofarbovyh materialiv. Mizhnar. nauk.-prakt. zhurn. "Tovary i rynky". 2010. № 2. S. 21—26.
5. *Shkoda V. M., Merezhko N. V.* Analiz rynku lakofarbovyh materialiv. Naukova dumka suchasnosti i majbutn'ogo : Vseukr. prakt.-pizn. konf. Dnipro : Vyd-vo NM, 2017. S. 72—77.
6. *Kovenja T. V.* Analiz stanu vyrobnyctva ta spozhyvannja osnovnyh vydiv himichnoi' produkcii' v Ukraini u 2014 roci. Himichna prom-st' Ukrainy. 2015. № 3. S. 3—32.
7. *Chernova V.* Rynok LKM Ukrainy: fakty – veshh' uprjamaja. Him-Kur'er. 2012. № 13. S. 60—62.
8. *History of Paint Science and Technology.* URL : <http://www.ndsu.edu/fileadmin/croll/HistoryofPaintSGC.pdf>.
9. *World's Top ten Paints Companies 2015 Annual Report* (Published by World Paint & Coatings Industry Association. January 5, 2016. Washington). URL : <http://www.wpcia.org/news/World's%20Top%20ten%20Paints%20Companies%2015%20Annual%20Report.html>.
10. *Paints and Coatings: Global Markets & Advanced Technologies.* URL : <http://www.bccresearch.com/market-research/chemicals/paints-coatings-markets-chm049b.html>.
11. *World's Top ten Paints Companies 2014 Annual Report* (Published by World Paint & Coatings Industry Association. January 5, 2015. Washington). URL : <http://www.wpcia.org/news/World's%20Top%20ten%20Paints%20Companies%2014%20Annual%20Report.html>.
12. *World's Top ten Paints Companies 2016 Annual Report* (Published by World Paint & Coatings Industry Association. January 5, 2017. Washington). URL : <http://www.wpcia.org/news/2016.html>.
13. *World's Top ten Paints Companies 2017 Annual Report* (Published by World Paint & Coatings Industry Association. January 5, 2018. Washington). URL : <http://www.wpcia.org/news/World's%20Top%20ten%20Paints%20Companies%2017%20Annual%20Report.html>.
14. *Pro zatverdzhennja Nomenklatury produkci' promyslovosti : Nakaz Derzhavnoi' sluzhby statystyky Ukrainy vid 17 grudnja 2012 roku № 520 (u redakcii' nakazu Derzhavnoi' sluzhby statystyky Ukrainy vid 25.12.2015 № 367).* URL : http://ukrstat.gov.ua/klasf/st_ks/op_npp.htm.
15. *Pro lakofarbovu promyslovist' Ukrainy (oficijnyj sajt Asociacii' ukrai'ns'kyh vyrobnykiv lakofarbovoi' produkci')*. URL : <http://auvlp.org.ua/about-our-industry.html>.
16. *Vyrobnyctvo osnovnyh vydiv promyslovoi' produkci' u 2013–2017 rr.* URL : <http://ukrstat.gov.ua>.
17. *Shhodo obmezhenja vykydiv letkyh organichnyh spoluk unaslidok vykorystannja organichnyh rozchynnykiv u pevnyh lakofarbovyh materialah ta materialah remontnogo farbuвання avtotransportnyh zasobiv : Tehnichnyj reglament (proekt).* URL : <http://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=c666ed3c-2750-47e0-b289-7cc0de661017>.
18. *Sumarnyj obsjag importu ta eksportu u rozrizi tovarnyh pozycij za kodamy UKTZED.* URL : <http://sfs.gov.ua/ms/fl1>.
19. *Karavajev T. A.* Vodno-dyspersijni farby: tovaroznavcha ocinka : monografija. Kyi'v : Kyi'v. nac. torg.-ekon. un-t, 2015. 288 s.

УДК 339.13:687.268.3

ГАЛЬКО Світлана,

к. т. н., доцент кафедри товарознавства та митної справи
Київського національного торговельно-економічного університету

МИХАЙЛОВА Галина,

к. т. н., доцент кафедри товарознавства та митної справи
Київського національного торговельно-економічного університету

ОСІЄВСЬКА Валентина,

к. т. н., доцент кафедри товарознавства та митної справи
Київського національного торговельно-економічного університету

РИНОК ПОСТІЛЬНИХ ВИРОБІВ: СЕГМЕНТ ПОДУШОК

Проаналізовано експортно-імпортні операції на світовому ринку подушок. Встановлено можливі напрями для потенційного розвитку експорту подушок з України. Із застосуванням засобів ринкового аналізу Міжнародного торговельного центру (International Trade Center, ІТС) встановлено рейтинги країн-експортерів та імпортерів подушок.

Ключові слова: подушки, світовий ринок подушок, легка промисловість, експортно-імпортні операції.

Галько С., Михайлова Г., Осиевская В. Рынок постельных изделий: сегмент подушек. Проанализированы экспортно-импортные операции на мировом рынке подушек. Установлены возможные направления для потенциального развития экспорта подушек из Украины. С применением средств рыночного анализа Международного торгового центра (International Trade Center, ИТС) установлены рейтинги стран-экспортеров и импортеров подушек.

Ключевые слова: подушки, мировой рынок подушек, легкая промышленность, экспортно-импортные операции.

Постановка проблеми. Аналіз динаміки світового імпорту й експорту уможливорює розкрити потенціал того чи іншого товару. Позитивний торговельний баланс країни свідчить про конкурентну продукцію, яка постачається на світовий ринок. Подушки – це товар, призначений для широкої цільової аудиторії. Саме тому наразі актуальним є питання щодо розвитку виробництва подушок і експортних можливостей України. Розгляд стану світового ринку подушок, нарощення виробництва яких може бути одним із можливих напрямів розвитку сфери легкої промисловості України, уможливить виявити динаміку міжнародного ринку подушок і об'єктивно оцінити сучасні потреби в них.

Вивчення стану легкої промисловості досить розповсюджений напрям серед вітчизняних дослідників, однак увага приділяється або галузі в цілому, або виробництву окремої продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед українських фахівців, які здійснювали огляд ринку постільних речей, зокрема подушок, варто зазначити Г. Михайлову та Г. Пугачевського [1]. Раніше авторами досліджувався світовий ринок ковдр і пледів [2]. В огляді ринку Японії, підготовленому Офісом з просування експорту при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі України [3], включають товари за кодом УКТЗЕД 9404 90, де зазначені подушки. Останні входять до ТОП-20 товарів з найбільшим потенціалом для експорту з України до Японії. Проте дослідженню світового ринку подушок з виокремленням даних по Україні та можливих напрямів розвитку її експортного потенціалу не приділялася належна увага.

Мета статті – аналіз експортно-імпортних операцій на світовому ринку подушок з метою встановлення можливих напрямів для розвитку експортного потенціалу України.

Матеріали та методи. Використано методи логічного аналізу й узагальнення наукової літератури, статистичних даних щодо експорту та імпорту товарів; застосовано засоби ринкового аналізу Міжнародного торговельного центру (*International Trade Center, ITC*) [4].

Для аналізу торговельних потоків подушок у світі застосовано найбільш вживану класифікацію товарів для ведення статистики міжнародної торгівлі – Гармонізовану систему опису та кодування товарів (*далі* – ГС) [5].

Результати дослідження. *Подушкою* (англ. *pillow*) є постільна річ у вигляді зшитого з усіх боків мішка, наповненого пухом, пір'ям, поролоном, чи будь-яким іншим м'яким матеріалом [6]. Класична подушка є опорою для голови людини під час сну, рідше її підкладають під спину, відомі також спеціальні декоративні подушки та подушки для ніг, що зазвичай використовують під час молитви. Стандартизоване визначення терміну таке: *подушка* – це постільна білизна на яку кладуть голову під час відпочинку, що складається із обшивки та наповнювача [7].

Згідно з ГС, подушки класифікуються в розділі ХХ "Різні промислові товари", групі 94 "Меблі; постільні речі, матраци, матрацні основи, диванні подушки та аналогічні набивні речі меблів, світильники та освітлювальні прилади, в іншому місці не зазначені; світлові покажчики, табло та подібні вироби; збірні будівельні конструкції", товарній позиції 9404 "Основи матраці; постільні речі та подібні вироби (приміром, матраци, стьобані ковдри пухові та пір'яні, диванні подушки, пуфи й подушки), з пружинами або заповнені будь-якими матеріалами, чи вироблені з пористої гуми або полімерних матеріалів, з покриттям чи без покриття". Подушки включаються до товарної підпозиції 9404 90 "Інші". Відповідно до УКТЗЕД [8], подушки пір'яні

та пухові класифікуються за кодом УКТЗЕД 9404 90 10 00, а з іншими наповнювачами – 9404 90 90 00. Ураховуючи зазначене, аналіз торговельних потоків з подушками в Україні та світі здійснюватимемо за статистичними даними по коду ГС 9404 90.

Аналізуючи обсяги імпорту подушок у світі за останні 15 років [9] варто зауважити, що вони зросли порівняно з 2002 р. у три рази, зокрема, якщо в 2002 р. обсяги імпорту становили 2.95 млрд дол. США, то в 2016-му цей показник уже був на рівні 8.78 млрд дол. США (рис. 1). Щорічне зростання від 3 до 25 % спостерігалось з 2002 по 2008 р. Глобальна світова криза вплинула на зменшення імпорту в 2009 р. на 9 % порівняно з попереднім роком. У наступні роки обсяги імпорту продовжили своє щорічне зростання, і в 2015 р. його вартість становила вже 9.03 млрд дол. США. Проте результати 2016 р. виявилися нижчими на 3 % від попереднього року.

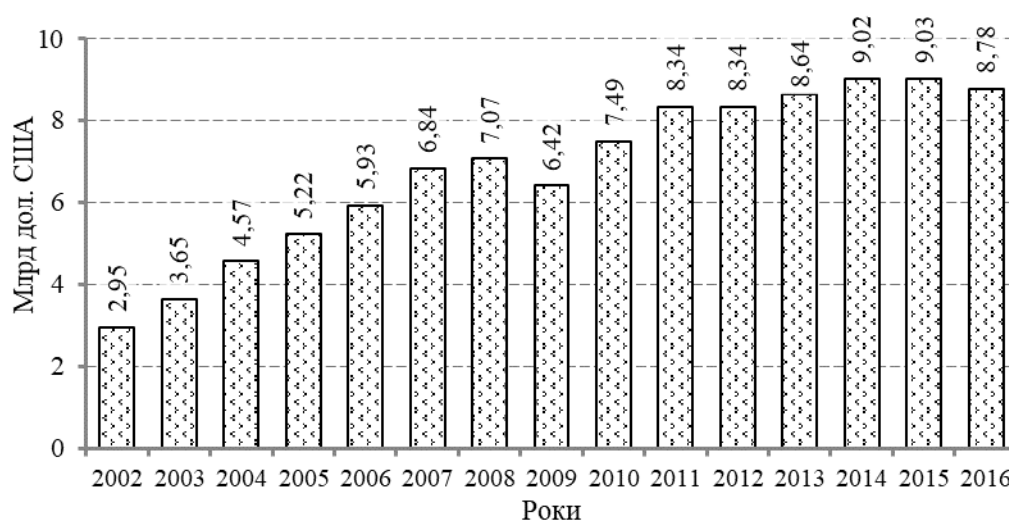


Рис. 1. Обсяги імпорту подушок у світі за 2002–2016 рр.

До п'ятірки країн, які за останні п'ять років ввозять понад 50 % світового імпорту подушок, входять США, Японія, Німеччина, Велика Британія та Канада [9–10], де частка США в 2016 р. була найвагомішою (табл. 1). У 2016-му подушок на суму понад 100 млн дол. США також ввозили ще 12 країн: Франція, Корея, Австралія, Нідерланди, Бельгія, Швеція, Іспанія, Італія, Австрія, Польща, Саудівська Аравія та Швейцарія. До країн-імпортерів, які в 2016 р. ввозили товару на суму від 40 до 100 млн дол. США, відносяться Мексика, Данія, Китай, ОАЕ, Ірак, Гонконг (Китай), Норвегія, Таїланд, Китайський Тайбей, Чилі, Фінляндія, Бразилія, Сінгапур, Нова Зеландія, Чеська Республіка, Туреччина.

Серед зазначених країн щорічне зростання вартості імпорту подушок за 2012–2016 рр. спостерігається саме в США та Великій Британії (по 4 % щорічно).

Таблиця 1

Обсяги світового імпорту подушок у 2012–2016 рр.

Країни-імпортери	2012		2013		2014		2015		2016	
	Вартість, млн дол. США	Частка загального імпорту, %	Вартість, млн дол. США	Частка загального імпорту, %	Вартість, млн дол. США	Частка загального імпорту, %	Вартість, млн дол. США	Частка загального імпорту, %	Вартість, млн дол. США	Частка загального імпорту, %
Усі країни світу, зокрема:	8342	100	8636	100	9024	100	9031	100	8777	100
США	2167	26	2332	27	2403	26.6	2540	28.1	2528	28.8
Японія	1180	14.1	1123	13	1076	11.9	957	10.6	948	10.8
Німеччина	587	7	634	7.3	671	7.4	613	6.8	598	6.8
Велика Британія	354	4.2	368	4.3	421	4.7	421	4.7	402	4.6
Канада	322	3.9	330	3.8	338	3.7	307	3.4	329	3.7
Франція	283	3.4	293	3.4	296	3.3	275	3	287	3.3
Корея	150	1.8	164	1.9	175	1.9	213	2.4	253	2.9
Австралія	190	2.3	190	2.2	207	2.3	214	2.4	209	2.4
Нідерланди	197	2.4	177	2.1	186	2.1	187	2.1	186	2.1
Бельгія	145	1.7	172	2	178	2	150	1.7	161	1.8

Країни, що ввозять подушки на суму понад 30 млн дол. США, за щорічним зростанням імпорту поділено на три групи:

1 група – від 1 до 5 %: Бельгія – 1, Італія, Австрія та Данія – по 2, Австралія – 3, Чехія – 5 %;

2 група – від 6 до 11 %: Саудівська Аравія – 6, Китайський Тайбей – 7, Гонконг (Китай) – 8, Польща та Ізраїль – по 9, Греція – 10, Нова Зеландія – 11 %;

3 група – від 12 до 34 %: Корея – 14, Малайзія – 23, Китай – 24, Таїланд – 28, Ірак – 34 %.

Зазначені країни, на які в майбутньому варто орієнтуватися експортерам подушок, зокрема й Україні, можуть стати потенційними країнами-партнерами на світовому ринку.

Загальна динаміка вартості імпорту подушок до України з 2002 по 2017 р. позитивна. У 2017 р. до України ввезено товару на 7.15 млн дол. США [11]. З 2002 до 2008 р. спостерігалось зростання обсягів імпорту подушок, після чого, ймовірно, світова фінансова криза сприяла його спаду в 2009 р. до 5.72 млн дол. США. Зростання цього показника відновилося вже в 2010 р., піковим став 2012 р. з найбільшими обсягами імпорту за останні 15 років. До 2015 р. знову спостерігався спад до 5.33 млн дол. США, а тенденції до зростання демонструють дані за 2016 і 2017 рр. Загалом, з 2002 по 2016 р. імпорт подушок в Україну зріс майже в 5 разів. Отже, дані щодо зростання обсягів імпорту подушок в Україну корелюють з цими даними на світовому ринку, проте цей процес в Україні відбувся в більшій прогресії (рис. 2).

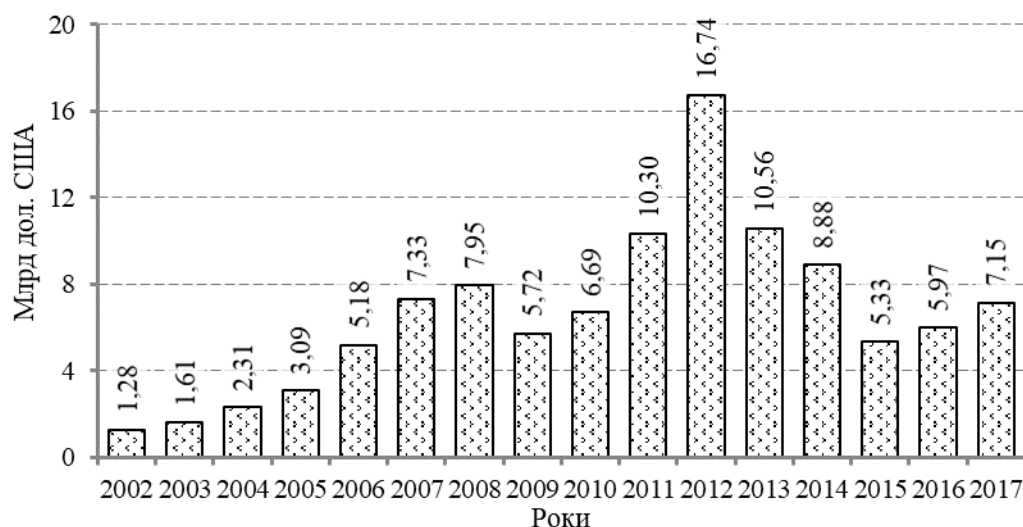


Рис. 2. Обсяги імпорту подушок до України в 2002–2017 рр.

До десятки країн світу, що пропонують свої подушки на світовому ринку, належать Китай, Польща, Індія, Німеччина, США, Естонія, Мексика, Іспанія, Данія, Бельгія (табл. 2). Найбільшим експортером є Китай, який займає 63 % цього ринку. У 2002–2016 рр. його частка у вартісному вираженні зростає в 5.6 рази. [9; 10]. Інші країни з наведеної десятки охоплюють майже 20 % ринку, а саме – частка Польщі та Індії в 2016 р. становила по 4 %, Німеччини та США – по 3, Естонії – 2, Мексики, Іспанії, Данії та Бельгії – по 1.0 %. Серед інших країн, що пропонують подушки на світовому ринку (частка їхнього експорту становить від 1.0 до 0.5 %), – це Нідерланди, В'єтнам, Італія та ін. Якщо у відсотках їхня частка на світовому ринку подушок здається незначною, то у вартісному вираженні, вона становить від 104 до 44 млн дол. США.

До п'ятірки найбільших постачальників подушок до України входять Китай, Польща, Туреччина, Німеччина та Сербія [9–10]. Китай зайняв лідируючі позиції з 2005 р. У 2017-му частка ввезених до України подушок з Китаю становила 53.2 %, з Польщі – 14.8, Туреччини – 6.0, Німеччини – 5.0, Сербії – 4.5, РФ – 2.6, Данії та Індії – по 1.5, Італії та Латвії – по 1.2, Естонії – 1.1, Угорщини та Франції – по 1 %, решта – інші країни.

У 2012–2016 рр. зростання експорту подушок Китаєм дещо призупинилося й становило майже 1 %. Незначні показники з щорічного зростання експорту мають: Велика Британія – 3 %, США та Нідерланди – по 2 %, Мексика – 1 % [10]. Втратили свої позиції в поставках на світовий ринок подушок: Естонія, Бельгія, Австрія, Німеччина, Італія, Пакистан, Данія. Їхній щорічний спад обсягів експорту за 2012–2016 рр. становить від 1 до 6 %.

ТР
Таблиця 2

Обсяги світового експорту подушок у 2002–2016 рр., млн дол. США

Країни-експортери	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Усі країни світу	2516.3	3134.2	4057.6	4615.4	5416.5	6584.2	6826.3	6404.2	7527.1	8745.7	8971.4	9444.8	9834.3	9489.2	9522.7
Китай	1051.3	1434.9	2042.2	2527.2	3104.6	3896.4	3878.0	3814.1	4815.8	5511.2	5809.8	6020.4	6129.5	6084.6	5968.0
Польща	96.1	138.5	180.5	206.0	211.2	257.4	313.9	245.1	294.9	320.5	313.5	391.9	457.6	394.2	399.8
Індія	8.1	18.8	25.5	36.8	71.8	79.1	85.8	91.1	128.1	139.6	180.5	266.4	296.0	338.4	370.2
Німеччина	137.1	165.2	190.1	214.9	253.3	277.9	291.6	294.1	280.6	365.8	318.7	344.9	361.6	309.4	300.2
США	106.7	98.3	134.5	156.2	182.9	217.6	218.3	169.8	193.3	208.4	229.5	241.6	251.1	256.7	246.3
Естонія	64.4	86.1	105.7	97.7	124.0	153.0	153.7	143.1	149.5	198.4	184.3	182.2	180.9	169.4	178.3
Мексика	111.0	131.8	124.8	131.8	138.5	135.8	169.5	118.9	119.8	139.2	124.7	97.1	121.5	114.5	123.2
Іспанія	37.7	40.2	49.7	45.8	39.8	63.4	67.7	60.8	51.8	61.3	68.7	100.9	124.1	97.3	122.7
Данія	101.5	145.3	153.8	147.9	149.8	167.2	156.9	125.6	141.6	157.1	148.4	144.3	150.5	137.3	113.1
Бельгія	72.5	95.9	126.7	119.6	110.8	128.2	143.4	123.8	120.2	132.5	115.0	124.5	127.4	109.0	112.3
Нідерланди	34.0	50.1	49.3	46.8	61.0	68.4	64.0	62.3	68.5	101.1	92.3	93.2	90.8	93.7	104.1
В'єтнам	9.9	13.7	23.6	27.4	24.7	27.5	43.1	44.1	63.5	85.3	82.1	78.6	83.5	65.7	102.5
Італія	44.9	61.8	73.6	67.6	77.0	101.5	108.1	87.2	87.3	112.1	108.9	117.7	128.3	108.4	99.9
Болгарія	2.1	4.3	7.1	9.6	14.6	25.4	26.0	32.4	37.3	50.8	66.2	72.2	88.9	78.5	87.3
Литва	18.5	22.4	28.7	28.4	30.2	38.5	36.4	26.9	30.3	44.6	55.5	62.2	74.1	71.4	77.1
Україна	3.9	7.8	6.1	5.5	5.4	5.6	5.7	5.0	5.7	8.8	10.7	19.1	35.2	33.2	31.4

Завойовницьку позицію на світовому ринку подушок останніми роками стали демонструвати Польща, Індія, Іспанія, В'єтнам, Болгарія, Литва, Туреччина, Таїланд. Щорічне зростання вартості експорту подушок цих країн за 2012–2016 рр. становило від 5 до 18 %. Саме цей показник в Україні є достатньо високим – 34 %. І хоча про експансію світового ринку українськими подушками говорити зарано, це може стати серйозною заявкою на майбутнє.

У 2016 р. експорт подушок з України становив 0.33 % загального світового [10]. Динаміка таких поставок є позитивною, зокрема з 2002 по 2017 р. обсяги експорту зросли майже в 10 разів. Значне зростання відбулося в 2013 р. (рис. 3), а в 2014-му – майже вдвічі. Спостерігається незначний спад у 2015–2016 рр. [9]. У 2017 р. відмічено позитивну динаміку [11]. Україна намагається утримувати щорічні поставки подушок на світовий ринок не менше ніж на 30 млн дол. США. Водночас Україні варто звернути увагу на її потенційних потужних конкурентів серед постачальників подушок на світовий ринок – Китай, Польщу, Індію, США, Іспанію та ін.

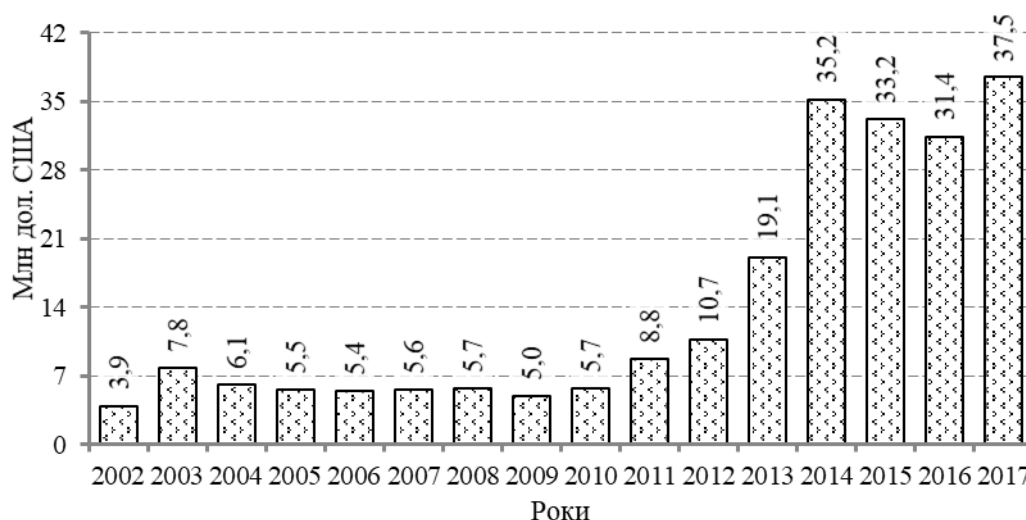


Рис. 3. Обсяги експорту подушок з України на світовий ринок за 2002–2017 рр.

Серед сучасних партнерів України, на ринок яких здійснюються поставки українських подушок, є Польща, Італія, РФ, Німеччина, Нідерланди, Франція, Австрія, Данія, Іспанія, Швеція, Бельгія [9; 11] (рис. 4).

У 2017 р. найбільшу частку своєї продукції (22.2 % подушок на суму 8.3 млн дол. США) Україна вивезла до Польщі. Поставки дещо меншої вартості здійснено до Італії (6.5 млн дол. США), РФ (4.8 млн дол. США), Німеччини (4.2 млн дол. США), Нідерландів (3.4 млн дол. США) та ін. [11].

Починаючи з 2014 р. Україна значно знизилася обсяги поставок подушок до таких країн-партнерів, як РФ (з 27.1 % у 2014 р. до 12.7 % у 2017 р.), Італія (з 27.3 до 17.2 %) та Німеччина (з 19.3 до 11.3 %).

Водночас зросли обсяги поставок до Польщі (з 5.3 до 22.2 %), Нідерландів (з 5.5 до 9.0 %), Франції (з 4.7 до 7.1 %), Данії (з 3.4 до 5.8 %), Австрії (з 4.2 до 5.8 %), Іспанії (від 0.5 до 5.1 %) та ін. [9; 11].

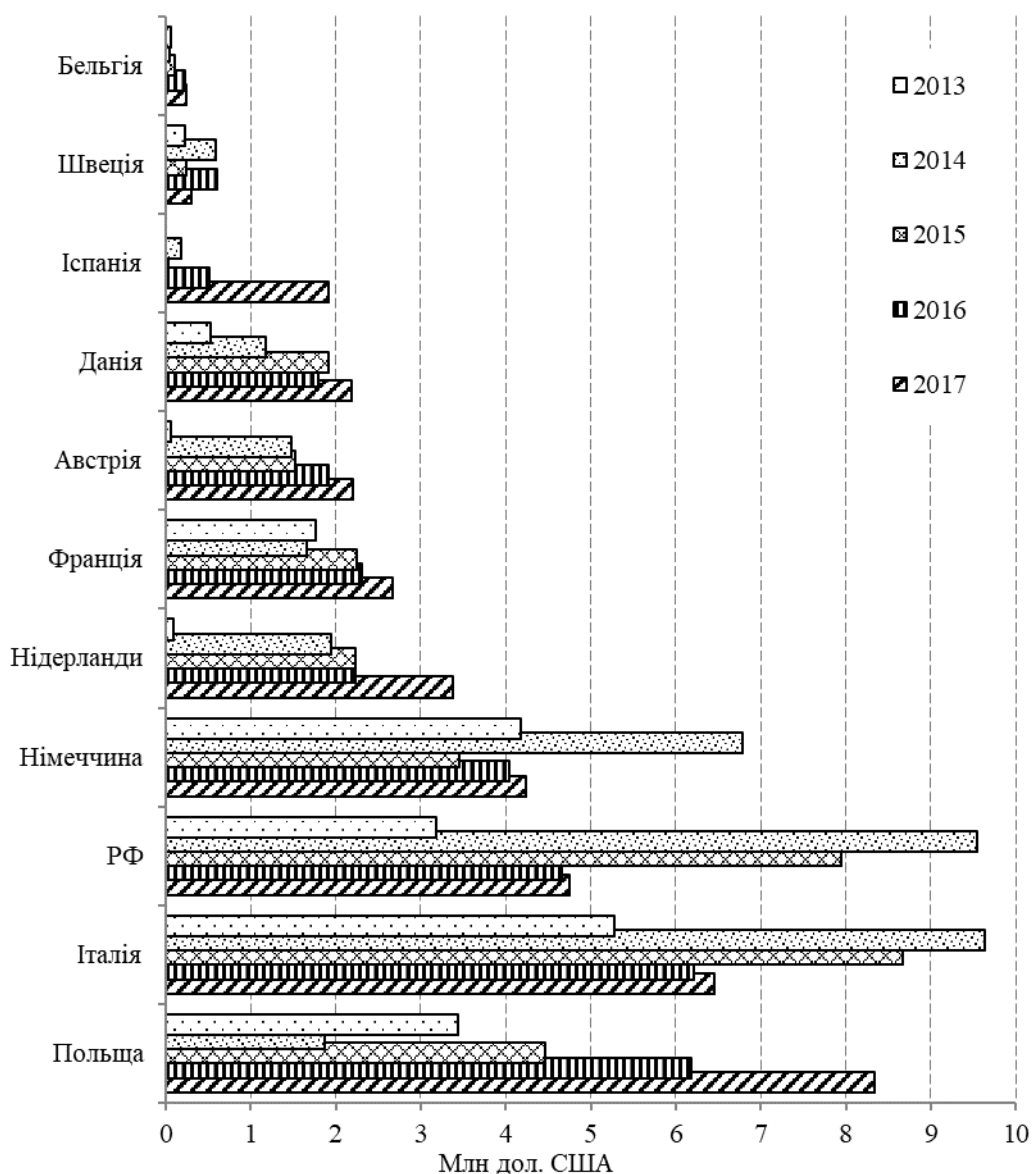


Рис. 4. Обсяги експорту подушок з України до окремих країн світу в 2013–2017 рр.

Аналіз ввізних тарифів різних країн показав, що відкритим ринком для вітчизняних подушок є ринки Білорусі, РФ, європейських країн, де ставка ввізного мита на подушки є нульовою (табл. 3), за виключенням Албанії, Сербії, Боснії та Герцеговини. Для українських подушок відкриті також ринки Канади, Туреччини, Грузії, Вірменії, Азербайджану, Казахстану, Узбекистану, Киргизстану, Таджикистану, Японії, Лівії, Сінгапуру. Найбільше захищають свій ринок від українських подушок Єгипет і Сирія ставкою ввізного мита 60 %, Бутан – 50, Іран – 45, Болівія, Зімбабве та Судан – 40 % [12]. Однак зазначені

країни не є провідними імпортерами подушок, тому це не дуже перешкоджає потраплянню українських подушок на їхній внутрішній ринок.

Таблиця 3

Ставки ввізного мита на подушки (код HS 9404 90) з України в окремих країнах світу [12]

Країна	Ставка ввізного мита, %
Австрія, Велика Британія, Греція, Польща, Нідерланди, Італія, Чехія, Німеччина, Данія, Бельгія, Японія, Канада, Франція, Гонконг (Китай), Сінгапур	0.00
Австралія, Нова Зеландія, Саудівська Аравія, ОАЕ	5.00
США	5.60
Чилі	6.00
Ізраїль	7.67
Китайський Тайбей	7.68
Корея	8.00
Мексика	15.00
Бразилія	18.00
Китай, Таїланд, Малайзія	20.00

США, Австралія, Нова Зеландія, ОАЕ, Саудівська Аравія, Чилі, Ізраїль та інші країни захищають свій ринок, і ставка ввізного мита на українські подушки становить від 5 до 8.00 %. Досить високий рівень тарифного захисту щодо подушок з України має Бразилія, Китай, Таїланд та Малайзія [12].

