

Matiianova, M. P., and Honcharenko, K. M. "Motyvatsiia personalu pidpriemstva" [Motivation of the personnel of the enterprise]. *Biznes Inform*, no. 7 (2) (2011): 151-152.

Poichenko, V. S. "Osoblyvosti motyvatsii personalu v finansovii ustanovi (na prykladi PAT KB «PryvatBank»)» [Features of personnel motivation in a financial institution (for example, PJSC CB "PrivatBank")]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu*, no. 3 (2014): 171-174.

Spivak, V. V. "Motyvatsiia yak zasib efektyvnoho menedzhmentu personalu pidpriemstv" [Motivation as a means of effective management of personnel of enterprises]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ser.: Ekonomichni nauky*. Vol. 2, no. 6 (2010): 178-181.

Vasina, D. V. *Motivatsiya trudovoy deyatel'nosti* [Motivation of work]. Moscow: MARTIT, 2010.

Zinovev, I. F. *Formirovaniye i realizatsiya kadrovogo ekonomicheskogo potentsiala v agrarnoy sfere* [Formation and realization of the personnel economic potential in the agrarian sphere]. Simferopol: Feniks, 2008.

УДК 338.43:633.88

ЩОДО ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ – ВИРОБНИКІВ ПРОДУКЦІЇ ЛІКАРСЬКОГО РОСЛИННИЦТВА

© 2017 МІРЗОЄВА Т. В.

УДК 338.43:633.88

Мірзоєва Т. В. Щодо питання формування стратегії підприємств – виробників продукції лікарського рослинництва

Мета статті полягає у формуванні наукового підґрунтя та окресленні основних напрямків для розробки стратегії розвитку підприємств – виробників продукції лікарського рослинництва. Конкретизовано основні види продукції, що виробляються з лікарської рослинної сировини в умовах сьогодення; виявлено та узагальнено основні напрями діяльності у сфері лікарського рослинництва, що сформувалися впродовж багатьох століть; окреслено окремі варіанти стратегій підприємств – виробників продукції лікарського рослинництва та наведено приклади реалізації окремих видів стратегій в умовах практичної діяльності. Представлено розроблений автором понятійний апарат лікарського рослинництва. Особливу увагу приділено представленню лікарського рослинництва у вигляді окремої сфери діяльності, для чого визначено її об'єкт, суб'єкт, мету та основні функції. Подальші наукові дослідження в даному напрямі будуть спрямовані на розробку ефективної стратегії розвитку підприємств – виробників лікарського рослинництва для того, щоб дана сфера зміцнила свої позиції на ринку та зайняла чільне місце в сукупності галузей національної економіки.

Ключові слова: лікарське рослинництво, стратегія розвитку лікарського рослинництва, продукція лікарського рослинництва.

Рис.: 2. **Бібл.:** 15.

Мірзоєва Тетяна Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент, кафедра економіки підприємства імені проф. І. Н. Романенка, Національний університет біоресурсів і природокористування України (вул. Героїв Оборони, 15, Київ, 03041, Україна)

E-mail: mirzoeva2005@rambler.ru

УДК 338.43:633.88

UDC 338.43:633.88

Мірзоєва Т. В. К вопросу формирования стратегии предприятий – производителей продукции лекарственного растениеводства

Цель статьи состоит в формировании научной основы и определении основных направлений для разработки стратегии развития предприятий – производителей продукции лекарственного растениеводства. Конкретизированы основные виды продукции, которые производятся из лекарственного растительного сырья в условиях современности; выявлены и обобщены основные направления деятельности в сфере лекарственного растениеводства, сформировавшиеся на протяжении многих столетий; очерчены отдельные варианты стратегий предприятий – производителей продукции лекарственного растениеводства и приведены примеры реализации отдельных видов стратегий в условиях практической деятельности. Представлена разработанная автором совокупность основных понятий лекарственного растениеводства. Особое внимание уделено представлению лекарственного растениеводства в виде отдельной сферы деятельности, для чего выделены ее объект, субъект, цель и основные функции. Дальнейшие научные исследования в данном направлении будут направлены на разработку эффективной стратегии развития предприятий – производителей лекарственного растениеводства для того, чтобы данная сфера усилила свои позиции на рынке и заняла достойное место в совокупности отраслей национальной экономики.

Ключевые слова: лекарственное растениеводство, стратегия развития лекарственного растениеводства, продукция лекарственного растениеводства.

