



**Тернопільський національний  
економічний університет**

**Т.Г. Дудар  
В.Т. Дудар**

**Формування ринку  
конкурентоспроможної  
агропродовольчої  
продукції:**

**теорія,  
методика,  
перспективи**

**Тернопіль  
Економічна думка  
2009**

УДК 338.433  
ББК 65.9(4Укр)32-180  
Д 81

*Рекомендовано до друку ухвалою Вченої ради  
Тернопільського національного економічного університету  
(протокол №2 від 2 жовтня 2009 року)*

**Рецензенти:**

- Саблук П.Т.** доктор економічних наук, професор, академік  
УААН, (Національний науковий центр “Інститут  
аграрної економіки” УААН, м. Київ);
- Панасюк Б.Я.** доктор економічних наук, професор, академік  
УААН, (Державний вищий начальний заклад  
“Київський національний економічний університет  
ім. Вадима Гетьмана”, м. Київ);
- Березін О.В.** доктор економічних наук, професор, (Полтавський  
університет споживчої кооперації України,  
м. Полтава)

**Дудар Т.Г., Дудар В.Т.**

**Д 81** **Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи: Монографія.** – Тернопіль: Економічна думка, 2009. – 246 с.

ISBN 978 – 966 – 654 – 242 – 0

Висвітлюються теоретико-методологічні засади та практичні аспекти формування національного ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції в умовах глобальних змін світової економіки. Особлива увага приділена системному аналізу формування національного ринку агропродовольчої продукції, зовнішньо-економічним напрямам його розвитку. Обґрунтовано організаційно-економічні напрями формування і ефективного розвитку ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції, підвищення її конкурентоспроможності на світовому ринку.

Розрахована на керівників агропромислових підприємств установ та організацій галузевих і територіальних органів управління АПК, науковців, викладачів, аспірантів та студентів, а також на тих хто цікавиться економічним підґрунтям процесів формування агропродовольчого ринку.

**ББК 65.9(4Укр)32-180**

ISBN 978 – 966 – 654 – 242 – 0

© Дудар Т.Г., Дудар В.Т., 2009  
© “Економічна думка” ТНЕУ, 2009

## **ЗМІСТ**

---

<b>ПЕРЕДМОВА</b> .....	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ РИНКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ АГРОПРОДОВОЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ</b> .....	<b>8</b>
1.1. Економічна суть, зміст та об'єктивна необхідність формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції .....	8
1.2. Методологічні і методичні основи дослідження ринку агропродо- вольчої продукції .....	29
1.3. Особливості функціонування та тенденції розвитку ринку конку- рентоспроможної агропродовольчої продукції .....	43
<b>Висновки до розділу 1</b> .....	<b>56</b>
<b>РОЗДІЛ 2. СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ РИНКУ АГРОПРОДОВОЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ</b> .....	<b>59</b>
2.1. Аналіз розвитку ринку агропродовольчої продукції в умовах трансформації форм власності і господарювання .....	59
2.2. Система реалізації продукції сільгоспвиробниками і розвиток ін- фраструктури аграрного ринку.....	85
2.3. Зовнішньоекономічні напрями розвитку агропродовольчого ринку України .....	106
<b>Висновки до розділу 2</b> .....	<b>122</b>
<b>РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ І ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ АГРОПРОДОВОЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ</b> .....	<b>127</b>
3.1. Державне регулювання ринку агропродовольчої продукції .....	127
3.2. Удосконалення економічної політики щодо зміцнення позицій сільських товаровиробників на агроринку .....	142
3.3. Підвищення конкурентоспроможності вітчизняної агропродово- льчої продукції на світовому ринку .....	152
3.4. Стратегія розвитку агропродовольчого ринку в контексті набуття Україною членства у СОТ та інтеграції з ЄС.....	168
<b>Висновки до розділу 3</b> .....	<b>186</b>
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	<b>190</b>
<b>ДОДАТКИ</b> .....	<b>193</b>
<b>ЛІТЕРАТУРА</b> .....	<b>220</b>

**С**учасний етап функціонування і розвитку національного агропродовольчого ринку тісно пов'язаний з його перебудовою в напрямку підвищення конкурентоспроможності, адже цього вимагають не лише впливи світових ринків, а й виклики глобалізації – вступ України до СОТ та інтеграція з країнами ЄС. Ці глобальні зміни повинні супроводжуватися якісно новими кроками по створенню умов щодо лібералізації ринків сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів. Тому розраховувати на успіх можна лише за умови підвищення конкурентоспроможності продукції аграрного сектора.

Наукова і прикладна проблематика підвищення конкурентоспроможності продукції, формування і розвитку ринку та вивчення ефективності його функціонування постійно знаходилась в полі зору зарубіжних і вітчизняних науковців. Важливу роль у формуванні теоретичних концепцій дослідження ринку відіграють наукові праці класиків світової економічної думки А. Сміта, Д. Рікардо, Дж.С. Мілля, А. Пігу, Дж. Кейнса, П. Самуельсона, В. Нордгауза, Г. Армстронга, Ф. Котлера.

Дослідженню проблем формування і розвитку національного агропродовольчого ринку, окремих продуктових ринків, визначенню ролі держави у їх ефективному функціонуванні в умовах реформування аграрного сектора України, які лягли в основу розробки методики дослідження, присвячені роботи вітчизняних вчених:

В.Г. Андрійчука, О.В. Березіна, В.І. Бойка,  
П.І. Гайдуцького, В.М. Геєця, С.Л. Дусановського,  
С.М. Кваші, Ю.С. Коваленка, Т.О. Осташко,  
Б.Й. Пасхавера, П.Т. Саблука, В.О. Точиліна,  
О.М. Шпичака та ін. Їх зусиллями створений надійний  
теоретико-методологічний фундамент дослідження да-  
ної проблеми, вирішено ряд її методичних та приклад-  
них аспектів щодо формування аграрного ринку, вдос-  
коналення економічного механізму його функціонуван-  
ня в пореформений період.

Водночас, високий динамізм дії сучасних економі-  
чних, політичних і соціальних чинників в нашій державі  
вимагає поглиблених наукових досліджень впливу рин-  
кових трансформацій на аграрний сектор і рівень спо-  
живання населенням продуктів харчування, вивчення  
потенційного попиту на продукцію органічного агрови-  
робництва, розробки якісно нових моделей розвитку на-  
ціонального агропродовольчого ринку, насиченого кон-  
курентоспроможною продукцією для задоволення внут-  
рішніх продовольчих потреб держави і розширення її  
експортних можливостей.

Актуальним питанням слугує вироблення концеп-  
туальних основ і наукове обґрунтування методологічних  
підходів та практичних рекомендацій для формування і  
розвитку ринку конкурентоспроможної агропродоволь-  
чої продукції в умовах розвитку ринкових відносин та  
інтеграції України у світове економічне співтовариство  
присвячені матеріали цієї монографії.

Автори ставили собі за мету дослідити теоретико-  
методологічні засади формування і розвитку ринку кон-  
курентоспроможної агропродовольчої продукції, їх  
практичні аспекти, здійснити системний аналіз розвитку  
цього життєво необхідного ринку, обґрунтувати органі-  
заційно-економічні напрями формування і ефективного  
розвитку ринку конкурентоспроможної агропродоволь-  
чої продукції в умовах розвитку ринкових відносин.

У процесі дослідження розкрито сутність поняття  
“ринку агропродовольчої продукції”, функції і структу-

рну побудову системи ринку агропродовольчої продукції, чинники його формування, розглянуто методологічні основи дослідження цього ринку, узагальнено зарубіжний досвід особливостей функціонування і тенденції розвитку ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції та запропоновано можливості його застосування в Україні.

В монографії здійснено системний аналіз становлення і розвитку національного ринку агропродовольчої продукції в умовах трансформації форм власності та господарювання, визначені структурні зміни в системі реалізації продукції і тенденції формування фізичних складових інфраструктури аграрного ринку, досліджено зовнішньоекономічні напрями розвитку агропродовольчого ринку нашої держави.

Належна увага в роботі приділена визначенню концептуальних напрямів державного регулювання ринку агропродовольчої продукції, обґрунтуванню шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції і продовольства на світовому ринку, запропонованим організаційно-економічним засадам розвитку агропродовольчого ринку в контексті офіційного набуття Україною членства у СОТ та подальшої євроінтеграції.

