

ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ ТОВАРНИХ РИНКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Калініченко В. Дослідження кон'юнктури товарних ринків сільськогосподарської продукції в системі управління спеціалізацією аграрних підприємств.

У статті проведено обґрунтування місця дослідження кон'юнктури товарних ринків сільськогосподарської продукції в системі управління спеціалізацією аграрних підприємств. Узагальнено класифікацію товарних ринків. Наведена класифікація товарних ринків дозволяє поглибити характер подальшого дослідження конкретного товарного ринку, виходячи зі специфічних особливостей самого товару, характеру його виробництва й кінцевого використання, організаційної структури збуту й територіальної приналежності підприємства й досліджуваного ринку. Систематизовано інформаційне забезпечення кон'юнктури товарних ринків в управлінні спеціалізацією аграрних підприємств. Узагальнено фактори впливу на формування кон'юнктури товарних ринків. Встановлено, що основними факторами, що визначають характер протікання процесу розподілу продукції на товарному ринку, є: призначення об'єктів ринкової активності; споживацькі та маркетингові характеристики продукції; обсяг, склад та структура цільової споживацької аудиторії; періодичність виникнення повторного попиту; структура товарного ринку та рівень розвитку його інфраструктурних компонентів.

Ключові слова: товарний ринок, кон'юнктура, спеціалізація, інформаційне забезпечення, фактори впливу, аграрні підприємства.

Постановка проблеми. В умовах тривалої економічної нестабільності дослідження ринкової кон'юнктури є одним із важливих завдань, що постає перед господарюючими суб'єктами та державою загалом, зокрема у контексті формування стратегії та тактики здійснення діяльності. Адже своєчасні дослідження ринкової кон'юнктури створюють сприятливі умови для здійснення ефективної діяльності та прийняття своєчасних управлінських рішень. Сьогодні одним із напрямів ефективного та комплексного дослідження ринку є вивчення та прогнозування його кон'юнктури, яка формується на основі сукупності факторів та презентується кон'юнктурними показниками. У загальному розумінні кон'юнктура являє собою ринкову ситуацію, тобто сукупність обставин, які безпосередньо впливають на результати господарюючих суб'єктів. Необхідність дослідження ринку, зокрема ситуації на ньому, зародилася в розвинених країнах та актуалізувалася в умовах інтенсифікації їх економічного зростання. Загалом розвиток досліджень ринкової кон'юнктури здійснювався на емпіричній основі та мав прикладний характер, так як результати досліджень сприяли розвитку підприємницької діяльності.

Аналіз досліджень та публікацій. Дослідженням ринкової кон'юнктури займалися видатні економісти та учені: М. Персон,

У. Мітчелл, С. Первушин, А. Вагнер, П. Момберт, К. Джинні, Е. Вагеман, Ф. Лассаль та інші. Також дослідження ринкової кон'юнктури представлені у працях В. Гейця, І. Данька, В. Карпова, О. Красноручького, І. Кучеренко, В. Крючкової, І. Лукінова та інших. Слід зазначити, що в Україні система досліджень ринкової кон'юнктури перебуває на початковій стадії та потребує подальших наукових досліджень.

Формулювання цілей статті. Метою статті є окреслення місця дослідження кон'юнктури товарних ринків сільськогосподарської продукції в системі управління спеціалізацією аграрних підприємств.

Виклад основного матеріалу. У загальному розумінні кон'юнктура являє собою ринкову ситуацію, тобто сукупність обставин, які безпосередньо впливають на результати господарюючих суб'єктів.

У процесі дослідження ринкової кон'юнктури першочергове значення має такий показник, як пропозиція, яка презентує наявний обсяг товарів, що можуть бути за бажанням товаровиробника вироблені та запропоновані на продаж у визначений період часу та за конкретною ціною. Загальновідомо, що товарна пропозиція формується з трьох компонентів:

- обсяг товарів чи продукції вітчизняного виробництва;

- обсяг імпортованих товарів та послуг на вітчизняному ринку;

- обсяги товарних запасів та різного роду резерви.

Цілком закономірною є наявність взаємозв'язку між попитом та пропозицією, оскільки попит породжує пропозицію, а пропозиція неоднозначно впливає на попит. Однак в окремих ситуаціях пропозиція сприяє активізації попиту, зокрема поява нового, якісного товару формує попит на нього. Одним із важливих показників, що характеризує пропозицію на ринку, є можливості виробництва, тобто наявний виробничий та сировинний потенціал. У свою чергу, поняття «виробничий потенціал» охоплює граничний та реальний потенціал, де граничний потенціал характеризує виробництво товарів за умови повного використання наявних потужностей, а реальний – реальну пропозицію товарів у відповідності та на основі вимог ринку.