Висновки. Імпорт подушок за останні п'ятнадцять років має загальну тенденцію до зростання. На сьогодні основним постачальником подушок на світовий ринок є Китай. З 2014 р. Україна збільшила поставки подушок на світовий ринок і продовжує їх постачати щорічно на суму понад 30 млн дол. США.

Ураховуючи сучасний стан світового ринку подушок і динаміку їх використання різними країнами світу, Україні варто пропонувати свою продукцію найбільшим споживачам цього товару, зокрема США, Японії, Німеччині та ін. Водночас бажано було б попередньо провести обговорення питань зниження/скасування ставок ввізного мита на українські подушки з такими країнами, як США, Корея, Австралія.

При плануванні стратегії щодо розвитку експорту подушок українським підприємствам варто звернути увагу на такі країни, як Ірак, Таїланд, Китай, Малайзія, Корея, Нова Зеландія, Греція, Польща, Ізраїль, Гонконг (Китай), Китайський Тайбей, Саудівська Аравія. Однак серед цих країн сприятливі умови для експорту українських подушок (нульова ставка ввізного мита) пропонують лише Греція, Польща та Гонконг. З усіма іншими потрібно вести діалог щодо існуючих бар'єрів виходу на їхній ринок, зокрема обговорювати зниження ставок ввізного мита на українські подушки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Михайлова Г., Пугачевський Г. Експортно-імпортний потенціал України щодо постільних речей. Легка промисловість. 2013. № 2. С.59—60.
2. Галько С., Михайлова Г., Осієвська В. Світовий ринок ковдр і пледів. Міжнар. наук.-практ. журн. "Товари і ринки". 2017. № 1 (23). С.5—15.
3. Японія. Огляд ринку, 2017 рік. URL : http://www.compet.kh.gov.ua/images/2017/Export/Japan_factbook.pdf.
4. International Trade Centre. Market Analysis Tools. URL : <http://legacy.intracen.org/marketanalysis/Default.aspx>.
5. Галько С., Осієвська В. Класифікація товарів як інструмент прозорості міжнародної торгівлі. Міжнар. наук.-практ. журн. "Товари і ринки". 2016. № 1 (21). С. 32—48.
6. Визначення терміну подушка. URL : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%B4%D1%83%D1%88%D0%BA%D0%B0>.
7. ДСТУ EN 131866:2010. Білизна постільна, наповнена пером і пухом. Технічні умови. Київ : Держспоживстандарт України. 2014. 10 с.
8. Про затвердження Пояснень до Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності : наказ ДФС України від 09.06.15 № 401. URL : <http://sfs.gov.ua/zakonodavstvo/mitne-zakonodavstvo/nakazi/63754.html>.
9. United Nations Comtrade Database. URL : <http://comtrade.un.org/data/>.
10. International Trade Centre. Market Access Map. URL : <http://www.macmap.org/>.
11. Державна служба статистики України. Зовнішня торгівля окремими видами товарів за країнами світу. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/zd/e_iovt/arh_iovt2017.htm.
12. International Trade Center. Market Access Map. URL : http://www.macmap.org/QuickSearch/CompareTariffs/CompareTariffs.aspx?subsite=open_access.

Стаття надійшла до редакції 13.03.2018.

Galko S. Mykhailova G., Osievska V. Market of bedding: segment of pillows.

Background. Analysis of the dynamics of world imports and exports makes it possible to reveal the potential of a product. A positive trade balance of the country indicates the competitive products that are supplied to the world market. Pillows are products designed for a wide range of target audiences. That is why the issues concerning the development of pillow production, as well as export opportunities of Ukraine, are currently relevant. Consideration of the state of the world market of pillows, the increase of production of which may be one of the possible directions of development of the light industry of Ukraine, will enable to identify the dynamics of the international pillow market and objectively assess the current need of them.

The study of the light industry is a rather widespread trend among domestic researchers, but the focus is either on the whole industry or on the production of individual products. On the other hand, not enough attention is paid to research the world pillow market with concentration on the Ukrainian data and possible directions of development of Ukrainian export potential.

The aim of the article is the analysis of export-import operations with pillows on the world market to identify possible directions for development of Ukraine's export potential.

Material and methods. Methods of logical analysis, synthesis of scientific literature, statistics of exports and imports have been used; Market Analysis Tools of the International Trade Centre have been applied. The most used classification of goods for conducting international trade statistics The Harmonized Commodity Description and Coding System (HS) was used to analyze trade flows of pillows in the world.

Results. World import volumes of pillows have increased three times for the past 15 years: from 2.95 billion USD in 2002 to 8.78 billion USD in 2016. The top five countries importing more than 50 % of world imports of pillows are the USA, Japan, Germany, the United Kingdom and Canada, and the share of the USA in 2016 was 28.8 % of world imports.

In 2017 Ukraine imported pillows for 7.15 million USD. The overall dynamics of import value for 2002–2017 is positive. Among five of the largest suppliers are China, Poland, Turkey, Germany and Serbia.

Pillows on the world market are offered by China, Poland, Spain, India, Germany, the USA, Estonia, Mexico, Denmark, and Belgium. The biggest exporter is China; its exported value was almost 6.0 billion USD in 2016 that is 63 % of the world market.

In 2016 Ukrainian export of the pillows on the world market averaged 31.4 million USD (0.33 % of the world export). Currently, Ukraine supplies pillows to Poland, Italy, the Russian Federation, Germany, the Netherlands, France, Austria, Denmark, Spain, Sweden, and Belgium.

Analysis of import tariffs showed that among open markets (import duty rate 0 %) for pillows from Ukraine are markets of Belarus, European countries, Canada, Turkey, Libya, Georgia, Azerbaijan, Armenia, Kazakhstan, Uzbekistan, Kyrgyzstan, Tajikistan, Japan, Singapore. More than half of the countries in the world protect their market of pillows, and the rate of import duty on Ukrainian pillows, for example, in the USA is 5.6 %. Tariff protection in other countries, which can be potential consumers of Ukrainian pillows, is from 5 to 20 %.

Conclusion. When planning a strategy for the development of pillow exports, Ukrainian companies should pay attention to such countries, whose need for pillows in recent years has increased and who buy pillows annually for over 30 million USD. In particular among such countries are the following: Thailand, China, Malaysia, Korea, New Zealand, Greece, Poland, Israel, Iraq, Saudi Arabia, Hong Kong (China), Chinese Taipei. However, among these countries, only Greece, Poland and Hong Kong offer favourable conditions for the export of Ukrainian pillows (zero import duty rate). With all others, Ukraine has to dialogue on the existing barriers to entry on their market, in particular, to discuss the reduction of import duty rates on Ukrainian pillows.

Keywords: pillows, world market of pillows, light industry, export-import operations.

REFERENCES

1. *Myhajlova G., Pugachevs'kyj G.* Eksportno-importnyj potencial Ukrai'ny shhodo postil'nyh rechej. *Legka promyslovist'*. 2013. № 2. S.59—60.
2. *Gal'ko S., Myhajlova G., Osijevs'ka V.* Svitovyj rynek kovdr i plediv. *Mizhnar. nauk.-prakt. zhurn. "Tovary i rynky"*. 2017. № 1 (23). S.5—15.
3. *Japonija.* Ogljad rynku, 2017 rik. URL : http://www.compet.kh.gov.ua/images/2017/Export/Japan_factbook.pdf.

4. *International Trade Centre. Market Analysis Tools.* URL : <http://legacy.intracen.org/marketanalysis/Default.aspx>.
5. *Gal'ko S., Osijevs'ka V. Klasyfikacija tovariv jak instrument transparentnosti mizhnarodnoi' torgivli. Mizhnar. nauk.-prakt. zhurn. "Tovary i rynky". 2016. № 1 (21). S. 32—48.*
6. *Vyznachennja terminu podushka.* URL : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%B4%D1%83%D1%88%D0%BA%D0%B0>.
7. *DSTU EN 131866:2010. Bilyzna postil'na, napovnena perom i puhom. Tehnichni umovy. [Chynnyj vid 2012—07—01]. Kyi'v : Derzhspozhyvstandart Ukrai'ny. 2014. 10 s.*
8. *Pro zatverdzhennja Pojasnen' do Ukrai'ns'koi' klasyfikacii' tovariv zovnishn'oekonomichnoi' dijial'nosti : nakaz DFS Ukrai'ny vid 09.06.15 № 401.* URL : <http://sfs.gov.ua/zakonodavstvo/mitne-zakonodavstvo/nakazi/63754.html>.
9. *United Nations Comtrade Database.* URL : <http://comtrade.un.org/data/>.
10. *International Trade Centre. Market Access Map.* URL : <http://www.macmap.org/>.
11. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrai'ny. Zovnishnja torgivlja okremymy vydamy tovariv za kraj'namy svitu.* URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/zd/e_iovt/arh_iovt2017.htm.
12. *International Trade Center. Market Access Map.* URL : http://www.macmap.org/QuickSearch/CompareTariffs/CompareTariffs.aspx?subsite=open_access.

УДК 339.13:666.632

КОЛОМІЄЦЬ Тетяна,

*к. т. н., доцент кафедри товарознавства та митної справи
Київського національного торговельно-економічного університету*

ЧЕРНЯК Людмила,

*к. т. н., доцент кафедри товарознавства та митної справи
Київського національного торговельно-економічного університету*

ВІТЧИЗНЯНИЙ РИНОК ВИРОБІВ САНІТАРНО- ТЕХНІЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ З КЕРАМІКИ

Досліджено стан ринку продукції санітарно-технічного призначення в Україні, зокрема, проведено аналіз експортно-імпортних операцій сантехнічних виробів із кераміки. Серед основних проблем галузі виокремлено наслідки фінансової кризи, зниження попиту на вироби внаслідок зменшення платоспроможності населення.

Ключові слова: санітарно-технічні вироби, обсяг ринку, імпорт, експорт.

Коломієц Т., Черняк Л. Отечественный рынок изделий санитарно-технического назначения из керамики. Исследовано состояние рынка продукции санитарно-технического назначения в Украине, в частности, проведен анализ

© Коломієць Тетяна, Черняк Людмила, 2018

экспортно-импортных операций сантехнических изделий из керамики. Среди основных проблем отрасли выделены последствия финансового кризиса, снижения спроса на изделия вследствие уменьшения платежеспособности населения.

Ключевые слова: санитарно-технические изделия, объем рынка, импорт, экспорт.

Постановка проблеми. Одним із стратегічних завдань України є використання виробничого, науково-технічного та експортного потенціалу такої пріоритетної галузі, як будівельна. Адже в сучасній системі світових товарних ринків, що швидко розвиваються і є прибутковими, будівельні вироби, зокрема сантехнічні, посідають особливе місце.

Управління ланцюгами поставок виробів сантехнічного призначення потрібна як для масштабного будівництва, так і для індивідуального. Наразі вітчизняна промисловість лише частково задовольняє потреби в них. Аналіз вітчизняного ринку уможливить визначитися з напрямками розвитку конкретної галузі будівельних матеріалів України в цілому, виявити динаміку українського ринку сантехнічних виробів із кераміки та об'єктивно оцінити потреби в них.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням аналізу ринку будівельних матеріалів присвячено низку публікацій вітчизняних і зарубіжних вчених, зокрема В. І. Борейка, М. Ю. Притули, В. Б. Ковалю та ін. [1–2]. Проте вони розглядають перспективи виробництва будівельних матеріалів в Україні, або ринку будівельних матеріалів для внутрішнього облаштування тощо. А стан і динаміка розвитку ринку будівельних виробів потребують виокремлення саме товарів санітарно-технічного призначення.

Мета статті – аналіз ринку виробів санітарно-технічного призначення із кераміки в Україні.

Матеріали та методи. Використано методи логічного аналізу й узагальнення статистичних даних щодо виробництва, експорту та імпорту товарів; застосовано Українську класифікацію товарів зовнішньоекономічної діяльності (*далі* – УКТЗЕД), побудовану на основі Гармонізованої системи опису та кодування товарів [3].

Результати досліджень. *Санітарна техніка (сантехніка)* – термін для позначення технічних виробів, що відносяться до каналізації, опалення, вентиляції приміщень, водо-, тепло- та газопостачання [4]. Як випливає з назви, *санітарна техніка* призначена для забезпечення дотримання встановлених санітарним законодавством санітарних норм у будівлях.

Традиційно під сантехнікою розуміють вироби, призначені для вбиралень і ванних кімнат. Сюди відносяться не лише безпосередньо ванни, раковини, крани, умивальники, мийки та унітази, а й джакузі, душові кабінки, змішувачі, біде та інші аксесуари. Сантехніку виготовляють із різноманітних матеріалів, як традиційних, так і нових. Це може бути скло, метал, мармур, фарфор, фаянс, литий полімер, кварцит тощо.

Згідно з УКТЗЕД вироби з кераміки сантехнічного призначення класифікуються в розділі XIII "Вироби з каменю, гіпсу, цементу, азбесту, слюди або аналогічних матеріалів; керамічні вироби; скло та вироби із скла", групі 69 "Керамічні вироби", товарній позиції 6910 "Раковини, умивальники, консолі раковин, ванни, біде, унітази, зливні бачки, пісуари та аналогічні санітарно-технічні вироби з кераміки". До товарної позиції 6910 включаються предмети, призначені для стаціонарного встановлення на місці, у будинках тощо, зазвичай під'єднані до водопроводу або каналізаційної системи. До цієї товарної позиції також включено такі предмети, як зливні бачки туалетів [5].

У товарній позиції 6910 вироби санітарно-технічного призначення поділяються на 2 групи, а саме: раковини, умивальники, консолі раковин, ванни, біде, унітази, зливні бачки, пісуари й аналогічні санітарно-технічні вироби із фарфору (691010) та інші вироби – 691090 [5].

Світова криза 2013–2015 рр. торкнулася також ринку сантехнічних виробів, що негативно вплинуло на попит і, як наслідок, на обсяги виробництва. У 2016 р. ситуація змінилася на краще: обсяги виробів сантехнічного призначення із кераміки порівняно з 2013 р. зросли на 7.7 % і становили 57.9 млн шт. [6]. Статистичні дані свідчать про відчутний поштовх з боку провідних країн-виробників – Китаю, Польщі та Німеччини, особливо високі темпи зростання у виробництві сантехніки продемонстрував Китай.

Наразі ринок сантехніки в Україні перебуває в досить скрутному становищі. Після активізації продажів у 2010–2012 рр., пов'язаних з масштабним будівництвом об'єктів для проведення Євро-2012 та закінченням економічної кризи 2008 р., відбувся значний спад цього сегменту економіки. Пов'язано це не лише із падінням купівельної спроможності споживача й курсу гривні, що призвело до подорожчання імпортової сантехніки, а також і з політичною ситуацією в країні. Лише на початку 2016 р. на державному рівні прийнято низку рішень щодо активізації зведення об'єктів інфраструктури, що позитивно вплинуло на активізацію продажів сантехніки в цілому, зокрема й сантехнічних виробів із кераміки [7].

У 2013–2016 рр. в Україні обсяги виробництва сантехніки з кераміки мали тенденцію до зростання, із максимумом у 2016 р. (4.5 млн шт.), що на 26.6 % більше, ніж у 2015 р. [8]. Спад припав на 2013 р.

Аналіз статистичних даних показав, що сантехнічні вироби з кераміки займають 34 % всієї сантехнічної продукції, а тому логічно вважаються основним обіговим товаром. Інші 66 % ринку займають такі вироби, як: змішувачі, душові системи та кабінки, ванни (акрилові, металеві або зі штучного каменю), аксесуари, меблі для ванної кімнати та парові бокси (рис. 1) [8].

Керамічну сантехніку в Україні виробляють три компанії – ПАТ "Славутський комбінат "Будфарфор" (Хмельницька обл.), ТОВ "Церсаніт Інвест" (Житомирська обл.) і ТОВ "Дніпрокераміка" (Запорізька обл.).

Монополістом вважається "Славутський комбінат "Будфарфор", оскільки його частка на ринку сантехніки становить понад 50 %, незважаючи на те, що за підсумками 2015 р. виробництво сантехніки на підприємстві зменшилося на 7.3 % [9]. У 2016 р. спостерігалася тенденція щодо нарощування потужностей з боку ТОВ "Церсаніт Інвест" (табл. 1) [9].

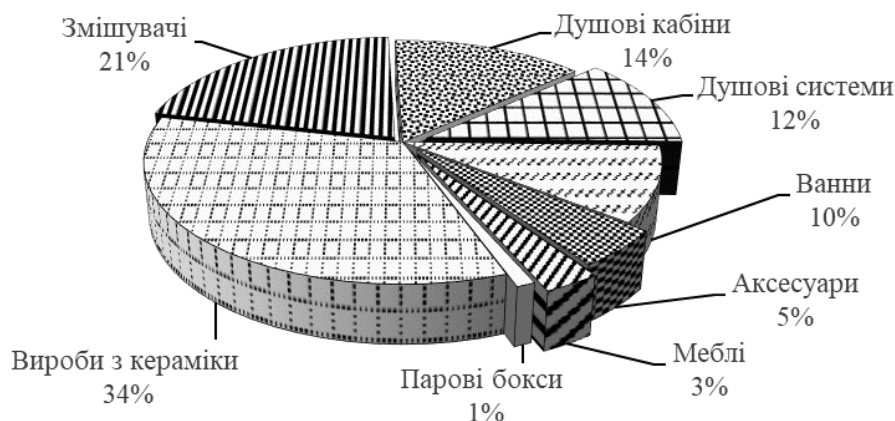


Рис. 1. Структура продажу виробів сантехнічного призначення на ринку України в 2016 р.

Побудовано авторами за [8].

Таблиця 1

**Обсяги виробництва
сантехнічних виробів із кераміки в Україні, %**

Підприємство-виробник	2014	2015	2016
ПАТ "Славутський комбінат "Будфарфор"	62.8	59.3	52
ТОВ "Церсаніт Інвест"	26.7	25.0	35
ТОВ "Дніпрокераміка"	10.5	15.7	13
Разом	100	100	100

Обсяг імпорту виробів санітарно-технічного призначення із кераміки в Україну за останні 7 років зменшився у грошовому вираженні майже в три рази. Найбільший спад (на 58 %) спостерігався в 2014 р. порівняно з попереднім роком. Починаючи з 2016 р. обсяги імпорту відновилися та продовжили своє щорічне зростання. У 2016 р. вартість імпорту сантехніки із кераміки становила 8950 тис. дол. США, а в 2017 р. зросла ще на 27 %. Однією із особливостей імпорту є посилення його спеціалізації, тому частки компаній-лідерів відчутно знижуються. Кожен імпортер схильний працювати зі своїм постачальником. Це свідчить про те, що ринок в цілому досить незрілий. Більшість провідних компаній – дистриб'юторів сантехніки – працює з Китаєм [10]. У 2011 р. його частка на ринку України сантехніки з кераміки становила половину всього обсягу імпорту. У наступні роки поставки з Китаю продовжували зменшуватися, і в кінці 2017 р. частка імпорту сантехніки із кераміки становила лише 17 % (табл. 2) [5].

**Обсяги імпорту в Україну
виробів сантехнічного призначення із кераміки, тис. дол. США**

Країни-імпортери	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Китай	16 150	8068	8257	2277	1236	1744	2100
Польща	6354	5662	8557	3356	2514	3082	4848
Туреччина	2021	–	–	2884	1518	2048	1500
Болгарія	–	1883	2006	–	–	–	–
Інші	8810	8223	9193	3373	1589	2076	3726
Разом	33 335	23 836	28 012	11 810	6857	8950	12 186

Стабільні щорічні поставки сантехніки з кераміки в Україну за зазначений період здійснювала Польща. Її поставки в 2014–2016 рр. були найбільшими й становили майже третину імпорту сантехніки із кераміки всіх країн, а саме: в 2014 р. – 29 %, 2015 р. – 37, 2016 р. – 35 %. У 2017 р. польські виробники знову продемонстрували зростання експорту сантехніки до України й досягли відмітки в 40 % [5].

Імпортерам вдалося зберегти VIP-сегмент сантехнічної продукції. Криза завдала удару переважно по доходах українців – представників середнього класу, які купували вироби середнього цінового сегменту.

Традиційно, найбільшу частку серед імпортованих сантехнічних виробів із кераміки займають унітази та їх основні види – компакт, підвісний і пристінний унітаз. За ними велику частку обсягу імпорту керамічних виробів займають також раковини та їх комплектуючі – п'єдестали та напівп'єдестали. Затим – зливні бачки, біде та уринали (рис. 2) [10].

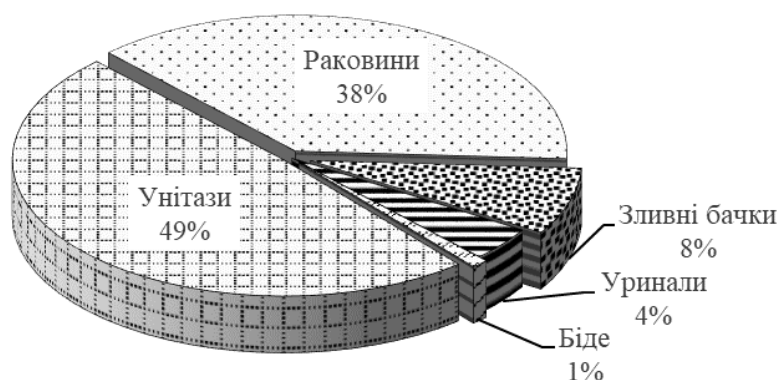


Рис. 2. Структура імпорту сантехнічних виробів з кераміки на ринку України в 2016 р.

Побудовано авторами за [10].

Українські виробники спеціалізуються на експорті таких груп сантехнічних виробів, як сантехнічна кераміка, ванни й душові кабінки, меблі для ванної кімнати та змішувачі [9]. На рис. 3 зазначено основних експортерів сантехнічної продукції України.

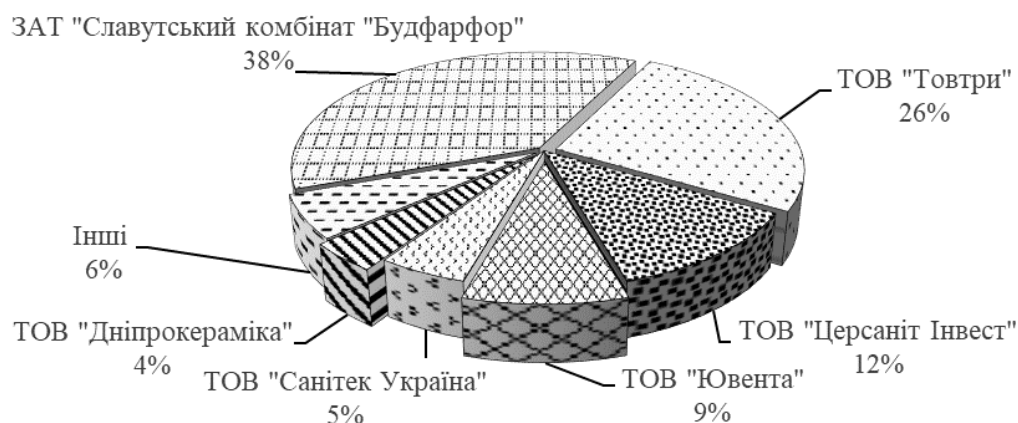


Рис. 3. Структура основних експортерів сантехнічної продукції України

Побудовано авторами за [9].

Динаміка експортних поставок сантехнічних виробів із кераміки до основних країн-контрагентів українськими виробниками є негативною, зокрема в 2011 р. вони становили 46 510, а в 2017 р. – зменшилися на 52 %. За даними Української асоціації кераміки, в 2014–2016 рр. вітчизняні експортери диверсифікували свої контакти за кордоном. Якщо раніше вони працювали переважно з однією країною, куди експортували продукцію, то тепер в активі кожного виробника виявилось декілька країн. До недавнього часу найбільшим споживачем української сантехніки була Росія, але через політичну кризу та загострення відносин між країнами структура експорту українських виробників переорієнтовується в західному напрямку [10]. Польща вийшла на перше місце серед країн, до якої постачається українська сантехніка. У переліку країн-партнерів, що закуповують вітчизняну сантехніку з'явилися Румунія, Словаччина, Німеччина (табл. 3) [5].

Таблиця 3

Обсяги експорту вітчизняних виробників сантехнічних виробів з кераміки, тис. дол. США [5]

Країни-імпортери	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
РФ	28 552	28 957	23 584	18 215	10 513	2079	–
Білорусь	–	4296	5180	–	–	–	1717
Казахстан	7891	9978	7955	5516	3041	–	–
Молдова	2824	–	–	–	–	1463	–
Польща	–	–	–	5652	9903	11 547	12 459
Німеччина	–	–	–	–	–	–	1458
Інші	7243	6358	7365	10 100	6757	5481	5208
Разом	46 510	49 288	44 083	39 482	30 214	20 571	20 841

Це свідчить про позитивні зрушення в галузі, підвищення стандартів якості товарів, упровадження нових запобіжників щодо випуску неякісної продукції, вдосконалення логістичних ланцюгів і роботи підприємств у цілому.

Щодо асортименту виробів із кераміки, який в 2016 р. Україна запропонувала своїм країнам-партнерам варто зазначити, що найбільшу частку серед експорту займають унітази та раковини. Невеликий попит за кордоном мають зливні бачки, уринали та біде українських виробників: на них припадає 13 % загальної частки експортованих сантехнічних виробів (рис. 4) [11].

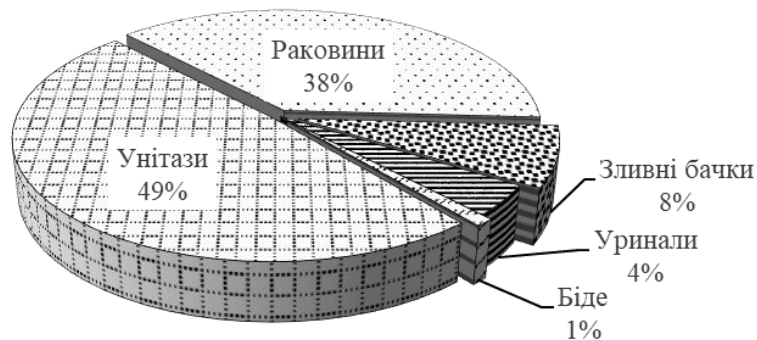


Рис. 4. Структура експорту сантехнічних виробів із кераміки за 2016 р.

Побудовано авторами за [11].

У 2016 р. 45 % усіх експортованих керамічних виробів сантехнічного призначення з України займали вироби з фарфору, зокрема частка Польщі серед країн-імпортерів була найбільшою і становила 30 % на суму 2819.9 тис. дол. США. Значно зменшила свої позиції РФ, поставки до якої в 2016 р. становили 20 %. Також Україна втратила ринок у Болгарії. До нових країн-імпортерів, до яких Україна почала експортувати сантехнічні вироби з фарфору, відносяться Молдова та Італія [11].

У 2017 р. тенденції щодо експорту керамічних виробів сантехнічного призначення збереглися. Частка виробів із фарфору зросла на 3 % і в цілому становила 48 %. Водночас значно скоротилися (майже на 50 %) поставки до країн СНД, зокрема в три рази зменшився експорт виробів до РФ (сума становила 563.2 тис. дол. США) та в 35 разів – до Казахстану на суму 20.5 тис. дол. США, що становить 0.8 % загального експорту сантехнічних виробів із фарфору з України. Серед усіх країн СНД варто виділити Білорусь, до якої імпорт українських сантехнічних виробів із фарфору в 2017 р. порівняно з 2016 р. зріс на 33.8 % (вартість становила 1123.4 тис. дол. США) [11].

Динаміка експортних поставок керамічних сантехнічних виробів із фарфору на європейський ринок Україною залишилася позитивною,

зокрема, в 2017 р. до Польщі поставили 4061.7 тис. дол. США (42 %), Німеччини – 1365.8 тис. дол. США (14 %), Італії – 502.9 тис. дол. США (5 %) та ін. [11].

Висновки. Світовий ринок сантехнічних виробів пережив кризу 2013–2015 рр. Це негативно вплинуло на попит і, як наслідок, на обсяги виробництва сантехніки в цілому. Спад виробництва сантехніки в Україні припадає на 2013 р., що пов'язано з економічною та політичною кризами в країні. Обсяги імпорту виробів санітарно-технічного призначення з кераміки зменшилися за цей період порівняно з 2011 р. майже в 3 рази. Починаючи з 2016 р., обсяги імпорту відновилися й продовжили своє щорічне зростання.

Динаміка експортних поставок сантехнічних виробів із кераміки за останні 7 років є негативною, оскільки вони зменшилися в цілому на 52 %. Проте в 2017 р. експорт цієї групи товарів значно перевищив імпорт, що свідчить про позитивні зрушення в галузі та опирається на політичний курс країни щодо імпортозаміщення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Борейко В. І., Притула М. Ю.* Перспективи виробництва будівельних матеріалів в Україні. Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону : зб. наук. пр. НУВГПК. Рівне. 2011. Вип. XVII, № 4. С. 64—71.
2. *Коваль В. Б.* Прогноз тенденцій ринку будівельних матеріалів для внутрішнього облаштування в 2012 році. Сухе будівництво: товарознавчі аспекти розвитку галузі : зб. наук. пр. Київ. 2012. С. 162—165.
3. *Про затвердження Пояснень до Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності* : наказ ДФС України від 09.06.2015 № 401. URL : <http://sfs.gov.ua/zakonodavstvo/mitne-zakonodavstvo/nakazi/63754/html>.
4. *Великий тлумачний словник сучасної української мови.* Ірпінь : ВТФ "Перун", 2009. 1736 с.
5. *Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД.* URL : <http://sfs.gov.ua/ms/fl1>.
6. *Аналіз експортної ситуації санітарно-технічних виробів в Україні та світі.* URL : <http://www.ceramic.com.ua/>.
7. *Тенденції розвитку промисловості України.* URL : <http://www.economy.nauka.com.ua>.
8. *Обсяги виробництва санітарно-технічних виробів* : Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
9. *Виробники сантехніки в Україні.* URL : <http://www.ceramic.com.ua/>.
10. *Основні постачальники сантехніки в Україну.* URL : <http://www.ceramic.com.ua/>.
11. *Офіційний сайт Державної служби статистики України.* URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Стаття надійшла до редакції 22.02.2018.

Kolomiets T., Chernyak L. The domestic market of ceramics sanitary ware products.

Background. Using the industrial, scientific, technical and export potential of such priority sector as construction is one of the strategic objectives in Ukraine. Construction products, in particular sanitary engineering products, occupy a special place in the modern system of world commodity markets, which are rapidly developing.

Careful organization of delivery of sanitary ware products is necessary both for large-scale construction and for individual use. At this stage, domestic industry only partially satisfies the needs of them.

The aim of the article is to analyse the market of ceramics sanitary ware products in Ukraine.

Material and methods. Methods of logical analysis and generalization of statistical data on production, export and import of goods were used; the Ukrainian Classification of Goods for Foreign Economic Activity, based on the Harmonized Commodity Description and Coding System, were applied in research.

Results. The world sanitary ware products market faced the crisis in 2013–2015. This negatively affected on demand, and as a result, the volume of sanitary ware production in general. In 2016, the situation changed, production increased by 7.7% compared to 2013. The leading producer countries such as China, Poland, Germany and others demonstrated especially high growth rates in the production of sanitary ware.

Ukrainian ceramics sanitary ware products market is in a difficult position. This is due to the hryvnia exchange rate, which has led to an increase in the cost of imported sanitary ware products, as well as the political situation in the country. The production declined in 2013. In 2016, the ceramic sanitary ware production in Ukraine increased by 26.6 % compared to 2015.

The volume of imports of ceramics sanitary ware products over the past 7 years decreased almost 3 times compared to 2011. The main importer of ceramics sanitary ware is Poland, whose deliveries in 2017 reached a mark of 40 % (cost \$ 4,848 thousand).