Автори підготовленої монографії висловлюють щире подяку рецензентам *доктору економічних наук, професору, академіку УААН, заслуженому діячу науки і техніки України Саблуку Петру Трохимовичу, доктору економічних наук, професору, академіку УААН, залуженому економісту України Панасюку Броніславу Яковичу, доктору економічних наук, професору Березіну Олександрі Вікторовичу та колегам*, за цінні поради і консультації, спрямовані на поліпшення її змісту. Водночас, вони повною мірою усвідомлюють, що не всі аспекти досліджуваної проблеми, яка є ключовою у розвитку національного агропродовольчого ринку, насиченого конкурентоспроможною продукцією для задоволення внутрішніх потреб держави і розширення її експортних мож-

ливостей, з одного боку, і динамічно зростаючого попиту світового ринку на екологічно чисту сільськогосподарську продукцію і продовольчі товари – з іншого, вони розкрили усебічно та з належною глибиною. Це зумовлено, насамперед, новизною теми дослідження та недостатнім рівнем її наукового опрацювання. Тому, цілком закономірно, що монографія містить чимало дискусійних положень і висновків, які можна вважати в свою чергу основою для подальших творчих пошуків і теоретичних узагальнень.

## *Розділ*

# **1**

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ РИНКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ**

### ***1.1. Економічна суть, зміст та об'єктивна необхідність формування ринку конкурентоспро- можної агропродовольчої продукції***

В процесі дослідження теоретичних і методичних основ побудови в Україні ринкової моделі господарювання важливе значення має не тільки глибоке розуміння процесів трансформації аграрного сектора економіки до ринкових умов господарювання, але й формування повноцінного агропродовольчого ринку з метою його адаптації до вимог світового економічного співтовариства. Водночас, потребують узагальнення і уточнення поглядів вчених-економістів на сутність, види, значення понять деяких базових економічних категорій, однією з яких є ринок. Адже, розвиток суспільного поділу праці, економічна відокремленість суб'єктів господарювання за різних форм власності, необхідність обміну продуктами праці стали об'єктивними причинами виникнення ринку.

При визначенні сутності ринку спробуємо використати теорію класиків економічної науки А. Сміта, Д. Рікардо, Д. Мілля, А. Пігу, Дж. Кейнса, П. Самуельсона, В. Нордгауза, Г. Армстронга і Ф. Котлера та ін., віддаючи перевагу не тільки систематизуючим теоріям і досвіду передових країн, але й пам'ятаючи про власні надбання. Адже значний доробок в теорію



ринку також внесли відомі українські вчені: В. Андрійчук, О. Березін, В. Геєць, С. Дусановський, С. Кваша, Ю. Коваленко, С. Мочерний, Т. Осташко, О. Точилін, П. Саблук, А. Чухно та ін.

Базова економічна категорія “ринок” є багатоаспектною та багатоваріантною. Розглядаючи ринок через призму історії розвитку, варто зазначити, що даний термін дуже давній. Точного визначення ринку в економічній літературі не існує. Численність підходів до визначення ринку зумовлена, з одного боку, різними сферами їх застосування, а з іншого – використанням категорійного апарату різних економічних теорій (зокрема, декілька визначень ринку подає Оксфордський словник, серед них – сукупність продавців і покупців; місце, де зустрічаються продавці і покупці; умови для купівлі-продажу) [242, с.24]. В енциклопедичному словнику Брокгауза та Ефрона зазначається, що це місце для торгівлі необхідними для життя речами. У древніх греків “ринок” називався Agora, а у римлян це місце мало назву Forum.

Еволюційний процес становлення і розвитку ринкової системи відбувався тисячоліттями. В цей період матеріальне виробництво, переважно було натуральним і ринок насичувався невеликими обсягами товарів. По своєму значенню він не відіграв особливої ролі у підтримці обмінних пропорцій у суспільному розвитку і споживанні товарів. З часом удосконалювалось і розвивалось матеріальне виробництво і відповідно зростали обсяги ринкових операцій купівлі-продажу, зростала і роль самого ринку. Із допоміжної ланки технічного характеру він перетворився на координатора економіки.

Одне з перших визначень терміну “ринок” – “місце торгівлі, місце купівлі та продажу товарів”. Такий зміст зберігся і до наших часів як побутовий. У свій час видатний шотландський економіст Адам Сміт підійшов до визначення даного поняття на більш високому абстрактному рівні, висунувши на перший план сам факт взаємодії продавців і покупців, зіставлення попиту та пропозиції, формування ринкових цін [185, с.11].

Характерно, що нині в економічних дослідженнях категорія “ринок” вченими трактується неоднозначно. Різні підходи у тлумаченні сутності ринку пояснюються тим, що на шляху розвитку людських відносин ринок зазнавав відповідних змін в залежності від суспільних умов розвитку економіки держав, мети і завдань,

які ставило перед собою суспільство на різних етапах свого розвитку.

Загалом, в економічній літературі сутність ринку висвітлюється у вузькому і широкому розумінні. Вчені, прихильники вузького розуміння вважають, що категорія “ринок” – “... це система економічних відносин між продавцями (виробниками) і споживачами (представниками попиту) окремих товарів та послуг, які формуються під впливом попиту і пропозиції” або “... інститут або механізм, який зводить разом покупців і продавців окремих товарів та послуг” [132, с.23]. Досліджуючи виробництво і попит, саме ринок показує товаровиробникам, що потрібно виробляти і в якій кількості, якої якості, так як через ринок споживачі впливають на виробництво і рівень цін.

Вважаємо, що вищевикладені підходи характеризують лише одну сторону ринку, оскільки не охоплюють виробників, споживачів, посередників, постачальників та інших суб'єктів ринкових відносин. Нині ринок розглядається як тип господарського зв'язку між суб'єктами господарювання або форма функціонування економіки [96, с.9].

У зв'язку з цим П. Самуельсон і В. Нордгауз стверджують, що “ринок – це механізм через який покупці і продавці взаємодіють щоб визначити ціну і кількість товару” [191, с.18]. Доволі схоже визначення дають відомі американські вчені Г. Армстронг і Ф. Котлер, які вважають, що “ринок – це сукупність наявних і потенційних покупців товару” [26, с.34]. Ці покупці мають спільні потреби чи запити, які можна задовольнити шляхом обміну. Тому розмір ринку залежить від кількості покупців, які відчувають потребу в будь-якому товарі, які мають кошти для здійснення угоди та бажання запропонувати ці кошти в обмін на потрібний їм товар.

У більш широкому розумінні економічна категорія “ринок” охоплює декілька понять. Насамперед це розуміння ринку як “системи економічних відносин, що складаються у процесі виробництва, обігу й розподілу товарів, а також руху грошових коштів, для яких характерна свобода суб'єктів у виборі продавців та покупців, визначенні цін, формуванні й використанні матеріальних й фінансових ресурсів” [64, с.420]. Регулюючу роль при таких відносинах здійснює держава, шляхом запровадження непрямих

економічних регуляторів (податки, митні платежі, бюджетні асигнування, кредитні ресурси та ін.).

За Мочерним С.В. “ринок – це сукупність економічних відносин між фізичними і юридичними особами, а також між державами і наднаціональними органами, міжнародними фінансово-кредитними інститутами з організації та купівлі-продажу різноманітних товарів і послуг відповідно до законів товарного виробництва” [98, с.235].

Вищенаведене трактування ринку є досить глибоким, адже воно охоплює як відносини купівлі-продажу товарів і послуг, так і відносини власності, матеріального виробництва, економічного механізму розподілу та споживання тощо. У наукових працях вчених наведено і низку інших визначень категорії “ринок”, які характеризують ті чи інші його риси, в залежності від його ролі в житті суспільства.

На нашу думку найбільш продуманим є визначення ринку, що вироблено в рамках інституціональної теорії. З точки зору інституціоналізму ринок є структурою, що охоплює різні інститути: закони, правила гри, кодекси поведінки, типи відносин і зв'язків [159, с.6]. Прибічник інституціоналізму Д. Норт трактує ринок як систему інститутів, одні з яких збільшують ефективність, а інші – знижують [150, с.94]. Аналогічні визначення ринку в рамках інституціональної теорії належить Дж. Ходжсону, який вважає, що “... ринок це набір соціальних інститутів, в рамках яких регулярно відбувається велика кількість актів обміну специфічного типу, причому дані інститути певною мірою сприяють цим актам обміну і надають їм структуру” [221, с.256]. Захист правових процедур на організованому ринку переважно здійснюється через укладення контрактів між суб'єктами ринку.