Рис.: 2. **Библ.:** 15.

Мірзоєва Тетяна Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики предприятия имени проф. И. Н. Романенко, Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины (ул. Героев Оборони, 15, Киев, 03041, Украина)

E-mail: mirzoeva2005@rambler.ru

Mirzoeva T. V. On the Issue of Formation of Strategy of Enterprises – Producers of the Medicinal Plant Production

The article is aimed at forming a scientific basis and defining the main directions for development of the strategy of enterprises-producers of medicinal plant production. The basic kinds of production which are made from medicinal vegetative raw materials in the current conditions have been concretized; the main directions of activity in the sphere of medicinal plant production, developed over many centuries, have been revealed and generalized; the separate variants of strategies of the enterprises-producers of medicinal plant production have been outlined and examples of implementation of certain types of strategies in the conditions of practical activity have been provided. A whole of the basic concepts of medicinal plant production, designed by the author, has been presented. Special attention has been given to the presentation of medicinal plant growing as form of a separate sphere of activity, with allocation of its object, subject, purpose, and basic functions. Further scientific researches will be directed to elaboration of an efficient strategy of development of enterprises-producers of medicinal plant production in favor of strengthening positions of the given sphere in the market and securing it a worthy place in the aggregate of branches of national economy.

Keywords: medicinal plant growing, strategy of development of medicinal plant growing, medicinal plant production.

Fig.: 2. **Bibl.:** 15.

Mirzoeva Tetiana V. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics of the Enterprise named after prof. I. N. Romanenko, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (15 Heroiv Oborony Str., Kyiv, 03041, Ukraine)

E-mail: mirzoeva2005@rambler.ru

Одним із важливих напрямків галузі рослинництва нині є виробництво лікарських рослин. Лікарське рослинництво протягом багатьох століть має важливе соціально-економічне значення для людства. В умовах сьогодення його роль не тільки не зменшується, а навіть зростає як у цілому в світі, так і в нашій державі зокрема. Розвиток цієї сфери є актуальним у контексті збереження здоров'я нації та в плані розвитку одного з напрямків бізнесу. Наразі людство усвідомило, що значна частина синтетичних сильнодіючих препаратів має небажані небезпечні побічні ефекти, в той час як хімічна природа лікарських рослин дозволяє препаратам на їх основі легко включатися в біохімічні процеси людини та раціонально поєднувати їх між собою та з синтетичними засобами. Менталітет українського населення також обумовлює актуальність лікарського рослинництва – завдяки величезному досвіду народної медицини та багатовіковим традиціям сформувався прихильне ставлення споживачів до продукції лікарського рослинництва.

Крім того, лікарське рослинництво виробляє не тільки продукцію для кінцевих споживачів, але й сировину для інших галузей. Звідси випливає, що від того, наскільки розвиненим буде лікарське рослинництво, наскільки ефективно функціонуватимуть підприємства-виробники продукції лікарського рослинництва, залежить розвиток низки інших галузей національної економіки. Про те, що цей напрямок є перспективним із економічної точки зору, свідчить також той факт, що рентабельність лікарського рослинництва може сягати 50 і більше відсотків. Висока рентабельність продукції лікарського рослинництва, обумовлена постійним попитом населення на ліки, виготовлені на основі рослинної сировини. Розрахунки свідчать, що культивування лікарських рослин дозволяє отримати з одного гектара від 30 до 65 тис. грн чистого прибутку. Для заготівлі 6–7,6 тис. т лікарської рослинної сировини в Україні використовують близько 110 видів рослин, із них понад 40 видів введені або вводяться у промислову культуру [6; 8; 11]. До того ж ефективний розвиток лікарського рослинництва позитивно вплине й на інші сфери національної економіки, оскільки рослинницька продукція має широке застосування – це харчова промисловість, ветеринарія, фармацевтика, парфумерія, косметика та ін. Але ця вітчизняна галузь, як і низка інших переживає в умовах сьогодення не кращі часи. У зв'язку з цим постає питання формування ефективної стратегії розвитку лікарського рослинництва в державі.