The dynamics of export supplies of ceramics sanitary ware products to the main counterparty countries by Ukrainian producers is negative, it decreased by 52 % in general over the past 7 years. Until recently, Russian Federation was the largest consumer of Ukrainian ceramics sanitary ware products, but now the Ukrainian export structure is going to focus on the western direction. Poland has occupied the first place among the countries where Ukrainian ceramics sanitary ware products are supplied. Romania, Slovakia, Germany have appeared in the list of partner countries purchasing domestic Ukrainian ceramics sanitary ware products.

Conclusion. The world sanitary ware products market survived experienced crisis in 2013–2015. This negatively affected on demand, and as a result, the volume of sanitary ware products production in general. The production fell in 2013 in Ukraine. This is due to economic and political crises in the country. The volume of imports of ceramics sanitary ware decreased in this period compared to 2011 almost 3 times. Starting from 2016, import volumes recovered and continued their annual growth.

The dynamics of export supplies of ceramics sanitary ware is negative, it decreased by 52 % in general over the past 7 years. In general, in 2017, the export of ceramics sanitary ware significantly exceeded imports, this points to positive development in the industry and is based on the country's policy on import substitution.

Keywords: sanitary ware products, sanitary technics, volume of the market, import, export.

REFERENCES

1. *Borejko V. I., Prytula M. Ju.* Perspektyvy vyrobnyctva budivel'nyh materialiv v Ukraini. Problemy racional'nogo vykorystannja social'no-ekonomichnogo ta pryrodno-resursnogo potencialu regionu : zb. nauk. pr. NUVGPK. Rivne. 2011. Vyp. XVII, № 4. S. 64—71.
2. *Koval' V. B.* Prognoz tendencij rynku budivel'nyh materialiv dlja vnutrishn'ogo oblashtuvannja v 2012 roci. Suhe budivnyctvo: tovaroznavchi aspekty rozvytku galuzi : zb. nauk. pr. Kyi'v, 2012. S. 162—165.
3. *Pro zatverdzhennja* Pojasnen' do Ukrai'ns'koi' klasyfikacii' tovariv zovnishn'o-ekonomichnoi' dijalnosti : nakaz DFS Ukrai'ny vid 09.06.2015 № 401. URL : <http://sfs.gov.ua/zakonodavstvo/mitne-zakonodavstvo/nakazi/63754/html>.
4. *Velykyj* tlumachnyj slovnyk suchasnoi' ukrai'ns'koi' movy. Irpin' : VTF "Perun", 2009. 1736 s.
5. *Sumarnyj* obsjag importu ta eksportu u rozrizi tovarnyh pozycij za kodamy UKTZED. URL : <http://sfs.gov.ua/ms/fl1>.
6. *Analiz* eksportnoi' situacii' sanitarno-tehnicnyh vyrobiv v Ukraini ta sviti. URL : <http://www.ceramic.com.ua/>.
7. *Tendencii'* rozvytku promyslovosti Ukrai'ny. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua>.
8. *Obsjagy* vyrobnyctva sanitarno-tehnicnyh vyrobiv : Derzhavna sluzhba statystyky Ukrai'ny. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
9. *Vyrobnyky* santehnyky v Ukraini. URL : <http://www.ceramic.com.ua/>.
10. *Osnovni* postachal'nyky santehnyky v Ukraini. URL : <http://www.ceramic.com.ua/>.
11. *Oficijnyj* sajт Derzhavnoi' sluzhby statystyky Ukrai'ny. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

УДК 677.12:339.13 (477)

БОЙКО Галина,

к. т. н., докторант кафедри товарознавства,
стандартизації та сертифікації
Херсонського національного технологічного університету

ТИХОСОВА Ганна,

д. т. н., професор кафедри товарознавства,
стандартизації та сертифікації
Херсонського національного технологічного університету

КУТАСОВ Андрій,

аспірант кафедри товарознавства,
стандартизації та сертифікації
Херсонського національного технологічного університету

ТЕХНІЧНІ КОНОПЛІ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ В УКРАЇНІ

Проаналізовано світовий сектор виробництва товарів із технічних конопель. Установлено, що використання натуральної сировини в товарах різного функціонального призначення набуває дедалі більшого значення. Доведено, що технічні коноплі є джерелом натуральної сировини з особливими гігієнічними, медико-біологічними та захисними властивостями. Аналіз світового виробництва довів, що ця культура може використовуватися в різних галузях виробництва. Зазначено країни-лідери з вирощування, переробки та виробництва продукції з технічних конопель, динаміку посівних площ технічних конопель в країнах Європи та регіонах України за останні роки. Розглянуто основні сфери використання коноплесировини у світі та вітчизняне виробництво товарів із цієї культури.

Ключові слова: світовий ринок, вітчизняний ринок, технічні коноплі, товари.

Бойко Г., Тихосова А., Кутасов А. Техническая конопля: перспективы развития рынка в Украине. Проанализирован мировой сектор производства товаров из технической конопли. Установлено, что использование натурального сырья в товарах различного функционального назначения приобретает все большее значение. Доказано, что техническая конопля является источником натурального сырья с особыми гигиеническими, медико-биологическими и защитными свойствами. Анализ мирового производства доказал, что эта культура может использоваться в различных отраслях производства. Указаны страны-лидеры по выращиванию, переработке и производству продукции из технической конопли, динамика посевных площадей технической конопли в странах Европы и регионах Украины за последние

© Бойко Галина, Тихосова Ганна, Кутасов Андрій, 2018

годы. Рассмотрены основные сферы использования конопляного сырья в мире и отечественное производство товаров из этой культуры.

Ключевые слова: мировой рынок, отечественный рынок, техническая конопля, товары.

Постановка проблеми. Технічні коноплі – це коноплі, в яких вміст психоактивного компоненту тетрагідроканабіолу (ТГК) не перевищує 0.3 % (за європейським законодавством – 0.2 %) [1]. Сьогодні технічні коноплі (ТК) вирощують понад 30 країн світу. Переробляється 100 % усієї рослини. Це сировинний матеріал не лише для текстильної промисловості (одягу, канатів, шпагату, мотузок тощо), а й стратегічно важлива сировина, що використовується в багатьох сферах економіки: солома, треста, волокно – у виготовленні композитів, нетканих матеріалів, геотекстилю, що застосовуються в різних галузях виробництва; костра – в меблевій промисловості, у виготовленні паливних пелетів, композиційних матеріалів; конопляна олія – у фармацевтичній та харчовій промисловості, у виробництві косметики. Наразі з конопель виготовляють понад 50 тис. видів різної продукції.

Український ринок конопляного волокна й виробів із нього не має такої ємності, проте саме на цьому інноваційному сегменті Україна може посісти тверді позиції. Нині майже 100 компаній розглядають цей напрям для розширення свого агробізнесу [2]. Проте в більшості випадків українські підприємці працюють з насіннєвим матеріалом ТК – експортують сировину для посівів, або використовують у харчовому виробництві.

Актуальність наукової роботи визначається передусім наявністю в Україні в достатньому обсязі технічних конопель, які можуть бути головним джерелом натуральної сировини для різних галузей промисловості. Проведений аналіз світового сектора виробництва продукції з ТК дає змогу оцінити всі сфери застосування цієї сировини в Україні у виробництві товарів широкого вжитку.

Одним із найважливіших майбутніх проектів коноплепереробної галузі в сучасних умовах є розширення сфери використання конопляного волокна, збереження та підвищення його якості й конкурентоспроможності. На реалізацію цих планів впливає той фактор, що переробка конопель досить складний і витратний процес, який ускладнюється відсутністю сучасних переробних підприємств, спеціалізованого обладнання та інноваційних технологій. Розробка й промислове освоєння технологій виготовлення конопляного волокна уможливають істотно розширити вітчизняну базу луб'яних волокон для товарів різного функціонального призначення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Провідними вченими Є. В. Новіковим, А. В. Безбабченком, Ю. В. Кулемкіним [3], М. Й. Рос-торгуєвою [4] доведено, що волокно конопель може замінити навіть льняне волокно в найрізноманітніших сферах застосування. Адже тільки це волокно характеризується оздоровчою та тонізуючою дією на

організм людини. Воно чудово підходить для людей з чутливою шкірою, а також для тих, хто страждає на ревматизм. За дослідженнями вчених Херсонського національного технічного університету Н. П. Ляліною та Н. І. Резвих визначено, що коноплі випромінюють електромагнітні хвилі, повністю відповідні електромагнітним хвилям шкіри людини, тоді як штучні волокна здатні до електризування. Лігнін, що міститься в конопляному волокні, уможливає блокувати шкідливе ультрафіолетове випромінювання майже повністю – на 95 %, тоді як для інших тканин цей показник становить від 30 до 70 %. Волокно цієї культури характеризується відмінною зносостійкістю та міцністю й не схильне до деформації [5].

Мета статті – аналізуючи світовий досвід використання ТК у товарах різного функціонального призначення, визначити головні перепони розширення вітчизняного асортименту товарів з натуральної коноплесировини.

Матеріали та методи. Для реалізації поставленої мети та виконання запланованих завдань використано комплекс методів наукового пізнання: аналізу, спостереження, теоретичних досліджень кон'юнктури вітчизняного та світового ринку продукції з коноплесировини.

Результати дослідження. За оцінками експертів Європейської асоціації промислової коноплі (EINA) [6], площі, задіяні під вирощування ТК в європейських країнах, у 2016 р. досягли 33 300 га (рис. 1) – це збільшення на 300 % за п'ятирічний період.

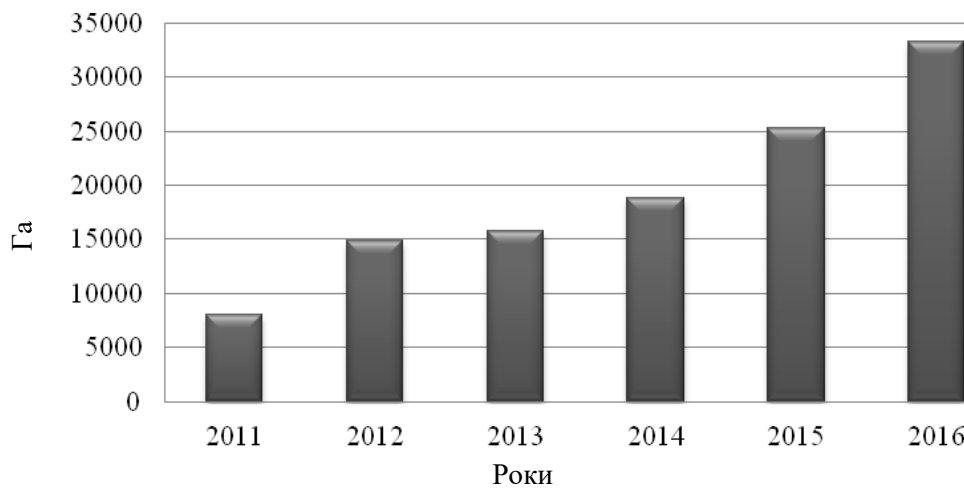


Рис. 1. Динаміка посівних площ технічних конопель в країнах Європи за даними [6]

Вирощування ТК розвинуте в усіх європейських країнах, а найбільше у Франції, Румунії, Німеччині та Угорщині. Європа завжди була провідним лідером на ринку технічних конопель, однак сумарні площі посівів за останні 20 років становлять лише приблизно 15 %

світових. Понад 36 країн Азії, Європи, Африки, Південної та Північної Америки вирощують і переробляють ТК. Загалом країни Азії контролюють приблизно 70–75 % загальносвітового ринку [7]. На частку Канади припадають майже всі посіви конопель Північноамериканського континенту, але переробка продукції коноплярства відбувається в межах США. У Південній Америці лідером із виробництва та переробки конопель є Чилі.

У 2016 р. визначилася п'ятірка *світових лідерів* із вирощування та переробки ТК.

Китай є світовим лідером у промисловому коноплярстві. Він відіграє провідну роль у виробництві та експорті текстильних виробів із ТК і супутніх товарів. Країна виробляє майже 44 тис. т волокна на рік і посідає друге місце у виробництві насіння конопель, що становить 38 % загального світового обсягу. Китай – основний постачальник продуктів із конопель до США. Волокно ТК у цій країні має широке застосування в автомобільній промисловості, а також при армуванні пластмас, що використовуються для віконних рам і покриттів підлоги. Китай розробив більше половини із зареєстрованих 606 патентів Всесвітньою організацією інтелектуальної власності ООН на продукцію з коноплесировини в усьому світі.

Китай постачає конопляний текстиль до нідерландської фірми "Натурекс", якій належить 25 % акцій Шаньдунської коноплепрядильної фабрики "Шаньсі Гренландія Текстиль", яка є найбільшим виробником конопляного волокна в Китаї. Ця фабрика щорічно виготовляє 150 тис. одиниць готової текстильної продукції, 10 млн м тканин, 5 тис. т пряжі. Продукція експортується переважно до США, Європи, Японії, Кореї, Гонконгу та інші країни [8].

Франція є лідером у виробництві насіння конопель – 59 % загального світового обсягу. Тут виробляється понад 50 % целюлозно-паперової продукції з європейської конопляної сировини. Наразі у Франції з ТК також виготовляють текстиль, масло та будівельні матеріали. Країна є одним з найбільших виробників конопляного прядива (після Канади). Вся переробка ТК відбувається завдяки використанню високотехнологічного обладнання та технологій, представлених фірмою *Laroche* [9].

Чилі – найбільший переробник технічних конопель Південної Америки. Виробництво чилійських ТК щорічно становлять 4385 т волокна. Країна посідає третє місце у світі з виробництва насіння ТК. Проте насіння для своїх посівів Чилі імпортує з Італії, Китаю та американського штату Кентуккі [10].

Південна Корея щорічно виготовляє 14 тис. т волокон ТК, поступаючись лише Китаю. Невибагливість культури до ґрунтів і її універсальність дає змогу вирощувати їх у Кореї як на височині, так і на рисових полях. Проте закони Південної Кореї заважають розширенню посівів ТК, що підвищує внутрішній попит на насіння конопель і волокна з таких країн, як Канада [11].

У Голландії в 2016 р. виготовлено 6614 т волокна ТК. Недостатня кількість оброблених земель у цій країні обмежує виробництво. Саме тому голландські компанії (приміром, *HempFlax*) почали вирощувати культуру в Румунії, де відповідно до європейського законодавства дозволено вирощувати тільки сорти конопель із вмістом ТГК не більше ніж 0.2 % [12].

Попит на продукцію з ТК у світі постійно зростає. За останні 10 років світовий ринок технічних конопель зріс приблизно до 300 млрд дол. США. На сьогодні з них виготовляють понад 50 тис. видів різної продукції. Але основною продукцією, що реалізується й приносить прибуток, залишаються волокно та насіння.

Наразі в Європейському Союзі приблизно 15–20 компаній роблять первинну обробку ТК. Провідними компаніями з вирощування, первинної переробки та виробництва товарів із ТК в Європі є: *Hemcore* (Велика Британія), *HempFlax* і *Hempron* (Нідерланди), *LCDA* (Франція), "АГРО-Діенст", *BaFa*, "Вернаро" (Німеччина). Ці компанії займають від 72 до 90 % світового ринку [13].

Німецька компанія *BaFa* з виробництва волокна ТК стала першою в світі, що отримала міжнародну сертифікацію з безпеки та екологічності (*ISCC PLUS*) для своєї продукції. Відомо, що процес сертифікації включає ретельне екологічне тестування ланцюжка виробництва продукції в компанії, тому це перший крок у підвищенні статусу волокна ТК як безпечного та екологічного товару.

Як основну сировину ТК у своїй продукції використовують понад 500 компаній світу [14]. Найбільші підприємства з виробництва конкурентоспроможної продукції з ТК наведено в *табл. 1*.

Таблиця 1

**Провідні підприємства
з виготовлення продукції з конопляної сировини**

Країна	Назва підприємства	Вид товару
Китай	YunnanIndustrialHempInc	Волокно, пряжа
	GreenChinaGroup	Текстильні вироби
	Starenterprise (HK) co., LTD	
	HangzhouRoseApparel &TextileCo	
	Lu'anKaixuan Hemp Company Ltd	
	HempValley	Текстильні вироби, аксесуари
Німеччина	BadischeNaturfaseraufbereitung GmbH (BaFa)	Волокно
	НОСК GmbH @ Co.KG	Теплоізоляційні матеріали
	HanfHaus	Текстильні вироби
	HempAge	Текстильні вироби, аксесуари
	Dupetit	Напої, продукти харчування, парфумерія
	Hanf @ Natur	Продукти харчування, косметика
	TURN – hanfbier	Алкогільні вироби

Країна	Назва підприємства	Вид товару
Нідерланди	AgriFirm	Стебла конопель
	HempHoodlamb	Текстильні вироби
	HempFlax	Олія
	Eurosales	Напої, продукти харчування
	Hemperium	Солодощі, напої
Канада	Manitoba Harvest	Олія
	HempOilCanadaInc	Харчові добавки, продукти харчування
Чехія	Becherovka	Алкогільні вироби
	CannabisPharma-derm, s.r.o	Косметика, харчові добавки
	IZOLACE KONOPÍ CZ	Теплоізоляційні матеріали
	Hempoints.r.o	Текстильні вироби, продукти харчування, солодощі, косметика, папір
	Trompetol	Продукти харчування, косметика
Австралія	TasmanianHempCompany	Олія
	INBI HempSpiritedProducts	Текстильні вироби
	G.R.E.E.N HempAustPtyLtd.	Волокно, текстильні вироби, продукти харчування
	EcofibreIndustriesLmited	Волокно, костра
Австрія	HempWholesaleAustralia	Промислові вироби
	RohempGmb	Текстильні вироби
	LaminaKraftderNatur	Текстильні вироби, продукти харчування, будівельні матеріали
	FrenkenbergerHanfprodukte	Молочні вироби
	TakeHempGmbH	Алкогільні вироби
Бельгія	IsoHemp	Будівельні матеріали
	PurChanvre	Продукти харчування
	BEhemp	Волокно, костра
	Chanvre&Co	Будівельні матеріали
	Назва підприємства	Вид товару
Франція	MagicChanvre	Текстильні вироби
	TECHNICHANVRE®	Будівельні матеріали
	CannabisPharma-derm	Харчові добавки, косметика
	BetonVegetal	Композитний бетон
Швейцарія	Codina	Косметика
	Valchanvre	Волокно, костра
	HempOilFromTheAlps	Олія
США	LitiereVegetal	Текстильні вироби, теплоізоляційні плити
	AmericanLimeTechnology, LLC	Будівельні матеріали
	AsherHempGelato, Inc	Морозиво
	AZIDA™	Косметика
	BotanicalEarth	Косметика, господарські вироби
	Ecolution	Текстильні вироби, аксесуари
	GlobalHemp	Косметика, біжутерія, ювелірні вироби, текстильні вироби
Patagonia	Текстильні вироби	
FrenchMeadowBakery®	Хлібо-булочні вироби	

Складено авторами за [12].

За врожайності соломи в середньому 7 т/га буде отримано 35 000 т соломи з усієї України (рис. 2). Загальні виробничі витрати на вирощування коноплі в Україні, за різними підрахунками, становлять приблизно 3500–4500 грн/га, а рентабельність досягає 100 %. Тобто ТК спроможна конкурувати за рівнем рентабельності з найбільш економічно привабливою культурою України – соняшником.

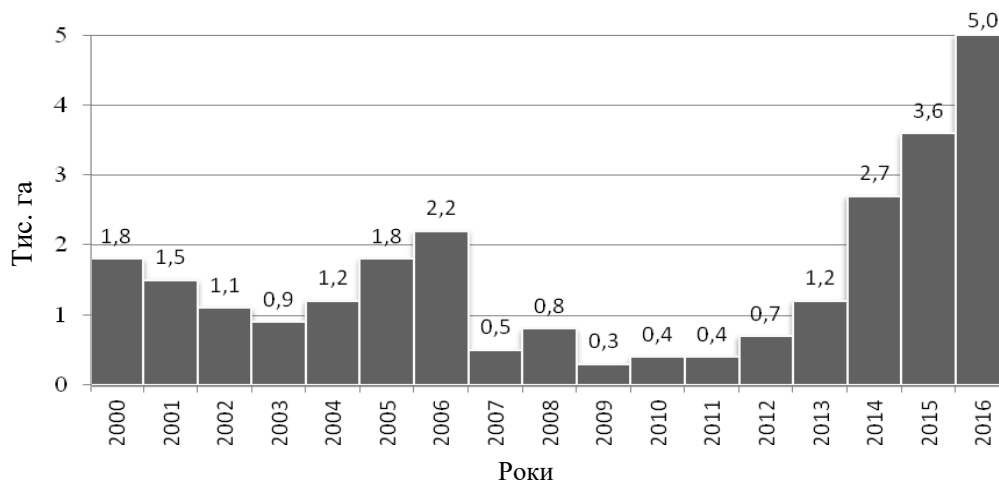


Рис. 2. Динаміка площ посівів технічних конопель в Україні в 2000–2016 рр.

Побудовано авторами за [15].

В Україні галузь коноплярства почала відроджуватися в 2012 р. Наразі вона має потенційні можливості для стабілізації стану й подальшого розвитку коноплепереробної галузі. Це насамперед сприятливі природно-кліматичні умови для вирощування ТК і одержання високих врожаїв волокна й насіння, наявність матеріально-технічної бази (хоч і застарілої). Також в Україні створено високопродуктивні сорти конопель, що не поступаються, а, навпаки, за всіма показниками врожайності перевершують сорти іншої традиційної для України культури – льону. Стрімко в Україні зростають також посівні площі під ТК – в 2016 р. вони становили вже 5000 га [15].

Наразі в Україні попитом користується конопляне насіння, а волокно спрямовується на виробництво кручених виробів [16]. Проте натхненні світовим досвідом вітчизняні підприємці стали розширювати діапазон використання ТК. Приміром, великим попитом в українського споживача користуються продукти харчування з ТК. Ще одним перспективним напрямом використання насіння є зообізнес – виготовлення кормових сумішей, добавок, кормів для птахів, гризунів, риби. Такі напрями використання цієї сировини, як енергетика та фармакологія, лише починають розвиватися, але мають велику перспективу. Невеликі партії насіння використовуються у виробництві косметики, а костриця – в будівельних матеріалах. Солома ТК у целюлозно-паперовій галузі не застосовується, оскільки в Україні немає підприємств

відповідного спрямування. У текстильно-трикотажному напрямі сировина ТК майже не використовується [17]. Лідерів виробництва продукції з коноплесировини в Україні наведено в табл. 2.

Таблиця 2

**Найбільші підприємства в Україні
з виготовлення продукції з конопляної сировини**

Регіон	Підприємства	Вид товару
м. Житомир	ПП <i>Hemps</i>	Текстильні вироби
м. Київ	ПП <i>AlenGroup</i>	Текстильні вироби, аксесуари
м. Київ	ПП "ХэмпарМикс"	Теплоізоляційні матеріали
Київська обл.	ФГ "Кравець О. П."	Олія, продукти харчування
Полтавська обл.	ТОВ "Агро-Ханф"	Текстильні вироби, аксесуари
Сумська обл.	ТОВ "Еліфібр"	Насіння, олія
Сумська обл.	Марбутська шпагатна фабрика	Кручені вироби
м. Харків	Харківський канатний завод	Кручені вироби

Складено авторами за [12].

Головною перешкодою для забезпечення вітчизняного ринку конкурентоспроможною продукцією з ТК є відсутність сучасних переробних підприємств і технологій. На сьогодні ринкові умови потребують нових підходів до розроблення технологій, які мають ураховувати прогнози попиту конкретного виду коноплепродукції. Напрями використання конопель змінюються, що зумовлює потребу заміни технологій вирощування, збирання і переробки. Окрім цього, сучасні технології мають бути енергоощадними та максимально автоматизованими.

Висновки. Проаналізувавши досвід західних країн, можна зробити висновок: для розширення вітчизняного асортименту продукції з ТК потрібно використовувати всі натуральні складові цієї культури: насіння, волокно, костру та пил. Для отримання якісних конкурентоспроможних товарів із технічних конопель треба відкривати нові заводи з переробки цієї культури з упровадженням інноваційних технологій та обладнання.

Розробка або удосконалення найбільш ефективних технологій одержання зі стебел ТК високоякісного волокна та відходів виробництва (костри та пилу) сприятиме розширенню асортименту товарів з них. Ефективна первинна обробка стебел конопель неможлива без розробки енерго- та ресурсозберігаючих технологій для одержання інноваційної продукції із ТК та забезпечення коноплепереробних підприємств новим, більш високопродуктивним й ефективним технологічним обладнанням, застосування якого сприятиме поліпшенню якості, розширенню асортименту та зменшенню собівартості волокна й костри.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Выровец В. Г.* Селекция ненаркотической посевной конопли. Сумы : Издательский дом "Эллада", 2015. 332 с.
2. *Конопля.* URL : <http://ecomalish.ru/statie-ob-ecodejde/statia-konoplia.html>.
3. *Новиков Э. В., Проталинский С. Е., Безбабченко А. В.* Исследование технологий переработки конопли в однотипное волокно различных характеристик. Изв. вузов. Технология текстильной пром-сти. 2014. № 6. С. 42—46.
4. *Расторгуева М. Й.* Розробка технології отримання багатокомпонентної пряжі з використанням конопляного катоніну : автореф. дис. ... канд. техн. наук : спец. 05.19.03 "Технологія текстильних матеріалів". Херсон, 2007. 23 с.
5. *Ляліна Н. П., Тіхосова Г. А., Бабанов Е. Е.* Особливості якісних характеристик та технологічних властивостей наркотичних і безнаркотичних конопель : матер. Міжнар. наук.-практ. конф. "Якість, стандартизація, сертифікація та метрологія: сучасний стан і перспективи розвитку" (10–12 верес. 2014 р.). Херсон : Херсонський нац. техн. ун-т, 2014. С. 37—42.
6. *European Industrial Hemp Association (EiHA).* URL : http://eiha.org/?login=failed&errcode=empty_username.
7. *Cai J. G., Shi R.* Hu. An Impact Analysis of Farmer Field School in China, Sustainability. 2016. N 8 (2). P. 130—137.
8. *Chavas J. P., Shi G.* An Economic Analysis of Risk and Agricultural Technology. Journal of Agricultural and Resource Economics. 2015. N 40 (1). P. 43—79.
9. *Fürll C., Pecenka R., Bojdzinski B.* The Potsdam-Bornim plant for separation of natural fibre with a new technology for cleaning and sizing of shives. International Conference on Flax and other Bast Fibres. Saskatoon, Canada. 21–23.07.2008. P. 40—46.
10. *Lane L. et al.* Industrial Hemp: Legal, Political, Social and Economic Issues Raised Over Time, University of Arkansas and National Agricultural Law Center. 2016. P. 140.
11. *For a list of countries, see National Hemp Association, "Countries Where Hemp Is Grown,".* URL : <http://nationalhempassociation.org/countries-where-hemp-is-grown/>.
12. *Техническая конопля в Украине и других странах.* URL : <http://tku.org.ua/page/1>.
13. *Карус М., Лессон Г.* Возможности для немецкой конопли. Результаты проекта "Линия по переработке конопли". Институт политехнических и экологических инноваций. Кёльн. Германия. 2000. С. 490.
14. *Международная ассоциация конопли.* URL : mojo.calyx.net/~olsen/HEMP/ИНА/.
15. *Державна служба статистики України.* URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
16. *Бойко Г. А., Тіхосова Г. А., Кутасов А. В.* Перспективи використання конопляного волокна в змішаній пряжі. Всеукр. наук.-практ. конф. студ. і молодих учених "Реформування системи технічного регулювання відповідно до вимог законодавства ЄС та торгівлі України", 23–25 трав. 2017 р. Тези доп. ХНТУ. 2017. С. 60—63.
17. *Made in Ukraine.* С головою в коноплю. URL : <http://agroportal.ua/special-projects/made-in-ukraine-s-golovoi-v-konoplyu/> 28 февраля 2016.

Стаття надійшла до редакції 18.10.2017.

Boiko G., Tikhosova G., Kutasov A. Technological hemp: prospects of development in Ukraine.

Background. In recent years, there has been a steady increase in cultivated areas under technical hemp on the territory of Ukraine. Due to the high cost of seed material, this industry in our country is considered to be highly profitable. But, at the same time, the stem part of this culture is practically not processed.

The analysis of the global production sector of technical hemp will enable us to evaluate all spheres of application of this raw material in Ukraine to produce consumer products.

The analysis of recent researches and publications has shown that despite the existence of separate scientific research results, an important scientific and practical problem remains to be resolved in relation to the efficient processing of stems of technical hemp with the further use of the obtained raw material in various industries.

The aim of the article is to identify the main obstacles to the expansion of the domestic range of goods from natural hemp raw materials, applying the analysis of world experience in the use of technical hemp in products of various functional purposes,

Material and methods. A set of scientific research methods, namely: analysis, observation, theoretical research of the conditions of domestic and world market of products from hemp raw materials was used for the realization of the set objective and fulfillment of the planned tasks.

Results. An in-depth analysis of literature suggests that in many economically developed countries, technical hemp has been recognized as a strategically important bast raw material in the textile, knitwear, pulp and paper, food, chemical, energy industries, medicine, automotive, construction industry and others. After all, it is proved that technical hemp is a source of natural raw material, which has special hygienic, medical, biological and protective properties.

The increase of the cultivated areas under technical hemp is analyzed not only in Ukrainian lands, but also in all European countries. The total area of crops in the countries of the European Union as of 2016 reaches 33 300 hectares. Currently, in the world, more than 50 thousand kinds of different products are made from hemp, using the full plant potential (seeds, fiber, hemp hards, press cake, dust).

The competitive directions of using this crop in Ukraine are determined. At present, the following directions are still relevant: the sale of seed material for crops and the use of seeds in the cosmetic or food industry; the use of fiber in the production of paper and insulating materials.

Conclusion. Analysis of the experience of Western countries allows us to conclude that to expand the domestic assortment of products from technical hemp, it is necessary to use all the natural ingredients of this culture: seeds, fiber, stem hards and dust. In order to obtain high-quality competitive products from technical hemp, it is necessary to establish new plants to process this crop with the implementation of innovative technologies and equipment.

The development or improvement of the most effective technologies for the production of high-quality fiber from the stems of technical hemp, and waste products (stem hards and dust), will promote the expansion of the range of goods from this crop. Effective primary processing of hemp stems is not possible without the development of energy saving technologies for obtaining innovative

products from technical hemp and providing the hemp processing enterprises with new, highly productive and more effective technological equipment, that will contribute to improving quality, expanding the range and reducing the cost of fibers and stem hards.

Keywords: world market, domestic market, technical hemp, goods.