Дослідження показують, що ринкові відносини в процесі свого розвитку та ролі ринку в житті людей зазнавали постійних змін. Цей складний еволюційний процес суспільства, загалом, можна охарактеризувати трьома основними рівнями економічного розвитку: виробництво, економіка, ринкова економіка.

Саме ринкова економіка привела до якісних змін в економічному розвитку людства і своєю довершеністю довела, що їй немає альтернативи у вирішенні головних економічних завдань, зокрема: ринок забезпечує взаємозв'язок виробництва і споживан-

ня; ринок гарантує суспільну оцінку результатів праці відособлених товаровиробників; ринок створює умови для високої ефективності виробництва [51, с.112]. Тобто, ринок – це специфічна сфера обміну товарами і послугами, де виникають і реалізуються відносини, пов’язані з процесом купівлі-продажу товарів, їх просування від виробника до споживача. Прийнято розрізняти місцевий, національний (внутрішній) та світовий ринок, де основними елементами ринкового механізму виступає ціна, попит, пропозиція.

Серед багатьох нині функціонуючих галузевих ринків, одним з досить давніх явищ людської цивілізації, розвитку економіки багатьох країн світу є аграрний ринок. З давніх часів першими предметами обміну були саме результати праці землеробських і скотарських племен, тобто продукти сільського господарства [119, с.47]. З плином часу, з використанням надбань світової науки в економічній діяльності людей сільськогосподарський ринок набув якісно нових форм і зайняв домінуюче місце серед багатьох товарних ринків. Сучасний напрям розвитку науки про ринок, виділяє в окремий галузевий ринок – аграрний ринок (нерідко ототожнюється як сільськогосподарський, продовольчий або агропродовольчий), на якому переважно предметом купівлі-продажу є сільськогосподарська продукція і агропродовольчі товари. З часу його виникнення і до наших днів аграрний ринок залишається дуже простим за формою і надійно служить задоволенню потреб кожного жителя як покупця, продавця чи споживача продуктів харчування [119, с.47].

Ринкові трансформації аграрного сектора України, які супроводжуються розвитком ринкових відносин потребують нових методів в організації агропродовольчого ринку як складної економічної системи, в якій взаємодіють багато елементів, притаманних ринковій економіці.

З економічної точки зору, “... аграрний ринок як сфера взаємодії продавців і покупців, пов’язаних системою обмінних товарно-грошових відносин, охоплює безпосередніх виробників і споживачів сільськогосподарських товарів та представників ринкової інфраструктури – посередників” [157, с.138].

Коваленко Ю.С. вважає, що “аграрний ринок – це система установ, методів і ресурсів, головним завданням якої є координа-

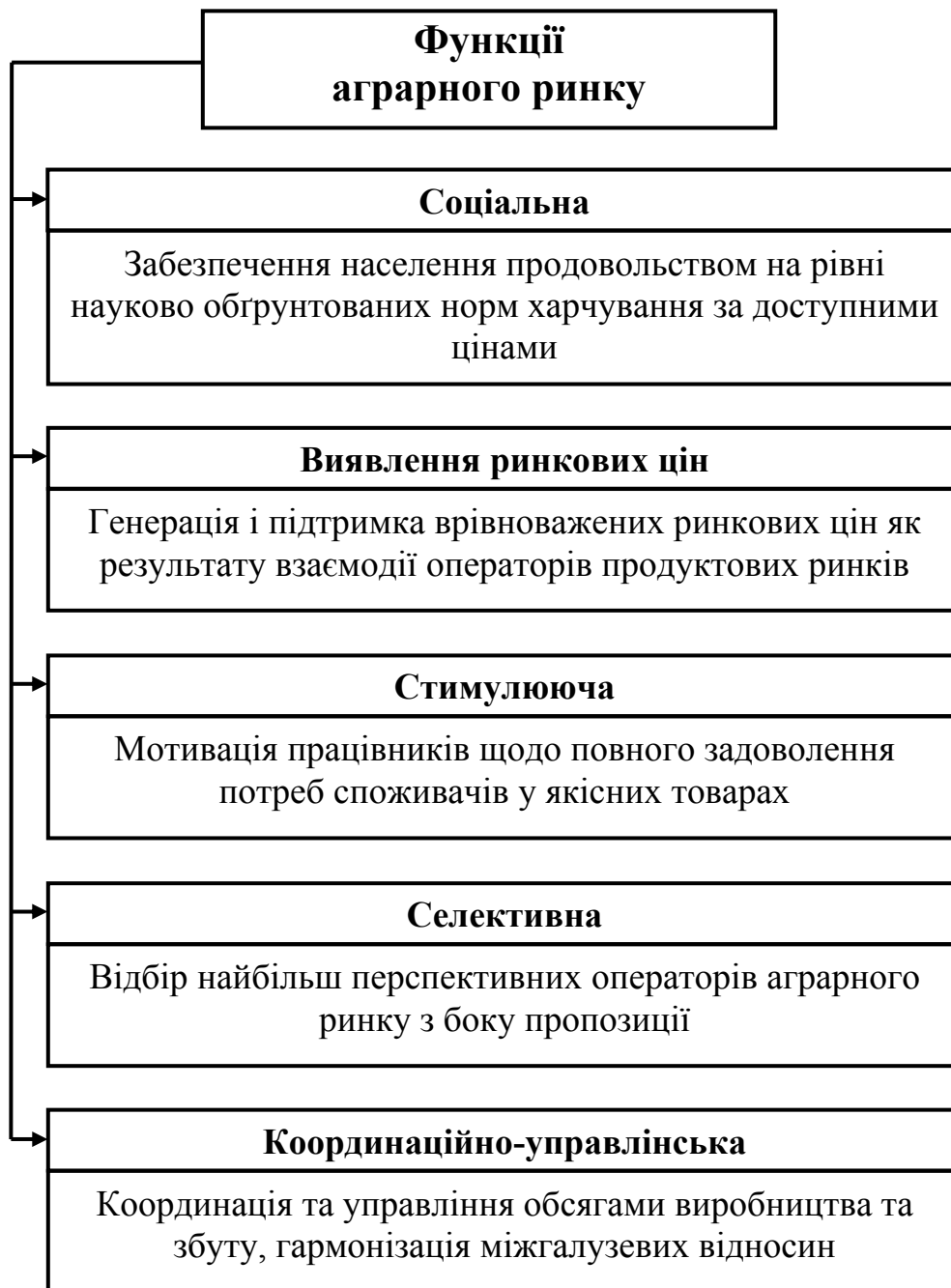
ція та управління агропромисловим виробництвом країни на основі обмінних процесів з метою задоволення споживчих потреб її громадян” [119, с.50]. Вважаємо, що вищевикладене трактування аграрного ринку досить вичерпно характеризує його цільове призначення, як цілеспрямовано і структурно упорядкованої системи управління агропромисловим виробництвом. Кінцева мета такої системи – чітка організація обмінних процесів сільськогосподарською продукцією і агропродовольчими товарами для задоволення потреб споживачів. Якщо у попередніх визначеннях вони виступали як аналог ринку чи його атрибут, то в запропонованому – це засіб. Характерно також і те, що система управління складається з відповідних установ, методів та ресурсів.

На думку Білика Ю.Д. “... ринок продовольства в економічному відношенні визначає сферу взаємодії суб'єктів ринку по забезпеченню виробництва і вільного руху сільськогосподарської продукції, продуктів її переробки, тобто продовольчих товарів, технологій, засобів виробництва і послуг для агропромислового комплексу, аграрної науково-технічної продукції” [36, с.178]. Предметом купівлі-продажу на агропродовольчому ринку виступають сільськогосподарська продукція і продовольство. Місткість такого ринку визначають обсяг виробництва, його спеціалізацію, рівень купівельної спроможності населення та інші чинники. В нинішніх умовах приватної власності на засоби виробництва й відособленості товаровиробників, агропродовольчий ринок стає єдиною формою економічних зв'язків між ними, регулятором пропорцій розвитку, галузей національної економіки й розподілу трудових засобів, реалізації основної мети ринкової економіки – забезпечення дохідності виробництва, поповнення бюджетних надходжень і забезпечення потреб споживачів.

Ефективність функціонування аграрного ринку залежить від повноти виконання своїх функцій та цілей, що за його допомогою досягаються (рис. 1.1).

При формуванні та забезпеченні функціонування аграрного ринку прийнято виділяти такі функції: соціальну, виявлення ринкових цін, стимулюючу, селективну, координаційно-управлінську. Найважливішою серед них є результативна соціальна функція аграрного ринку. Адже для гарантування продовольчої безпеки держави, аграрний ринок повинен забезпечувати

населення належною кількістю продуктів харчування та продовольчих товарів сільськогосподарського походження.