Питанню розвитку рослинництва приділяли увагу такі вчені, як Андрійчук В. Г., Бойко В. І., Крисальний О. В., Лобас М. Г., Малік М. Й., Месель-Веселяк В. Я., Могильний О. М., Саблук П. Т., Шпичак О. М. і багато інших. Теоретичні та практичні аспекти розвитку лікарського рослинництва висвітлені у працях таких вітчизняних і зарубіжних учених, як Гарна С. В., Гриценко С. В., Демкевич Л. І., Никитюк Ю. А., Русинов А. І., Семак Б. Б., Тихонов О. І. та ін.

Але, незважаючи на наявність численних науково-практичних рекомендацій, низький рівень розвитку вітчизняного лікарського рослинництва свідчить про не-

обхідність подальших наукових досліджень, особливо в контексті розробки стратегії лікарського рослинництва.

Метою цієї статті є формування наукового підґрунтя та окреслення основних напрямків для розробки стратегії розвитку підприємств виробників продукції лікарського рослинництва.

Стратегія є поняття всеохоплююче та має дати відповіді на широку низку питань щодо організаційних, економічних, технологічних, соціальних аспектів розвитку тієї чи іншої діяльності. Переважно під стратегію розуміють довгостроковий план роботи, стратегія дає відповіді на ключові питання – що собою представляє той чи інший бізнес сьогодні; яким він має стати завтра; які його основні товари, функції, ринки; що потрібно зробити, щоб досягти певних цілей? [10]. Зокрема, формування стратегії розвитку лікарського рослинництва вимагає детального та всебічного вивчення й аналізу всіх можливих напрямків діяльності та всіх елементів процесу виробництва кінцевої продукції безпосередньо в цій сфері, для того щоб стратегія мала дійсно всеохоплюючий характер і давала відповіді на всі можливі запитання щодо розвитку цієї сфери.

Перед тим, як окреслити можливі напрямки діяльності в галузі лікарського рослинництва, варто зазначити, що в процесі розвитку й становлення цієї сфери виокремилися основні види рослинницької продукції. Це безпосередньо лікарські рослини та трави, лікарська рослинна сировина. Окрім того, що лікарські рослини постачають лікарську рослинну сировину, з них також отримують препарати та сировинні продукти, що природно або примусово виділяються рослинами:

- ✦ соки, воски, камеді, ефірні олії, смоли, бальзами, камеді-смоли, латекс (опій, каучук);
- ✦ продукти первинної переробки лікарської рослинної сировини (наприклад, жирні олії й такі тверді рослинні жири, як кокосовий жир, масло какао);
- ✦ індивідуальні біологічно активні речовини (наприклад, вітаміни);
- ✦ галенові та новогаленові препарати.

Галенові лікарські форми (настої, відвари, настоянки, екстракти, емульсії) містять діючі речовини, що входять до складу лікарських рослин (алкалоїди, глікозиди, флавоноїди, сапоніни, вітаміни, мікроелементи, фарбники та ін.), новогаленові препарати – різновид рідких офіційних лікарських форм. До напрямків лікарського рослинництва також належить заготівля й виробництво зборів (лат. *Species*), фіточаїв, лікувальних чаїв – суміші декількох видів подрібненої або цільної лікарської рослинної сировини, іноді з додаванням лікарських засобів, для приготування настоїв і відварів, які призначені для внутрішнього або зовнішнього використання [7].

Залежно від виду продукції, що випускається, або її видів, підприємства-виробники, що працюють в цій галузі, обирають один або декілька напрямків діяльності. Як показує практичний досвід, в умовах ринкової економіки, за якої ефективною є диверсифікація виробництва, доцільно поєднувати декілька напрямків. Наприклад, вітчизняні підприємства займаються як ви-

рощуванням і збиранням лікарських рослин, так і зберіганням і переробкою рослинної сировини [9].

У процесі дослідження було виявлено й узагальнено основні напрямки діяльності у сфері лікарського рослинництва, що сформувалися впродовж багатьох століть. Зокрема, такими є всі підстави вважати: 1) вирощування та збір культивованих лікарських рослин; 2) збір дикорослих лікарських рослин; 3) первинна обробка сировини; 4) подрібнення та сушіння сировини; 5) аналіз продукції на предмет встановлення чистоти та якості; 6) виробництво зборів (чаїв), ефірних олій; 7) пакування лікарських рослин і лікарської рослинної сировини; 8) зберігання продукції; 9) реалізація кінцевої продукції.