REFERENCES

1. *Vyrovec V. G.* Selekcija nenarkoticheskoj posevnoj konopli. Sumy : Izdatel'skij dom "Jellada", 2015. 332 s.
2. *Konoplja.* URL : <http://ecomalish.ru/statie-ob-ecodejde/statia-konoplia.html>.
3. *Novikov Je. V., Protalinskij S. E., Bezbabchenko A. V.* Issledovanie tehnologij pererabotki konopli v odnotipnoe volokno razlichnyh karakteristik. *Izv. vuzov. Tehnologija tekstil'noj prom-sti.* 2014. № 6. S. 42—46.
4. *Rastorgujeva M. J.* Rozrobka tehnologii' otrymannja bagatokomponentnoi' prjazhi z vykorystannjam konopljanogo kotoninu : avtoref. dys. ... kand. tehn. nauk : spec. 05.19.03 "Tehnologija tekstyl'nyh materialiv". Herson, 2007. 23 s.
5. *Ljalina N. P., Tihosova G. A., Babanov E. E.* Osoblyvosti jakisnyh karakterystyk ta tehnologichnyh vlastyvostej narkotychnyh i beznarkotychnyh konopel' : mater. Mizhnar. nauk.-prakt. konf. "Jakist', standartyzacija, sertyfikacija ta metrologija: suchasnyj stan i perspektyvy rozvytku" (10—12 veres. 2014 r.). Herson : Hersons'kyj nac. tehn. un-t, 2014. S. 37—42.
6. *European Industrial Hemp Association (EIHA).* URL : http://eiha.org/?login=failed&errcode=empty_username.
7. *Cai J. G., Shi R. Hu.* An Impact Analysis of Farmer Field School in China, *Sustainability.* 2016. N 8 (2). P. 130—137.
8. *Chavas J. P., Shi G.* An Economic Analysis of Risk and Agricultural Technology. *Journal of Agricultural and Resource Economics.* 2015. N 40 (1). P. 43—79.
9. *Fürll C., Pecenka R., Bojdzinski B.* The Potsdam-Bornim plant for separation of natural fibre with a new technology for cleaning and sizing of shives. *International Conference on Flax and other Bast Fibres.* Saskatoon, Canada. 21—23.07.2008. P. 40—46.
10. *Lane L. et al.* *Industrial Hemp: Legal, Political, Social and Economic Issues Raised Over Time,* University of Arkansas and National Agricultural Law Center. 2016. P. 140.
11. For a list of countries, see National Hemp Association, "Countries Where Hemp Is Grown". URL : <http://nationalhempassociation.org/countries-where-hemp-is-grown/>.
12. *Tehnicheskaja konoplja v Ukraine i drugih stranah.* URL : <http://tku.org.ua/page/1>.
13. *Karus M., Lesson G.* *Vozmozhnosti dlja nemeckoj konopli. Rezul'taty proekta "Linija po pererabotke konopli".* Institut politehničeskich i jekologičeskich innovacij. Kjol'n. Germanija. 2000. S. 490.
14. *Mezhdunarodnaja asociacija konopli.* URL : mojo.calyx.net/~olsen/HEMP/IHA/.
15. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrai'ny.* URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
16. *Bojko G. A., Tihosova G. A., Kutasov A. V.* *Perspektyvy vykorystannja konopljanogo volokna v zmishanij prjazhi.* Vseukr. nauk.-prakt. konf. stud. i molodyh uchenyh "Reformuvannja systemy tehničnogo reguljuvannja vidpovidno do vymog zakonodavstva JeS ta torgivli Ukrai'ny", 23—25 trav. 2017 r. *Tezy dop. HNTU.* 2017. S. 60—63.
17. *Made in Ukraine.* S golovoj v konoplju. URL : <http://agroportal.ua/special-projects/made-in-ukraine-s-golovoi-v-konoplyu/28февраля 2016>.

РИНОК ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

УДК 339.13:368(477)

РОТОВА Тетяна,

к. е. н., доцент кафедри фінансів Київського національного торговельно-економічного університету

МАНЬКО Ірина,

начальник відділу пруденційного нагляду Нацкомфінпослуг України

РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Досліджено державне регулювання страхового ринку на сучасному етапі його розвитку. Проаналізовано дії регулятора щодо розробки нормативних документів, впровадження електронного документообігу. Зазначено важливість комунікацій серед учасників ринку під час обговорення питань, що мають стратегічне значення для страхового сектора. Відмічено значущість захисту прав споживачів страхових послуг.

Ключові слова: державне регулювання, страховий ринок, страхове законодавство, прозорість інформації, активи страховика, захист прав споживачів страхових послуг.

Ротова Т., Манько И. Регулирование рынка страховых услуг в Украине. Исследовано государственное регулирование страхового рынка на современном этапе его развития. Проанализированы действия регулятора относительно разработки нормативных документов, внедрения электронного документооборота. Указана важность коммуникаций между участниками рынка при обсуждении вопросов, имеющих стратегическое значение для страхового сектора. Отмечена важность защиты прав потребителей страховых услуг.

Ключевые слова: государственное регулирование, страховой рынок, страховое законодательство, прозрачность информации, активы страховщика, защита прав потребителей страховых услуг.

Постановка проблеми. Наразі ринок страхових послуг привертає неабияку увагу його основних гравців, державних інституцій, професійних і громадських об'єднань. Причина тому – не лише значущість цього сегмента фінансового ринку, а й нагальна потреба використовувати можливості страхового захисту для громадян, підприємств, різних

галузей економіки. Зважаючи на це, питання державного регулювання страхового ринку є актуальним у будь-якому суспільстві й на кожному етапі його розвитку.

Із набуттям Україною незалежності страхування зазнало докорінних змін у частині страхового законодавства, інфраструктури ринку, поведінки учасників. Однак сучасний його стан потребує конкретних дій на страховому ринку, що визначає актуальність вивчення витоків досліджуваного питання щодо страхування.

Те, що страховий ринок України потребує нагляду з боку держави, вже доведено. Проте останніми роками вчені зосереджують свою увагу переважно на самому ринку як економічному середовищі та його основних показниках, не заглиблюючись у питання поточної діяльності регулятора. Натомість реальні заходи та їхній вплив на ринок аналізувалися недостатньо, хоча саме вони підтверджують теоретичні положення й значущість державного нагляду та його роль на перспективи розвитку страхового ринку зокрема й фінансового ринку в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням регулювання ринку страхових послуг приділяється увага у всіх країнах. Серед зарубіжних дослідників варто зазначити Є. Коломіна, Г. Чернову, Л. Рейтмана, Т. Федорову, О. Архіпова [1]. Вагомий внесок у дослідження проблем, пов'язаних із регулюванням процесів, що відбуваються на страховому ринку, присвячено низку робіт вітчизняних науковців і практиків. Приміром, колективом київських вчених під керівництвом А. Мазаракі проаналізовано різноманітні аспекти страхового ринку: його сутність; державне регулювання; учасники, зокрема страхові посередники й експерти; фінансова безпека й стратегічне управління в страхових компаніях [2]. Серед дисертаційних робіт можна зазначити дослідження О. Філонюка щодо механізмів державного регулювання міжнародного страхового ринку для використання світового досвіду в Україні [3].

Учені О. Гаманкова, Н. Внукова, С. Ачкасова наголошують на значущості ролі держави в регулюванні процесів на страховому ринку, запобіганні монополізації та створенні умов розвитку добросовісної конкуренції [4–5]. О. Залетов досліджує особливості впливу глобалізації на регулювання страхового ринку та стандарти, затверджені Міжнародною асоціацією страхового нагляду при здійсненні злиття або поглинання страхових компаній, а також концептуальні засади макропруденційного нагляду [6–7]. Ю. Уманців та О. Міняйло дають характеристику суперечливих тенденцій еволюції фінансового ринку, зокрема страхового, в умовах глобалізації [8]. Л. Шірінян розглядає інструменти фінансового регулювання страхового ринку [9]. Останніми роками частими є інтерв'ю практиків – представників страхового ринку щодо окремих актуальних питань державного регулювання.

У цій статті, порівняно з іншими публікаціями, розглянуто заходи, спрямовані на наближення вітчизняного страхового законодавства до європейських норм і стандартів, наголошено на значущості підвищеної

уваги щодо захисту прав споживачів страхових послуг, важливості комунікації між усіма учасниками страхового ринку, особливо при обговоренні проектів документів та інших актуальних питань ринку страхування. Стаття відрізняється акцентом на практичну роботу Національної комісії, яка здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг (*далі* – Нацкомфінпослуг), що важливо, з огляду на те, що її діяльність є такою, яка потребує постійних конкретних дій та удосконалення процесів, пов'язаних із певними завданнями, зокрема тих, які зазначено в Комплексній програмі розвитку фінансового сектора України до 2020 року [10].

Мета статті – дослідження окремих аспектів державного регулювання страхового ринку із ретроспективним оглядом і акцентом на проблемних питаннях сучасного етапу розвитку для окреслення перспективних напрямів нововведень у діяльності Нацкомфінпослуг.

Матеріали та методи. Застосовано методи комплексного аналізу, синтезу, абстрагування, статистики із використанням нормативних, законодавчих документів, наукової літератури щодо проблем страхового ринку та інтернет-ресурсів. Суб'єктивна оцінка питання, що досліджується, базується на аналізі масиву зазначених вище інформаційних ресурсів і власних спостереженнях під час обговорення окремих законопроектів і актуальних для страхового ринку проблем.

Результати дослідження. Страховий ринок є найбільшим сегментом ринку небанківських фінансових послуг і має важливе значення для захисту як окремих громадян, так і різних галузей економіки. Це найбільш капіталізований серед інших небанківських фінансових ринків. Станом на 30 вересня 2017 року в Україні функціонувало 2231 фінансових установ. Із них: 673 фінансові компанії, 296 страхових компаній, 196 лізингодавців, 442 ломбарди, 397 кредитних спілок, 113 інших кредитних установ, 28 юридичних осіб публічного права, 64 недержавних пенсійних фондів, 22 адміністратори недержавних пенсійних фондів. Сумарні активи учасників ринку небанківських фінансових послуг становили 208.4 млрд грн (8.7 % ВВП). Із них: активи страхових компаній – 56.8 млрд грн [11].

Показники дев'яти місяців 2017 р. свідчать, що в усіх сегментах небанківського фінансового ринку спостерігалася тенденція до зростання обсягів наданих послуг, зокрема тих, що пов'язані із забезпеченням потреб населення, підприємств малого й середнього бізнесу в фінансових послугах. Водночас якість активів небанківських фінансових установ поліпшується, зокрема, величина активів страхових компаній зросла порівняно з 30 вересня 2016 р. на 1.05 млрд грн (або на 3.1 %) і становила 62.2 % загальних активів страховиків. Такі зміни, на думку члена Нацкомфінпослуг О. Залетова, пов'язані з аллокацією активів страховиків з акцій в ОВДП і корпоративні бонди, що уможливило їм збільшити дохідність на 25 %. Депозити страховиків в національній валюті за цей період зросли й перевищили 10.1 млрд грн [12].

Фінансові показники страховиків є важливим джерелом інформації не лише для органів нагляду, партнерів страхових компаній, а й для реальних споживачів страхових послуг і потенційних клієнтів. Саме тому прозорість, доступність і повнота інформації про діяльність компанії – вимога регулятора, що відповідає часу. Така ситуація є одним із факторів наближення вітчизняного страхового ринку до європейського.

Поточний стан і розвиток ринку певною мірою є наслідком існуючого страхового законодавства, його виконання і перманентного нагляду за страховими компаніями та іншими учасниками ринку з боку регулятора. В яких напрямках і якими темпами розвиватиметься страховий ринок, як використовуватимуться фінансові ресурси страховиків – ось стрижневі питання, відповіді на які має дати держава.

У світовій практиці використовують різні підходи до державного регулювання страхової діяльності, кожен з яких залежить від чинної в країні системи права. Науковці зазвичай виділяють дві моделі: "англо-американську" (припускає, що поряд із законом важливе значення має судовий прецедент – у США, Великій Британії, Австралії, Канаді) і "континентальну" (полягає у законодавчій регламентації діяльності суб'єктів страхового ринку та систематичному контролю за дотриманням страхового законодавства, існує в Німеччині, Франції, Італії, Іспанії): нагляд за поточними операціями страховиків, їх перевірки, встановлення меж коливання тарифів, затвердження типових форм договорів з обов'язкового страхування тощо.

В Україні, яка тяжіє до останньої моделі, страховий нагляд розвивається з 1993 р., коли було утворено Комітет у справах нагляду за страховою діяльністю – "Укрстрахнагляд". У 1999 р. під час адміністративної реформи його функції передано Департаменту фінансових установ і ринків Міністерства фінансів України, а з 2003 р. ринок отримав новий контролюючий орган – Державну комісію з регулювання ринків фінансових послуг України, яка перейменована та реформована в 2011 р. Наразі вона має назву Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг – Нацкомфінпослуг.

Розглядаючи саму дефініцію "державне регулювання ринку", доречно зауважити, що більшість науковців вважають (і з цим можна погодитися), що це сукупність методів, засобів впливу держави на економіку для забезпечення нормальних умов функціонування її галузей. Я. Шумелда визначає державне регулювання страхової діяльності як систему засобів і методів, здійснюваних на правовій основі з метою визначення меж і правил функціонування страхового ринку та діяльності страхових компаній [13, с. 10].

К. Балицька розглядає причини потреби державного регулювання страхової діяльності й окреслює три рівні здійснення регулювання: стратегічний, тактичний, оперативний, а потім усередині кожного з них робить поділ ще на кілька груп залежно від причин врегулювання і зазначає, хто є вигодонабувачем [14, с. 112–113]. Останнє

є некоректним, оскільки за Законом України "Про страхування" чітко зазначено, хто такий "вигодонабувач".

Якщо здійснити історичний екскурс, то значущим для ринку й регулятора стало 9 грудня 1996 р., коли було затверджено положення "Про Єдиний державний реєстр страховиків (перестраховиків) України". До нього занесено страхові компанії, яким присвоєно відповідний номер і видано свідоцтво про реєстрацію. Після перереєстрації в I кварталі 1997 р. вилучено з державного реєстру страховиків ті компанії, діяльність яких не забезпечувала виконання вітчизняного страхового законодавства щодо мінімального розміру статутного фонду. Якщо станом на 01.01.1997 р. в Україні діяло 325 страховиків, то на 01.02.1998 р. залишилося лише 240.

Складним для вітчизняної економіки був період, пов'язаний із приватизацією. Він торкнувся і страхових компаній. У 2006 р. на продаж було виставлено ВАТ "НАСК "Оранта". У 2003 р. Держфінпослуг листом від 03.07.2003 р. № 38/07-5 надала Фонду державного майна інформацію щодо обґрунтування доцільності закріплення у державній власності акцій ВАТ "НАСК "Оранта" в розмірі 50 % плюс 1 акція. Того року Кабінет Міністрів України своєю постановою відібрав у компанії монопольне право здійснювати деякі види державного обов'язкового страхування (приміром, життя і здоров'я суддів), і в редакції Закону "Про страхування", прийнятому в 2001 р., державне страхування було замінено на компенсаційні виплати з державного бюджету.

Розглянемо тимчасові адміністрації в страхових компаніях, які вводилися регулятором для вивчення фінансових показників і аналізу їхньої платоспроможності, виявлення і розслідування зловживань з боку керівництва страховика. Тимчасові адміністратори працювали в таких компаніях, як "РАЙП", "Добробут", "Гарантія", "Інтер", "Зеніт", "Еталон". На сьогодні вони в державному реєстрі відсутні. Ці приклади підтверджують значущість перманентного державного контролю за страховими компаніями та потребу швидких заходів у разі виявлення ознак, які можуть привести до банкрутства. У вітчизняній науці відсутні ґрунтовні дослідження причин, що призвели до банкрутства страховиків, і наслідків цього як для страхувальників, так і для ринку в цілому.

Також практично немає досліджень щодо процесу злиття та поглинання страхових компаній. Наведемо дані щодо угод М&А в Україні в *табл. 1*.

Згадуючи місію Нацкомфінпослуг, яка сформульована як "створення умов для належного та ефективного функціонування ринків небанківських фінансових послуг, зміцнення системної стабільності на цих ринках, забезпечення захисту прав споживачів небанківських фінансових послуг, а також інтеграція у світовий фінансовий простір без загроз національним інтересам і економічній безпеці України" [15], не можна не звернути увагу на дослідження харківських учених. За даними 2010, 2014 та 2016 рр. вони прогнозують ймовірність реалізації

сценаріїв розвитку страхового ринку України на основі створення єдиного мегарегулятора ринків фінансових послуг [16, с. 42–55].

Таблиця 1

Угоди злиття та поглинання в Україні (М&А Україна)*

Дата угоди	Об'єкт поглинання / угоди М&А	Продавець	Покупець	Штаб-квартира (покупець)	Сума угоди, (млн дол. США)	Предмет угоди, %
Квітень 2015	ПАТ "Страхова компанія «Стар-Поліс»"	–	Asito Kapital S.A	Румунія	–	99
Липень 2015	"ІНГО Україна", "ІНГО Україна Життя"	"Ингосстрах" (РФ)	–	–	–	–
Листопад 2015	ПАТ "Страхова компанія «МетЛайф»"	American Life Insurance Company	Met Life Global Holding Company II GmbH	Швейцарія	4.5	100
Грудень 2015	СК "Альфа Страхування"	Alfa Group Consortium	ABH Ukraine / Альфа-Банк Україна / Alfa Group Consortium	Кіпр / Україна	–	95
Березень 2016	СК "Альфа Страхування"	Innocast Holdings	ABH Ukraine Limited	Кіпр	–	95
Серпень 2016	ПАТ "Страхова група «ТАС»" і ПАТ "Страхова компанія «ТАС»"	TAS Group	Bailican Limited	Кіпр	–	100
Серпень 2016	НДІ Страхування	Talanx International AG	Euroins Insurance Group AD	Болгарія	–	90
Травень 2017	ПАТ "Українська аграрно-страхова компанія"	Talanx International AG	ТОВ "Агрофірма «Добробут»"	Україна	–	76

* Відібрано авторами з масиву даних угод щодо злиття та поглинання в Україні на підставі [17].

Законопроект № 2413-а (відомий як "Закон про спліт"), що розглядався у Верховній Раді ще в 2016 р., передбачає консолідацію функцій з державного регулювання ринків фінансових послуг, скасування Нацкомфінпослуг і передачу її функцій Національному банку України і Нацкомісії з цінних паперів і фондового ринку. За цей час неодноразово робилися спроби проголосувати проект, проте й донині питання створення мегарегулятора, його варіантів, доцільності та своєчасності для українського фінансового небанківського ринку обговорюються. Усі погоджуються з тим, що реформа потрібна, але після ґрунтовного обговорення всіх позицій, визначення покрокових дій з реалізації завдань, проведення консультацій з широким колом учасників ринку. Ігнорування цих факторів і механічне копіювання європейської

практики може призвести до посилення негативних процесів на ринку, недовіри споживачів до фінансового сектора загалом і страхового зокрема. Зазначене дослідження науковців підтверджує, що сценарій прискореного розвитку страхового ринку України мав більш ймовірнісний характер тільки в 2010 та 2014 рр., а 2016 р. – за існуючої моделі державного регулювання страхування в Україні.

Поки питання залишається невирішеним, хоча цей законопроект включено до меморандуму співпраці між Україною і Міжнародним валютним фондом. Натомість більшість гравців страхового ринку висловлюють доволі критичне ставлення щодо створення мегарегулятора. На сьогодні функції нагляду саме страхового ринку покладено на Департамент страхового регулювання та нагляду (ДСН) як структурний підрозділ Нацкомфінпослуг (рисунок).



Основні завдання Департаменту страхового регулювання та нагляду Нацкомфінпослуг України

Побудовано на підставі Положення про департамент страхового регулювання та нагляду.

Підтвердженням реального виконання завдань є, приміром, проект Розпорядження "Про затвердження Положення про обов'язкові критерії і нормативи достатності капіталу і платоспроможності, ліквідності, доходності, якості активів і ризикованості операцій страховика". Цей документ викликав певний відгук на страховому ринку. На думку представників професійних об'єднань, у Положенні містяться норми,

які, в разі їх прийняття, порушуватимуть норми чесної конкуренції, а нормативи платоспроможності для невеликих страховиків із обсягом страхових премій менше ніж 200 млн грн на рік створить загрозу існування для понад 100–140 компаній, що здійснюють ризикові види страхування. Результативність комунікацій із представниками страхового ринку корисна з тієї позиції, що практику та досвід страховиків, які давно й успішно працюють, треба використовувати ще на стадії розробки важливих документів. Участь в обговоренні інших державних органів контролю, зокрема Антимонопольного комітету України, уможливує водночас різнопланово обговорити проблему та винайти найоперативніші й найефективніші кроки вирішення.

Дослідження деяких заходів Комплексної програми розвитку фінансового сектора України до 2020 р., за якими Нацкомфінпослуг визначена співвиконавцем, показало:

по-перше, щодо стратегії макропруденційної політики, спрямованої на мінімізацію системних ризиків. Протягом 2017 р. одним з основних напрямів такого нагляду стало запровадження щорічного інформування регулятора про дотримання фінансових нормативів та істотні операції з активами (введено для страховиків зі страхування життя та страховиків, на яких надійшла велика кількість скарг). Такі дії можна віднести до системного моніторингу із функцією упередженого характеру. На сайті регулятора розташовується щомісячний звіт про роботу зі зверненнями громадян із коментарем щодо критеріїв відбору компаній;

по-друге, з питання регулярної оцінки якості активів для визначення потреби реструктуризації діяльності, достатності капіталу та ліквідності. Страховикам встановлена вимога разом з річною звітністю надавати інформацію щодо ключових ризиків і результатів стрес-тестування;

по-третьє, розробка інструментів і каналів комунікації для створення системної комунікації з метою підвищення прозорості дій регулятора. Тут треба розрізняти комунікацію із учасниками безпосередньо страхового ринку та інших структур, які опосередковано, але з ним пов'язаних – приміром Міністерством внутрішніх справ і Національною поліцією України, – щодо забезпечення контролю за наявністю полісів обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів;

по-четверте, посилення вимог до системи ризик-менеджменту учасників фінансового сектора. На виконання цього завдання регулятор розробив і вніс зміни до звітних даних страховика в частині розкриття в пояснювальній записці додаткової інформації [18]. Тепер страховик розкриває: загальну структуру, основні завдання, функції та підзвітність підрозділу страховика, що виконує функцію оцінки ризиків; перелік ризиків, які ідентифікує у своїй діяльності (андеррайтинговий, ринковий, операційний, учасника фінансової групи); перелік ризиків, які потребують мінімізації їх наслідків; стратегію керівництва щодо зменшення вразливості страховика до ризиків.

Такий огляд страхового ринку потрібний для оцінки капіталу та якості активів страховиків, особливо основного сегменту – *non-life* страхування. Він уможливить визначити стан конкуренції на ринку, а узагальнена інформація має бути представлена регулятором на сайті комісії.

Щодо спрощення та уніфікації звітності, яка подається страховиками регуляторів, то в 2019 р. планується провадження фінансової звітності у форматі *XBRL (eXtensible Business Reporting Language)*. Цей стандарт, який широко використовується у світі при обміні ділової інформації, містить загальні для учасників ринку та регулюючих органів вимоги до подання бізнес-звітності. Першими користувачами *XBRL* були регулюючі органи, такі як Федеральна корпорація зі страхування вкладів США (*Federal Deposit Insurance Corporation*, створено в 1933 р.) і Комітет європейських органів банківського нагляду (*Committee of European Banking Supervisors, CEBS*). Наразі *XBRL* використовується в багатьох країнах регуляторами фондових бірж і ринку цінних паперів, банківським надглядом, податковими органами й національними статистичними агентствами.

Із січня 2018 р. Нацкомфінуслуг перейшла на систему електронного документообігу, і всі внутрішні процеси й документи (службові записки, накази, реєстрація вхідної кореспонденції, її обробка, відповіді тощо) виконуються в електронному вигляді.

Інформованість щодо чинного страхового законодавства, швидке реагування на запити споживачів, наявність зворотного зв'язку, прозорість інформації – також доказ дій наглядового органу. В 2016 р., за результатами вжитих заходів впливу Нацкомфінпослуг, загальний обсяг страхового відшкодування після розгляду звернень з питань страхової діяльності становив 118.04 млн грн (у 2015 р. – 68.0 млн грн). Дані зі звітів наведено в *табл. 2*.

Таблиця 2

**Результати інспекційної діяльності
Департаменту страхового регулювання та нагляду**

Показник	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість проведених перевірок: усього,	138	138	32	68	80
<i>зокрема:</i>					
планових	68	38	25	29	0
позапланових	70	100	7	39	80
Кількість застосованих заходів впливу: усього,	854	848	430	488	528
<i>зокрема:</i>					
анульовано ліцензій	286	261	201	459	218
накладено штрафних санкцій, тис. грн	1547	1599	653	1448.9	4316.3
стягнуто штрафних санкцій, тис. грн	1037	676.6	396.1	511.7	2173.7

Складено за матеріалами звітів Нацкомфінпослуг за 2013–2017 рр. [19].

Налагодження контактів із споживачами страхових послуг, вивчення їхніх проблем і допомога в розв'язанні, оприлюднення результатів роботи – все це наразі є особливо важливим. Регулятор не здійснював належний нагляд у 2016 р., унаслідок чого п'ять великих компаній зі страхування життя зникли із грошима своїх клієнтів. На вимогу Всеукраїнського об'єднання споживачів страхових послуг "Страховий захист" проведено кілька спільних засідань із представниками Нацкомфінпослуг задля посилення контролю за платоспроможністю "лайфових" компаній.

Відповідно до вимог Закону України "Про внесення змін до Закону України "Про звернення громадян" щодо електронного звернення та електронної петиції" сьогодні можна подати електронні звернення з використанням мережі Інтернет і засобів електронного зв'язку. Однак варто звернути увагу і на рівень захисту страхувальників, а саме – як придбано поліс. Адже в нашій країні страхові продукти можуть поширювати різні типи осіб або установ (агенти, брокери, співробітники банківського сектора, туристичні агенції). Отже, мають бути забезпечені єдині стандарти обслуговування та захисту прав споживачів. За такого підходу є сенс ознайомитися із досвідом європейських країн і оновленим змістом Директиви Європейського парламенту та Ради ЄС 2016/97 "Про реалізацію страхових продуктів", мета якої полягає в приведенні у відповідність національних норм, що стосуються реалізації страхових продуктів. Директива уможлиблює адаптувати її положення до існуючих особливостей конкретного ринку та законодавчої системи в кожній країні-учасниці. Зокрема, в Директиві зазначено, що вона "...спрямована на мінімальну гармонізацію і, отже, не повинна заважати країнам-учасницям затверджувати або запроваджувати більш жорсткі норми з метою захисту клієнтів, за умови, що такі норми не суперечать законодавству Європейського Союзу" [20]. Важливою є і нова редакція Платіжної директиви ЄС (*Directive on Payment Services II PSD2*), яка набула чинності 13 січня 2016 р. і встановлює нові вимоги до архітектури фінансових послуг, зокрема страхових.

Значною подією для всього страхового ринку є введення 7 лютого 2018 р. електронного полісу з обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів. Такий поліс унеможлиблює випадки надання страховиком або страховим агентом у паперовому вигляді без відповідної реєстрації в Єдиній централізованій базі даних (ЄЦБД). Передбачаючи зазначену подію і враховуючи потребу зменшення випадків зловживань з боку недобросовісних агентів, Нацкомфінпослуг прийнято спеціальне розпорядження [21]. Проте потрібні подальші кроки з удосконалення цього виду страхування, а саме: внесення змін до чинного Положення про єдину централізовану базу даних із згаданого вище виду страхування (або прийняття його нової редакції); розробка та затвердження корегувальних коефіцієнтів для такого нового виду транспорту як електромобілі.

На часі прийняття нового Закону "Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів" і безумовно – нової редакції Закону "Про страхування", який пройшов перше читання у Верховній Раді й уможливить перевести на євростандарти класифікацію видів страхування. С. Ачкасова цілком слушно вважає умовами для зміни державного регулювання страхового ринку відповідно до кращих стандартів ЄС не лише захист інтересів страхувальників і створення умов для розвитку ринку, а й потребу "...забезпечити захист прав клієнтів, дотримання вимог законодавства, протидії монополізації і створення умов для справедливої конкуренції на страховому ринку..." [22, с. 51–52].

Вітчизняний страховий ринок має відчувати системну політику з боку держави, яка мусить базуватися на прозорості прийняття й реалізації регуляторних рішень, укріпленні фінансових засад страховиків та їхньої конкурентоспроможності, пріоритетності прав споживачів страхових послуг.

Висновки. Державне регулювання страхового ринку як комплекс різнопланових заходів, спрямованих на розвиток ринку страхових послуг, відповідає визначеним стратегічним завданням, потребує чіткого бачення дій на перспективу разом із перманентними поточними заходами в умовах відкритості та повноти інформації, впровадження нововведень у всі напрями роботи. Нагляд за страховим ринком має певну історію, яка невід'ємна від історії самого ринку та яку можна спостерігати сьогодні, аналізуючи ті процеси, що відбуваються.

Розвиток страхування у нашій державі, як у будь-якій країні світу, його кількісні та якісні показники значною мірою залежать від державного страхового нагляду. Аналіз діяльності регулятора та проектів документів, що ним розроблено й упроваджено у страхову практику задля прийняття змін до законодавства, має обговорюватися із залученням досвідчених учасників страхового ринку, наукової спільноти та страхових об'єднань. Страховий ринок у найближчий час має стати свідком важливих кроків, що уможливить наблизити державне регулювання вітчизняного страхування до європейських стандартів з урахуванням вітчизняних реалій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Архипов А. П., Базанов А. Н., Белозеров С. А. и др. Страхование и управление рисками: проблемы и перспективы : монография ; под ред. С. А. Белозерова, Н. П. Кузнецовой. М. : Проспект, 2017. 528 с.*
2. *Страховий ринок України: стан та перспективи розвитку : монографія ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. 460 с.*
3. *Філонюк О. Ф. Державне регулювання страхової справи в Україні : автореф. дис. ... канд. наук з держ. управл. : 25.00.02. Нац. акад. держ. управл. при Президентові України. Київ. 2010. 22 с.*

4. Гаманкова О. О., Гаманков Д. В., Димніч О. В. Теоретичні засади визначення ролі та місця держави на страховому ринку. *Фінанси України*. 2014. № 9. С. 65—78.
5. Внукова Н. М., Ачкасова С. А. Європейський вектор формування ефективної моделі державного регулювання страхової діяльності в Україні. Грудневі читання "Європейський вектор розвитку страхового ринку України" : зб. мат. XI Міжнар. наук.-практ. конф. за заг. ред. проф. В. Д. Базилевича (м. Київ, 1–2 грудня 2016 р.). Київ : Едельвейс, 2016. Вип. XI, Т. 1. С. 21—23.
6. Залетов О. Вплив глобалізації світової економіки на державне регулювання страхового ринку. *Світ фінансів*. 2014. № 2. С. 89—94.
7. Залетов О. Концептуальні засади макропруденційного нагляду та регулювання страхової діяльності. *Вісн. КНУ ім. Тараса Шевченка. Економіка*. 2014. № 156. С. 30—34.
8. Уманців Ю., Міняйло О. Фінансовий ринок у системі економічних відносин. *Вісн. КНТЕУ*. 2015. № 5. С. 72—82.
9. Шірінян Л. Фінансове регулювання страхового ринку: проблеми теорії та практики : монографія. Київ : Центр учбової літ., 2014. 458 с.
10. Комплексна програма розвитку фінансового сектора України до 2020 року. Постанова НБУ від 18.06.2015 № 391. Дата оновлення: 16.01.2017. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/vr028500-17/paran15#n15> (дата звернення : 12.02.2018).
11. Небанківський фінансовий ринок у цифрах. URL : <http://afi.org.ua/articles/pebankivskiy-finansoviy-rinok-u-cifrah> (дата звернення : 08.02.2018).
12. Залетов А. Все сегменты небанковского финрынка Украины в 2017 году показали рост объемов предоставленных услуг. URL : <http://interfax.com.ua/news/interview/476207.html> (дата звернення : 09.02.2018).
13. Шумелда Я. П. Страхування : навч. посіб. Київ : Бізон, 2007. 384 с.
14. Балицька К. Е. Державне регулювання страхової діяльності в Україні. Управління розвитком. 2014. № 13. С. 111—113.
15. Про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL : <https://www.nfp.gov.ua/ua/Pro-nas.html> (дата звернення : 01.02.2018).
16. Реформування ринків фінансових послуг в умовах інтеграції до європейського фінансового простору : монографія ; наук. ред. Р. Пукала, проф. Н. М. Внукова. Харків : ТО Ексклюзив, 2016. 166 с.
17. Сделки слияния и поглощения в Украине (M&A Украина). URL : <https://inventure.com.ua/tools/database/m%26a#sthash.iR5CcR5t.dpuf> (дата звернення : 11.02.2018).
18. Про затвердження Змін до Порядку складання звітних даних страховиків. Розпорядження Нацкомфінпослуг від 24.11.2016 № 2924. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1660-16> (дата звернення : 13.02.2018).
19. Річні звіти Нацкомфінпослуг. URL : <https://www.nfp.gov.ua/ua/Richnizvity-Natskomfinposlul.html> (дата звернення : 06.03.2018).
20. Директива (ЄС) 2016/97 Європейського Парламенту та Ради від 20 січня 2016 року про реалізацію страхових продуктів (у новій редакції). Офіційний журнал Європейського Союзу. 02.02.2016 EN. L 26/19.
21. Про затвердження Змін до Положення про особливості укладання договорів обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності

власників наземних транспортних засобів. Розпорядження Нацкомфінпослуг від 31.08.2017 № 3631. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1197-17> (дата звернення : 10.02.2018).