**Рис. 1.1. Схема функцій і їх змісту у формуванні та функціонуванні аграрного ринку**

Друга функція – виявлення ринкових цін – генерація ринкових цін на сільськогосподарську продукцію та продовольство, як таких, що складаються виключно під впливом попиту та пропозиції, врівноважених ринкових цін. Одночасно з генерацією рин-

кових цін ця функція має виконувати і техніко-економічне завдання щодо сприяння так званому товаропросуванню, тобто переміщенню товарних потоків продукції від виробника до споживача. В залежності від конкретних особливостей окремих товарів, як предметів обміну використовуються такі елементи ринкової інфраструктури: товарні біржі, ф'ючерсні біржі, оптово-продовольчі ринки, ярмарки, аукціони, міські ринки, магазини, палатки, тощо.

Стимулююча функція охоплює заохочення виробництва потрібних споживачеві товарів, яка проявляється у визначенні ступеня суспільної необхідності та значимості вироблених товарів.

Суть селективної функції полягає в тому, що за допомогою конкуренції, тобто за рахунок дії об'єктивних економічних законів (попиту та пропозиції) конкурентними важелями ринок здійснює вибір найбільш ефективних операторів з боку пропозиції. В цій ситуації витримує конкуренцію лише той хто пропонує споживачеві більш вдале поєднання ціни та якості. В селективній функції втілюється механізм саморозвитку, самовдосконалення виробництва з використанням фундаментальної ідеї ринкової економіки – ідеї конкуренції.

Координаційно-управлінська функція властива сучасному ринку, в якому поруч з конкуренцією співіснує ще й співробітництво конкурентів. Вона здатна забезпечити дотримання суто ринковими важелями бажаних пропорцій в обсягах виробництва та збуту сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів в межах агропромислового комплексу України з урахуванням зовнішніх економічних зв'язків. Проте, на практиці в повному обсязі аграрний ринок цю функцію не виконує і тому вона як правило доповнюється державним регулюванням.

Державний регульований вплив на процеси, які відбуваються на цьому ринку вкрай необхідний. Особливо вимагають докорінного удосконалення розподільні відносин. Досягти цього можна внаслідок агропромислової інтеграції, тобто, організаційного поєднання сільськогосподарського і технологічно пов'язаного з ним промислового виробництва з метою одержання кінцевої продукції із сільськогосподарської сировини, і досягнення більшої економічної вигоди завдяки взаємній матеріальній заінтересова-

## РОЗДІЛ 1

ності і відповідальності всіх учасників агропромислового виробництва за кінцеві результати господарювання.

Для глибокого системного аналізу аграрного ринку окремі українські вчені рекомендують враховувати, що підсистеми цього ринку, хоча їх кількість співпадає з кількістю функцій аграрного ринку, не закріплюються, а лише спеціалізуються на виконанні якоїсь однієї, приймаючи участь в забезпеченні дії кількох [133, с.13-14]. Це положення проілюструємо у вигляді матричної моделі (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

### Матрична модель повноти участі підсистем аграрного ринку у виконанні його функцій

Підсистеми аграрного ринку	Функції аграрного ринку				
	соці-альна	вияв-лення ринко-вих цін	стиму-лююча	селек-тивна	кордина-ційно-упра-влінська
Платоспроможний попит	+++	x	+++	x	x
Персоніфікація продуктових ринків	x	–	x	x	+++
Ринкова інфраструктура	–	+++	++	+++	–
Біполяризація продуктових ринків	++	–	+	–	++
Державне регулювання	+	++	++	–	+

Умовні позначення:   +++  вирішальна участь у виконанні функцій;  
                          ++   вагома участь у виконанні функцій;  
                          +   часткова участь у виконанні функцій;  
                          –   протидія виконанню функцій;  
                          x   відсутність впливу на виконання функцій.

Джерело: [133, с.14].



## **1.1. Економічна суть, зміст та об'єктивна необхідність...**

Наведена матрична модель показує участь підсистем аграрного ринку у виконанні його функцій. Виділено три рівні повноти участі – вирішальна, вагома, часткова, один рівень протидії та констатація відсутності впливу підсистеми на виконання функцій. У виконанні соціальної функції вирішальна роль належить платоспроможному попиту, вагома – біполяризація ринку, часткова – державному регулюванню, а ринкова інфраструктура за певних умов може протидіяти виконанню ринком свого соціального призначення. У виявленні ринкових цін вирішальне значення має ринкова інфраструктура, вагоме – державне регулювання, а персоніфікація продуктових ринків та біполяризація ринку цьому протидіють. Прояв стимулюючої функції забезпечується платоспроможним попитом, ринковою інфраструктурою та державним регулюванням, частково біполяризацією ринків при індиферентному ставленні персоніфікації до цієї функції. Селективна функція забезпечується ринковою інфраструктурою при протидії державного регулювання та біполяризації ринків. Координаційно-управлінська функція виконується за допомогою персоніфікації продуктових ринків, їх біполяризації та державного регулювання при протидії ринкової інфраструктури як потенційного носія загрози злетів та падінь ринкових цін.

В цьому контексті важливо розглянути систему побудови ринку агропродовольчої продукції, яка дає можливість визначити зміст його формування. Оскільки в рамках системного підходу організацією вважається створення системи із необхідних ресурсів, то формування агропродовольчого ринку можна вважати його організацією. Вона передбачає визначення складових системи як функціональних підсистем. Для цього потрібне глибоке знання складу системи, закономірностей її функціонування та чітке формулювання мети створення кожної підсистеми й системи в цілому.

Узагальнюючи погляди вчених-економістів [119, с.51-54; 19, с.30], структуру системи ринку агропродовольства можна подати як органічно цілісну сукупність таких взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих підсистем (рис. 1.2).



**Рис. 1.2. Структура системи ринку агропродовольчої продукції**

Як видно з рис. 1.2 системоутворюючим елементом системи ринку агропродовольчої продукції виступає платоспроможний попит населення. Перша підсистема, яка взаємодіє безпосередньо з операторами ринку, як з боку попиту, так і з боку пропозиції – ринкова інфраструктура. Її завдання – генерування ринкових сигналів стосовно попиту та ринкових цін на сільськогосподарську продукцію і продовольчі товари. До складу цієї підсистеми входять суб’єкти ринку, які здійснюють генерування цін попиту та пропозиції – товарно-сировинні біржі, аукціони, оптові продовольчі ринки, міські ринки, збутова мережа сільськогосподарських та переробних підприємств, а також в окремих випадках районні агроторгові доми та постачальницько-збутові кооперативи в селах.

Друга підсистема системи ринку агропродовольчої продукції враховує ту незаперечну обставину, що фрітредерські моделі ринку на принципах “laisser faire, laisser passer” потенційно несуть у собі загрозу незбалансованого зростання та немотивованих цінових “сплесків” і “провалів”. Тому потрібна дієва підсистема

стабілізації й регулювання ринкового середовища [133, с.14]. При її створенні слід враховувати багатий світовий досвід у цій справі та особливості аграрної економіки України. Стабілізаційні ланки ринку агропродовольства можуть мати державну природу і певною мірою спиратись на адміністративні методи (канадська та австралійська моделі зернового ринку).

Вирішення завдань окремих продуктових секторів агропродовольчого ринку, які пов'язані з гарантією продовольчої безпеки покладаються на третю підсистему ринку – координації пропозиції. Традиційно в цьому напрямі також передбачається використання державних інститутів і методів у вигляді державних продуктових програм, забезпечених бюджетним фінансуванням. Проте, практика показує, що поки що не запроваджено дієвого організаційно-економічного механізму втручання держави в обмінні процеси на ринку агропродовольчої продукції, від чого потерпають, в першу чергу, сільськогосподарські товаровиробники. В певний період надії поклалися на Закон України “Про закупівлю товарів, робіт та послуг за державні кошти” (2000 р.) який спрямований на сприяння розвитку конкуренції у сфері державних закупівель і забезпечення прозорості обміну через організацію відкритих торгів. Проте і на сьогоднішній день його важливі положення залишаються в основному продекларованими. За цієї причини обмінні процеси на ринку агропродовольчої продукції продовжують залишатися економічно слабкерованими. Це значно погіршує становище сільськогосподарських товаровиробників з огляду на ту обставину, що вони є ринкотвірними суб'єктами з незначними можливостями впливу на обмінні і розподільні процеси.