Стратегія підприємства, що займається виробництвом продукції лікарського рослинництва, може передбачати як якийсь один напрямок діяльності, так і поєднувати декілька. Наприклад, ТОВ «Фітосвіт ЛТД», яке функціонує з 2007 р. на вітчизняному ринку, спеціалізується на вирощуванні лікарських трав і рослин методом органічного землеробства, оптовій реалізації сировини (насіння, висушених квітів, коренів), а також на виробництві дієтичних добавок у формі фіточаїв (33 найменування) [12].

Прикладом ефективною реалізації стратегії щодо заготівлі, зберігання, переробки лікарських рослин і випуску кінцевого продукту є діяльність вітчизняного приватного підприємства «Едель», яке засноване у 2001 р. у м. Львові. Початковою метою діяльності підприємства було забезпечення українського фармацевтичного ринку якісною, екологічно чистою продукцією на основі рослин, а також заготівля та гуртова торгівля рослинною сировиною. А вже з 2005 р. підприємство почало розвивати такий стратегічний напрямок, як виробництво фіточаїв, і у 2008 р. асортимент налічував уже 56 найменувань цього виду продукції. Окрім того, підприємство почало випускати на ринок чаї плодово-ягідні та фітованни для купання дітей. Наступним кроком стало використання властивостей рослин не лише для харчування, а і для інших сфер життя людини. На сьогодні підприємство виготовляє під торговою маркою «Едель»: фіточаї (65 найменувань); фітокомпозиції (12 найменувань); чаї плодово-ягідні (3 найменування); фітованни для купання дітей (8 найменувань); гірчичний порошок для зовнішнього застосування в оздоровчо-профілактичних цілях; гірчичники-пакети (4 найменування); пластирі для медичного використання (8 видів – більше 54 найменувань); засіб для миття дитячого посуду «Екоблиск» [5].

Таким чином, якщо підприємство планує займатися повним циклом виробництва лікарських зборів, то при такому варіанті стратегія має охоплювати такі етапи: вирощування сировини, збір, сушіння, переробка, упаковка та реалізація. Для вирощування потрібно організувати плантацію, що потребує купівлі земельної ділянки, техніки, насіння, добрив. Прикладом реалізації такої стратегії є діяльність ТОВ «Калина» – єдиного фармацевтичного підприємства в Республіці Білорусь, яке повною мірою забезпечує себе власною сировиною для виробництва лікарських засобів. Підприємство має

у своїй власності: більше 190 га сільськогосподарських угідь, на яких вирощуються 24 види лікарської рослинної сировини (трава, листя, плоди, корені та кореневища); комплекс необхідної техніки й обладнання, сучасний сушарний і подрібнювально-сортувальний комплекс. Завдяки цьому ТОВ «Калина» – перша компанія за асортиментом лікарських засобів на основі рослинної сировини в Білорусі [2].

Якщо розглядати стратегію розвитку лікарського рослинництва як бізнес-модель, то перелічені основні напрямки діяльності в галузі рослинництва можуть виступати як її основні елементи. За умови досягнення ефективного функціонування кожного елемента можна сподіватись, що становище галузі на ринку зміцниться та забезпечить координацію зусиль, успішну конкуренцію та досягнення глобальних цілей.

В умовах сьогодення практично в усіх країнах світу існує галузь лікарського рослинництва. Як свідчить проведене дослідження, понятійний апарат, що характеризує цей напрямок діяльності, містить такі поняття, як дикоростучі й культивовані лікарські рослини (трави), лікарські збори (чаї), ефіроолійні культури (рис. 1). Своєю чергою, лікарські рослини поділяються на дванадцять основних категорій:

- ✦ камфорні рослини – ромашка, ладан, жасмин, валеріана та ін.;
- ✦ цитрусові рослини – апельсин, бергамот, лимон та ін.;
- ✦ пряні рослини – материнка, базилік, майоран, розмарин та ін.;
- ✦ медові рослини – фенхель, аніс, стевія та ін.;
- ✦ ментолові рослини – меліса, м'ята, вербена та ін.;
- ✦ солодко-пряні рослини – мускат, перець, гвоздика, імбир, кориця та ін.;
- ✦ деревні рослини – сандал, мірра, пачулі та ін.;
- ✦ хвойні рослини – ялиця, сосна, ялина та ін.;
- ✦ гіркі рослини – евкаліпт, чайне дерево, чебрець, полин та ін.;
- ✦ лавандові рослини – ялівець, кипарис, лаванда, шавлія та ін.;
- ✦ рослини миртів – імбир, кедр та ін.;
- ✦ солодко-квіткові рослини – герань, рожеве дерево, іланг-іланг та ін. [15].