22. *Achkasova S.* The governmental regulation of the insurance market in the Europe an integration processes. *Journal of The Economic Annals-XXI.* 2015. N 7—8 (2). P. 49—52. DOI : <https://doi.org/10.21003/ea>.

Стаття надійшла до редакції 19.02.2018.

Rotova T., Manko I. Regulation of the insurance services market in Ukraine.

Background. Insurance market, its development and indexes largely depend on a state supervision. The real operating of regulator and its influence on insurance companies and consumers of insurance services are actual.

The aim of the article is an analysis of practical aspects of the government control of the insurance market.

Material and methods. Complex analysis, abstracting, statistics using normative, legislative documents, official statistics and Internet resources.

Results. Work of supervisory authority and its basic tasks are considered in different periods (privatizing, temporal administrations). Opinions of different market participants regarding transmission of the insurance market regulator functions to the National bank are brought. Implementation Analysis of the Comprehensive Program for the Financial Sector Development to 2020 in the part of the insurance market tasks testifies the actions transparency, toughening up the requirements regarding the risk management system and insurers financial responsibility. The directions on which it is expedient to improve the state regulation of the insurance market, the reporting of insurers, the awareness of policyholders are determined. Projects of documents developed for introduction into insurance practice should be discussed with the involvement of participants in the insurance market.

Conclusion. Supervision of the insurance market has a certain history, which is inseparable from the market history itself. Today we need a clear vision of the future and permanent ongoing activities in conditions of openness, information completeness, innovations. The pace of the insurance market development, use of the insurers financial resources, the implementation of strategic level plans will allow to approximate domestic insurance to European standards.

Keywords: state regulation, insurance market, insurance legislation, information transparency, insurer's assets, protection of consumer rights of insurance services.

REFERENCES

1. *Arhipov A. P., Bazanov A. N., Belozarov S. A. i dr.* Strahovanie i upravlenie riskami: problemy i perspektivy : monografija ; pod red. S. A. Belozerova, N. P. Kuznecovoj. M. : Prospekt, 2017. 528 s.
2. *Strahovyj rynek Ukrainy: stan ta perspektivy rozvytku : monografija ; za zag. red. A. A. Mazaraki.* Kyi'v : Kyi'v. nac. torg.-ekon. un-t, 2007. 460 s.
3. *Filonjuk O. F.* Derzhavne reguljuvannja strahovoi' spravy v Ukraini : avtoref. dys. ... kand. nauk z derzh. upravl. : 25.00.02. Nac. akad. derzh. upravl. pry Prezydentovi Ukrainy. Kyi'v. 2010. 22 s.

4. *Gamankova O. O., Gamankov D. V., Dymnich O. V.* Teoretychni zasady vyznachennja roli ta misecja derzhavy na strahovomu rynku. *Finansy Ukrainy*. 2014. № 9. S. 65—78.
5. *Vnukova N. M., Achkasova S. A.* Jevropejs'kyj vektor formuvannja efektyvnoi' modeli derzhavnogo reguljuvannja strahovoi' dijal'nosti v Ukraini. Grudnevi chytannja "Jevropejs'kyj vektor rozvytku strahovogo rynku Ukrainy" : zb. mat. HI Mizhnar. nauk.-prakt. konf. za zag. red. prof. V. D. Bazylevycha (m. Kyi'v, 1–2 grudnja 2016 r.). Kyi'v : Edel'vejs, 2016. Vyp. XI, T. 1. S. 21—23.
6. *Zaljetov O.* Vplyv globalizacii' svitovoi' ekonomiky na derzhavne reguljuvannja strahovogo rynku. *Svit finansiv*. 2014. № 2. S. 89—94.
7. *Zaljetov O.* Konceptual'ni zasady makroprudencijnogo nagljadu ta reguljuvannja strahovoi' dijal'nosti. *Visn. KNU im. Tarasa Shevchenka. Ekonomika*. 2014. № 156. S. 30—34.
8. *Umanciv Ju., Minjajlo O.* Finansovyj rynek u systemi ekonomichnyh vidnosyn. *Visn. KNTEU*. 2015. № 5. S. 72—82.
9. *Shirinjan L.* Finansove reguljuvannja strahovogo rynku: problemy teorii' ta praktyky : monografija. Kyi'v : Centr uchbovoi' lit., 2014. 458 s.
10. *Kompleksna* programa rozvytku finansovogo sektora Ukrainy do 2020 roku. Postanova NBU vid 18.06.2015 № 391. Data onovlennja: 16.01.2017. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/vr028500-17/paran15#n15> (data zvernennja : 12.02.2018).
11. *Nebankivs'kyj* finansovyj rynek u cyfrach. URL : <http://afi.org.ua/articles/nebankivskiy-finansoviy-rinok-u-cifrah> (data zvernennja : 08.02.2018).
12. *Zaletov A.* Vse segmenty nebankovskogo finrynka Ukrainy v 2017 godu pokazali rost ob'emov predostavlennyh uslug. URL : <http://interfax.com.ua/news/interview/476207.html> (data zvernennja : 09.02.2018).
13. *Shumelda Ja. P.* Strahuvannja : navch. posib. Kyi'v : Bizon, 2007. 384 s.
14. *Balyc'ka K. E.* Derzhavne reguljuvannja strahovoi' dijal'nosti v Ukraini. *Upravlinnja rozvytkom*. 2014. № 13. S. 111—113.
15. *Pro Nacional'nu* komisiju, shho zdijsnjuje derzhavne reguljuvannja u sferi rynkiv finansovyh poslug. URL : <https://www.nfp.gov.ua/ua/Pro-nas.html> (data zvernennja : 01.02.2018).
16. *Reformuvannja* rynkiv finansovyh poslug v umovah integracii' do jevropejs'kogo finansovogo prostoru : monografija ; nauk. red. R. Pukala, prof. N. M. Vnukova. Harkiv : TO Ekskljuzyv, 2016. 166 s.
17. *Sdelki* slijanja i pogloshhenija v Ukraine (M&A Ukraina). URL : <https://inventure.com.ua/tools/database/m%26a#sthash.iR5CcR5t.dpuf> (data zvernennja : 11.02.2018).
18. *Pro zatverdzhennja* Zmin do Porjadku skladannja zvitnyh danyh strahovykiv. Rozporjadzhennja Nackomfinposlug vid 24.11.2016 № 2924. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1660-16> (data zvernennja : 13.02.2018).
19. *Richni* zvity Nackomfinposlug. URL : <https://www.nfp.gov.ua/ua/Richni-zvity-Natskomfinposlugh.html> (data zvernennja : 06.03.2018).
20. *Dyrektyva* (JeS) 2016/97 Jevropejs'kogo Parlamentu ta Rady vid 20 sichnja 2016 roku pro realizaciju strahovyh produktiv (u novij redakcii'). *Oficijnyj zhurnal Jevropejs'kogo Sojuzu*. 02.02.2016 EN. L 26/19.
21. *Pro zatverdzhennja* Zmin do Polozhennja pro osoblyvosti ukladannja dogovoriv obov'jazkovogo strahuvannja cyvil'no-pravovoi' vidpovidal'nosti vlasnykiv nazemnyh transportnyh zasobiv. Rozporjadzhennja Nackomfinposlug vid 31.08.2017 № 3631. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1197-17> (data zvernennja : 10.02.2018).
22. *Achkasova S.* The governmental regulation of the insurance market in the Evrope an integration processes. *Journal of The Economic Annals-XXI*. 2015. N 7—8 (2). P. 49—52. DOI : <https://doi.org/10.21003/ea>.

UDC 330.34:368(477)=111

SELIVERSTOVA Liudmyla,

Doctor of Economics, Professor of the Department of Statistics and econometrics of Kyiv National University of Trade and Economics

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN INSURANCE MARKET

The article is devoted to the analysis of tendencies of development of the insurance market of Ukraine. The author analyzes the dynamics of the number of domestic insurance companies, presents the insurance company leaders, TOP-10 companies in life insurance and non-life insurance, and substantiates the factors of the external and internal environment that hinder the development of the insurance market.

Keywords: insurance, insurance company, insurance market, environmental factors, factors of the internal environment, life insurance, risk insurance types.

Селиверстова Л. Тенденції розвитку страхового ринка України. Проаналізовані тенденції розвитку страхового ринка України і динаміка кількості вітчизняних страхових компаній. Вказані страхові компанії лідери, ТОП-10 компаній по страхуванню життя і ризикових видів страхування. Обосновані фактори зовнішньої і внутрішньої середовища, які замедляють розвиток страхового ринка.

Ключевые слова: страхование, страховая компания, страховой рынок, факторы внешней среды, факторы внутренней среды, страхование жизни, рискованные виды страхования.

Background. The current stage of the transformation of the economic system in Ukraine in the context of civilization development and the successful confrontation with the globalization challenges lead to the formation of a qualitatively new model of the functioning of the insurance market. The development of the insurance institute is capable of generating a positive synergistic effect, and substantially increasing the level of favorableness of the national business environment.

Today, in an unstable economy, the role of insurance as a mechanism of accumulation of money supply and a source of long-term investments into the economy increases in the whole world, which in turn promotes financial stabilization, raising the quality of life of the population and ensuring the continuous production activity of enterprises and organizations. The insurance market of Ukraine is at the stage of gradual integration into the global financial market, therefore, the issue of modern development of

the insurance services market and finding directions for its improvement is relevant and requires in-depth study.

The issues of the development of the theory and practice of the formation and functioning of the insurance market in their works were studied by such domestic scientists as Bazylevych V. D., Vasilik O. D., Vygovska V. V., Klepikova O. A. [1], Muzyka O. M. [2], Rotova T. A., Tkachenko N. V. Despite the wide range of problems mentioned in the writings of scientists, the question of planning and prospects for the development of the Ukrainian insurance market requires the further research.

The aim is to analyze the trends of the insurance market development and to substantiate the directions of effective development of insurance companies.

Material and methods. To achieve this goal, general scientific and special methods of knowledge of phenomena and processes of the insurance market are used in the article. System, structural and comparative methods are used when disclosing the peculiarities of insurance and justifying the recommendations for stimulating the development of the Ukrainian insurance market.

Results. The place of the insurance market in the financial system of Ukraine is due to the role of various financial institutions in financing insurance protection, as well as their significance as objects of placement of investment resources of insurance organizations and maintenance of insurance, investment, financial and other activities. The specificity of insurance determines the direct connection of the insurance market with the finances of enterprises and population, the banking system of the country, the state budget and other financial institutions, within which the insurance relations are implemented. In such a relationship, the relevant financial institutions act as insurers and consumers of insurance products. Specific relationships are formed between the insurance market and the state budget and the state extra-budgetary funds, which is associated with the organization of insurance [2, p. 248].

The insurance market is an important component of the financial market of the country and is closely connected with the industrial sphere and the level of welfare of the population. The positive changes in the economy, increasing welfare of the population contribute to the activity of insurance companies, and the stable development of the latter, creates favorable conditions for improving the general state of the economy by investing their accumulated funds in various areas and industries.

The modern insurance market in Ukraine is currently experiencing not the best time, since it is negatively affected by external and internal factors. Given the instability of the domestic economy and the military conflict in the country, insurance, as an investment instrument, is not developing sufficiently but steadily and demonstrates a tendency for further growth.

The insurance market is the second in terms of capitalization among other non-bank financial markets. The total number of the insurance companies for 30.06.2017 was 300, including the insurance companies for life insurance (IC "life") – 36 companies, other types of insurance (IC "non-life") – 264 companies [3].

The dynamics of the changes in the number of insurance companies in the domestic insurance market for 2012–2017 years is shown in *figure 1*.

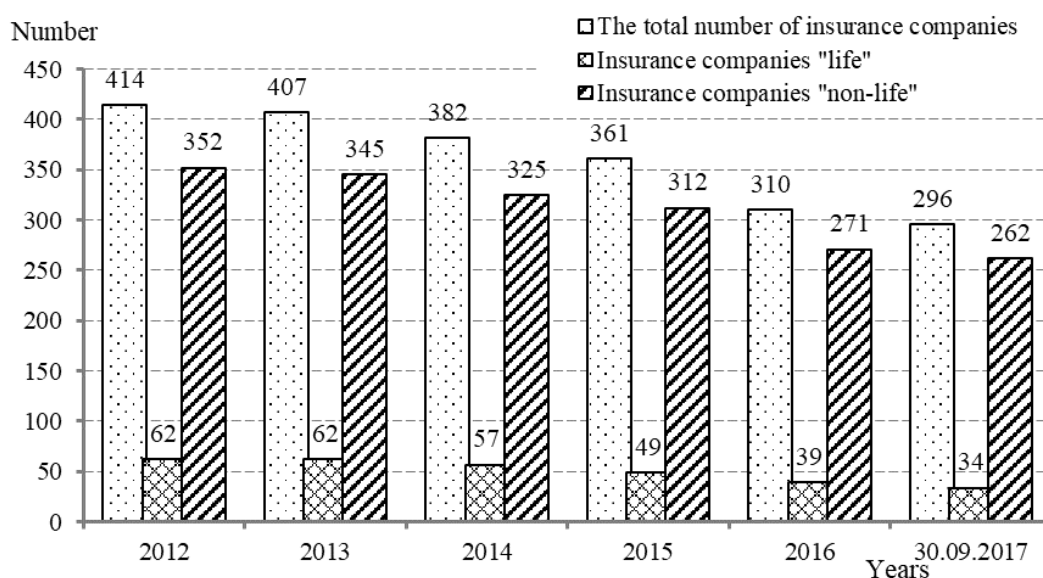


Figure 1. Dynamics of the number of the insurance companies in the domestic insurance market for 2012–2017 years [based on data 3]

Despite the fact that the number of the insurance companies tends to decrease, the volume of revenues from gross insurance premiums and net insurance premiums indicate the effectiveness of development.

According to the National Commission of the regulation of state financial services markets, gross insurance premiums for 9 months of 2017 increased by 26.4 % to UAH 31.4 billion, of which individuals account for UAH 11.1 billion, which is 35.4 % and legal entities persons for 20.3 billion UAH (64.6 %). Thus, net insurance premiums for the 9 months of 2017 increased by 6.1 % to UAH 20.8 billion, which is 66.2 % of gross premiums.

As for risk insurance, UAH 29.4 billion was received, representing 93.6 % of the total premiums, and life insurance – UAH 2 billion or 6.4 % of the total premiums.

Gross premiums increased for almost all types of insurance: financial risk insurance (+58.6 %), property insurance (+35.2 %), fire and risks insurance (+57.3 %), car insurance (+13.6 %), liability insurance +54.6 %), cargo and luggage insurance (+22.6 %), health insurance (+ 20.2 %), accident insurance (+51.9 %), and air insurance (+55.6 %).

Consequently, the negative characterization of the trend of reduction of insurers is incorrect, since: firstly, the practice of 2004–2007 years, the

characteristic feature of which was to increase the profitability of insurance companies on an extensive basis, was evidenced by the fact that the quantitative growth of the insurance portfolio does not lead to a qualitative change. The rate for the "scale effect" is not justified, as a result of which the effectiveness of Ukrainian insurers does not reach the efficiency that is characterized by foreign insurance companies. Secondly, the insurance market has long overdue the issue of consolidation of insurers, since the concentration of insurance market for the receipt of gross insurance premiums of the first 20 insurers, for example, at the end of 2016, accounted for 99.0 % of "life" insurance, and "non-life" insurance – 60.3 %. This state of affairs is characteristic not only for 2016; it is typical for the insurance market of Ukraine during the investigated period (*table 1*).

Table 1

The concentration of the insurance market during 2012–2016 years

First (Top)	Part at the insurance market "life", %				
	2012	2013	2014	2015	2016
Top-3	51.3	44.0	51.7	44.8	42.8
Top-10	87.1	90.4	90.9	91.2	87.9
Top-20	96.7	97.9	98.3	98.7	99.0
Top-50	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Top-100	–	–	–	–	–
Top-200	–	–	–	–	–
Totally at the market	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	Part at the insurance market "non-life", %				
Top-3	13.7	9.9	13.5	15.6	14.7
Top-10	34.4	28.6	30.7	35.0	36.3
Top-20	53.6	46.8	50.3	53.8	60.3
Top-50	76.8	70.8	77.5	78.8	85.0
Top-100	92.1	84.3	92.1	93.4	96.1
Top-200	99.2	91.0	99.2	99.5	99.0
Totally at the market	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

The source: [4, p. 12].

It should be noted that the ratio of the insurance payments to GDP is still at a level that is far from the desired or the one that is typical of the developed economies, where it is 8–12 % of GDP. Thus, at the end of 2016, the share of gross insurance premiums in relation to GDP was 1.5 % remaining at the level of 2015 and by 0.2 pp less compared to 2014. Such a downward trend is characteristic for the Ukrainian insurance market since 2008, when the change in certain macroeconomic recovery of the insurance market in 2006–2008, with the growth of this indicator from 2.5 % in 2006 to 2.7 % in 2008, came to its gradual decrease to 1.7 % in 2014 and up to 1.5 % in 2016. This situation is evidence of a failure to fulfill the insurance market, inherent in its functions, and insurance, unfortunately, is enjoying the weak demand from the population and the business entities.

TOP-10 of the largest insurers for bonuses for 9 months of 2017 are given in *table 2*.

Table 2

TOP-10 of the largest insurers for bonuses for 9 months of 2017, ths UAH

Insurance companies	N in rating	Gross premiums, ths UAH	Growth, %	N in rating	Pure premiums, ths UAH	Growth, %
UNICA	1	1 255 657	65.16	2	764 233	21.90
AHA INSURANCE	2	1 235 114	23.02	1	1 188 510	22.47
ARSENAL OF INSURANCE	3	1 160 151	33.21	7	494 583	-2.82
PZU UKRAINE	4	957 250	13.96	8	489 389	24.50
INGO UKRAINE	5	771 394	17.14	6	528 675	12.98
TAS SG	6	726 641	36.04	4	632 950	33.66
WIRED	7	654 583	5.15	3	639 033	8.32
USG	8	593 071	10.02	5	538 914	9.38
CREDO	9	572 576	423.79	-	-	-
UNIVERSAL	10	498 449	33.96	-	-	-
ALPHA INSURANCE	-	-	-	8	414 741	17.63
ORANTA	-	-	-	9	403 518	14.64

The size of gross insurance premiums for 9 months of 2017 increased by 17.6 % and amounted to 7.4 billion UAH, including 6961.5 million UAH (94.4 %) for risk insurance, and 413.6 million UAH (5.6 %) for life insurance. Net insurance payments increased by 18.4 % and amounted to 7.2 billion UAH.

The largest increase in gross payments occurred in the following types of insurance: motor insurance (+29.7 %), financial risk insurance (+94.5 %), health insurance (+26.2 %). At the same time, gross insurance payments (-84.6 %), insurance against fire risks and risks of natural disasters (-22.4 %) decreased. TOP-10 of the largest risk companies for 9 months of 2017 are shown in *figure 2*.

The level of gross payments amounted to 23.5 %, the level of net payments was 34.4 %. The high level of gross and net payments was observed for medical insurance – 55.5 % and 59.1 %, by types of voluntary personal insurance – 38 % and 41.6 %, by types of non-state compulsory insurance – 36.4 % and 36.7 % (by OSAGO – 46.2 % and 46.1 %).

The volume of total assets of insurers of Ukraine as of September 30, 2017 amounted to UAH 56.8 billion (+2.6 %). The value of assets determined in accordance with Art. 31 of the Law of Ukraine "On Insurance" increased by 1,048.4 million UAH (+3.1 %) and amounted to 62.2 % of total assets of insurers or 35.35 billion UAH. The volume of assets allowed for the provision of insurance reserves amounted to UAH 35.35 billion, of which UAH 21.3 billion was used to represent insurance reserves.

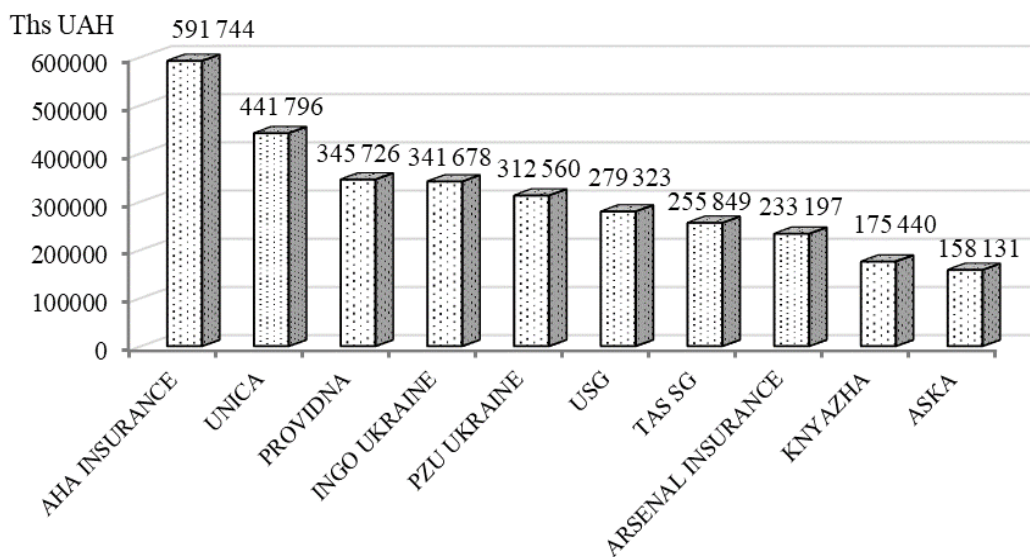


Figure 2. Insurance payments of TOP-10 of the largest insurance companies of Ukraine for the 9 months of 2017 [based on data 3]

TOP-10 of Ukraine's largest risk insurers for 9 months of 2017 is shown in figure 3.

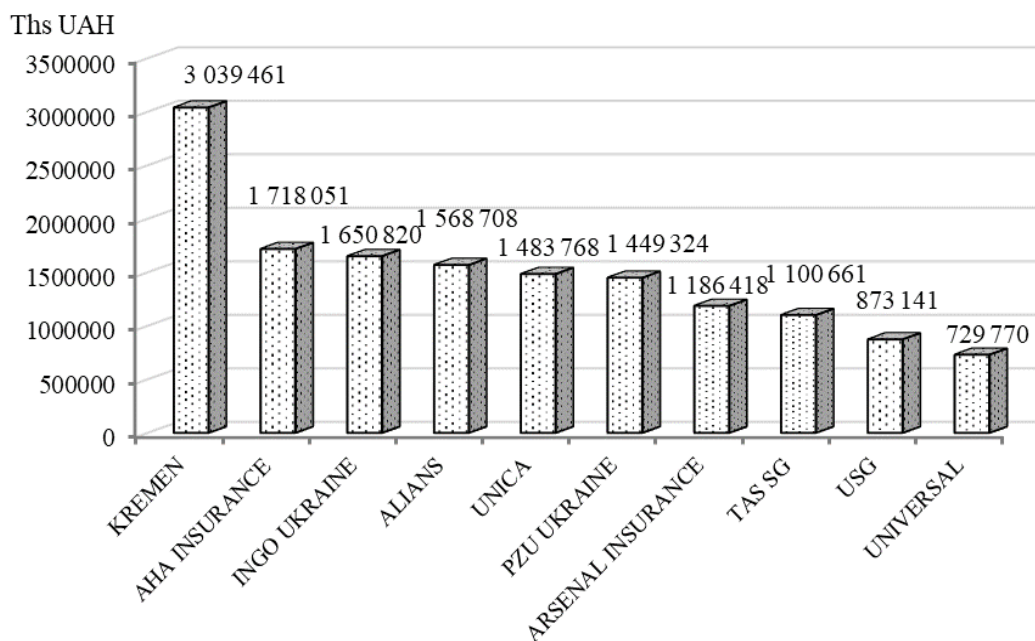


Figure 3. TOP-10 of the largest Ukraine's risk insurers for 9 months of 2017, ths UAH [based on data 3; 5]

Gross insurance payments for life insurance for 9 months of 2017 increased by 1.7 % to 2 billion UAH. The number of insured individuals as of September 30, 2017 increased by 3.6 % to 4.26 million people; during 9 months of 2017, 972 163 people were insured (-21.4 %) [3].

Top-10 life insurance companies showed an increase of 27 %. The indicative group of life insurers accounts for 93.3 % of the life insurance premiums (*table 3*).

Table 3

**TOP-10 of the largest life insurers in terms of bonuses
and insurance payments for 9 months of 2017, ths. UAH**

Insurance companies	N in rating	Gross premiums, ths UAH	Growth, %	N in rating	Insurance payments, ths UAH	Insurance payments, ths UAH
MET LIFE	1	530 197	22.33	3	68 030	37 925
UNICA LIFE	2	326 697	70.40	6	16 962	8559
TAS	3	322 188	53.57	1	74 887	46 229
PZU UKRAINE LIFE INSURANCE	4	210 013	23.88	2	71 702	5155
ASKA-LIFE	5	173 624	42.12	5	22 251	70
GRAVE UKRAINE LIFE	6	173 113	–	4	66 800	52 500
AHA LIFE INSURANCE	7	44 471	51.78	10	610	8
KNYAZHA LIFE VIG	8	42 535	–36.91	8	5251	9453
INGO UKRAINE LIFE	9	23 635	35.60	7	8620	28
CD-LIFE	10	19 228	11.12	9	1199	1228

The above data suggests that the modern insurance market is developing, but there are still many problems that require urgent solutions. Thus, the external factors of inhibition of the development of the insurance market should be considered: the imperfection of the regulatory framework; low demand of individuals and legal entities for the range of insurance services, which is associated with low solvency of potential insurers; lack of reliable investment programs, as well as real financial mechanisms for long-term placement of insurance reserves; information opacity of insurance companies; distrust of the population to any kinds of investments; political instability; inflation growth; insufficient development of the stock market; insufficient level of information about the state and the possibilities of the insurance market; lack of reliable long-term instruments, as well as guarantees of preservation and return of invested funds; impossibility (in accordance with the current legislation) to store insurance reserves in freely convertible currency, which leads to the impairment of insurance reserves, due to the instability of the national currency; lack of qualitative and timely statistical information and lack of detailed information-analytical materials on the state and problems of the formation of the insurance market in Ukraine.

The internal factors of the inhibitory impact on the development of insurance should include: the insufficient range of insurance services

provided to customers; low level of diversification of services; unsatisfactory condition of service of the insured; lack of manufacturability of insurance operations; lack of effective risk management systems; imperfection of the system of informational and analytical support of insurance activity; low financial reliability and solvency of insurers; inefficiency of the state regulation of insurance in Ukraine; lack of well-qualified insurance experts.

Despite the above mentioned problems, the potential for development of the Ukrainian insurance market is very high. The positive trends in the development of the insurance services market include: the strengthening of the insurance market by means of withdrawal of players – the insurance companies that do not meet the requirements of solvency and reliability of insurers; assets of the insurance companies remaining on the insurance market of Ukraine comply with the quality and diversification requirements established by the National Financial Services Commission; significant increase in the level of the insurance culture among managers of enterprises and among the population.

Ukraine is lagging behind in the process of bringing the regulation of the insurance activities in line with world standards [6]. The development of the insurance market as an integral part of the financial market of Ukraine, its further dynamic development, volumes and directions of economic entities financing will depend on expanding the range of insurance services, increasing their competitiveness, improving the regulatory framework in terms of taxation and increasing requirements to the order the creation of insurance companies, ensuring the optimal structure of the relationship between compulsory and voluntary insurance, engaging the insurance market to the solution of the problems of social insurance, further integration into international structures, involving the insurance market to address critical issues of economic development.

Conclusion. The stage of political and economic instability in Ukraine has a significant impact on the development of both the insurance companies separately and the insurance market as a whole. The decrease in the level of solvency of the population and insurers' confidence in recent years has led to a significant decrease in the demand of insurance services. Therefore, today insurers face a difficult task of increasing assortment, volume and quality of insurance services, raising the level of capitalization and financial reliability of insurance companies, gaining trust in legal entities and individuals. Following the above mentioned measures aimed at overcoming the crisis trends, the domestic economy will be able to attract the significant investment resources, strengthen the effectiveness of state supervision of insurance activities, and create the structural framework for the development of various types of insurance. One of the important internal factors in the development of insurance business may be process of underwriting of a separate insurance company that is effectively built. The application of this approach will ensure the profitability and financial stability of the insurance companies through a thorough analysis and selection of risks for their acceptance of insurance.

REFERENCES

1. *Klepikova O. A.* Modeling of marketing strategy of an insurance company. Bulletin of the Kiev National University named after. T. G. Shevchenko Economy. 2013. № 6 (147). P. 55—60.
2. *Muzyka O. M.* Status and trends of the Ukrainian insurance market development. Collection of scientific and technical works of NLUU. Lviv. 2008. P. 246—255.
3. *Statistics* of the insurance market of Ukraine. URL : <https://forinsurer.com>.
4. *Results* of the activity of insurance companies in 2016. Kiev : NKRRERFP, 2017. 38 p.
5. *Results* of the activity of insurance companies for the first quarter of 2017. URL : https://nfp.gov.ua/files/sk_I_kv_%202017.pdf.
6. *Insurers' tech start up investment* indicates growing importance of digital technology in the industry. URL : <http://www.outlaw.com/en/articles/2016/january/insurerstechstartupinvestmentindicatesgrowingimportanceofdigitaltechnologyintheindustrysaysexpert>.

The article submitted to editor's office on 22.02.2018.

Селіверстова Л. Тенденції розвитку страхового ринку України.

Постановка проблеми. Сучасний етап трансформації економічної системи в Україні у контексті цивілізаційного розвитку та успішне протистояння глобалізаційним викликам зумовлюють формування якісно нової моделі функціонування страхового ринку. Розвиток інституту страхування спроможний продукувати позитивний синергетичний ефект, суттєво підвищити рівень сприятливості національного бізнес-середовища.

Страховий ринок України перебуває на етапі поступової інтеграції у світовий фінансовий ринок, тому питання сучасного розвитку ринку страхових послуг і пошуку напрямів його вдосконалення є актуальним і потребує поглибленого вивчення.

Мета дослідження – аналіз тенденцій розвитку ринку страхування та обґрунтування напрямів ефективного розвитку страхових компаній.

Матеріали та методи. Використано загальнонаукові та спеціальні методи пізнання явищ і процесів ринку страхування. Системний, структурний і порівняльний методи використано при розкритті особливостей здійснення страхування та обґрунтуванні рекомендацій щодо стимулювання розвитку українського ринку страхування.

Результати дослідження. Сучасний страховий ринок в Україні переживає наразі не найліпші часи, оскільки зазнає негативного впливу зовнішніх і внутрішніх чинників. Зважаючи на нестабільність вітчизняної економіки та воєнний конфлікт в країні, страхування як інструмент інвестування розвивається недостатньо активно, але стабільно й демонструє тенденції до подальшого зростання.

Проаналізовано динаміку кількості вітчизняних страхових компаній, наведено страхові-компанії лідери, ТОП-10 компаній зі страхування життя

та ризикових видів страхування та обґрунтовано фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, що гальмують розвиток страхового ринку.