Четверта підсистема агропродовольчого ринку охоплює сільськогосподарське виробництво в якому також необхідно формувати належне розуміння особливостей функціонування кожного укладу та галузі в ринкових умовах, можливостей, шляхів і доцільності різноманітних форм самоорганізації та самоуправління операторів ринку, неминучості й необхідності їх перетворення з пасивних пристосуванців до ринкової кон'юнктури на активних її творців, переходу від пасивного очікування державної фінансової допомоги до аргументованої колективної коректної законної постановки відповідних питань і проблем в органах

державного та господарського управління аграрним сектором України.

**З вищевикладеного випливає, що системна основа побудови ринку агропродовольчої продукції вимагає науково обґрунтованих дій, головним в яких виступає стратегічна спрямованість щодо насичення його конкурентоспроможною агропродовольчою продукцією у зв'язку із викликами внутрішнього і зовнішнього ринків.**

Слід зауважити, що агропродовольчий ринок має ряд характерних особливостей, які необхідно врахувати для забезпечення злагодженої роботи всіх його суб'єктів, зокрема:

- агропродовольчий ринок займає особливе місце в структурі аграрного ринку України, є визначальним результатом функціонування аграрного сектора і підприємств з переробки сільськогосподарської продукції. На ефективність його функціонування справляє безпосередній вплив ринок землі, ринок праці, ринок інвестиційних товарів та інші важливі складові елементи. Стабільність його функціонування і науково обґрунтована насиченість сільськогосподарськими продуктами і агропродовольчими товарами є ключовим завданням і метою подальшого розвитку агропромислового комплексу України;

- агропродовольчий ринок якісно виділяється серед інших товарних ринків сукупністю товарів, що на ньому реалізуються. Вони об'єднані в групи продуктів харчування, до яких відносять: зерно і хлібопродукти, м'ясо і м'ясопродукти, молоко і молокопродукти, риба і рибопродукти, яйця і яйцепродукти, цукрові буряки та цукор, кондитерські вироби, насіння соняшнику, олія і олієпродукти, фрукти, плоди і ягоди, овочі і продовольчі баштанні, безалкогольні напої тощо. Ці групи товарів складають основу відповідних продуктових ринків, які тісно між собою поєднані через платоспроможний попит населення на продукти харчування та певну взаємозамінність останніх;

- агропродовольчі товари порівняно з іншими видами продукції мають високий рівень взаємозамінності і в той же час низьку еластичність за доходами, а також обумовленість обсягів виробництва не лише платоспроможним попитом, але й фізіологічними нормами споживання тощо;

## **1.1. Економічна суть, зміст та об'єктивна необхідність...**

- на агропродовольчому ринку реалізуються товари першочергової потреби – продовольство, що має досить важливе значення для існування людини. Тому агропродовольчий ринок потрапляє в сферу не лише економічних, соціальних, але й політичних інтересів суспільства;
- на агропродовольчий ринок впливають сезонність виробництва сільськогосподарської продукції та її споживання, обумовлене біотехнологічним характером сільського господарства;
- залежність пропозиції на ринку агропродовольства від природно-кліматичних умов. При цьому, внаслідок нееластичності попиту на продовольчі товари, на ринку агропродовольства виникає парадоксальна ситуація, коли для усієї сукупності сільськогосподарських товаровиробників може бути краще, коли погода є несприятливою, а урожай – низьким. Адже при високому врожаї, у випадку нееластичності попиту, зменшуються доходи товаровиробників, що обумовлює спробу обмежити загальний обсяг пропозиції.

Стратегічно важливим завданням національного агропродовольчого ринку є забезпечення продовольчої безпеки держави, яка визначається багатьма чинниками. Ефективне вирішення продовольчої безпеки держави академік УААН В.М. Трегобчук, в першу чергу, пов'язує із стабільним та ефективним функціонуванням національного агропромислового комплексу, зокрема його аграрної сфери та наявністю всебічно розвинутого і прозорого агропродовольчого ринку, насичення його високоякісними та екологічнобезпечними продуктами харчування [211, с.157]. Безперечно, що розв'язання належним чином проблеми продовольчої безпеки залежить від збалансованості між попитом і пропозицією та цінової ситуації на агропродовольчому ринку, рівнів доходів і купівельної спроможності населення країни.

Створення необхідних передумов для ефективного вирішення проблем продовольчої безпеки держави і формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції вимагає цілеспрямованого відтворення і модернізації на прогресивній техніко-технологічній основі та раціонального використання ресурсного потенціалу вітчизняного АПК. Це стосується, насамперед, матеріально-технічної бази сільськогосподарського виробництва, адже без нарощування й оновлення якої з використанням сучас-

них досягнень науково-технічного прогресу і формування досконалої, ефективної та енергозберігаючої системи машин і механізмів в усіх аграрних формуваннях практично неможливо вирішити вище зазначені завдання. В першу чергу це пов'язано з тим, що функціонуюча вітчизняна система сільськогосподарських машин і технологій є вкрай зношеною, морально застарілою і неефективною. Тому за таких умов виробляти конкурентоспроможну агропродовольчу продукцію неможливо, як і домогтися стабільного функціонування вітчизняного ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції.

Зважаючи на те, що в науковій термінології для забезпечення продовольчої безпеки держави застосовуються різні тлумачення ринку на якому предметами купівлі-продажу є сільськогосподарська продукція і продовольство, слід вирізняти поняття “аграрний ринок” та “ринок агропродовольчої продукції”.

Вважаємо, що аграрний ринок – це товарний ринок, який пов'язаний із забезпеченням сільського господарства необхідними для нього засобами виробництва, послугами та прогресивними технологіями, з реалізацією вироблених товарів по ефективних збутових каналах. В свою чергу, ринок агропродовольчої продукції обмежується лише виробництвом, заготівлею, реалізацією і подальшим товаропросуванням до споживача сільськогосподарської продукції та продовольства.

**Загалом, категорію “ринок агропродовольчої продукції” слід характеризувати як ефективний механізм задоволення потреб товаровиробників і запитів споживачів, найважливішою властивістю якого є те, що він виступає чутливим регулятором і координатором системи комерційних зусиль суб'єктів ринку, спрямованих на виробництво і реалізацію конкурентоспроможних агропродовольчих товарів для забезпечення продовольчої безпеки і формування експортного потенціалу держави.**

У системі відносин ринку агропродовольчої продукції можна виділити дві складових. Одна з них – гарантія вільної поведінки на ринку сільськогосподарських та інших виробників і покупців на всіх рівнях, що визначає оптимальне співвідношення попиту і пропозиції. Інша – економічні механізми регулювання ринку, вдале поєднання ринкового саморегулювання з державним регу-

## **1.1. Економічна суть, зміст та об'єктивна необхідність...**

люванням, мета яких – орієнтувати суб'єктів ринку на ефективну діяльність. Державне регулювання агропродовольчого ринку буде ефективним лише за умови максимального врахування інтересів всіх суб'єктів ринку, в першу чергу це справедливий розподіл прибутків між ними.

Стабільне функціонування продуктових ринків вимагає створення розвиненої інфраструктури агропродовольчого ринку, тобто комплексу елементів, які б обслуговували ринковий механізм. Формування ринкової інфраструктури передбачає обслуговування ринкового процесу товарообміну для забезпечення його стабільності, надійності, прозорості та ефективності. Схематично організацію ринкового середовища агропродовольчого ринку можна представлено таким чином (рис. 1.3).

В інфраструктуру агропродовольчого ринку входять перш за все оптова і роздрібна торгівля, вся торговельна мережа, підприємства тощо, головне призначення яких – забезпечити купівлю-продаж агропродовольчих товарів; аукціони, ярмарки, агроторгові доми, комерційні посередницькі центри і товарні біржі, завданням яких переважно є заміна розподільчої сітки органів матеріально-технічного постачання і збуту при збереженні і розвитку їх матеріальної бази.

Реалізація агропродовольчої продукції відбувається в основному за двома напрямками – через оптову та роздрібну торгівлю. Оптова торгівля пов'язана з постачанням товарів і послуг ринковим посередником роздрібній торгівлі, корпоративним клієнтам і є основною складовою ланцюга руху товарів від виробника до споживача, а роздрібна торгівля – безпосередньо споживачам.

Для кожного каналу реалізації характерні суттєві відмінності як у методологічних принципах відображення процесу реалізації, так і в його документальному оформленні, веденні аналітичного обліку, узагальненні даних, побудові облікових реєстрів, інформаційному забезпечення звітності.