Різноманіття лікарських рослин є однією з економічних передумов їх вирощування.

Лікарське рослинництво є складовою частиною галузі рослинництва, що є однією з провідних у сфері сільськогосподарського виробництва, тому в принципі неможливо його виокремити із загальної структури сільського господарства – це є досить абстрактним. Проте, досліджуючи питання розробки стратегії підприємств виробників лікарського рослинництва, автором була використана ця абстракція як методологічний прийом для осмислення змісту та структури лікарського рослинництва, пізнання його ролі й місця у сфері виробництва, аналізу та вдосконалення стратегії його розвитку в змінних умовах сучасності. Представленню лікарського рослинництва як окремої сфери діяльності сприяло визначення її об'єкта, суб'єкта, мети й основних функцій (рис. 2).

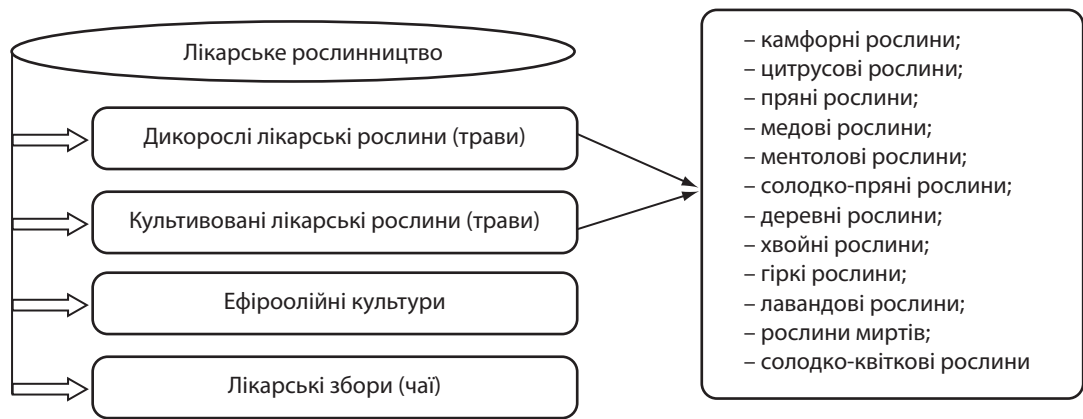


Рис. 1. Понятійний апарат лікарського рослинництва

Джерело: складено за [1; 4].



Рис. 2. Концептуальний підхід до дослідження сфери лікарського рослинництва

Джерело: авторська розробка.

Одним із свідчень правомірності виділення лікарського рослинництва в окрему сферу є розвиток селекції та поширення сортів лікарських рослин. Цим переважно займаються вітчизняні наукові установи: Інституті ефіроолійних та лікарських рослин Національної академії наук України, Національний ботанічний сад імені М. М. Гришка Національної академії наук України, Дослідна станція лікарських рослин Інституту луб'яних культур і фітофармацевтичної сировини Національної академії аграрних наук України, Інститут молекулярної біології та генетики Національної академії наук, Дослідна станція лікарських рослин на Полтавщині та ін.

Своєю чергою, виокремлення лікарського рослинництва в окрему сферу діяльності дозволяє окреслити стратегічні напрямки діяльності виробників продукції лікарського рослинництва в умовах сучасності.

Так, у стратегії безпосередньо виробників лікарського рослинництва варто передбачати: 1) розробку інноваційних технологій вирощування лікарської сировини, впровадження аграрних технологій із мінімальними витратами та шкодою для навколишнього середовища, максимальним економічним ефектом від впровадження технологій; 2) забезпечення відповідності рослинної сировини вимогам чинного українського законодавства,

нормативною і технічною документацією, сертифікацію сировини за європейськими вимогами.

Крім того, стратегія підприємств, які функціонують у сфері лікарського рослинництва, має окреслити шляхи збуту продукції. У ході дослідження встановлено, що нині виробники реалізують лікарські рослини різними каналами – через пункти прийому лікарської сировини, аптеки, інтернет-магазини, фармацевтичні підприємства, що виробляють ліки на рослинній основі, чи власні пункти продажу лікарських рослин. Наприклад, ТОВ «Камелія-ЛТ», що здійснює свою діяльність з 2007 р. на території Російської Федерації, реалізує лікарські рослини через аптечні мережі, оптові фармацевтичні мережі, дистриб'юторів [13]. Часто споживачі, наприклад фармацевтичні підприємства, укладають прямі угоди із заготівельними пунктами, фермерами, окремими підприємцями, приватними заготівельниками, авансуючи під заготівлю й вирощування лікарських рослин [3].