Незважаючи на існуючі проблеми, потенціал розвитку українського ринку страхування дуже великий. До позитивних тенденцій розвитку ринку страхових послуг варто віднести: зміцнення ринку страхових послуг шляхом виведення гравців – страхових компаній, які не відповідають вимогам платоспроможності та надійності страховиків; активи страхових компаній, які залишилися на страховому ринку України, відповідають вимогам щодо якості та диверсифікації, встановленим Нацкомфінпослуг; суттєве підвищення рівня страхової культури як серед керівників підприємств, так і серед населення.

Висновки. Етап політичної та економічної нестабільності в Україні суттєво впливає на розвиток як страхових компаній окремо, так і страхового ринку загалом. Наявне за останні роки зниження рівня платоспроможності населення й довіри до страховиків призвели до суттєвого зменшення попиту на страхові послуги. Саме тому на сьогодні перед страховиками стоїть складне завдання щодо зростання асортименту, обсягу та якості страхових послуг, підвищення рівня капіталізації та фінансової надійності страхових компаній, завоювання довіри у юридичних і фізичних осіб. Слідуючи зазначеним заходам, спрямованим на подолання кризових тенденцій, у вітчизняну економіку вдасться залучити значні інвестиційні ресурси, зміцнити ефективність державного нагляду за страховою діяльністю, створити структурні основи для розвитку різноманітних видів страхування. Одним із вагомих внутрішніх чинників активізації розвитку страхового бізнесу може стати ефективно побудований процес андеррайтингу окремої страхової компанії. Застосування такого підходу уможливить забезпечувати прибутковість і фінансову стійкість страхових компаній через ґрунтовний аналіз і відбір ризиків для прийняття їх на страхування.

Ключові слова: страхування, страхова компанія, страховий ринок, фактори зовнішнього середовища, фактори внутрішнього середовища, страхування життя, ризикові види страхування.

УДК 336.531.2

СМИРНОВА Олеся,

аспірант кафедри фінансів

Київського національного торговельно-економічного університету

КОТЛЯР Валерій,

к. ф.-м. н., доцент,

доцент кафедри вищої та прикладної математики

Київського національного торговельно-економічного університету

СТРАТЕГІЇ ІНВЕСТИВАННЯ НА ФІНАНСОВИХ РИНКАХ

Розглянуто сучасні тенденції управління капіталом на фінансових ринках в умовах реінвестування та зміни в парадигмі цілеспрямування в математичних моделях. Досліджено базову модель еволюції капіталу з реінвестуванням на ринках бінарних опціонів. Порівняно паралельні стратегії інвестування: оптимізації частки капіталу та оптимізації частки інвестиційного прибутку. Проаналізовано особливості використання методів управління капіталом типу критерія Келлі та його спрощених форм.

Ключові слова: критерій Келлі, фінансові інструменти, бінарні опціони, фінансові ринки, оптимальне f Р. Вінса, стратегія трейдингу.

Смирнова О., Котляр В. Стратегии инвестирования на финансовых рынках. Рассмотрены современные тенденции управления капиталом на финансовых рынках в условиях реинвестирования, а также изменения в парадигме целенаправленности в математических моделях. Исследована базовая модель эволюции капитала с реинвестированием на рынках бинарных опционов. Сравнены параллельные стратегии инвестирования: оптимизации доли капитала и оптимизации доли инвестиционной прибыли. Проанализированы особенности использования методов управления капиталом типа критерия Келли и его производных форм.

Ключевые слова: критерий Келли, финансовые инструменты, бинарные опционы, финансовые рынки, оптимальное f Р. Винса, стратегия трейдинга.

Постановка проблеми. Управління капіталом (від англ. *money management*, або *ММ*) на фінансових ринках – одна із самих практично спрямованих і затребуваних економічних теорій. Вона охоплює комплекс заходів не лише математичного, а й адміністративного, політичного, психологічного характеру. Наразі фінансові інструменти (включаючи такі екзотичні, як опціони та ф'ючерси) – не вузько-спеціалізований інструмент трейдерів, а важлива складова управління ризиками, спричиненими волатильністю та глобальною конкуренцією.

ММ має на меті як примноження, так і збереження, а при неминучості й мінімізацію втрат. Починаючи свій розвиток від теорії ігор, *ММ* наразі широко застосовується в трейдингу на всіх поверхах світової фінансової системи. Незважаючи на значні досягнення теорії *ММ*, спостерігається перманентний попит на вирішення нового кола проблем, пов'язаних із змінами в самій фінансовій системі (появою нових типів фінансових інструментів, макроекономічних умов у локальному та глобальному вимірі). Вибір напрямів дослідження *ММ* обумовлюється також формуванням нової парадигми функціонування фінансових ринків. Зазначимо досить суперечливі позиції апологетів ефективного, фрактального та когерентного ринків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ґрунтовний аналіз ретроспективи та сучасного стану *ММ* проведено В. Ждановим [1]. Доречно відзначити також сучасні праці вітчизняних учених В. Норкіна та С. Бойко [2], зарубіжних – Р. Макдонела, Д. Макауда, Р. Вінса, Д. Лендрю, Р. Джонса, Дж. Міллера, Ш. Натенберга, Даян і Деніела Сігела та ін. [3–6].

Аналітичну базу дослідження склали класичні роботи з *ММ* М. Марковіца, Дж. Келлі, Б. Брімена, Макінеллі, Д. Роя, Е. Торпа [7–8]. Ральф Вінс [9] узагальнив критерій Келлі щодо використання на ринках цінних паперів і деривативів, що спричинило новий виток зацікавленості до методів *ММ* та їх популяризації серед вчених і практиків. Різні аспекти створення геометрично оптимального портфеля наведено в оригінальних дослідженнях [5–6], а в [2] на основі підходу Д. Роя розвивається пошук оптимального інвестиційного портфеля методами динамічного програмування та нейронних мереж.

Мета дослідження – узагальнити сучасні тенденції та особливості використання методів управління капіталом на високоризикованих фінансових ринках в умовах реінвестування, проаналізувати ефективність стратегій трейдингу при альтернативному виборі оптимальної частки капіталу та його похідних.

Матеріали та методи. Для аналізу моделі еволюції капіталу з реінвестуванням використано методи теорії ймовірностей і математичної статистики. Інформаційна база дослідження – офіційні джерела та праці визнаних зарубіжних і вітчизняних фахівців.

Результати дослідження. *Сучасні тенденції управління капіталом на фінансових ринках.* Управління капіталом – драйвер сучасної світової фінансової системи. За статистикою, майже 95 % трейдерів витрачають гроші та час на визначення найліпшого входу та виходу з ринку, мало враховуючи ризик і методи боротьби з ним. На противагу цьому, більшість прибутку (фахівці оцінюють у 91 %) отримується за допомогою *ММ*. Багато трейдерів використовують лише спрощені форми *ММ*: виокремлюють фіксовану частину депозиту, нехтуючи оптимальним обсягом коштів для торгівлі. Технології *ММ* поширені майже серед усіх операторів фінансових ринків. Особливе їх значення пов'язано

з діяльністю, суть якої – фінансове посередництво. Відповідні інституції (банки, кредитні спілки, страхові, пенсійні, інвестиційні, благодійні, взаємні, хедж- та індексні фонди, золотовалютні резерви держав тощо) акумулюють значні фінансові активи з метою збільшення їхньої загальної вартості як для особистого статку, так і за зобов'язаннями перед інвесторами. Капітал фінансових посередників змінюється такими шляхами:

- за рахунок прибутку/збитків операцій на фінансовому ринку та інвестицій у виробничий сектор економіки;
- через залучення нових фінансових активів, обслуговування попередніх боргових зобов'язань і витрати, пов'язані з утриманням самого капіталу;
- за рахунок власного (в широкому розумінні) виробництва, зокрема фінансових інструментів (приміром, таких як депозитні гроші банківської системи або похідні фінансові інструменти).

Наразі за різних обставин ні операції на фінансовому ринку, ні інвестування у виробництво загалом не в змозі забезпечити стабільне зростання капіталу хоча б на рівні інфляції. Оскільки рівень інфляції має високе значення кореляції з обліковою ставкою центрального банку, то конкурентне посередництво має забезпечити експоненційне зростання своїх активів щонайменше

$$K_t \geq K_0 \exp(\alpha t),$$

де K_0 та K_t – початкова та поточна вартість активів;

t – поточний час; $\alpha = \ln(1 + r)$ – показник експоненти;

r – середньорічна облікова ставка регулятора за час t .

Таке становище приводить до загального збільшення капіталізації ринків на всіх поверхах світової фінансової системи й потребує навіть для корпорацій зовні суто виробничих (таких як *Apple* або "Газпром") нарощувати рівень капіталізації незалежно від результатів діяльності їхнього виробничого сектору. Компанія з виробництва автомобілів *Tesla* на початку року об'явила про збитки в 2.2 млрд дол. США за 2017 р., проте акції компанії водночас зросли на 3.3 %, а її ринкова вартість досягла 58.3 млрд дол. США. У схожих фінансових інституціях формується фінансовий капітал, вартість якого значно перевищує фізичні активи, – покриття цього капіталу за формажорних обставин, ба більше, така диспропорція зростає експоненційно. Джерелом цього зростання, враховуючи порівняно меншу динамічність виробничого сектора, є лише подальші запозичення на фінансових ринках.

Основним ризиком на сучасних фінансових ринках стало суттєве зменшення дохідності, а відповідно його мірою – стандартне відхилення дохідності або альтернативно: ймовірність неотримання

заданого рівня прибутку (*Safety First* критерій або *SF*-критерій [7]). Досить нагадати про те, що всього за 6 днів у проміжку від зміни керівництва ФРС США до відкриття Зимових Олімпійських ігор у Пхьончхані капіталізація найпотужніших американських компаній знизилася майже на 2 трлн дол. США, та спричинену цим паніку на фондових ринках. Нові реалії обумовили зміни в традиційному розумінні математичних моделей *ММ*. Тепер як цільова функція пріоритетною є обсяг залучених на ринку коштів задля підвищення рівня капіталізації компанії, а не прибутковість окремих галузей інвестування за керуванням рівнем ризику. Першочергово це характеризує ефективність діяльності фінансового менеджера та отримані ним бонуси. Пов'язані з таким підходом методи *ММ* не зводяться лише до математичного моделювання та включають технології управління економічною поведінкою учасників ринку, стимулювання запозичень, інформаційного впливу на чинникове середовище. Останнім часом сформована нова галузь знань – економічна психологія, яка пройшла шлях від констатаційного вивчення поведінки (класична робота Дж. Фон Неймана та О. Моргенштерна "Теорія ігор та економічна поведінка", 1944 р.) до управління нею (дослідження Д. Канемана, Нобелівська премія за 2002 р.).

Традиційні підходи управління капіталом на фінансових ринках: відродження. Лібералізація фінансових ринків на основі глобалізаційних процесів, мережевих технологій і спрощення режиму доступу призвела до появи на них нових спекулятивних інструментів (типу криптовалют і бінарних опціонів), а також масового споживача цих інструментів як безпосередніх операторів ринку, що спричинило зацікавленість до традиційних методів *ММ*.

Суть проблеми доречно пояснити на прикладі. Приміром, на ринку бінарних опціонів торгується подія з шансами на успіх 50:50 (як при підкиданні монетки). На противагу трейдер вважає істинними шансами події 70:30. Якщо він не помиляється, то кажуть про перевагу його експертної оцінки над ринковою. Інвестуючи низку таких подій, трейдер очікуватиме певний профіт. Проте одночасно виникає супутня проблема вибору частки депозиту (капіталу) для інвестування. Якщо частка завелика, то втрата капіталу незворотна (з ймовірністю 1), якщо незначна – зростання капіталу буде повільним, що, можливо, навіть не покриє витрати, пов'язані з його обслуговуванням. Можна передбачити існування своєрідного "золотого перерізу" – оптимальної частки від поточного значення депозиту. Відповідно до зазначеного оптимізується не (як звичайно) середній прибуток на торговій дистанції, а середня частка (відсоток) депозиту, що виділяється трейдером на кожному інвестиційному кроці. Саме значення капіталу представляє мультиплікативну схему (схему множення випадкових величин), в якій показники описової статистики (середнє, стандартне відхилення, асиметрія тощо) обчислюються особливим чином. Як середнє (традиційне математичне сподівання) виступає середнє геометричне (релятивне сподівання),

а дисперсії – релятивна дисперсія, яка також трактується як ступінь ризику торгової стратегії [10].

Базова модель еволюції капіталу з реінвестуванням на високо-ризикованих фінансових ринках (ВРФР). Значення капіталу після послідовної фінансової операції позначимо через X_n ($n \geq 1$), X_0 – початкова інвестиція. На кожну таку операцію відволікається певна частка капіталу f_n , яка за результатом торгів або втрачається, або разом з прибутком повертається до основної суми (реінвестування). За очікуваної дохідності операції v_n ($1 < v_n < \infty$) та індикатором ризику

$T_n = \begin{cases} 1, & \text{операція вдала} \\ 0, & \text{операція невдала} \end{cases}$ маємо рекурентне співвідношення:

$X_n = X_{n-1} + f_n X_{n-1} T_n v_n$, або в мультиплікативній формі:

$$X_n = X_0 \prod_{i=1}^n (1 + f_i T_i v_i). \quad (1)$$

Задача максимізації X_n зведена до пошуку оптимальних значень f_n – показника відносного росту капіталу (оптимальне f по Р. Вінсу), яка шляхом логарифмування приводить до адитивної схеми. Зазначене пояснює той факт, що логарифмічна функція капіталу набула широкого розповсюдження в моделях із реінвестуванням. Д. Бернуллі (1738 р.) для оцінки ступеня ризикованості угоди (сукупності проектів) при реінвестуванні прибутку запропонував визначати середнє геометричне значення від ймовірності кожного результату угоди окремо. Вже в ХХ ст. Дж. Келлі перевірив і розвинув результат Д. Бернуллі. Досі в теорії ММ оптимізацію частки капіталу за Дж. Келлі в умовах реінвестування називають критерій Келлі. Ба більше, Е. Торп [8] довів (теорема 1 (iv)), що стратегія Φ^* , яка максимізує $M \ln(X_n / X_0)$, асимптотично краще будь-якої іншої стратегії Φ . Автори звернули увагу на те, що з практичного боку (на відміну від традиційних припущень [9]) критерій Келлі допускає дві паралельні трактовки: оптимізації частки капіталу для інвестування та оптимізації частки інвестиційного прибутку. За однаковий фінансовий ефект стратегії дають змогу трейдеру зменшувати зобов'язання в угодах залежно від цін фінансових інструментів, що ситуативно склалися на ринку. Проілюструємо особливості використання цих стратегій на ВРФР за фіксованої вартості інструмента $v_n \equiv c$ і постійної ймовірності успіху операції $p \in (0,1)$ на кожному інвестиційному кроці (як при випробуваннях Бернуллі).

Введемо такі позначення:

X_n ($n \geq 0$) – послідовні значення капіталу;

$f_n \equiv f$ – частка капіталу для інвестування в першій стратегії або частка зростання капіталу в другій.

Тоді $X_n = X_{n-1} + H_n$, де для першої та другої стратегії відповідно:

$$H_n = \begin{cases} fX_{n-1}(c-1), \text{ з йм. } p \\ -fX_{n-1}, \text{ з йм. } q \end{cases} \text{ та } H_n = \begin{cases} -fX_{n-1}/(c-1), \text{ з йм. } q \\ fX_{n-1}, \text{ з йм. } p \end{cases}.$$

Якщо S_n та F_n – кількість успішних і неуспішних операцій ($S_n + F_n = n$), то надалі капітал трейдера для кожної стратегії можна подати у вигляді:

$$X'_n = X_0(1-f)^{F_n}(1+(c-1)f)^{S_n} \text{ та } X''_n = X_0(1+f)^{S_n}(1-f/(c-1))^{F_n}. \quad (2)$$

Для покрокової оптимізації частки f використаємо підхід Келлі та описові показники мультиплікативної моделі капіталу $G\xi = \exp\{M(\ln \xi / \xi > 0)\}$ – релятивне (геометричне) сподівання випадкової величини ξ , M – звичайний символ математичного сподівання; $R\xi = \exp\{D(\ln \xi / \xi > 0)\}$ – релятивна дисперсія випадкової величини ξ , D – символ класичної дисперсії (означення та окремі властивості $G\xi$ і $R\xi$ див. [10]).

Введемо такі позначення: $g_n(f) = (G(X_n / X_0))^{1/n}$, $\rho_n(f) = [(R(X_n / X_0))^{1/n}]^{1/2}$, де $a^{(k)} = \exp(\ln^k a)$. Показники $g_n(f)$ та $\rho_n(f)$ мають природний зміст: перший – середній приріст капіталу за один інвестиційний крок, другий – відносне стандартне відхилення від однокрокового приросту. Переходячи у відношенні (2) до релятивного сподівання, отримуємо відповідно до стратегій:

$$g'_n(f) = \exp\{p \ln(1+f(c-1)) + q \ln(1-f)\},$$

$$g''_n(f) = \exp\{p \ln(1+f) + q \ln(1-f/(c-1))\},$$

$$\rho'_n(f) = \left[\frac{1+f(c-1)}{1-f} \right]^{\sqrt{\frac{pq}{n}}}, \quad \rho''_n(f) = \left[\frac{1+f}{1-f/(c-1)} \right]^{\sqrt{\frac{pq}{n}}}. \quad (3)$$

Вирази (3) набувають максимальних значень відповідно в точках;

$$f' = \frac{pc-1}{c-1}, \quad f'' = pc-1, \quad (4)$$

стандартним шляхом пошуку екстремума функції, причому саме максимум для обох стратегій співпадає:

$$g^0_n = \max_f g'_n(f) = \max_f g''_n(f) = \exp\{p \ln(pc) + q \ln(cq) - q \ln(c-1)\}.$$

Отже, з боку максимізації прибутку, стратегії еквівалентні.

Зазначимо окремо значення вартості фінансового інструменту $c = 2$ (відповідно шансам 50:50), яка виступає початком аналізу уявлень трейдерів і фахівців щодо результату торгової події. За такої ціни з (3) і (4) маємо:

$$g_n^0 = 2p^p q^q, \quad \rho_n^0 = \left(\frac{p}{q}\right)^{\sqrt{\frac{pq}{n}}}.$$

Для $c = 2$, $n = 100$, $p = 0.55$ для обох стратегій $f = 0.1$. Таке співвідношення забезпечить перевагу трейдера над ринком і оптимізує зростання капіталу на 0.5 % ($g_n^0 = 1.005$) при щокроковому виділенні 10 % його частки, коливаючись переважно в межах $\pm 1\%$ ($\rho_n^0 = 1.01$). Зона змінності релятивного відхилення (аналог правила "першого σ ") буде від -0.5% до $+1.5\%$ (як результат $g_n^0 \cdot \rho_n^0$ та g_n^0 / ρ_n^0).

Незважаючи на еквівалентність розглянутих стратегій, вони дещо відрізняються. При $c \geq (\leq) 2$ частки капіталу також будуть різними: $f'' \geq (\leq) f'$. При $c \geq 2$ більш вигідна перша стратегія, адже за асимптотично тому само результати зобов'язання трейдера менші й, навпаки, при $c \leq 2$ більш вигідна друга стратегія.

Особливості використання методів управління капіталом на фінансових ринках. Як витікає із (4), інвестування за методом Келлі можливе лише за умови $pc - 1 > 0$, або інакше, якщо ціна контракту c на фінансовий інструмент перевищує його собівартість c_0 , обчислену трейдером (тобто $c > c_0 = 1/p$). Торгівля за правилом " $c > c_0$ " відповідає стратегії трейдингу, яку на фінансових ринках називають валуйною (від англ. *value betting*). Незважаючи на оптимальність, практичне використання критерію Келлі пов'язано з певними труднощами:

- складністю перерахунку частки капіталу в умовах відсутності циклічності та послідовності інвестиційного процесу (коли нове інвестування може починатися при незакінчених попередніх);
- ускладненням прийняття рішення при значних обертах на ВРФР в умовах високошвидкісного трейдингу, коли за лічені хвилини виконуються іноді десятки операцій, а потреба оцінки інвестиційної частки або неможлива, або значно гальмує процес.

За таких обставин використовують спрощені варіанти критерію Келлі. Серед них виокремимо *plato*-менеджмент, або систему Міллера [11], за якою інвестиційний крок – приблизно 1–3 % початкового капіталу (що значно менше, ніж за критерієм Келлі), а при змінах капіталу на 25 % у той чи той бік проводиться перерахунок інвестиційного кроку. Та найскладніше питання, пов'язане з використанням критерію Келлі, – визначення точної ймовірності ринкової події p . З одного боку, ринок дуже швидко реагує на чинникову інформацію щодо фінансових активів, що може знівелювати зусилля відносно

пошуку та обчислення ступеня переваги над ринком. На цьому, до речі, наполягає парадигма ефективного ринку (*efficient market hypothesis – ЕМН*), широко розповсюджена в сучасних економічних теоріях. З іншого боку, сучасні ринки перенасичені спекулятивними технологіями торгівлі (іноді й шахрайськими, такими як спуфінг) і різноцільовими групами трейдерів, що часом призводить до суттєвого викривлення вартості фінансового інструменту.

Сучасний фінансовий ринок створив середовище, в якому джерелом багатства небагатьох стала віра людей, оскільки більшість фінансових інструментів емітуються або взагалі без покриття, або технологією часткового резервування. Основні валюти світу в пост-Бреттон-Вудський період – фіатні гроші. Нинішній ажіотаж навколо криптовалют підтверджує ефективність технологій керування цією вірою. Ринкова вартість, по суті, відображає не стільки реальні процеси в економіці, скільки ступінь довіри інвесторів до відповідного фінансового активу. Таку вартість на ВРФР (першочергово – ринках бінарних опціонів) можна визначити як ступінь ризику нездійснення торговельної події відносно чинників, загальнодоступних учасникам ринку. Виходячи з цього, перевагу над ринком можна отримати лише двома шляхами: інсайдерством або торговельними технологіями. На ринках нефінансових подій (приміром, спортивні ставки) така перевага може досягатися з урахуванням й інших чинників, адже при повному покритті зазначених подій та ж віра призводить до зсуву ціни в нераціональний бік, чим і користуються беттори, які спеціалізуються на *value betting* [12].

Висновки. На основі дослідження моделі еволюції капіталу з реінвестуванням по двох стратегіях інвестування можна зробити висновок щодо їхньої еквівалентності. Водночас варіювання стратегій дасть змогу трейдерові мінімізувати зобов'язання залежно від цін, що склалися на ринку. В деяких випадках (високошвидкісний або непослідовний трейдинг) використання спрощених форм критерію Келлі досить виправдано. Дослідження також підтверджує (всупереч положенням *ЕМН*) можливість і дієвість методів управління капіталу – таких як оптимальне f Р. Вінса, критерій Келлі та *value betting*.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Жданов В.* История развития управления капиталом (money management). URL : <http://www.beintrend.ru/money-management>.
2. *Норкин В. И., Бойко С. В.* Оптимизация финансового портфеля на основе принципа безопасности. Кибернетика и системный анализ. 2012. № 2. С. 29—41.
3. *Landry D.* Money Management (Pt. I) : Controlling Risk and Capturing Profits. URL : <http://www.scribd.com/>.

4. *Джонс Р.* Сила правильного управления капиталом. URL : <http://speculator-fin.ru/>.
5. *Сигел Д., Сигел Д.* Фьючерсные рынки. Портфельные стратегии, управление рисками и арбитраж : пер. с англ. М. : Альпина Паблишер, 2016. 627 с.
6. *Натенберг Ш.* Опционы. Волатильность и оценка стоимости. Стратегии и методы опционной торговли : пер. с англ. М. : Альпина Паблишер, 2015. 539 с.
7. *Roy A. D.* Safety first and the holding of assets. *Econometrica*. 1952. N 20. P. 431—449.
8. *Edward O. Thorp.* The Kelly criterion in blackjack, sports betting, and the stock market. The 10th International Conference on Gambling and Risk Taking. Montreal. June 1997. 40 p.
9. *Винс Р.* Математика управления капиталом. Методы анализа риска для трейдеров и портфельных менеджеров : пер. с англ. М. : Альпина Паблишер, 2001.
10. *Котляр В. Ю., Антонов О. В.* Применение мультипликативных схем в экономике. Проблемы управления и информатики. 2001. № 4. С. 122—132.
11. *Miller J. R.* How Professional Gamblers beat the pro football points spread. Flying M Group. 2004. 208 p.
12. *Котляр В. Ю., Смирнова О. В.* Рынок ставок: анализ арбитражных ситуаций. Кибернетика и системный анализ. 2012. № 6. С. 122—133.

Стаття надійшла до редакції 02.03.2018.

Smyrnova O., Kotlyar V. Investment strategies on financial markets.

Background. Modern financial instruments (including such exotic ones as options and futures) are not a highly specialized traders tool, but an important component of risk management due to volatility and global competition. Methods of capital management, emerging from the theory of games, are actively used on all levels of the global financial system to solve new issues related to the emergence of new types of financial instruments and macroeconomic conditions. So it is possible to include the choice of shares in investing based not only on the volume of residual capital, but also on the share of the increased to unresolved problems.

The analysis of recent studies and publications has shown that there are insufficiently studied features of the use of capital management methods in both traditional and modern financial instruments markets, provided that profits are reinvested, even if there are significant scientific developments.

The aim of the paper is to summarize modern trends and peculiarities of the use of capital management methods in highly risky financial markets in conditions of reinvestment; to analyze the effectiveness of trading strategies with an alternative choice of optimal share of capital and its derivatives.

Material and methods. In the process³ of research, comparative methods, probability theory and mathematical statistics were used.

Results. An analysis of modern trends in capital management in financial markets in conditions of profit reinvestment is carried out. Based on Kelly's criterion, the model of capital evolution with reinvestment in the markets of binary options for parallel investment strategies is investigated optimizing the share of available and expected capital. A simple correlation for optimal particles

due to the geometric (relational) expectation of capital growth and the limited relative variance as a multiplicative counterpart of risk has been obtained. The equivalence of these strategies is shown, some important price ranges with a model example built on PC are analyzed. The peculiarities of the use of capital management methods in financial markets are analyzed compared with traditional ones such as Martingale, the Dollmer and Miller systems.

Conclusion. Based on the study of the model of evolution of capital with reinvestment in two strategies (the share of investment capital and the share of investment income), it can be concluded that they are equivalent from profit maximization. At the same time, the variation of strategies will allow the trader to minimize the obligations, depending on current market prices, and, consequently, to reduce the risks of local losses. In some cases (high-speed or inconsistent trading) the use of simplified Kelly criteria is sufficiently justified. The research also confirms (contrary to the position of an efficient market) the feasibility and effectiveness of capital management methods such as R. Vinse's optimal, Kelly's criterion and value betting.

Keywords: Kelly's criterion, financial instruments, binary options, financial markets, R. Vinse's optimal, trading strategy.

REFERENCES

1. *Zhdanov V.* Istorija razvitija upravljenja kapitalom (money management). URL : <http://www.beintrend.ru/money management>.
2. *Norkin V. I., Bojko S. V.* Optimizacija finansovogo portfelja na osnove principa bezopasnosti. *Kibernetika i sistemnyj analiz.* 2012. № 2. S. 29—41.
3. *Landry D.* Money Management (Pt. I) : Controlling Risk and Capturing Profits. URL : <http://www.scribd.com/>.
4. *Dzhons R.* Sila pravil'nogo upravljenja kapitalom. URL : <http://speculator fin.ru/>.
5. *Sigel D., Sigel D.* F'juchersnye rynki. Portfel'nye strategii, upravlenie riskami i arbitrazh : per. s angl. M. : Al'pina Pabliher, 2016. 627 s.
6. *Natenberg Sh.* Opciony. Volatil'nost' i ocenka stoimosti. Strategii i metody opcionnoj trgovli : per. s angl. M. : Al'pina Pabliher, 2015. 539 s.
7. *Roy A. D.* Safety first and the holding of assets. *Econometrica.* 1952. N 20. P. 431—449.
8. *Edward O. Thorp.* The Kelly criterion in blackjack, sports betting, and the stock market. The 10th International Conference on Gambling and Risk Taking. Montreal. June 1997. 40 p.
9. *Vins R.* Matematika upravljenja kapitalom. Metody analiza riska dlja trejderov i portfel'nyh menedzherov : per. s angl. M. : Al'pina Pabliher, 2001.
10. *Kotljар V. Ju., Antonov O. V.* Primenenie mul'tiplikativnyh shem v jekonomike. *Problemy upravljenja i informatiki.* 2001. № 4. S. 122—132.
11. *Miller J. R.* How Professional Gamblers beat the pro football pointspread. Flying M Group. 2004. 208 p.
12. *Kotljар V. Ju., Smirnova O. V.* Rynok stavok: analiz arbitrazhnyh situacij. *Kibernetika i sistemnyj analiz.* 2012. № 6. S. 122—133.

УДК 005.1:339.138

ЛАБУРЦЕВА Олена,

д. е. н., професор, професор кафедри маркетингу та реклами

Київського національного торговельно-економічного університету

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Розглянуто сутність ризиків, що пов'язані з проведенням маркетингових досліджень. Визначено ризики, які виникають на окремих етапах маркетингового дослідження, а також способи їх нейтралізації. Запропоновано й розглянуто на прикладі методичний підхід до планування маркетингового дослідження в умовах ризику з урахуванням цінності інформації.

Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, ризик, невизначеність, планування маркетингових досліджень, цінність інформації.

Лабурцева Е. Управление рисками в маркетинговых исследованиях. Рассмотрена сущность рисков, связанных с проведением маркетинговых исследований. Определены риски, возникающие на отдельных этапах исследования, а также способы их нейтрализации. Предложен и рассмотрен на примере методический подход к планированию маркетингового исследования в условиях риска с учетом ценности информации.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговые исследования, риск, неопределенность, планирование маркетинговых исследований, ценность информации.

Постановка проблеми. В сучасному світі маркетинг забезпечує ринкову орієнтацію підприємств і організацій, створює підґрунтя для їх конкурентоспроможності, фінансового успіху та стратегічного розвитку шляхом виявлення, формування та задоволення потреб споживачів. Ефективність маркетингових управлінських рішень значною мірою залежить від якості інформації, що використовується при їх обґрунтуванні. Основним інструментом отримання такої інформації щодо стану як зовнішнього, так і внутрішнього середовища діяльності підприємств виступають маркетингові дослідження.

За визначенням Американської асоціації маркетингу, маркетингові дослідження – це систематичне збирання, реєстрація та аналіз даних з проблем, які стосуються маркетингу товарів і послуг. У Міжнародному процесуальному кодексі проведення маркетингових і соціальних досліджень *ICC/ESOMAR* зазначається, що маркетингові дослідження забезпечують цілеспрямоване й систематичне визначення інформації, потрібної для планування маркетингових дій, проектування й реалізації процесу збору, обробки й аналізу даних, а також управління ним, інтерпретацію результатів як висновки і рекомендації доцільних дій [1].

Якість інформації, отриманої у результаті маркетингових досліджень, залежить від впливу безлічі випадкових факторів – від вибору респондентів до технічних проблем передавання й обробки даних. Маркетингові рішення, що спираються на недостовірну інформацію, можуть призвести до втрат і збитків. А відтак, є підстави говорити про ризики, пов'язані з проведенням маркетингових досліджень, і наукові підходи до управління ними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема організації та проведення маркетингових досліджень присвячено численні наукові роботи. Широко відомі фундаментальні праці таких зарубіжних учених, як Н. К. Малхотра, Дж. Хілі, Г. А. Черчилль. Вітчизняні дослідники протягом останніх років працюють здебільшого над специфічними проблемами проведення маркетингових досліджень в конкретних сферах економічної діяльності [2–8]. Значно менше уваги приділяється загальній теорії та методології маркетингових досліджень, окрім таких публікацій, як, приміром, А. О. Длігача [9] та Т. О. Ящук [10]. Віддаючи належне доробку вчених, варто зазначити, що проблема врахування ризику при проведенні маркетингових досліджень залишається майже невивченою. Окремі аспекти цієї проблеми розглянуто колективом авторів під керівництвом М. О. Окландера [11], проте є потреба в системному, комплексному розгляді управління ризиками маркетингових досліджень, що й визначило тему роботи.