Вибір каналів збуту сільськогосподарської продукції і продовольства зумовлюється багатьма чинниками: кон'юнктурою і ступенем відкритості місцевих ринків сировини і продовольства, наявністю власних потужностей з переробки сільськогосподарської продукції, складських приміщень, доступністю існуючих баз зберігання, транспортних тарифів та ін.

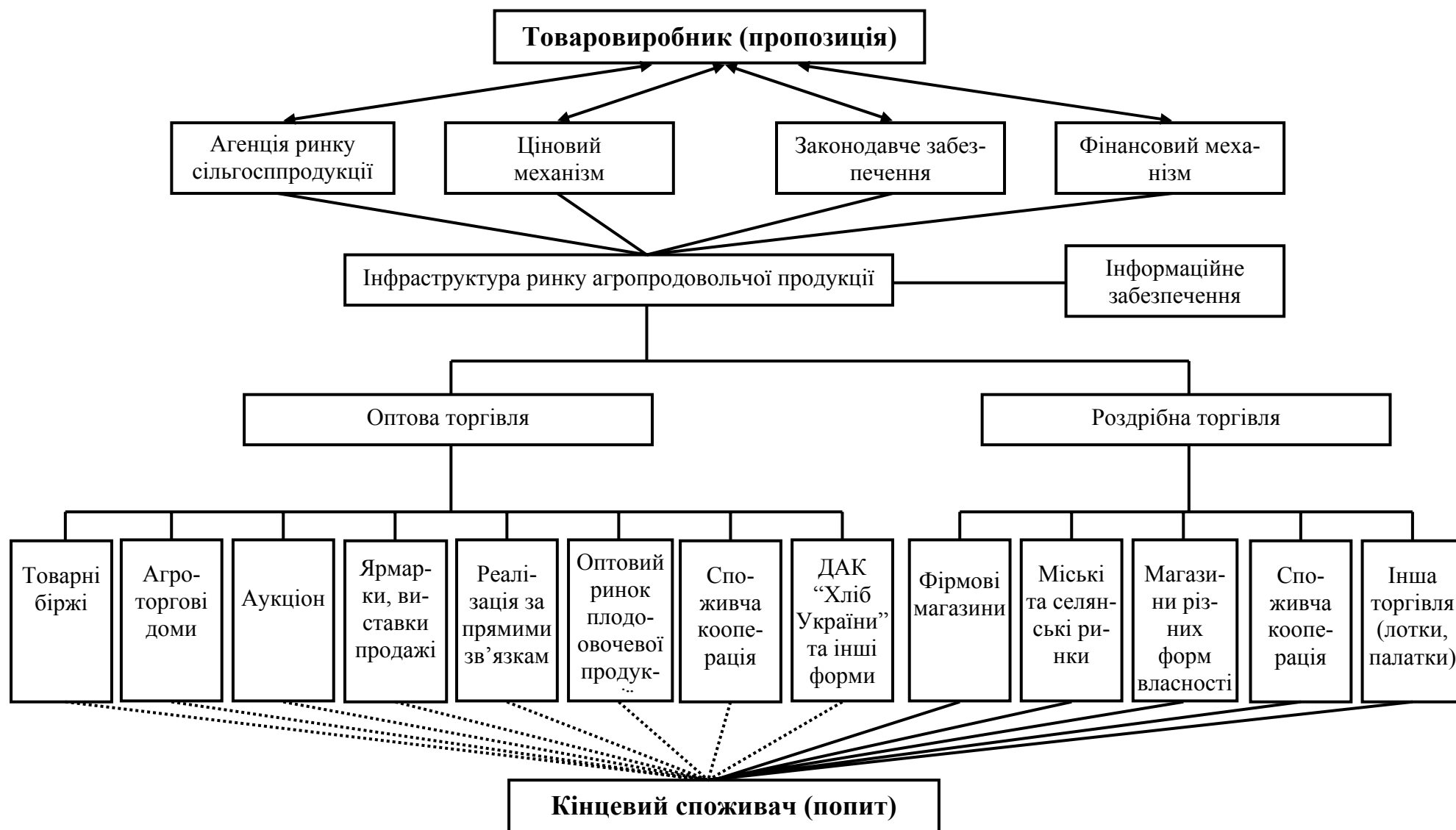


Рис. 1.3. Схема організації ринкового середовища ринку агропродовольчої продукції



В ринковій системі господарювання становлення і розвиток ринку агропродовольчої продукції характерне тривалим процесом створення системи організацій, установ, підприємств та налагодження методів їхньої діяльності, які скеровані на здійснення обмінних операцій пов'язаних з купівлею-продажем.

В структурному відношенні агропродовольчий ринок охоплює продуктові ринки, тобто певні сегменти цього ринку, на якому предметом купівлі-продажу виступають сільськогосподарська продукція та продовольчі товари. Так, в країнах Європейського Союзу створено і вже багато років функціонують понад 20 таких продуктових ринків: зерна, цукру, овочів, фруктів, льону, конопель, хмелю, тютюну, вина, яловичини, свинини, птиці, молока та молочних продуктів, баранини і ягнятини, сухих кормів білкових культур та ін. [188, с.7]. Для кожного з них відпрацьована чітка система державного регулювання, для підтримки спрямовуються відповідні бюджетні кошти. Кожному з цих ринків властива система державного регулювання, яке забезпечують національні установи та організації.

В організованому ринковому середовищі ринкові відносини, які формуються між покупцями і продавцями створюють можливості вільно обмінюватися матеріальними благами на різних конкурентних ринках. Ринковій конкуренції притаманна економічна боротьба між товаровиробниками, постачальниками і споживачами товарів за найвигідніших умов їх виробництва, реалізації або споживання. Це водночас, метод вибору оптимального господарського рішення між ними. Економічна доцільність щодо вибору правильного рішення підтверджується станом ринкової рівноваги між попитом та пропозицією на конкретному продуктовому ринку. На думку А. Ласкавого неконкурентна економіка практично не несе в собі необхідних елементів розвитку і гине [51, с.115].

В умовах належно відлагоджених ринкових відносин конкуренція спонукає до пошуку нових, більш досконаlih організаційних форм бізнесу, до розробки і впровадження досягнень науково-технічного прогресу. Виходячи із умов, де основою є конкурентні переваги можна виокремити найбільш характерні типи ринкової структури: “чиста конкуренція”, “монополістична конкуренція”, “олігополія”, “чиста монополія” (табл. 1.2).

## Типологічна характеристика моделей ринку

Характерна ознака	Модель ринку			
	Чиста конкуренція	Монополістична конкуренція	Олігополія	Чиста монополія
Кількість фірм	Велика кількість	Багато	Декілька	Одна
Тип продукту	Стандартизований	Диференційований	Стандартизований або диференційований	Унікальний
Контроль за ціною	Відсутній	У досить вузьких межах	Обмежений взаємозалежністю; істотний при змові	Значний
Умови вступу до галузі	Перешкоди відсутні	Порівняно легкі	Наявність значних перешкод	Блоковані
Нецінова конкуренція	Відсутня	Значний упор на рекламу, "бренди" тощо	Дуже типова, особливо при диференціації продукту	Здебільшого реклама зв'язків фірми з громадськими організаціями
Приклад	Сільське господарство	Роздрібна торгівля	Виробництво автомобілів, сільськогосподарської техніки	Місцеві підприємства загального користування

Джерело: [132, с.451].

Виходячи з типологічної характеристики моделей ринку, окремі вчені-економісти вважають ринок агропродовольчої продукції ринком з чистою (досконалою) конкуренцією [51, с.113].

В системі агробізнесу ринок агропродовольчої продукції дійсно відповідає більшості критеріїв даної ринкової структури на якому настільки велика кількість продавців і покупців, що за рідкісним винятком жодна людина чи група людей не спроможна

контролювати ринок щодо окремих видів агропродовольчої продукції. Саме тому цей ринок на якому виробництво і пропозицію сільськогосподарської продукції здійснює велика кількість незалежних один від другого товаровиробників, можна вважати ринком з чистою (досконалою) конкуренцією. Головні учасники ринку (сільськогосподарські підприємства, фермерські господарства, особисті селянські господарства) вважаються чистими конкурентами між собою.

Агропродовольчий ринок є досить обширним відносно потенційної пропозиції кожного з них. Це дає можливість безперешкодно поглинути запропоновану пропозицію товарів. Загальні обсяги сільськогосподарського виробництва і ціна товару кожного окремо взятого товаровиробника не можуть впливати на ринкові ціни і на ситуацію інших виробників. На відміну від виробників інших моделей ринку, виробники чистої конкуренції тією чи іншою мірою не контролюють ситуації на ринку, тобто не мають монопольного впливу.