Зважаючи на те, що кон'юнктура ринку формується під впливом конкуренції, то до блоку пропозиція доцільно включити показники щодо рівня монополізації та інтенсивності конкуренції, які демонструватимуть показники щодо кількості підприємств-конкурентів, їх розмірів та займаної ними частки на ринку. Наступним показником кон'юнктури ринку є попит, тобто платоспроможна потреба. Відтак, попит формується під впливом загальноекономічних явищ та процесів, зокрема стану національної економіки, мінімального рівня заробітної плати, рівня мінімального прожиткового мінімуму, купівельної спроможності населення, здатності населення до заощаджень, доступності кредитування тощо. Загалом стан попиту на ринку доцільно оцінювати на основі аналізу даних щодо його обсягу, структури, динаміки, еластичності, наявної сегментації та ін. Адже застосування диференційованого підходу до здійснення оцінки попиту на ринку забезпечує достовірність як отриманих результатів, так і здійснення прогнозування.

Ціна являє собою грошову оцінку товарів, відображену у його споживчих (корисних) властивостях. Також ціна демонструє понесені витрати на виробництво товару й інші параметри цінового та нецінового порядку. Ціна як елемент ринкового механізму за рахунок коливань у грошовому виразі відображає усі зміни, що мають місце на ринку, зокрема невідповідність заявленого попиту та наявної пропозиції, відмінні якісні характеристики товарів, використовувані технології продаж, наявну конкуренцію, масштаби ринкових операцій та ін. Коливання цін на ринку

є природним важелем забезпечення найважливіших ринкових пропорцій. Адже від збалансованості ринку залежить стабільність та рівень цін [1].

Показник, який найбільш повно характеризує процеси купівлі-продажу, є товарообіг, тобто сукупний показник результатів реалізації товару за усіма операціями купівлі-продажу. Показники товарообігу презентують зміни ринкової кон'юнктури і характеризують ситуацію на ньому у конкретний період часу. У свою чергу, динаміку товарного обігу формують кількість реалізованих товарів та динаміка цін. У системі ринкової кон'юнктури особливе місце займають показники основних тенденцій розвитку ринку, його стійкість та циклічність. За своєю економічною природою ринок характеризується стихійністю, що породжує випадкові та постійні коливання, які відповідно бувають сезонні та циклічні. Окрім цього, ринок чутливо реагує на зміни економічного середовища, політичного, демографічного середовища та їх складових.

Таким чином, ринку властиві три підсистеми варіаційних та динамічних властивостей ринку: тенденції розвитку; тенденції стійкості; циклічність ринку.

При цьому важливо отримати достовірну, повну та своєчасну інформацію, що стосується вказаних показників, а отже, ринкової кон'юнктури.

Товарний ринок являє собою систему економічних зв'язків, по-перше, між виробниками й споживачами даного товару (форма зв'язку – купівля/продаж) і, по-друге, усередині груп виробників і споживачів (форма зв'язку – конкуренція). Товарні ринки, взаємодіючи через механізм міжгалузевої конкуренції, формують національний ринок у цілому. У ході історичного розвитку ринкові відносини виходять за рамки національних меж держави, і формуються міжнародні товарні ринки.

Наведена класифікація товарних ринків дозволяє поглибити характер подальшого дослідження конкретного товарного ринку, виходячи зі специфічних особливостей самого товару, характеру його виробництва й кінцевого використання, організаційної структури збуту й територіальної приналежності підприємства й досліджуваного ринку. Це дозволяє вивчити й використати при прогнозуванні ризику, з якими прийдеться зіштовхнутися підприємцям. По суті класифікація являє собою макросегментацію світового товарного ринку як єдиного цілого.

Кон'юнктура товарного ринку є складним компонентом загальноекономічної кон'юнктури країни й, певною мірою, світової кон'юнктури. Однак окремі (локальні) ринки в рамках загальної кон'юнктури можуть мати значні особливості у своєму розвитку. Товарний ринок у своєму розвитку тісно пов'язаний з фінансовим ринком, ринком інвестицій, ринком праці та ін.