Мета статті – визначення сутності та різновидів ризиків, що виникають при проведенні маркетингових досліджень, а також розробка методичних підходів до управління цими ризиками.

Матеріали та методи. Використано матеріали наукових праць. Застосовано методи: аналізу й синтезу – для визначення ризиків, що виникають при проведенні маркетингових досліджень; статистичні – для визначення математичного сподівання прибутку та показників ризику за варіантами маркетингових досліджень з різною надійністю інформації; логічний – при систематизації ризиків за етапами маркетингових досліджень і формулюванні рекомендацій щодо вибору ліпшого з варіантів проведення досліджень.

Результати дослідження. Міжнародний стандарт *ISO 73:2009* "Ризик-менеджмент – Словник" [12] визначає ризик як наслідок впливу невизначеності на досягнення поставлених цілей. У найбільш

загальному сенсі метою проведення маркетингових досліджень є отримання інформації, яка уможливить підвищити якість маркетингових управлінських рішень, що ухвалюються, поліпшити результати діяльності підприємства: скоротити витрати, збільшити продажі й прибутки, попередити збитки. Ризик при проведенні маркетингових досліджень полягає в тому, що витрати понесено, але цілей дослідження внаслідок впливу випадкових факторів не досягнуто: інформації або не отримано (повністю чи частково), або її якість є нижчою, ніж планувалося, або отримано, але з запізненням, яке виключає можливість її ефективного використання. Отже, управління ризиками при проведенні маркетингових досліджень має бути спрямовано на нейтралізацію несприятливого впливу випадкових факторів з метою забезпечити найліпше з боку особи, що ухвалює рішення, співвідношення між сподіваним результатом рішень, які приймаються з використанням маркетингової інформації, та ризиком.

Особливості управління ризиками при проведенні маркетингових досліджень визначаються змістом конкретних етапів. Основні етапи маркетингових досліджень, типові ризики, що виникають на цих етапах, і рекомендації щодо способів нейтралізації ризиків наведено в *табл. 1*. Т. О. Окландер цілком слушно підкреслює неможливість ототожнення ризику з помилковим чи невдалим управлінським рішенням: "ризик – це можлива небезпека, а не неефективне рішення чи нестача професіоналізму" [13, с. 92]. Ризики породжує лише вплив невідконтрольованих керівництвом підприємства випадкових факторів; у разі, коли якість виконання етапу маркетингового дослідження визначається виключно кваліфікацією виконавця, у *табл. 1* використано позначення "відсутні умови".

Таблиця 1

Ризики, що виникають на основних етапах маркетингових досліджень

Завдання етапу	Ризики	Рекомендації щодо нейтралізації ризиків
<i>Етап 1: Розробка концепції дослідження</i>		
Постановка проблеми	Відсутні умови	–
Визначення мети і завдань дослідження	Відсутні умови	–
Формування робочої гіпотези	Відсутні умови	–
<i>Етап 2: Розробка плану дослідження</i>		
Формулювання пошукових питань	Відсутні умови	–
Визначення виду та джерел отримання необхідної інформації (вторинної, первинної)	Недостовірність вторинної інформації	Диверсифікація джерел інформації, порівняння даних з різних джерел
	Недостовірність первинної інформації	Обґрунтований вибір методів отримання первинної інформації, дотримання рекомендацій щодо зниження відповідних ризиків (<i>див.</i> наступну позицію)

Закінчення таблиці 1

Завдання етапу	Ризики	Рекомендації щодо нейтралізації ризиків
Вибір методів отримання первинної інформації:		
• експертні інтерв'ю	Недостовірність інформації від експертів	Розробка процедур відбору експертів, самооцінювання або перехресне оцінювання компетентності
• фокус-групи	Недостовірність інформації від учасників фокус-груп	Розробка процедур відбору репрезентативних учасників, збільшення кількості фокус-груп, перевірка отриманих даних за статистичною вибіркою
• спостереження	Недостовірність інформації спостережень	Розробка інструкцій щодо проведення спостережень, процедур навчання та контролю спостерігачів
• опитування	Недостовірність інформації опитувань	Попереднє тестування опитувальних листів, розробка процедур відбору учасників опитування, забезпечення репрезентативності вибірки, урахування ризиків, пов'язаних зі способом комунікації (особисто, телефоном, через Інтернет, поштою, анкети в упаковці товару)
• експеримент	Недостовірність інформації експерименту	Застосування наукових методів планування експерименту
Вибір методів аналізу інформації	Відсутні умови	–
Визначення порядку приймання й обробки даних	Втрата або спотворення інформації	Розробка інструкцій щодо приймання й обробки даних, процедур навчання та контролю персоналу
Визначення бюджету дослідження	Скорочення бюджету дослідження	Розробка альтернативних варіантів дослідження з різними бюджетами, визначення мінімального бюджету, за якого є сенс проводити дослідження
<i>Етап 3: Проведення дослідження</i>		
Збирання інформації	Випадкові помилки при реєстрації	Мотивація персоналу щодо якості реєстрації інформації, вибіркового контролю
	Свідома фальсифікація інформації	Застосування процедур розпізнавання фальсифікації, відповідальність за порушення
Аналіз інформації, формулювання висновків та рекомендацій, оформлення звіту	Збої комп'ютерної техніки або програмного забезпечення, інші непередбачені обставини	Створення резерву комп'ютерної техніки, резервних копій даних, закладення у календарний графік дослідження резервного часу
<i>Етап 4: Презентація та контроль результатів досліджень</i>		
Презентація результатів дослідження	Відсутні умови	–
Контроль використання результатів дослідження	Відсутні умови	–
<i>Дослідження в цілому</i>		
Виконання окремих етапів і дослідження в цілому	Несвоєчасність виконання робіт	Складання плану та календарного графіка дослідження, застосування методів сітьового планування та управління проектами

Розроблено автором.

Управління ризиками при проведенні маркетингових досліджень в цілому здійснюється за класичною процедурою, що складається з таких етапів: ідентифікація ризику; аналіз ризику, тобто визначення величини та ймовірності можливих втрат; визначення ступеня ризику; нейтралізація ризику. Якщо ступінь ризику влаштовує керівників, ризику можна прийняти, інакше застосовують заходи нейтралізації, а саме: уникнення ризику (відмова від проведення дослідження, приміром, якщо поліпшення результатів від застосування більш точної інформації не виправдовує витрат на проведення досліджень), мінімізація розміру та ймовірності можливих втрат (усі заходи, спрямовані на поліпшення організації проведення дослідження); трансферт ризику (передавання окремих етапів або дослідження в зовнішній дослідницькій організації в цілому).

Прийняття рішень щодо управління ризиками при проведенні маркетингових досліджень пов'язано з використанням концепції повної та чистої цінності інформації. Повна цінність інформації – це різниця між результатом, який може бути отримано за наявності цієї інформації, та результатом без неї; чиста цінність інформації – це різниця між її повною цінністю та витратами на отримання інформації [14]. Саме тому маркетингове дослідження треба проводити у випадку, якщо його чиста цінність є додатною, тобто приріст результату від використання даних дослідження перевищує витрати на його проведення. Проте не завжди результати дослідження забезпечують абсолютне поліпшення планових результатів діяльності в суто фінансовому вимірі. Скажімо, дослідження може показати, що на товар доцільно встановити нижчу ціну, ніж планувалося, і це призведе до певного зниження прибутку, зате суттєво зменшиться ризик отримання збитків. Тому цінність інформації доцільно визначати з урахуванням як фінансового результату, так і ризику, й остаточне рішення щодо доцільності проведення тих чи тих досліджень приймати з урахуванням ставлення до ризику відповідальних осіб.

Сутність методичного підходу, що пропонується, доречно розглянути на прикладі ситуації, коли основний ризик при проведенні маркетингового дослідження – це ризик недостовірності результатів опитувань унаслідок низької репрезентативності вибірки. Такий ризик бажано попередити ще на етапі розробки плану дослідження.

Отже, для прогнозування грошових потоків від продажу нового товару планується маркетингове дослідження шляхом анкетного опитування випадково відібраних потенційних споживачів. У опитувальному листі поряд з іншими є два питання:

- позначте, будь ласка, максимальну ціну, за якою ви зможете придбати такий товар (в анкеті подано ціни від 120 до 200 грн);
- чи плануєте ви протягом наступного року придбати такий товар? (відповідь "так/ні").

Цільовими споживачами нового товару є жінки віком 16–59 років, що мешкають у м. Києві. За даними Державної служби статистики України, на 1 січня 2017 р. постійне населення України становило 42 414.9 тис. осіб, з них жінки – 22 770.3 тис. осіб, особи віком 16–59 років – 25 982.0 тис. осіб. Постійне населення м. Києва становило 2884.5 тис. осіб. Отже, розмір генеральної сукупності дослідження (N):

$$N = 2884.5 \cdot \frac{22770.3}{42414.9} \cdot \frac{25982.0}{42414.9} = 949.5 \text{ тис. осіб.}$$

Для ознайомлення з властивостями генеральної сукупності та їх урахування при плануванні основного дослідження проведено попереднє ("пілотне") опитування споживачів за випадково відібраною вибіркою в кількості 25 осіб. Установлено, що математичне сподівання максимальної прийнятної ціни становить 153.6 грн, дисперсія – 471.04. З 25 осіб висловили зацікавленість у товарі 9, тобто частка зацікавлених становить 0.36.

Розмір основної вибірки n визначено за загальновідомими статистичними співвідношеннями для звичайної без повторної вибірки:

- для кількісної ознаки (у нас – максимальна прийнятна ціна):

$$n = \frac{t^2 \cdot \sigma_X^2 \cdot N}{\Delta_X^2 \cdot N + t^2 \cdot \sigma_X^2}, \quad (1)$$

де t – довірчий коефіцієнт (для довірчої ймовірності 95 % $t = 1.96$);

σ_X^2 – дисперсія кількісної ознаки в "пілотній" вибірці;

N – розмір генеральної сукупності;

Δ_X – гранична помилка кількісної ознаки, що задається на розсуд дослідника залежно від бажаної точності оцінки;

- для якісної ознаки (у нас – частка зацікавлених у новому товарі):

$$n = \frac{t^2 \cdot p \cdot (1-p) \cdot N}{\Delta_p^2 \cdot N + t^2 \cdot p \cdot (1-p)}, \quad (2)$$

де p – частка одиниць з наявністю якісної ознаки у "пілотній" вибірці;

Δ_p – гранична помилка якісної ознаки, що задається на розсуд дослідника залежно від бажаної точності оцінки.

Приміром, якщо встановити для кількісної ознаки граничну помилку 10 грн (тобто відхилення визначеної за основною вибіркою ціни від її реального значення в генеральній сукупності з ймовірністю 95 % має бути менше ніж 10 грн), за (1) матимемо:

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 471.04 \cdot 949500}{10^2 \cdot 949500 + 1.96^2 \cdot 471.04} = 18 \text{ (осіб).}$$

Аналогічно, встановивши для якісної ознаки граничну помилку 0.1 (тобто відхилення визначеної за основною вибіркою частки зацікавлених у товарі від її реального значення в генеральній сукупності з ймовірністю 95 % має бути менше ніж 0.1), за (2) отримаємо розмір вибірки у 89 осіб. Для того щоб забезпечити потрібну точність оцінки для обох показників, розмір основної вибірки встановлюється на рівні більшого з двох розрахованих значень: $n = \max(18; 89) = 89$ (осіб).

Певно, розмір основної вибірки, а отже – й витрати коштів і часу на проведення дослідження, суттєво залежить від величини граничної помилки: що менше помилка, то більше респондентів потрібно опитати, й навпаки. Встановлюючи граничну помилку, організатори маркетингового дослідження мусять мати уявлення про ціну цієї помилки при використанні результатів дослідження.

Нехай розглядається дві альтернативи: встановити значення граничних помилок для кількісної та якісної ознак або на рівні 10 грн та 0.1 (вище показано, що розмір основної вибірки в цьому разі становитиме 89 осіб), або на рівні 5 грн та 0.05 (розрахунки за (1) та (2) доводять, що розмір основної вибірки зростає до 354 осіб). Витрати на одного респондента становлять 250 грн, постійні витрати на дослідження, що не залежать від розміру вибірки, – 12 000 грн. Загальний бюджет дослідження для вибірки 89 осіб становитиме $250 \cdot 89 + 12\,000 = 34\,250$ грн (34.25 тис. грн), для вибірки 354 особи $250 \cdot 354 + 12\,000 = 100\,500$ грн (100.5 тис. грн).

Якість інформації, отриманої в результаті дослідження, визначається шириною довірчого інтервалу навколо найбільш ймовірного значення: що ширший інтервал, у який з ймовірністю 95 % має потрапити значення показника, що оцінюється, то більш невизначеним є прогноз, і відповідно виникає більш високий ризик. Границі довірчого інтервалу визначаються за статистичними співвідношеннями:

- для кількісної ознаки (у нас – максимальна прийнятна ціна):

$$X_{\min, \max} = \bar{X} \pm \Delta_{X1}, \quad (3)$$

де \bar{X} – математичне сподівання кількісної ознаки в основній виборці,

$$\Delta_{X1} = t \cdot \sqrt{\frac{\sigma_{X1}^2}{n} \cdot \left(1 - \frac{n}{N}\right)}, \quad (4)$$

де σ_{X1}^2 – дисперсія кількісної ознаки в основній виборці;

- для якісної ознаки (у нас – частка зацікавлених у новому товарі):

$$P_{\min, \max} = p1 \pm \Delta_{P1}, \quad (5)$$

де $p1$ – частка одиниць з наявністю якісної ознаки в основній виборці;

$$\Delta_{p1} = t \cdot \sqrt{\frac{p1 \cdot (1-p1)}{n} \cdot \left(1 - \frac{n}{N}\right)}. \quad (6)$$

Прийmemo характеристики "пілотної" вибірки як попередні оцінки характеристик основної вибірки, тобто $\bar{X} = \bar{x} = 153.6$ грн, $\sigma_{X1}^2 = \sigma_X^2 = 471.04$, $p1 = p = 0.36$ (проте після проведення досліджень ці значення виявляються іншими). Тоді, приміром, для максимальної прийнятної ціни за вибіркою у 89 осіб за (4):

$$\Delta_{X1} = 1.96 \cdot \sqrt{\frac{471.04}{89} \cdot \left(1 - \frac{89}{949500}\right)} = 4.51 \text{ (грн)}.$$

Отже, границі довірчого інтервалу за (3):

$$X_{\min, \max} = 153.6 \pm 4.51, \text{ тобто від } 149.09 \text{ до } 158.11 \text{ грн.}$$

Границі довірчого інтервалу частки зацікавлених у товарі для вибірки 89 осіб за (6) та (5) встановлено від 0.26 до 0.46, в середньому 0.36. Аналогічні розрахунки виконано для вибірки в 354 особи; довірчі інтервали подано в *табл. 2* (рядки 4 та 2); можна бачити, що розмах варіації для вибірки 354 особи є значно меншим.

Якщо прийняти, що змінні витрати на одиницю нового товару становлять 110 грн, постійні витрати дорівнюють 7500 тис. грн на рік, а ставка податку на прибуток 18 %, то можна визначити економічні результати управлінських рішень, що будуть прийняті з урахуванням даних маркетингового дослідження (див. *табл. 2*).

Середньоквадратичне відхилення прибутку після сплати податку (рядок 13 *табл. 2*) визначено з таких міркувань. Для того щоб значення маржинального прибутку з рядка 7 *табл. 2* вийшло за межі, скажімо, нижньої границі (9651.32 тис. грн), потрібно, щоб водночас відбулися дві випадкові події: вихід за межі нижньої границі 0.26 частки зацікавлених у товарі (для границь довірчого інтервалу, визначених з ймовірністю 95 %, ймовірність виходу за одну з границь становить $5/2 = 2.5$ %, або 0.025) та вихід за нижню границю 149.09 грн максимально прийнятної ціни (з такою само ймовірністю). Ймовірність одночасного настання двох подій визначається як $0.025 \cdot 0.025 = 0.000625$; такою низькою ймовірністю цілком можна знехтувати. Отже, в межах довірчих границь маржинального прибутку, і так само прибутку після сплати податків, міститься практично 6 середньоквадратичних відхилень. Розмах варіації прибутку після сплати податків $11\,053.76 - 17\,36.00 = 9\,317.76$ тис. грн; поділивши це значення на 6, отримуємо середньоквадратичне відхилення 1552.96 тис. грн. Варіація є відношення середньоквадратичного відхилення до математичного сподівання прибутку після сплати податків, виражене у відсотках.

Таблиця 2

**Прогноз економічних результатів від продажів нового товару
з урахуванням даних маркетингових досліджень**

Номер рядка	Показник	Основна вибірка					
		89 осіб			354 особи		
		нижня границя	центр інтервалу	верхня границя	нижня границя	центр інтервалу	верхня границя
1	Генеральна сукупність, тис. осіб	949.50	949.50	949.50	949.50	949.50	949.50
2	Частка зацікавлених у товарі (дані дослідження)	0.26	0.36	0.46	0.31	0.36	0.41
3	Прогноз продажів (р.1 × р. 2), тис. од. (норма покупки 1 од. на рік)	246.90	341.80	436.80	294.30	341.80	389.30
4	Максимально прийнятна ціна, грн. (дані дослідження)	149.09	153.60	158.11	151.34	153.60	155.86
5	Змінні витрати на од. товару, грн	110.00	110.00	110.00	110.00	110.00	110.00
6	Маржинальний прибуток на од. товару (р. 4 – р. 5), грн	39.09	43.60	48.11	41.34	43.60	45.86
7	Маржинальний прибуток – всього (р. 6 × р. 3), тис. грн	9651.32	14 902.48	21 014.45	12 166.36	14 902.48	17 853.30
8	Постійні витрати, тис. грн	7500.00	7500.00	7500.00	7500.00	7500.00	7500.00
9	Витрати на маркетингове дослідження, тис. грн	34.25	34.25	34.25	100.50	100.50	100.50
10	Прибуток від реалізації (р. 7 – р. 8 – р. 9), тис. грн	2117.07	7368.23	13 480.20	4565.86	7301.98	10 252.80
11	Прибуток після сплати податку (р. 10 × (1–0.18)), тис. грн	1736.00	6041.95	11 053.76	3744.01	5987.62	8407.29
12	Математичне сподівання прибутку після сплати податків (E), тис. грн	6041.95			5987.62		
13	Середньоквадратичне відхилення прибутку після сплати податку (σ), тис. грн	1552.96			777.21		
14	Варіація прибутку після сплати податків (V), %	25.70			13.00		
15	Ймовірність не отримати цільовий прибуток 5000 тис. грн, %	25.20			10.20		

МАРКЕТИНГ

Ймовірність не отримати цільовий прибуток, який, припустимо, встановлено керівництвом підприємства в сумі $X = 5000$ тис. грн, визначено так: розраховано нормоване цільове значення прибутку (Z):

$$Z = \frac{X - E}{\sigma}, \quad (7)$$

тобто, приміром, для вибірки з 89 осіб $Z = (5000.00 - 6041.95) / 1552.96 = -0.67$. Далі за таблицями стандартного нормального розподілу (скажімо, [15]) визначено ймовірність того, що випадкова величина виявиться менше цього нормованого значення; така ймовірність становила 0.252, або 25.2 %.

Порівнюючи очікувані економічні результати, отримані з використанням даних різних за надійністю варіантів маркетингових досліджень, можна зробити такі висновки. Математичне сподівання прибутку після сплати податків у другому варіанті (з більшим розміром вибірки) виявляється меншим, і ця різниця зумовлена виключно збільшенням витрат на маркетингові дослідження. Фактично втрата частини прибутку в цьому разі виступає на кшталт "плати" за зниження ризику, адже всі показники ризику для другого варіанта проведення маркетингових досліджень є значно ліпшими: середньоквадратичне відхилення і варіація скорочуються практично вдвічі, а ймовірність не отримати цільовий прибуток – з 25.2 % (тобто в одному випадку з 4-х) до 10.2 % (тобто в одному випадку з 10-ти). Залишається вирішити, чи варте це зниження ризику такої "плати". Однозначно відповісти на це запитання неможливо: має місце класична ситуація прийняття рішення в умовах ризику, де вищий результат супроводжується вищим ризиком, і навпаки. Вибір залежатиме від ставлення до ризику керівників конкретного підприємства, зокрема від того, наскільки небезпечними будуть наслідки неотримання цільового прибутку. Одні керівники можуть віддати перевагу більшому прибутку, інші – меншому ризику. Проте в будь-якому разі врахування при виборі рівня надійності маркетингового дослідження не лише очікуваних фінансових результатів, а й ризиків дає підстави для прийняття більш обґрунтованого та усвідомленого рішення.

Висновки. Якість інформації, отриманої за допомогою маркетингових досліджень, значною мірою визначає якість маркетингових управлінських рішень. На хід таких досліджень впливають численні випадкові фактори, які здатні знизити достовірність інформації, призвести до невірних рішень, а отже – збитків і втрат. Це зумовлює доцільність застосування методів управління ризиками при плануванні та проведенні маркетингових досліджень.

На кожному з етапів маркетингового дослідження – розробки концепції, планування, проведення, презентації та контролю результатів – виникають специфічні, притаманні саме цьому етапу ризику,

які потрібно ідентифікувати, оцінити розмір і ймовірність можливих втрат, визначити ступінь ризику, а за потреби розробити заходи нейтралізації ризику.

Згідно з концепцією цінності інформації маркетингове дослідження має бути сплановане й проведене так, щоб чиста цінність отриманої інформації виявилася додатною, тобто щоб приріст результату завдяки використанню інформації виправдав витрати на її отримання. Однак нерідко поліпшення результату полягає не в абсолютному збільшенні фінансових показників, а в зниженні ступеня ризику. Запропоновано методичний підхід до вибору рівня надійності маркетингового дослідження за критерієм найліпшого для керівників такого підприємства співвідношення сподіваного результату та ризику. Надані рекомендації уможливають здійснювати більш обґрунтоване планування маркетингових досліджень в умовах невизначеності, а отже – підвищити стійкість підприємств до впливу факторів ризику.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Міжнародний* процесуальний кодекс маркетингових і соціальних досліджень ICC/ESOMAR. URL : <http://uam.in.ua/rus/standarts/>.
2. *Аксьонов І. М., Коваль Л. М., Фертюк С. В.* Маркетингові дослідження в торговельній мережі : монографія ; за ред. І. М. Аксьонова. Хмельницький : ХНУ, 2013. 263 с.
3. *Германюк Т. А., Івко Т. І.* Методологія маркетингових, фармакоепідеміологічних та фармакоекономічних досліджень у фармації. Вінниця : Нілан, 2014. 63 с.
4. *Кириченко О. М.* Основні проблеми маркетингових досліджень для здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Формування ринкових відносин в Україні. 2017. № 6. С. 47—53.
5. *Пересадько Г. О.* Маркетингові дослідження ринку продукції промислових підприємств України : монографія. Харків : Діса плюс, 2015. 575 с.
6. *Стегура Е. С., Рега М. Г.* Роль та методи маркетингових досліджень у роздрібній торгівлі. Економіка та держава. 2015. № 5. С. 107—109.
7. *Чухрай Н. І., Кулиняк І. Я.* Маркетингові дослідження готовності підприємств Львівської області до виходу на ринки ЄС. Актуальні проблеми економіки. 2015. № 11. С. 77—86.
8. *Яшкіна О. І.* Маркетингові дослідження інновацій в машинобудуванні : монографія. Луганськ : Ноулідж, 2013. 290 с.
9. *Длігач А.* Маркетингові дослідження в системно-рефлексивному маркетингу. Маркетинг в Україні. 2016. № 5. С. 42—51.
10. *Яцук Т. О.* Проблеми та перспективи розвитку маркетингових досліджень в Україні. Вісн. Київ. ін-ту бізнесу та технологій. 2017. № 2. С. 71—72.
11. *Маркетингові дослідження інновацій та підприємницькі ризики : колект. монографія ; за ред. д-ра екон. наук, проф. М. А. Окландера.* Одеса : Астропринт, 2017. 280 с.
12. *ISO Guide 73:2009 Risk management – Vocabulary.* URL : <http://www.iso.org>.

13. *Окландер Т. О.* Сутність і класифікація маркетингових ризиків промислових підприємств. Вісн. Хмельн. нац. ун-ту. 2011. № 6. Т. 2. С. 89—93.
14. *Баззел Р. Д., Кокс Д. Ф., Браун Р. В.* Информация и риск в маркетинге : пер. с англ. ; под ред. М. Р. Ефимовой. М. : Финстатинформ, 1993. 93 с.
15. *Таблиця* функции нормального распределения. Современные риск-системы. URL : http://risktheory.novosyolov.com/distr_tab_normal.htm#table.

Стаття надійшла до редакції 12.03.2018.

Laburtseva O. Risk management in marketing research.

Background. The quality of marketing decisions depends significantly on the reliability of the source information. The reliability of information is affected by numerous random factors that determine the feasibility of applying risk management methods in planning and conducting marketing research.

Analysis of recent research and publications. The theoretical principles of marketing research are set forth in the works of N. K. Malhotra, G. A. Churchill and others. In Ukraine, A. Dlihach, M. A. Oklander, H. O. Peresadko, N. I. Chukhrai, O. I. Yashkina and others work on the theory and methodology of research. However, the problem of risk management in marketing research is not sufficiently studied.

The aim of the article is to identify the nature and types of risks that arise during marketing research, as well as the development of methodological approaches to managing these risks.

Material and methods. Materials of scientific works are used. The following methods were applied: analysis and synthesis to determine marketing research risks; statistical analysis to calculate risk indicators; logical to formulate recommendations for choosing the level of reliability of marketing research taking into account the risk.

Results. The essence of marketing research risks is considered. The risks that arise at certain stages of the research, as well as methods of their neutralization are determined. The methodical approach to marketing research planning in risk conditions is proposed and considered on an example, taking into account the value of information.

Conclusion. Taking risk into account when choosing a level of reliability of marketing research will allow for more substantiated planning of research in conditions of uncertainty and increase the firm's stability to risk factors.

According to the concept of the value of information, marketing research should be planned and conducted in such a way that the net value of the information received is positive, so that the increase of the result due to the use of information justifies the cost of its acquisition. The methodical approach to the choice of the level of reliability of marketing research according to the criterion of the best ratio of the expected result and risk for the managers of such an enterprise is proposed. The given recommendations will allow to carry out more justified planning of marketing researches in conditions of uncertainty, and consequently to increase firm's resilience to influence of factors of risk.

Keywords: marketing, marketing research, risk, uncertainty, marketing research planning, value of information.

REFERENCES

1. *Mizhnarodnyj procesual'nyj kodeks marketyngovyh i social'nyh doslidzhen' ICC/ESOMAR*. URL : <http://uam.in.ua/rus/standarts/>.
2. *Aks'onov I. M., Koval' L. M., Fertjuk S. V. Marketyngovi doslidzhennja v torgovel'nij merezhi* : monografija ; za red. I. M. Aks'onova. Hmel'nyč'kyj : HNU, 2013. 263 s.
3. *Germanjuk T. A., Ivko T. I. Metodologija marketyngovyh, farmakoepidemiologichnyh ta farmakoekonomichnyh doslidzhen' u farmacii'*. Vinnycja : Nilan, 2014. 63 s.
4. *Kyrychenko O. M. Osnovni problemy marketyngovyh doslidzhen' dlja zdijasnennja zovnishn'oekonomichnoi' dijal'nosti*. Formuvannja rynkovykh vidnosyn v Ukraї'ni. 2017. № 6. S. 47—53.
5. *Peresad'ko G. O. Marketyngovi doslidzhennja rynku produkcii' promyslovyh pidpryjemstv Ukraї'ny* : monografija. Harkiv : Disa pljus, 2015. 575 s.
6. *Stegura E. S., Rega M. G. Rol' ta metody marketyngovyh doslidzhen' u rozdribnij torgivli*. Ekonomika ta derzhava. 2015. № 5. S. 107—109.
7. *Chuhraj N. I., Kulynjak I. Ja. Marketyngovi doslidzhennja gotovnosti pidpryjemstv L'vivs'koi' oblasti do vyhodu na rynky JeS. Aktual'ni problemy ekonomiky*. 2015. № 11. S. 77—86.
8. *Jashkina O. I. Marketyngovi doslidzhennja innovacij v mashynobuduvanni* : monografija. Lugans'k : Noulidzh, 2013. 290 s.
9. *Dligach A. Marketyngovi doslidzhennja v systemno-refleksyvnomu marketyngu*. Marketyng v Ukraї'ni. 2016. № 5. S. 42—51.
10. *Jashhuk T. O. Problemy ta perspektyvy rozvytku marketyngovyh doslidzhen' v Ukraї'ni*. Visn. Kyi'v. in-tu biznesu ta tehnologij. 2017. № 2. S. 71—72.
11. *Marketyngovi doslidzhennja innovacij ta pidpryjemnyč'ki ryzyky* : kolekt. monografija ; za red. d-ra ekon. nauk, prof. M. A. Oklandera. Odesa : Astroprynt, 2017. 280 s.
12. *ISO Guide 73:2009 Risk management – Vocabulary*. URL : <http://www.iso.org>.
13. *Oklander T. O. Sutnist' i klasyfikacija marketyngovyh ryzykiv promyslovyh pidpryjemstv*. Visn. Hmel'n. nac. un-tu. 2011. № 6. T. 2. S. 89—93.
14. *Bazzel R. D., Koks D. F., Braun R. V. Informacija i risk v marketinge* : per. s angl. ; pod red. M. R. Efimovoj. M. : Finstatinform, 1993. 93 s.
15. *Tablica funkcii normal'nogo raspredelenija. Sovremennye risk-sistemy*. URL : http://risktheory.novosyolov.com/distr_tab_normal.htm#table.

ЛОГІСТИКА ТА УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАВОК

УДК 658.7:631]:005.332.4

ХАРСУН Людмила,

к. е. н., доцент кафедри торговельного підприємництва та логістики
Київського національного торговельно-економічного університету

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЛОГІСТИКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Проаналізовано особливості й сучасний стан логістичного обслуговування товаропотоків сільськогосподарської продукції в Україні. Висвітлено основні проблеми організації ланцюгів постачання цієї продукції, що стримують підвищення її конкурентоспроможності. Окреслено перспективні напрями розвитку ринку послуг агрологістики в Україні.

Ключові слова: агрологістика, ланцюги постачання сільськогосподарської продукції, перевезення аграрних вантажів, зберігання сільськогосподарської продукції.

Харсун Л. Эффективность логистики сельскохозяйственной продукции как фактор повышения ее конкурентоспособности. Проанализированы особенности и состояние логистического обслуживания товаропотоков сельскохозяйственной продукции в Украине. Освещены основные проблемы организации цепей поставок этой продукции, которые сдерживают повышение ее конкурентоспособности. Определены перспективные направления развития рынка услуг агрологистики в Украине.

Ключевые слова: агрологистика, цепи поставок сельскохозяйственной продукции, перевозка аграрных грузов, хранение сельскохозяйственной продукции.

Постановка проблеми. Потенціал агропромислового комплексу може стати своєрідним локомотивом виходу вітчизняної економіки з кризи й забезпечити економічну та соціальну безпеку країни. Однак реалізація цього потенціалу, обумовленого переважно природно-географічними чинниками, залежить безпосередньо від кооперації з іншими

© Харсун Людмила, 2018

галуззями економіки, а також від цілого комплексу політичних, правових і ринково-економічних факторів.