Доволі перспективним каналом реалізації є створення власного пункту продажу лікарських рослин. Але він потребує додаткових знань, додаткових вкладень і найму відповідних спеціалістів. Це пов'язано з тим, що покупці часто не знають, що конкретно їм потрібно, і прагнуть отримати пораду фітотерапевта (спеціаліста у сфері лікування хвороб за допомогою лікарських трав) і фармацевтів. Відкриваючи пункт продажу лікарських рослин, доцільно організувати при ньому пункт прийому дикорослих трав від населення. Це дозволить за короткий період зібрати та реалізувати значні партії товару [14].

Окрім того, стратегія виробництва продукції лікарського рослинництва вимагає врахування переваг і недоліків цієї сфери бізнесу. До основних переваг наразі можна віднести: 1) низьку насиченість ринку, оскільки існує велике різноманіття лікарських рослин, і підприємці поки що не в змозі задовольнити всі потреби споживачів; 2) можливість отримання прибутку навіть без капіталовкладень, якщо займатися збором дикорослих рослин; 3) порівняно високі доходи, що забезпечує переробка природної сировини внаслідок малих витрат, необхідних на обладнання, а також постійного попиту на цей вид продукції; 4) високу рентабельність. Основним недоліком лікарського рослинництва як бізнесу, який потрібно враховувати при формуванні стратегії діяльності, є те, що збирання рослинної сировини можна здійснювати тільки в певні сезони (кінець весни, літо, початок осені), а реалізація відбувається цілорічно. У зв'язку із сезонністю виробництва підприємці в зимові місяці можуть отримати збитки, якщо сформуєть недостатні запаси сировини.

ВИСНОВКИ

Сфера лікарського рослинництва в умовах сьогодення має суттєвий нерозкритий економічний потенціал, а тому потребує інструментів щодо його розкриття. Ефективна стратегія розвитку підприємств виробників продукції рослинництва, на формування якої впливає ціла низка чинників, може стати тим інструментом, який сприятиме зміцненню позицій цієї сфери на ринку. Пер-

шим кроком до формування такої стратегії, на наш погляд, є формування наукового підґрунтя, а саме узагальнення понятійного апарату лікарського рослинництва й абстрактне виокремлення його в окрему сферу діяльності, а також окреслення її можливих напрямків. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Рослинництво: підручник/В. В. Базалій, О. І. Зінченко, Ю. О. Лавриненко та ін. Херсон: Видавець Грін Д. С., 2015. 520 с.
2. Выращивание лекарственных растений. URL: <http://oookalina.by/index.php?page=ru-lecrast>
3. Желага А. М., Безпала Т. М. Лікарська рослинна сировина як основа для виробництва якісних фармацевтичних препаратів. URL: <http://gisap.eu/ru/node/1618>
4. Зінченко О. І., Салатенко В. Н., Білоножко М. А. Рослинництво: підручник. Київ: Аграрна освіта, 2001. 591 с.
5. Історія підприємства. URL: <http://www.edel.ua/uk/istoriya-pidpriemstva>
6. Крапчина Л. Н. Организация производства лекарственного растительного сырья как перспективное направление развития российских аграрных предприятий // Экономическая наука и практика: материалы II междунар. науч. конф. (г. Чита, февраль 2013 г.). Чита: Молодой ученый, 2013. С. 63–65.
7. Курилко Л. М., Рябека Т. І. Практикум з фітотерапії. Київ: Здоров'я, 2000. 112 с.
8. Лісорослинні лікарські ресурси. URL: http://www.childflora.org.ua/?page_id=178
9. Мірзоєва Т. В. Особливості вітчизняного ринку лікарських рослин в умовах сьогодення. *Інноваційна економіка*. 2013. № 6. С. 209–212.
10. Мірзоєва Т. В. Стратегії виробників продукції лікарського рослинництва в умовах сьогодення // Стратегія економічного розвитку України: теоретичні засади та механізми реалізації: у 3-х ч. Ніжин: Лисенко М. М., 2016. Ч. 2. 418 с.
11. Никитюк Ю. А., Сологуб Ю. О. Концептуальні засади розвитку сучасного ринку лікарської рослинної сировини в Україні. *Економіка та держава*. 2016. № 11. С. 54–57.
12. Перший в Україні сертифікований по євростандартах виробник і переробник лікарської рослинної сировини «Фітосвіт». URL: <http://www.phytosvit.com>
13. Производитель лекарственных трав – ООО «Камелия-ЛТ». URL: <http://kamelia-lt.ru/index.php/o-kompanii>
14. Разновидности бизнеса на травах. URL: <http://namillion.com>
15. Український бізнес-портал. Лікарські рослини. URL: <http://delo.org.ua/likarski-roslini/>