Таблиця 1

Класифікація товарних ринків

Критерій	Тип ринку
Рівень доходів і характер їхнього розподілу в країні	1. Країни й регіони з низьким рівнем доходів (дуже низьким і переважно низьким). 2. Країни й регіони з високим рівнем доходів (дуже високим і переважно високим). 3. Країни з низьким, середнім і високим рівнем доходів. 4. Країни з переважно середнім рівнем доходів.
Територіальна ознака	1. Внутрішній. 2. Національний. 3. Регіональний. 4. Світовий.
Товарно-галузевий із багаторівневою деталізацією	1. Машин і устаткування. 2. Мінеральної сировини й палива. 3. Сільськогосподарської сировини, продовольчих і лісових товарів.
Сфера суспільного виробництва	1. Товарів матеріального виробництва (сировини, продовольства, машин, устаткування). 2. Товарів духовного виробництва (досягнень науки, технологій, ноу-хау, творів мистецтва, книг та ін.).
Характер кінцевого використання товарів	1. Товарів виробничого призначення. 2. Товарів споживчого призначення.
Термін використання товарів	1. Товарів довгострокового використання. 2. Товарів короткострокового використання. 3. Товарів одноразового використання
Організаційна структура товарних ринків (різні умови торгівлі й характер взаємин між продавцями й покупцями) та ін.	1. Світовий ринок а) відкритий б) закритий. 2. Внутрішній ринок а) оптовий б) роздрібний.

Біржовий ринок (як товарний, так і ринок цінних паперів) виступає в якості одного з індикаторів кон'юнктури товарного ринку, але в той же час біржова гра впливає на ринкову ситуацію. Кон'юнктуру можна вивчати як з позиції стану всього товарного ринку, так і розрізняючи федеральний ринок, регіональні й муніципальні ринки. Досліджується також стан окремого сегмента ринку (або ринкової ніші), на який орієнтується конкретна фірма. Варто враховувати, що, будучи залежним від ринку більш високого рангу, кожний ринок нижнього рівня з огляду на власну

специфіку в змозі розвиватися власним шляхом, і його кон'юнктура може значно відрізнятися від загальноекономічної кон'юнктури.

Оцінки ринкової кон'юнктури виставляються на основі комбінування ринкових індикаторів. Індикатором ринку вважається показник, що дозволяє одноосібно або в комбінації з іншими показниками відбити ринкову ситуацію. До ринкових індикаторів відносяться: надходження товарів (поставка або як альтернатива обсяг виробництва), продаж товару (товарообіг, у вартісних або натуральних одиницях), товарні запаси (у вартісному вираженні або в днях обороту), ціни (у грошових одиницях або у відношенні до доходу), прибуток (або рентабельність). Часто ринковими індикаторами є не статичні показники, а їхні темпи росту (динамічні індекси).

Неформальними кон'юнктурними оцінками є характеристики купівельних настроїв, що відображають тенденції жвавості ринку, і інфляційних очікувань, що пророкують зміни цін. Обидві ці характеристики базуються на основі опитувань як самих споживачів, так і підприємців, що виступають на ринку як продавці. У табл. 2 наведені основні види інформації, необхідної для ґрунтовного дослідження кон'юнктури товарних ринків сільськогосподарської продукції.

Таким чином, дослідження кон'юнктури товарних ринків та її основних показників є невід'ємною складовою успішного здійснення господарської діяльності та пронизує усі її етапи, починаючи від прийняття рішення щодо започаткування діяльності, вибору конкретного виду, і закінчуючи прийняттям рішення про припинення чи реорганізацію діяльності. При цьому необхідність збору та опрацювання великого масиву інформації, яка стосується з'ясування стану ринкової кон'юнктури, дещо ускладнює визначення перспектив її розвитку на тривалий період. Точність прогнозу обумовлюється необхідною кількістю прогнозованих показників та обумовленого періоду часу. Отже, здійснення аналізу кон'юнктури товарних ринків являє собою взаємозв'язок отриманих результатів економічних, наукових, технічних, соціальних, політичних та інших досліджень.

У залежності від специфіки дії структуроутворюючих факторів формування визначених кон'юнктурних характеристик, а також швидкості та ступеню їх впливу на продуктову структуру даного ринку, ми пропонуємо класифікувати їх у спосіб, проілюстрований на рис. 1, тобто шляхом виділення

активних та пасивних факторів формування кон'юнктури [5].

Поділ факторів формування кон'юнктури на активні та пасивні викликаний тією обставиною, що активні фактори, власне, спричиняють коливання попиту та

пропозиції в короткостроковому періоді; пасивні ж фактори сприяють лише створенню умов для формування та розвитку попиту і пропозиції, тобто виступають в якості катализаторів або інгібіторів впливу активних факторів.