Наразі мова не стільки про можливості виробництва певного продукту, скільки про потребу забезпечення ним кінцевого споживача на конкурентоздатних умовах. Для аграрної продукції резерв підвищення конкурентоспроможності є колосальним, адже співвідношення її собівартості й доданої вартості, за деякими оцінками, становить 25/75. Саме цей факт виводить на перший план питання ефективної організації ланцюгів постачання сільськогосподарської продукції, що забезпечила б її конкурентними перевагами за ціною, якістю та надійністю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Потреба оптимізації логістичного забезпечення потоків продукції агросектора України сьогодні широко обговорюється в наукових і ділових колах нашого суспільства. Зокрема, з'являється багато публікацій, присвячених визначенню сутності агрологістики, її елементів і специфічних рис. Це праці таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як С. Гриценко, Т. Корнілова, Т. Косарева, Н. Потапова [1–4] та ін. Безпосередні учасники аграрних ринків також публічно діляться своїм досвідом і думками про основні проблеми функціонування логістичних ланцюгів постачання сільськогосподарської продукції.

Мета статті – дослідження специфічних рис логістичного обслуговування потоків сільськогосподарської продукції в Україні та окреслення шляхів реалізації потенціалу до підвищення її конкурентоспроможності за рахунок оптимізації логістичної складової.

Матеріали та методи. Матеріалами досліджень слугували дані про стан логістичного обслуговування сільськогосподарських товаропотоків в Україні. Інформаційна база для дослідження – статистичні дані, представлені в публікаціях практиків і експертів логістичного та аграрного ринку. Використано загальнонаукові й спеціальні методи економічних досліджень, зокрема методи узагальнення, структурного аналізу та порівняння, систематизації тощо.

Результати дослідження. Логістика в сільськогосподарських ланцюгах постачання передбачає управління насамперед матеріальними потоками, що включають вхідні потоки (посівний матеріал, добрива, паливо тощо), потоки в процесі виробництва, збору врожаю, обробки, зберігання та дистрибуції сільськогосподарської продукції. Не менш важливими й результативними є логістичні рішення в організації інформаційних (ціни, транспортні можливості) та фінансових потоків (кредити, платежі, страхування) [5]. Відтак, логістична активність є потрібною ланкою всіх бізнес-процесів агропромислових підприємств і може бути джерелом як ризиків, так і додаткових конкурентних переваг, впливаючи на надійність, терміни, відстежуваність ланцюгів постачання сільськогосподарської продукції та безпосередньо на її якість.

Змістовне наповнення агрологістики та її специфічні риси напряду визначаються об'єктом, на який спрямована вся управлінська логістична

активність. Традиційно до сільськогосподарської продукції відносять будь-яку продукцію рослинного й тваринного походження. Проте в українському законодавстві є низка протиріч у визначенні її складу. Зокрема деякі законодавчі акти не включають до нього харчові продукти, а лише товари, зазначені в 1–14 групах УКТЗЕД. Зазвичай спірним є віднесення деяких груп товарів до сільськогосподарських, як, скажімо, кормів для тварин, відходів і побічних продуктів аграрного виробництва. Найбільш лаконічним, загальним і таким, що виключає більшість правових колізій, є визначення сільськогосподарської продукції, наведене в Законі України "Про оптові ринки сільськогосподарської продукції": сільськогосподарська продукція – це продукція, що підпадає під визначення груп 1–24 Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД) згідно із Законом України "Про Митний тариф України", за винятком підакцизних товарів, окрім товарів первинного виноробства – виноматеріалів (коди УКТЗЕД 2204 29 – 2204 30) [6].

Специфічні ознаки сільськогосподарської продукції як об'єкта матеріальних потоків передусім ті, що пов'язані із сезонністю її виробництва (переважно для продукції рослинництва), обмеженими термінами зберігання та значними втратами споживних властивостей, визначають особливості агрологістики. Мовиться насамперед про потребу корегування логістичних процесів залежно від сезонності збору врожаю та збуту більшості агропромислових товарів. Суттєва залежність від кліматичних умов сільськогосподарського виробництва також створює низку обмежень для ланцюгів постачання. Чутливість до різних хвороб і шкідників, зі свого боку, вимагає додаткових логістичних операцій, як, приміром, фумігації зерна, використання специфічної упаковки тощо. Складність планування і функціонування ланцюгів постачання сільськогосподарської продукції обумовлена також суттєвими процедурними та регуляторними обмеженнями державного рівня, що створюються з метою забезпечення продуктової, екологічної та соціальної безпеки в країні.

Загалом, зважаючи на різноманітність сільськогосподарської продукції, неоднорідним є також логістичне забезпечення її товароруку. Адже до сільськогосподарської продукції відносяться і масові товари (насіпні – зерно, насіння, цукор; навальні – овочі, фрукти; наливні – жири й олії), і тарно-штучні (м'ясні, молочні вироби, кава, чай), і особливо режимні (риба, квіти, живі тварини). Це вимагає диверсифікованого підходу щодо вибору виду транспорту, територіального розміщення й технічної оснащеності складських потужностей, кількості й складу учасників ланцюгів постачання та інших умов організації логістичних процесів.

Складність і неоднорідність логістичного обслуговування товароруку сільськогосподарської продукції зумовлює посилення кооперації між усіма учасниками ланцюгів постачання, створення за їхньої участі

спільно із сільськогосподарськими підприємствами інтегрованих об'єднань, функціонування спеціалізованих агрологістичних провайдерів.

Очевидно, що забезпечення високого рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції за рахунок ефективної організації та управління її логістичними ланцюгами постачання є надзвичайно складним завданням, і його успішне виконання, як стверджують фахівці Світового банку, залежить від трьох основних складових: інфраструктури (особливо доріг і залізничного сполучення, приміром, між основними економічними центрами й портами), ринку логістичних послуг і процедурного та регуляторного середовища агропромислового комплексу [5].

Аналіз системи логістичного забезпечення ринку сільськогосподарської продукції України треба починати із визначення масштабів її сфери діяльності, що продиктовані насамперед обсягами випуску, товарною структурою та торговельною направленістю вітчизняного агропромислового комплексу.

Якщо брати до уваги обсяги виробництва сільськогосподарської продукції в Україні у вартісному вираженні (в постійних цінах), то його рівень протягом останніх шести років коливається в межах 216.6–254.6 млрд грн. Причому за результатами 2017 р. відмічається зниження цього показника майже на 3 % до 247.7 млрд грн. Про скорочення фізичного обсягу продукції сільського господарства свідчить і динаміка індексу сільськогосподарської продукції – зниження його значення на 9 % у 2017 р. порівняно із 2016 р. Водночас у фактичних цінах масштаби сільськогосподарського виробництва демонструють позитивну динаміку й сягають 625.6 млрд грн у 2016 р. (рис. 1).

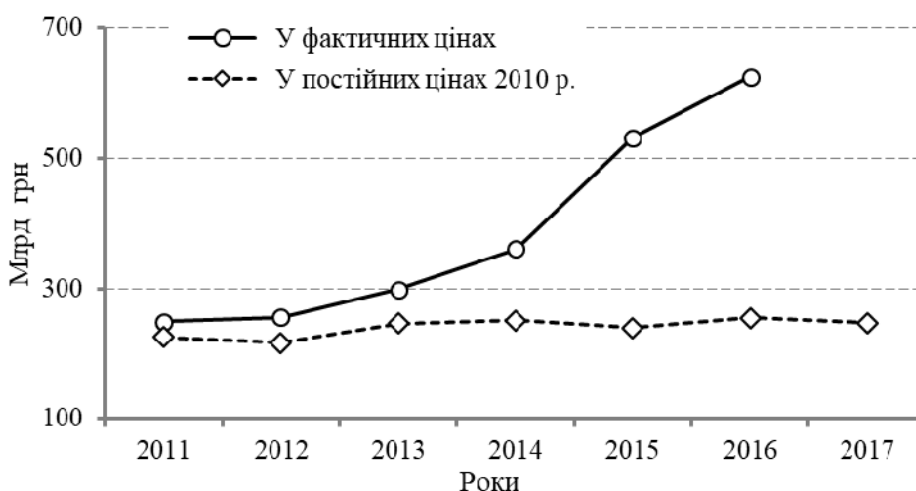


Рис. 1. Динаміка обсягів виробництва продукції сільського господарства України в 2011–2017 рр.

Побудовано автором за [7].

Конфігурація ланцюгів постачання сільськогосподарської продукції в Україні також має свої особливості, що передусім обумовлено складом їх учасників. Постачальниками (вантажовідправниками) такої продукції виступають трейдери, переробні та безпосередньо сільськогосподарські підприємства, кожен з яких характеризується різними обсягами, параметрами плановості, направленості та цінової політики.

Специфікою логістичних ланцюгів постачання продукції сільськогосподарства в Україні є їхня довжина, що переважно включає трансграничну доставку, тобто передбачає залучення більшої кількості учасників і порівняно вищий рівень складності логістичних операцій. В Україні відмічається постійне нарощення експорту аграрної продукції, який, за даними Держстату України в 2016 р., становив понад 50 % (15.3 млн дол. США) всього обсягу сільськогосподарського виробництва. Експортна направленість аграрного сектора передбачає перевезення вантажів порівняно більшими партіями, ніж у внутрішньому сполученні, що зумовлює їх орієнтацію на магістральні види транспорту, мультимодальні перевезення та використання потужностей великих перевалочних комплексів. До того ж позитивне сальдо в торгівлі сільськогосподарською продукцією (рис. 2) для України означає і те, що відповідальність за функціонування її ланцюгів постачання лежить переважно на вітчизняних учасниках ринку.

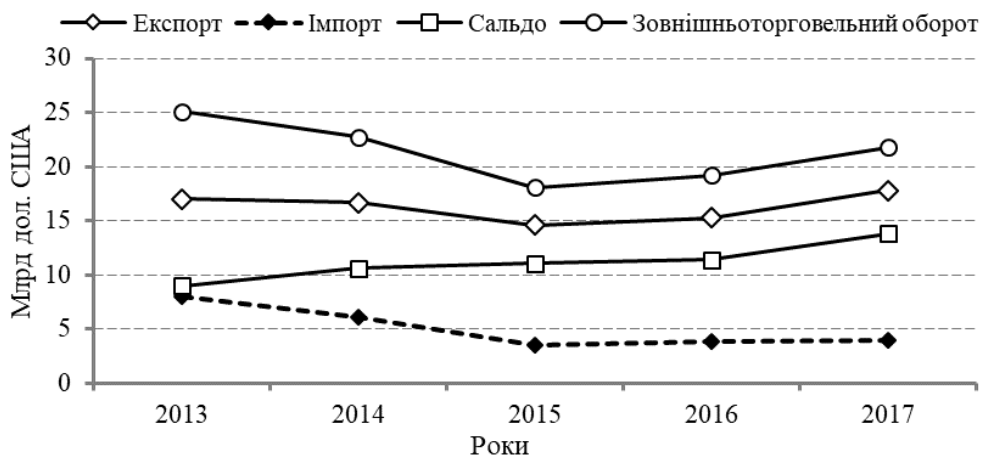


Рис. 2. Показники зовнішньої торгівлі України сільськогосподарською продукцією в 2013–2017 рр.

Побудовано автором за [8].

Детальніше визначити запитувані параметри логістичного забезпечення ринку сільськогосподарської продукції України можна, деталізуючи товарну структуру як внутрішніх, так і зовнішніх його товаропотоків. Так, у структурі сільськогосподарського виробництва України 72 % припадає на продукцію рослинництва, що представлена переважно масовими товарами: насипними – зернові культури, цукор; навальними – овочеві, плодові та ягідні культури; наливними – олії [9].

Доставка таких вантажів здебільшого підпадає під сферу дії залізничного, морського та річкового видів транспорту.

Схожою є й структура вітчизняного експорту сільськогосподарської продукції, 52 % в якій займають продукти рослинного походження (на 1-му місці – зернові культури, на 2-му – насіння і плоди олійних рослин); майже 26 % припадає на жири та олії тваринного або рослинного походження; 15.9 % – готові харчові продукти (найбільше експортовано цукру та кондитерських виробів із цукру) та 6.2 % (на 1.1 % більше порівняно з 2016 р.) – живі тварини та продукти тваринного походження. Проте імпорт аграрної продукції майже на половину складається із готових харчових виробів (44.9 %), що й пояснює забезпечення його поставок переважно автомобільним транспортом [8].

Географічну направленість ланцюгів постачання аграрної продукції визначає склад торговельних партнерів України в цій галузі. У загальній структурі зовнішньоторговельного товарообігу сільськогосподарської продукції частка Європейського Союзу становить 35.2 %, а до ТОП-5 країн-імпортерів української агропродукції увійшли, за результатами восьми місяців 2017 р., Індія, куди було експортовано товарів на суму 1.3 млрд дол. США, Єгипет – 986.1 млн дол. США, Нідерланди – 762.8 млн дол. США, Іспанія – 731.6 млн дол. США та Китай – 631.8 млн дол. США [10]. Така географія поставок вітчизняної агропродукції є індикатором необхідних змін у логістичній інфраструктурі, співвідношенні різних видів транспорту в логістичному забезпеченні зовнішньої торгівлі України продукцією сільського господарства (приміром, переважання морського транспорту в перевезеннях до Індії, Єгипту та Китаю, автомобільного – в європейському напрямку).

Проте наразі є багато свідчень низького рівня конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції, значною мірою обумовленого недосконалістю логістичних операцій, передусім пов'язаних із транспортуванням і зберіганням таких вантажів. Зокрема, за словами О. Мельник, менеджера з логістики компанії "Кернел", Україна втрачає 20 дол. США на кожній тонні виготовленої продукції під час її транспортування, що на 40 % більше, ніж у Німеччині, й на 30 %, ніж у США [11]. Той факт, що агрологістика в Україні на 30–40 % дорожча, ніж у Франції та Німеччині, підтверджує і представник компанії "Бунге Україна" та експерт комітету з питань агропромислового комплексу Американської торговельної палати в Україні О. Копейка.

Чи не основним свідченням неефективної агрологістики в Україні є недостатня кількість і незадовільний стан вагонів (насамперед вагонів-зерновозів) і локомотивів, суттєве підвищення тарифів на залізничні перевезення. У підсумку додаткові витрати на перевезення аграрних вантажів виникають унаслідок потреби використовувати дорожчі альтернативні способи доставки – автомобільний транспорт і контейнерні перевезення. Обмежені потужності залізничного транспорту зазвичай

стають причиною затримки морських суден у портах і потреби сплачувати додатково демаредж судноплавним компаніям у розмірі 15–20 тис. дол. США за 1 день. Загалом, за попередніми оцінками учасників круглого столу "Дефіцит зерновозів у рамках експортної логістики", присвяченого проблемам перевезення зернових вантажів урожаю 2016 р., агросектор станом лише на вересень 2016 р. втратив понад 75 млн грн унаслідок збоїв у поставках залізницею, продиктованих ще й дефіцитом пального.

Нестача вагонів є суттєвою перешкодою і для забезпечення ефективного логістичного сервісу поставок цукру. Збитки цукрових заводів, пов'язані з тим, що зазвичай свою продукцію вони змушені відвантажувати автомобільним транспортом, який дорожчий за залізничний, експерти оцінюють у 1.5–2 млн грн [12].

Автомобільний транспорт також не в повній мірі покриває потреби аграрного сектора з огляду на нестачу вантажних автомобілів і подорожчання такого способу перевезення на 15–22 % унаслідок підвищення цін на пальне та введення вагового контролю. У підсумку наразі навіть спостерігається переорієнтація доставки соняшникової олії з автомобільного транспорту на залізничні цистерни.

Високий рівень логістичної складової у перевезеннях сільськогосподарської продукції зазвичай продиктований обмеженим доступом учасників ринку до інфраструктурних об'єктів, особливо до тих, що є в державній власності. Приміром, у структурі вартості перевалки зерна 53 % припадає на оплату за доступ до причалу, подачу вагонів, електроенергії, водопостачання та водовідведення, оренду нерухомого майна, компенсацію земельного податку та страхування. Решта 47 % – транспортно-експедиторські послуги, що включають і прямі витрати терміналу з перевантаження зерна [13]. Значною мірою така ситуація пов'язана із високою вартістю портових зборів, які зазвичай удвічі вищі порівняно із зборами в портах ЄС та інших країн Чорноморського басейну. Так, вартість заходу судна до Миколаївського порту становить 250 тис. дол. США для судна класу *Ranamax*, до Одеси та Чорноморська – 125 тис. дол. США., до порту "Південний" – 170 тис. дол. США. Отже, Миколаївський морський порт є найдорожчим у світі [14].

Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції значною мірою залежить і від того, як забезпечуються умови її зберігання, пакування, навантаження, розвантаження. Найбільш розвиненою в Україні є мережа складських комплексів для зберігання зернової продукції. Приміром, у 2017 р. загальна потужність портових зернових терміналів в Україні оцінюється в 60.7 млн т, що на 50 % перевищує реальні обсяги перевалки зернових вантажів (майже 40 млн т на рік) і обумовлює підвищення конкуренції в сегменті [15]. До того ж, за прогнозами аналітиків, на кінець 2018 р. ємності для одноразового зберігання хлібних вантажів в українських морських портах зростуть на 27 % і становитимуть 4295 тис. т, а потужність терміналів з перевалки – 82 млн т на рік [16].

Значно гіршою є ситуація із зберіганням продукції в ланцюгах постачання овочів і фруктів. Наразі в Україні функціонує майже 300 фруктосховищ ємністю 250 тис. т, при тому що виробництво становить 2 млн т фруктів [17]. Як стверджує Д. Темен, керівник проекту *USAID* "Агроінвест" (Велика Британія): лише 10 % вітчизняних сховищ наразі відповідають встановленим нормам, тому країна втрачає 65 % свіжих овочів і фруктів, тоді як, скажімо, Голландія – 35 [18].

Водночас логістичні проблеми агоринку України можуть мати й позитивні наслідки, хоча й в більш довгостроковій перспективі. Зокрема висока вартість і недосконалість внутрішньої логістики можуть зробити прямий експорт сільськогосподарської продукції менш вигідним і, як наслідок, стимулювати розвиток виробництва товарів із високою доданою вартістю. До того ж така ситуація може стати своєрідним стимулом для збільшення інвестицій в агрологістичну інфраструктуру та рухомий склад, а також для удосконалення самих логістичних операцій із сільськогосподарською продукцією з боку їх учасників.

Значний потенціал підвищення ефективності доставки сільськогосподарських вантажів в Україні має річковий транспорт, особливо для доставки зернових. Нарощення обсягів річкових перевезень по Дніпру об'єктивно підтримується і наявністю перевалочних потужностей – приблизно 20 елеваторів, якими оперують такі компанії, як "Нібулон", Державна продовольчо-зернова корпорація України, АСК "Укррічфлот", "Гермес-Трейдинг", "Рівненське ХПП" *TESSLAGROUP* та ін. За даними експертів міжнародної компанії *Baker Tilly*, на сьогодні можливості українських річок використовуються менше ніж на 1 %, тоді як у Німеччині та Румунії цей показник становить від 13 до 27 % [19].

Переорієнтація сільськогосподарських вантажів на річковий транспорт уможливить суттєво знизити витрати на ремонт автомобільних доріг і розмір логістичної складової в ціні товарів. До прикладу, доставка баштанних культур р. Дніпро, яка, за словами генерального директора ТОВ СП "Нібулон" О. Вадатурського, обходиться в 4–5 разів дешевше, ніж автомобільним транспортом. Це вже не кажучи про те, що складнощі з логістикою та збутом зазвичай зумовлюють ситуацію, коли приблизно 30 % врожаю кавуна взагалі залишається на полі.

Низка позитивних зрушень відмічається і в логістиці постачання олійної продукції з України, яка забезпечує майже 50 % її експорту по всьому світу. Серед найперспективніших напрямів таких вантажоперевезень наразі учасники ринку називають західну Європу, Англію, Північну та Південну Америку, Африку, Далекий та Близький Схід, що передбачають переважно доставку морем і вимагають вибору ефективних засобів упаковки. До прикладу, компанія *DSV Global Transport and Logistics* Україна вже активно використовує флексітанки та *IBC*-контейнери, що дає змогу відправляти олію невеликими партіями контейнеровозами, економити на підготовці тари, хоча й передбачає обов'язкове страхування вантажу, оскільки ризики пошкодження,

скажімо флексітанків, значно вищі, ніж такого спеціалізованого обладнання, як *ISO*-контейнери, цистерни, танкери.

Значну перспективу в Україні має розвиток холодних ланцюгів постачання. Мовиться про поставки ягід з України, експорт яких виріс за останні п'ять років майже в 4 рази; вершкового масла (наша країна стала другим постачальником цього продукту до країн ЄС); морозива та низки інших товарів, перевезення яких відбувається за умови дотримання особливих температурних режимів.

Загалом, у секторі агрологістики України намітилась і позитивна тенденція до розширення співпраці сільськогосподарських підприємств із логістичними провайдерами. Відмічається поступовий відхід від схеми реалізації продукції через трейдерів, що забезпечували майже все логістичне обслуговування вантажопотоків. Як зразок успішного аутсорсингу логістичних послуг можна назвати досвід компанії "Рабен-Україна" з організації збірної лінії для фруктів та овочів з полів, у результаті функціонування якої сільськогосподарські виробники отримали змогу контролювати ціну реалізації, відправляти продукцію невеликими партіями, знижуючи її втрати, виконувати зобов'язання перед контрагентами за рахунок якісного логістичного сервісу.

Перспективними напрямками розвитку сегменту терміналів для зберігання й перевалки сільськогосподарських вантажів є першочергове будівництво овоче- та фруктосховищ. Для логістичного ж забезпечення товароруку зернової продукції більш нагальним є удосконалення технічного оснащення елеваторів задля забезпечення їх вищої пропускної спроможності й оборотності.

Висновки. Загалом ринок послуг агрологістики в Україні є досить динамічним і розвивається в бік задоволення вимог щодо підвищення рівня конкурентоспроможності ланцюгів постачання сільськогосподарської продукції. Про це свідчать такі тенденції ринку, як модернізація й удосконалення логістичних операцій шляхом оновлення рухомого складу, використання інноваційних засобів упаковки й перевалки вантажів, оптимізації способу перевезення та витрат на доставку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Гриценко С., Терещенко С.* Агрологістика в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку. Вісн. Донецького нац. ун-ту. 2015. № 1. С. 87—89. Серія В. "Економіка і право".
2. *Корнилова Т.* Что ждет рынок зерновой логистики в ближайшие годы. Київ. 2017. № 2. С. 32—38.
3. *Косарева Т. В.* Логістизація економіки АПК. Економіка АПК. 2003. № 12. С. 23—27.
4. *Потапова Н. А.* Системні характеристики логістики АПК. Вісник НУ "Львівська політехніка". Львів. 2010. С. 694—702. Серія "Логістика".

5. *Ean Francois Arvis*, Ian Gillson, Charles Kunaka. Managing Logistics Risks in Agricultural Supply Chains along International Corridors. The World Bank. URL : <http://www.agriskmanagementforum.org/content/managing-logistics-risks-agricultural-supply-chains-along-international-corridors>.
6. *Сільськогосподарська продукція*. URL : <http://agrobirga.ck.ua/sg-produkciya>.
7. *Індекс сільськогосподарської продукції у 2017 році (попередні дані)*. Експрес-випуск. Продукція сільського господарства у постійних цінах за 2016 рік. Стат. бюл. Економічні рахунки сільського господарства (рахунок виробництва та рахунок утворення доходу). Стат. зб. "Сільське господарство України" 2016 рік. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
8. *Товарна структура зовнішньої торгівлі України*. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
9. *Продукція сільського господарства у 2017 році (попередні дані)*. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
10. *Експорт української агропродукції виріс майже на 25 %*. 06.10.2017. URL : https://delo.ua/business/eksport-ukrainskih-produktov-vyros-pochti-na-25-335194/?supdated_new=1510658634.
11. *Транспортні проблеми агрологистики: цифри*. 19.12.16. URL : <http://logist.fm/news/transportnye-problemy-agrologistiki-cifry>.
12. *Через брак вагонів цукровики понесуть мільйонні збитки*. 09.01.2018. URL : <http://landlord.ua/cherez-brak-vagoniv-tsukroviki-ponesut-milyonni-zbitki/>.
13. *Какая себестоимость перевалки зерновых в Украине*. 15.01.2018. URL : <https://ports.com.ua/articles/kakaya-sebestoimost-perevalki-zernovykh-v-ukraine>.
14. *Копейка О*. Проблемы аграрной логистики Украины. 20.02.2017. URL : <http://logist.fm/publications/olga-koreyka-problemy-agrarnoy-logistiki-ukrainy>.
15. *Потужність портів зернових терміналів на 50 % перевищує потребу*. URL : <http://www.agravery.com/uk/posts/show/potuznist-portovih-zernovih-terminaliv-na-50-perevisue-potrebu>.
16. *Ільницький К*. Сколько зерновых терминалов построили в 2017 году и какие прогнозы на 2018-й. 09.01.2018. URL : <https://ports.com.ua/articles/skolko-zernovykh-terminalov-postroili-v-2017-godu-i-kakie-prognozy-na-2018-y>.
17. *Умная логистика: возможности роста фермеров*. 26.06.2017. URL : <http://logist.fm/publications/umnaya-logistika-vozmozhnosti-rosta-fermerov>.
18. *Омелянчук І*. Чи врятує українське село агрологістика? URL : <http://a7d.com.ua/agropoltika/5603-chi-vryatuye-ukrayinske-selo-agrologistika.html>.
19. *Шевченко Ю*. Агрологістика в Україні: проблеми та перспективи. URL : <http://yur-gazeta.com/publications/practice/transportne-pravo/agrologistika-v-ukrayini-problemi-ta-perspektivi.html>.

Стаття надійшла до редакції 02.03.2018.

Kharsun L. The efficiency of the agricultural product supply chains as a factor its competitiveness increasing.

Background. Agricultural products are an important factor of Ukraine's economic prosperity, the basis of its GDP, domestic and external commodity turnover. And given that the ratio of its cost and added value, according to some estimates, is 25/75 to the forefront of the issue of efficient supply chains

organization, which would ensure its competitive advantages in terms of price, quality and reliability.

The logistics of the agrarian enterprises was investigated by many economists, but the analysis of literature shows that in these works insufficient attention is paid to ways to optimize the agricultural products supply chain.

The aim of the study is to research specific features of logistics service of agricultural products flows in Ukraine and outline ways how to realize the potential of its competitiveness increasing by optimizing the logistics component.

Material and methods. The information base for the research is statistical data presented in the publications of practical figures and experts in the agro-logistics market. Methods of analysis, synthesis, generalization became the basis of the research of the agricultural products logistics in Ukraine.

Results. Logistics activities are a necessary link in all business processes of agro-industrial enterprises and can serve as a source of risks, as well as additional competitive advantages. They have some features, which are predetermined mostly by the necessity of adjusting logistics processes depending on the seasonality of harvesting and marketing of most agro-industrial goods and mean greater variety and quantity of logistics operations involved in logistics of their flows.

Implementation of the potential for increasing the agricultural products competitiveness in Ukraine by optimizing the logistical component of their flows is limited by a number of problems related primarily to transport processes and the organization of storage operations.

At the same time a number of positive tendencies in the functioning of agricultural products supply chains are conditioned by the development of perspective directions of their streams and mean using innovative approaches to packaging, storage and transportation.

Conclusion. In general, the agro-logistics services market in Ukraine is quite dynamic and is developing due to satisfy the requirements for increasing the competitiveness of agricultural products supply chains. This is evidenced by market trends such as the modernization and improvement of logistics operations through updating the rolling stock, the use of innovative packaging and handling equipment, optimizing the mode of transportation and shipping costs.

Keywords: agro-logistics, agricultural products supply chain, transportation of agricultural cargoes, agricultural products storage.

REFERENCES

1. Grycenko S., Tereshhenko S. Agrologistyka v Ukraini: suchasnyj stan i perspektyvy rozvytku. Visn. Donec'kogo nac. un-tu. 2015. № 1. S. 87—89. Serija V. "Ekonomika i pravo".
2. Kornilova T. Chto zhdet rynek zernovoj logistiki v blizhajshie gody. Kiïv. 2017. № 2. S. 32—38.
3. Kosareva T. V. Logistyziacija ekonomiky APK. Ekonomika APK. 2003. № 12. S. 23—27.
4. Potapova N. A. Systemni harakterystyky logistyky APK. Visnyk NU "L'vivs'ka politehnika". L'viv. 2010. S. 694—702. Serija "Logistyka".
5. Ean Francois Arvis, Ian Gillson, Charles Kunaka. Managing Logistics Risks in Agricultural Supply Chains along International Corridors. The World Bank. URL :

- <http://www.agriskmanagementforum.org/content/managing-logistics-risks-agricultural-supply-chains-along-international-corridors>.
6. *Sil's'kogospodars'ka produkcija*. URL : <http://agrobirga.ck.ua/sg-produkcija>.
 7. *Indeks sil's'kogospodars'koi' produkcii' u 2017 roci (poperedni dani)*. Ekspres-vypusk. Produkcija sil's'kogo gospodarstva u postijnyh cinah za 2016 rik. Stat. bjul. Ekonomichni rahunky sil's'kogo gospodarstva (rahnok vyrobnyctva ta rahnok utvorennja dohodu). Stat. zb. "Sil's'ke gospodarstvo Ukrai'ny" 2016 rik. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
 8. *Tovarna struktura zovnishn'oi' torgivli Ukrai'ny*. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
 9. *Produkcija sil's'kogo gospodarstva u 2017 roci (poperedni dani)*. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
 10. *Jeksport ukraïnskoj agroprodukcii vyros pochtì na 25 %*. 06.10.2017. URL : https://delo.ua/business/eksport-ukraïnskih-produktov-vyros-pochtì-na-25-335194/?supdated_new=1510658634.
 11. *Transportnye problemy agrologistiki: cifry*. 19.12.16. URL : <http://logist.fm/news/transportnye-problemy-agrologistiki-cifry>.
 12. *Cherez brak vagoniv cukrovky ponესut' mil'jonnì zbytky*. 09.01.2018. URL : <http://landlord.ua/cherez-brak-vagoniv-tsukroviki-ponesut-milyonni-zbitki/>.
 13. *Kakaja sebestoimost' perevalki zernovyh v Ukraine*. 15.01.2018. URL : <https://ports.com.ua/articles/kakaya-sebestoimost-perevalki-zernovykh-v-ukraine>.
 14. *Kopejka O. Problemy agrarnoj logistiki Ukrainy*. 20.02.2017. URL : <http://logist.fm/publications/olga-kopejka-problemy-agrarnoy-logistiki-ukrainy>.
 15. *Potuzhnist' portovyh zernovyh terminaliv na 50 % perevyshhuje potrebu*. URL : <http://www.agravery.com/uk/posts/show/potuzhnist-portovih-zernovih-terminaliv-na-50-perevisue-potrebu>.
 16. *Il'nickij K. Skol'ko zernovyh terminalov postroili v 2017 godu i kakie prognozy na 2018-j*. 09.01.2018. URL : <https://ports.com.ua/articles/skolko-zernovykh-terminalov-postroili-v-2017-godu-i-kakie-prognozy-na-2018-y>.
 17. *Umnaja logistika: vozmozhnosti rosta fermerov*. 26.06.2017. URL : <http://logist.fm/publications/umnaya-logistika-vozmozhnosti-rosta-fermerov>.
 18. *Omeljanchuk I. Chy vrjatuje ukrai'ns'ke selo agrologistyka?* URL : <http://a7d.com.ua/agropoltika/5603-chi-vryatuje-ukrayinske-selo-agrologistika.html>.
 19. *Shevchenko Ju. Agrologistyka v Ukrai'ni: problemy ta perspektyvy*. URL : <http://yur-gazeta.com/publications/practice/transportne-pravo/agrologistika-v-ukrayini-problemi-ta-perspektivi.html>.