REFERENCES

- Bazalii, V. V. et al. *Roslynnystvo* [Plant growing]. Kherson: Vydavets Hrin D. S., 2015.
- "Istoriia pidpriemstva" [History of the enterprise]. <http://www.edel.ua/uk/istoriya-pidpriemstva>
- "Lisoroslynni likarski resursy" [Forestry medicinal resources]. http://www.childflora.org.ua/?page_id=178
- Krapchina, L. N. "Organizatsiya proizvodstva lekarstvennogo rastitelnogo syrya kak perspektivnoye napravleniye razvitiya rossiyskikh agrarnykh predpriyatiy" [The organization of production of medicinal plant raw materials as a promising direction for the development of Russian agrarian enterprises]. *Ekonomicheskaya nauka i praktika*. Chita: Molodoy uchenyy, 2013. 63-65.
- Kurylko, L. M., and Riabecka, T. I. *Praktykum z fitoterapii* [Phytotherapy Practice]. Kyiv: Zdorovia, 2000.

Mirzoieva, T. V. "Osoblyvosti vitchyznianooho rynku likarskykh roslyn v umovakh syohodennia" [Features of the domestic market of medicinal plants in the present]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 6 (2013): 209-212.

Mirzoieva, T. V. "Stratehii vyrobnykiv produktsii likarskoho roslynnytstva v umovakh syohodennia" [The strategies of producers of medicinal plant products in the present]. In *Stratehii ekonomichnoho rozvytku Ukrainy: teoretychni zasady ta mekhanizmy realizatsii*, part 2. Nizhyn: Lysenko M. M., 2016.

Nykytiuk, Yu. A., and Solohub, Yu. O. "Kontseptualni zasady rozvytku suchasnoho rynku likarskoi roslynnoi syrovyny v Ukraini" [Conceptual basis for the development of the modern market of medicinal plant raw materials in Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 11 (2016): 54-57.

"Pershyi v Ukraini sertyfikovanyi po yevrostandartam vyrobnyk i pererobnyk likarskoi roslynnoi syrovyny «Fitosvit»" [The first in Ukraine certified by European standards is the manufacturer

and processor of medicinal plant material "Phytosvit"]. <http://www.phytosvit.com>

"Proizvoditel lekarstvennykh trav - OOO «Kameliya-LT»" [The manufacturer of medicinal herbs is OOO Kamelia-LT]. <http://kamelia-lt.ru/index.php/o-kompanii>

"Raznovidnosti biznesa na travakh" [Varieties of business on herbs]. <http://namillion.com>

"Ukrainskyi biznes portal. Likarski roslyny" [Ukrainian Business Portal. Medicinal plants]. <http://delo.org.ua/likarski-rosliny/>

"Vyrashchivaniye lekarstvennykh rasteniy" [Cultivation of medicinal plants]. <http://oookalina.by/index.php?page=ru-lecrast>
Zhelaha, A. M., and Bezpala, T. M. "Likarska roslynnna syrovyna yak osnova dlia vyrobnytstva yakisnykh farmatsevtichnykh preparativ" [Medicinal herbal raw material as a basis for the production of quality pharmaceutical products]. <http://gisap.eu/ru/node/1618>

Zinchenko, O. I., Salatenko, V. N., and Bilonozhko, M. A. *Roslynnytstvo* [Plant growing]. Kyiv: Ahrarna osvita, 2001.

УДК 338.439:658

ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ МОДЕЛІ БРЕНДИНГУ ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР БІЗНЕСУ

© 2017 НІФАТОВА О. М.