Таблиця 2

Інформаційне забезпечення кон'юнктури товарних ринків в управлінні спеціалізацією аграрних підприємств

Вид інформації	Характеристики	Загальні вимоги до кожного виду інформації
Ринок	1) обсяг, структура і динаміка пропозиції (виробництва); 2) потенціал пропозиції (виробничого і сировинного); 3) еластичність пропозиції 4) темп зростання і приросту обсягів продажів, цін, товарних запасів, інвестицій, прибутку; 5) параметри трендів обсягів продажів, цін, товарних запасів, інвестицій, прибутку	<ul style="list-style-type: none"> • точність; • об'єктивність; • деталізація; • актуальність; • релевантність; • повнота відображення; • структурованість.
Продукція та можливості її збуту	Насиченість ринку продукцією Життєвий цикл товару Якісні характеристики (відповідність нормативним параметрам) Пошук найбільш оптимальних комерційно-збутових каналів	
Рівень конкуренції	1) чисельність фірм на ринку кожного товару, їх розподіл за формами власності, організаційними формами і спеціалізацією; 2) розподіл фірм за розміром обсягу виробництва, збуту і продажів; 3) рівень приватизації (число приватизованих підприємств, їх організаційні форми і частка в загальному обсязі ринку); 4) розділ ринку (угруповання фірм за їх розміром (малі, середні та великі) і за їх часткою в обсязі збуту і продажів)	
Рівень цін	Середні значення на конкретні види продукції Курс валют Рівень інфляції Прогнозування цінових тенденцій	
Фінансові можливості	Інвестиційні джерела Умови кредитування Страховання	

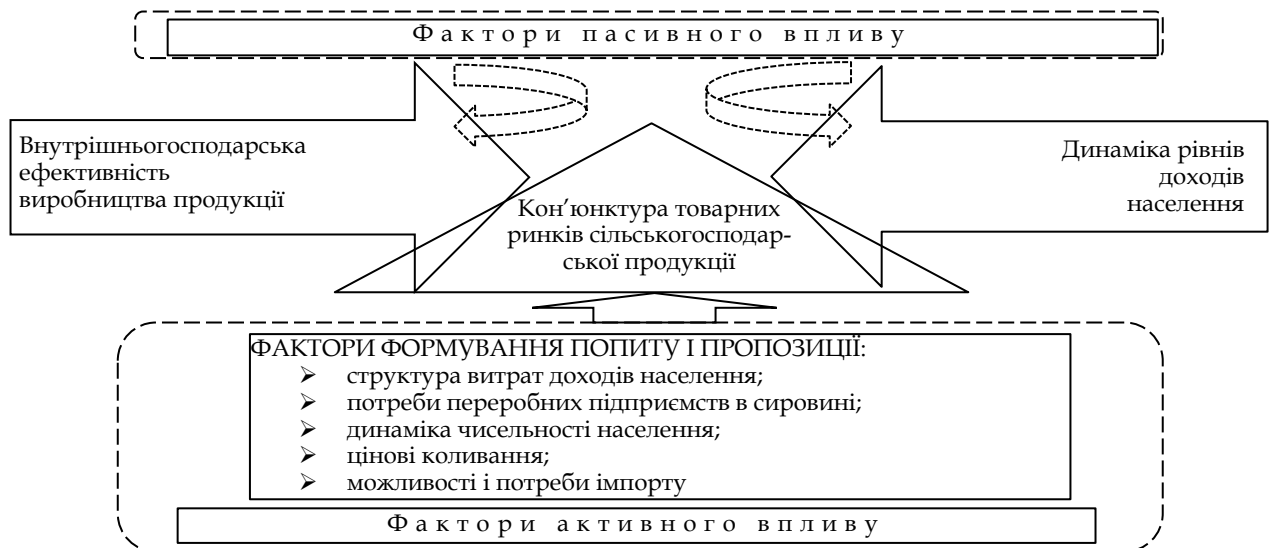


Рис. 1. Фактори впливу на формування кон'юнктури товарних ринків

При цьому дія активних факторів означає короткострокові тенденції розвитку товарного ринку. Пасивні ж фактори своєю дією сприяють утворенню довгострокових тенденцій розвитку попиту і пропозиції, визначаючи, таким чином, тенденції розвитку товарного ринку, що розглядається.