Коли ринок сільськогосподарської продукції розглядати комплексно, як вважає В.Г. Андрійчук, тобто "... як ринок продавців і покупців, і як структуризоване явище за окремими його сегментами (підсистемами), для яких притаманна своя ринкова інфраструктура, специфічність домінуючого на такому сегменті (продуктовому ринку) виду сільськогосподарської продукції, різне співвідношення між продавцями і покупцями та особливості дії важелів державного регулювання, то така точка зору навряд чи є справедливою" [19, с.30].

З таким висновком слід погодитись, адже основна причина полягає в тому, що сільськогосподарські товаровиробники в переважній більшості не займаються заготівлею і переробкою сільськогосподарської продукції (якщо займаються, то в незначних обсягах), а реалізують її суб'єктам господарювання третьої сфери АПК, або ж посередникам, котрі за своєю чисельністю як покупці, значно поступаються чисельності продавців. Розрив в такій чисельності нерідко збільшується на місцевих ринках аж до появи покупців – монополістів. Через свою відносну нечисельність переробні підприємства володіють сильною ринковою владою, диктуючи сільськогосподарським товаровиробникам умови збуту і реалізації продукції, перш за все встановлюють ціни на неї.

Ефективне функціонування цивілізованого агропродовольчого ринку обумовлено не стільки визначенням його необхідності, скільки витратами часу на пошук свого місця і напрямів діяльності в економічній системі координат області, регіону, країни, а з входженням України до СОТ – в більш глобальному вимірі. Саме тому міру економічного виживання і ступінь адаптації суб'єктів ринку до підвищених світових вимог буде визначати рівень конкурентоспроможності продукції.

Конкурентоспроможність агропродовольчої продукції – сукупність споживчих властивостей продукції відповідати вимогам ринку у визначений момент часу. Конкурентоспроможність продукції, як перемінна величина має якісну і кількісну характеристики.

Якісні параметри продукції (ціна реалізації, собівартість), які враховуються при протистоянні конкурентів є головним критерієм для покупця. Особливо важливого значення це набуває у зв'язку з розширенням сфери впровадження нових енергозберігаючих технологій виробництва сільськогосподарської продукції, якість якої в Україні, як свідчать результати досліджень, значно погіршується [126, с.17].

Конкурентоспроможність продукції за її якісними характеристиками в свою чергу підвищує конкурентоспроможність підприємства як суб'єкта ринку, в другу чергу – забезпечує вищу прибутковість виробництва, сприяє виходу суб'єктів ринку на зовнішній ринок, повніше задовольняє потреби суспільства.

Дослідження показують, що конкурентоспроможність агропродовольчої продукції справляє вагомий вплив як на національний ринок, так і на формування експортного потенціалу України, адже агропродовольчі товари традиційно займають на ньому вагоме місце. За даними Держкомстату України частка агропродовольчої продукції в останнє десятиріччя становила 10-20% від загального експорту країни. Тому від здатності аграрного сектора витримати зростаючий конкурентний тиск, що є результатом загальної лібералізації світової торгівлі та прийнятими Україною зобов'язаннями в рамках вступу до СОТ багато в чому залежатиме і загальний макроекономічний розвиток країни [130, с.131].

Для досягнення конкурентоспроможного розвитку АПК й ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції необ-

## **1.1. Економічна суть, зміст та об'єктивна необхідність...**

хідно радикально вирішити проблему короткострокового і довгострокового кредитування, в першу чергу сільського господарства, в тому числі і комерційними банками. Основна причина, що не спонукає такі банки вкладати кошти в аграрну сферу, це – високий ризик, оскільки аграрні підприємства різних форм власності не мають можливості вчасно повертати надані кредити. Для цього слід вирішити дві взаємопов'язані проблеми: перша – пряма державна бюджетна підтримка аграрного виробництва через надання позичок на тривалий період (5-10 років) під низькі відсотки; друга – гарантування державою повернення до 80-90% позичкових коштів, які банки або інші інвестори спрямовують на розвиток агропромислового виробництва.

На нашу думку, з конкурентноздатною екологічно чистою агропродовольчою продукцією Україна може зайняти, поки що, незаповнену нішу перш за все на найбільш географічно приближеному високо конкурентному агропродовольчому ринку країн Європейського Союзу. Це вимагає широкомасштабної організаційної та інституціонально-правової роботи щодо стимулювання розвитку органічного агровиробництва.

Отже, з метою здійснення конкурентної боротьби в сучасних умовах, кожний суб'єкт агропродовольчого ринку повинен розуміти систему його побудови, аналізувати і оцінювати нормотворювальні чинники конкурентоспроможності, вкладатися в науково обґрунтовані рівні затрат праці і засобів на виробництво продукції, а також з великою достовірністю передбачати, в якій галузі відтворювального процесу і кому належать важелі впливу на формування рівня конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках.

## **1.2. Методологічні і методичні основи дослідження ринку агропродовольчої продукції**

Наукове дослідження має об'єктивний характер і досягає певних результатів лише в тому разі, коли воно відповідно методологічно забезпечене.

Дослідження ринку агропродовольчої продукції базується на методології, яка вважається системою теорій, принципів та

правил наукового дослідження. З наукової точки зору, методологія є складним та багатоступеневим утворенням, що охоплює ряд методів, пізнавальних процедур та операцій, за допомогою яких можна дати глибоку і всебічну характеристику досліджуваного явища чи процесу.

Теоретичною і методологічною основою дослідження стали діалектичний метод пізнання, економічна теорія, основні положення ринкової економіки, концепція розвитку агропромислового комплексу і аграрного ринку України, наукові розробки вітчизняних вчених з питань формування національного агропродовольчого ринку.

На теоретичному рівні дослідження важливим інструментарієм діалектики є індукція і дедукція. На початковому етапі дослідження слід використовувати індуктивний метод, яким передбачається збирання, систематизація й узагальнення достовірних фактів пов'язаних з практикою і причетних до досліджуваної проблеми. Наступною стадією індуктивного методу є виведення з них економічних принципів, теорій, узагальнень. В дослідженні крім індуктивного методу застосовують дедуктивний, коли вирішення проблеми починають не із збирання фактів, а з теоретичного, абстрактного осмислення її, спираючись при цьому на логіку мислення, випадкові спостереження, інтуїції.

По своїй цінності індуктивний і дедуктивний методи доповнюють один одного, а результати їх застосування – теорії, економічні принципи й узагальнення, методики, рекомендації можуть бути використані для формування стратегії і тактики розвитку ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції в Україні.

Для забезпечення системного підходу до об'єктів дослідження, крім загальних методів пізнання індукції і дедукції в дисертаційній роботі використовуються специфічні методи і прийоми дослідження, такі як, економіко-статистичний, монографічний, розрахунково-конструктивний, балансовий, нормативний, економіко-математичний, експериментальний, соціологічного опитування, абстрактно-логічний методи.

В основу дослідження ринку агропродовольчої продукції покладений принцип взаємозв'язку і розвитку економічних явищ об'єктивної дійсності. Економічні явища розглядаються не ізо-

льовано й у відриві від конкретно історичних обставин, а всебічно – у взаємозв'язку і розвитку. Аналізуються взаємозв'язки розвитку продуктивних сил і виробничих відносин виробництва і реалізації агропромислової продукції у системі формування ринку агропродовольчої продукції.

Одним із напрямів наукового дослідження буде системний підхід, згідно з яким агропродовольчий ринок розглядається як цілісна система, що об'єднує певну множину взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів в єдине ціле, виступає водночас підсистемою системи більш високого рівня. Сукупність взаємодіючих елементів та спосіб їх поєднання визначають структурну побудову системи агропродовольчого ринку.

При аналізі економічних відносин і явищ на агропродовольчому ринку, старалися виявити зачатки нового, передового і на них орієнтуватися, формулюючи методологічні підходи розвитку ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції в Україні. Перспективними вказані конкретні підходи щодо поєднання інтересів суб'єктів цього ринку в контексті приєднання України до СОТ і входження у європейські агропродовольчі структури.