УДК 338.439:658

Ніфатова О. М. Обґрунтування концептуальної моделі брендингу інтегрованих структур бізнесу

Мета статті полягає в дослідженні теоретичного підґрунтя концепції брендингу та формуванні концептуальної моделі брендингу інтегрованих структур бізнесу. Концепцію брендингу ІСБ систематизовано та синтезовано за трьома напрямками: огляд теорій управління інтегрованими структурами бізнесу, в основу яких покладено принцип економічної інтеграції; огляд моделей управління брендами, які базуються на принципі бренд-орієнтованого управління; огляд підходів до управління, сутність яких синтезується в аспекті застосування до управління брендами інтегрованих структур бізнесу. Особливу увагу приділено факторам впливу на ефективність процесу інтеграції бізнес-структур. Подальший розвиток моделювання процесу інтеграційного брендингу в системі ІСБ має величезне значення, оскільки бренди двох компаній, які об'єднуються, зазвичай мають свої власні ідентичності, унікальні індивідуальності й основні фірмові культури та філософії. У такому фундаментальному питанні необхідним є визначення стратегії інтеграційного брендингу: чи буде це єдиний бренд, або спільний бренд, гнучкий бренд або зовсім новий.

Ключові слова: брендинг, інтегрована структура бізнесу, концептуальна модель, фактори впливу.

Рис.: 4. **Табл.:** 2. **Бібл.:** 10.

Ніфатова Олена Михайлівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва та бізнесу, Київський національний університет технологій та дизайну (вул. Немировича-Данченка, 2, Київ, 01011, Україна)

E-mail: helen_bykhova@live.ru

УДК 338.439:658

Нифатова Е. М. Обоснование концептуальной модели брендинга интегрированных структур бизнеса

Цель статьи заключается в исследовании теоретических основ концепции брендинга и формировании концептуальной модели брендинга интегрированных структур бизнеса. Концепция брендинга ИСБ систематизирована и синтезирована по трем направлениям: обзор теорий управления интегрированными структурами бизнеса, в основу которых положен принцип экономической интеграции; обзор моделей управления брендами, основанный на принципе бренд-ориентированного управления; обзор подходов к управлению, сущность которых синтезируется в аспекте применения к управлению брендами интегрированных структур бизнеса. Особое внимание уделено факторам влияния на эффективность процесса интеграции бизнес-структур. Дальнейшее развитие моделирования процесса интеграционного брендинга в системе ИСБ имеет большое значение, поскольку бренды двух объединяющихся компаний обычно имеют свои собственные идентичности, уникальные особенности в рамках формирования фирменного стиля и философии. В таком фундаментальном вопросе необходимым является определение стратегии интеграции бренда, а именно: будет ли это единственный бренд, совместный бренд, гибкий бренд или совсем новый.

Ключевые слова: брендинг, интегрированная структура бизнеса, концептуальная модель, факторы влияния.

Рис.: 4. **Табл.:** 2. **Библ.:** 10.

Нифатова Елена Михайловна – кандидат экономических наук, доцент кафедры предпринимательства и бизнеса, Киевский национальный университет технологий и дизайна (ул. Немировича-Данченко, 2, Киев, 01011, Украина)

E-mail: helen_bykhova@live.ru

UDC 338.439:658

Nifatova O. M. Substantiating the Conceptual Model of Branding of the Integrated Business Structures

The article is aimed at researching the theoretical foundations of the concept of branding and forming a conceptual model of branding of the integrated business structures. The concept of branding of IBS is systematized and synthesized by three directions: overview of theories of management of integrated business structures, based on the principle of economic integration; overview of the brand management models based on the principle of brand-oriented management; overview of management approaches, the essence of which is synthesized in the aspect of application to the management of brands of the integrated business structures. Special attention is paid to the factors influencing the efficiency of the process of integration of business structures. Further development of modelling the process of integration branding in the IBS system is of great importance, as the brands of two unifying companies usually have their own identities, unique features within the terms of formation of the brand's style and philosophy. In such a fundamental issue it is necessary to define the strategy of brand integration, i.e. whether it will be a single brand, a joint brand, a flexible brand or a completely new one.

Keywords: branding, integrated business structure, conceptual model, influencing factors.

Fig.: 4. **Tbl.:** 2. **Bibl.:** 10.

Nifatova Olena M. – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Business, Kyiv National University of Technologies and Design (2 Nemyrovycha-Danchenko Str., Kyiv, 01011, Ukraine)

E-mail: helen_bykhova@live.ru