Категорія розподілу продукції на ринку отримала достатньо широке висвітлення в економічній літературі. При цьому вимоги до визначення економічної сутності цього поняття вимагають узагальнення та доповнення існуючих поглядів на її трактування.

Основними факторами, що визначають характер протікання процесу розподілу

продукції на товарному ринку, є: призначення об'єктів ринкової активності; споживачькі та маркетингові характеристики продукції; обсяг, склад та структура цільової споживачької аудиторії; періодичність виникнення повторного попиту; структура товарного ринку та рівень розвитку його інфраструктурних компонентів.

Вказані фактори опосередковуються у формуванні такої комплексної характеристики об'єктового товарного ринку, як інтенсивність комерційного попиту на продукцію. Останню характеристику, в свою чергу, доцільно розглядати як головний фактор, що визначає структуру систем розподілу продукції на товарному ринку, а також формування та розвиток складових ринкової інфраструктури.

При цьому кон'юнктуру внутрішнього ринку як співвідношення попиту та пропозиції визначають сукупний попит споживачів та пропозиція, що формується виробниками та імпортерами продукції [5].

Передумовою виникнення більшості проблем функціонування вітчизняних ринків продовольства та сільськогосподарської продукції є недосконалість інфраструктури,

яка призводить до негармонійної реалізації інтересів операторів цих ринків, що, в свою чергу, знижує ефективність функціонування сфери виробництва продукції. Розв'язання кола задач, що пов'язані з подоланням недосконалість ринкової інфраструктури вказаних ринків, необхідно починати з адаптації теоретичних та методологічних засад побудови раціональної ринкової інфраструктури до умов сьогодення, в першу чергу, окреслення кола елементів інфраструктури ринку та їх функцій.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, сьогодні одним із напрямів ефективного та комплексного дослідження ринку є вивчення та прогнозування його кон'юнктури, яка формується на основі сукупності факторів та презентується кон'юнктурними показниками. Дослідження кон'юнктури товарних ринків та її основних показників є невід'ємною складовою частиною успішного здійснення господарської діяльності та пронизує усі її етапи, починаючи від прийняття рішення щодо започаткування діяльності, вибору конкретного виду, і закінчуючи прийняттям рішення про припинення чи реорганізацію діяльності.

Література.

1. **Данько Ю.І.** Формування конкурентної галузевої структури підприємства з врахуванням кон'юнктури на ринку агропродовольчої продукції *Mechanism of Economic Regulation*. 2016. № 2. с. 51-59.
2. **Довганюк О.І.** Організаційно-економічний механізм оптимізації галузевої структури виробництва у сільськогосподарських підприємствах. *Інноваційна економіка*. 2007. № 5. с. 19-22.
3. **Косенков С.І.** Харківський Ю.І. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Київ. Скарби, 2004. 94 с
4. **Костюченко Т.І.** Оптимізація виробничо-галузевої структури сільськогосподарського підприємства із застосуванням економіко-математичної моделі. *Економіка АПК*. 2002. № 8. с. 76-81.
5. **Красноручський О.О.** Ресурсні та ринкові аспекти забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників. *Вісник ХНАУ. Сер. «Економіка АПК і природокористування»*. 2008. Вип. 7. с. 134-142.
6. **Schumpeter Joseph A.** The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. Harvard Economic Studies. 1934, 255 p.
7. **Щербак В.В.** Методологія дослідження кон'юнктури товарного ринку. *Приазовський економічний вісник*. 2017. Вип. 2. с. 30-35.
8. **Kviatko T.M., Rudenko S.V., Mykolenko I.G.** Strategic management conceptual principles of agricultural enterprises competitive behavior. *Actual problems of innovative economy*. 2018. Vol. 2. pp. 48-53.

References.

1. **Dan'ko, Yu.I.** (2016). «Formation of a competitive sectoral structure of the enterprise taking into account the situation in the market of agro-food products». *Mechanism of Economic Regulation*. № 2. pp.51-59.
2. **Dovhaniuk, O.I.** (2007). «Organizational and economic mechanism of optimization of the sectoral structure of production in agricultural enterprises». *Innovatsijna ekonomika*. № 5. pp.19-22.
3. **Kosenkov, S.I. Kharkovyy, Yu.I.** (2004). *Marketynhovi doslidzhennia*. [Marketing research]. Skarby. Kyiv. Ukraine.
4. **Kostiuchenko, T.I.** (2002). «Optimization of the production and sectoral structure of an agricultural enterprise using an economic-mathematical model». *Ekonomika APK*. № 8. pp.76-81.
5. **Krasnoruts'kyj, O.O.** (2008). «Resource and market aspects of ensuring the competitiveness of agricultural producers». *Visnyk KhNAU. Ser. «Ekonomika APK i pryrodokorystuvannia»*. Issue. 7. pp.134-142.

6. *Schumpeter Joseph A.* The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. Harvard Economic Studies. 1934, 255 p.

7. *Scherbak, V.V.* (2017). «Methodology for researching the commodity market situation». *Pryazovs'kyy ekonomichnyj visnyk*. Issue. 2. pp.30-35.

8. *Kviatko, T.M., Rudenko, S.V., Mykolenko, I.G.* (2018). «Strategic management conceptual principles of agricultural enterprises competitive behavior». *Actual problems of innovative economy*. Vol. 2. pp.48-53.

Abstract.

Kalinichenko V. Study of agricultural product markets in the management system of agricultural enterprises specialization.

The article substantiates the place of the study of the market conditions for agricultural products in the management system of the specialization of agricultural enterprises. Under the conditions of long-term economic instability, analyzing the market is one of the most critical tasks facing business entities and the state in general; in particular, it is in the context of the formation of strategies and tactics for implementing activities. After all, timely research of the market creates favorable conditions for the implementation of practical exercises and the adoption of timely management decisions. The classification of commodity markets is generalized. The given type of commodity market allows deepening the nature of further research of a specific commodity market based on the features of the commodity itself, the nature of its production and final use, the organizational structure of sales, and the territorial affiliation of the enterprise and the studied market. Systematized information provision of commodity markets in the management of specialization of agricultural enterprises is represented. It was established that the general requirements for each type of information are accuracy, objectivity, detail, relevance, completeness of display, and structure. Factors influencing the formation of commodity market conditions are summarized. It has been outlined that the main factors determining the nature of the process of products distribution at the commodity market are: the designation of objects of market activity; consumer and marketing characteristics of products; volume, composition, and structure of the target consumer audience; frequency of repeated demand; the design of the commodity market and the level of development of its infrastructural components.

Keywords: commodity market, economic situation, specialization, information support, influencing factors, agricultural enterprises.

Стаття надійшла до редакції 03.06.2023 р.

Бібліографічний опис статті:

Калініченко В. Д. Дослідження кон'юнктури товарних ринків сільськогосподарської продукції в системі управління спеціалізацією аграрних підприємств. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2023. № 3. С. 24-29.

Kalinichenko V. Study of agricultural product markets in the management system of agricultural enterprises specialization. *Actual problems of innovative economy and law*. 2023. No. 3, pp. 24-29.

УДК: 338.24; JEL classification: Q15

DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2023-3-5>

ГОЛОБОРОДЬКО Тетяна Василівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування

Криворізького національного університету, <https://orcid.org/0000-0002-9289-8932>

ЗАВАДА Олександр Петрович, кандидат фізико-математичних наук, доцент,

доцент кафедри інформаційних систем у менеджменті Львівського національного університету імені Івана Франка, <https://orcid.org/0000-0002-8062-8169>

ЙОЛКІН Андрій Миколайович, аспірант кафедри менеджменту та адміністрування Хмельницького національного університету, <https://orcid.org/0009-0000-0230-7864>

МІРОШНІЧЕНКО Олексій Анатолійович, аспірант кафедри публічного управління, менеджменту та маркетингу Східноукраїнського національного університету імені В. Даля (м. Київ, Україна), <https://orcid.org/0000-0002-2018-456X>

АДАПТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ ТА ЛОГІСТИЧНИХ ЗАГРОЗ

Голобородько Т. В., Завада О. П., Йолкін А. М., Мірошніченко О. А. Адаптивний менеджмент ефективності землекористування аграрних підприємств в умовах диджиталізації та логістичних загроз.

Організація адаптивного менеджменту ефективності землекористування аграрних підприємств суттєво актуалізується в умовах диджиталізації та логістичних загроз.

Метою дослідження стало вивчення адаптивного менеджменту ефективності землекористування аграрних підприємств в умовах диджиталізації та логістичних загроз.

Обґрунтовано, що головний шлях підвищення ефективності землекористування в сучасному аграрному підприємстві – послідовна технологічна перебудова. Її об'єктивна необхідність визначається зростанням попиту на продукцію підприємств агропродовольчої сфери в потрібному асортименті та відповідної якості, а також зменшенням розміру земельного фонду для ведення сільськогосподарського виробництва в розрахунку на душу