Дисертаційне дослідження велося за логістичною схемою: минуле – сучасне – майбутнє. Без знання історії вітчизняного економічного розвитку, розвитку продуктивних ринків в економічно розвинутих країнах і сучасної економічної дійсності в Україні не можна сформулювати жодної концепції, побудувати науково обґрунтовану систему. Предметом аналізу є ринкові процеси в аграрному секторі, а завданням теорії агропродовольчих ринкових структур є дослідження, яким чином ринкові трансформаційні процеси спрямовують діяльність товаровиробників на задоволення попиту споживачів.

При аналізі ринкових трансформацій аграрного сектора, процесів формування аграрного ринку, економічної дійсності встановлювалися кількісні і якісні відмінності в економічних явищах із врахуванням закону переходу кількісних змін у якісні, які є наслідком нагромадження кількісних змін.

В межах цих завдань досліджуються чинники, що призводять до порушення ринкових процесів, і методи їх регулювання з метою забезпечення результативності економіки. Ми погоджує-

мося з думкою Т.О. Осташко, що “... відмінність методів теорії галузевих ринкових структур від методів мікроекономічної теорії полягає, з одного боку у більшій широті охоплення ринкових процесів, а з іншого – у більшій конкретизації інституційних деталей” [157, с. 130]. Такий методологічний підхід забезпечує суттєві переваги при здійсненні аналізу агропродовольчого ринку, зважаючи на те, що його інституційна структура остаточно ще не сформована.

Для визначення напрямів подальшого сталого розвитку аграрного сектора взагалі і становлення та ефективного функціонування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції зокрема, необхідно спочатку піддати теоретичному аналізу сам об’єкт перетворень і зміни, що в ньому відбуваються. Характерною ознакою агропродовольчого ринку України є його недосконалість, в результаті неврегульованої складної взаємодії формальних і неформальних інститутів, і саме впливом останніх пояснюється нестійкий і неефективний характер розвитку ринку.

При обґрунтуванні підходів до структурно-інституційного аналізу галузевих ринків варто спиратися на теоретичні розробки засновників і послідовників теорії інституціоналізму – Джона Коммонса [239], Рональда Коуза [123], Олівера Уільямсона [218], Дугласа Норта [150], Джеффері Ходжосона [221] та інших. Найбільш вдалі базові моделі аналізу галузевих ринкових структур запропоновані Едвардом С. Мейсоном і надалі розвинені численними науковими школами [229]. Моделі аналізу галузевих ринків досліджують результативність окремих галузей і ринків залежно від поведінки продавців і покупців, яка в свою чергу залежить від структури ринку [229, с.5]. Такий підхід у рамках теорії структури галузевих ринків отримав назву парадигми “структура → поведінка → результативність”, за якою ми проведемо дослідження агропродовольчого ринку України (рис. 1.4).

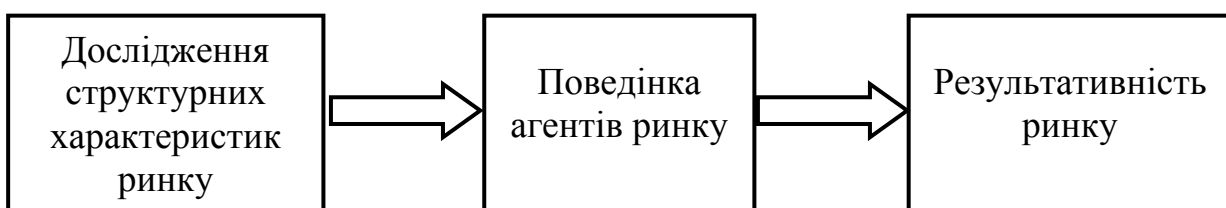


Рис. 1.4. Схема парадигми аналізу агропродовольчого ринку



Зокрема, при аналізі елементів кожного з трьох блоків системи і їх взаємозв'язку спробуємо використати інституціональні підходи. Вважаємо, що аналіз інституціональних аспектів агропродовольчого ринку дасть можливість пояснити з точки зору економічної теорії цілу низку явищ, що супроводжували формування цього ринку і впливають на ефективність його розвитку в умовах ринкових відносин.

Інституціональний підхід вважається надзвичайно продуктивним для оцінки ефективності ринків, їх структурних елементів і структурних змін. Адже керуючись цією теорією, ефективний ринок передбачає розвинену систему інститутів, як формальну так і неформальну, що передбачає низькі витрати на трансакції на рівні індивідуальних контрактів. Вітчизняні вчені вважають, що на високу вартість ринкових трансакцій у перехідний період в Україні суттєво вплинули неформальні чинники, серед яких чи не найбільшим був внесок невизначеності майбутнього, що деформувало мотиви і поведінку учасників ринку [159, с.12].

Першопричиною високої вартості ринкових трансакцій є те, що в аграрному секторі України ринкові перетворення розпочалися і проходили без комплексної урядової програми, невизначеності послідовної державної аграрної політики щодо реформування аграрного сектора і формування прозорого аграрного ринку.

На етапі становлення ринкових інститутів чинники трансакційних витрат самі перебувають на стадії формування і не можуть забезпечити ефективність ринків. Тобто, нестабільність інституційного середовища зумовлює неефективність ринків. Зокрема, вартість трансакційних витрат на агропродовольчому ринку України є досить високою, що зумовлює орієнтацію агентів ринку на короткострокові цілі і адаптацію до неефективної інституційної системи замість довгострокової виваженої стратегії розвитку, а також формування нових ефективних інститутів і організацій.

Нині існують певні проблеми з визначенням якісних характеристик агропродовольчої продукції, які загострюються в ході набуття членства України у СОТ. Ця ситуація привела до зростання видатків трансакцій, які пов'язані з адаптацією агропродовольчих товарів до вимог міжнародних стандартів.

Важливим аргументом на користь застосування методології аналізу галузевих ринкових структур при дослідженні процесів формування і розвитку агропродовольчих ринків є комплексний підхід, що забезпечує аналіз взаємозалежності між структурою і закономірностями розвитку сільського господарства та структурою й результативністю цих ринків.

В дисертаційному дослідженні для аналізу ринку агропродовольчої продукції в основному використовуються теорія і методологічні підходи галузевих ринкових структур запропоновані О.Т. Осташко [157, с.130-138].

Схема аналізу структурних змін і результативності агропродовольчого ринку України, що конкретизує парадигму “структура → поведінка → результативність”, представлена на (рис. 1.5).

З наведеного рисунку видно, що крім трьох основних блоків (структура, поведінка, результативність) є ще два: перший – базові умови, які визначають особливості аналізу агропродовольчого ринку в конкретних історичних умовах; другий – державне регулювання, що впливає на базові умови, структуру, поведінку агентів і результативність ринку.

У відповідності із методикою, аналіз агропродовольчого ринку слід проводити у декілька етапів.

Першим етапом такого аналізу є базові структуроутворюючі умови агропродовольчого ринку, які характеризують, з однієї сторони – особливості виробництва і споживання продукції сільського господарства порівняно з іншими галузями, а з другої – специфіку конкретної ситуації щодо розвитку аграрного сектора і продуктових ринків в Україні. Саме під впливом базових умов агропродовольчого ринку зі сторони попиту і пропозиції формуються особливості структури цього ринку, які є головними складовими ринкового механізму.

Стосовно пропозиції найбільш впливові базові умови ринку включають сезонний характер виробництва і безпосередню залежність від природно-кліматичних умов, які зумовлюють нестабільність доходів сільгосптоваровиробників. Крім цього, для України специфічними базовими умовами ринкових структур є інституційна незавершеність земельної реформи, значна розпорошеність сільськогосподарського виробництва, низька технічна оснащеність товаровиробників і застарілі технології.



Рис. 1.5. Схема системного аналізу ринкових структур агропродовольчого ринку України

Стосовно попиту базовими умовами ринку є низька еластичність попиту на сільськогосподарську продукцію, що спричиняє низьку еластичність цін, прив'язка попиту до фізіологічних потреб населення, обмеження попиту внаслідок низької купівельної спроможності населення, зростання попиту на продукцію органічного агровиробництва, вплив нестійкої кон'юнктури світових ринків.

Найбільш впливовим системоутворюючим елементом агропродовольчого ринку виступає платоспроможний попит, абсолютні та відносні показники його характеристики: абсолютні розміри доходів населення та їх динаміка, величина на одну особу, достатність для забезпечення харчування населення за науково обґрунтованими нормами, територіальна та групова диференціація.

Другим етапом при аналізі ринкових структур аграрного сектора є визначення масштабів і методів їх державного регулювання, адже від нього в значній мірі залежить результативність агропродовольчого ринку. У системі відносин агропродовольчого ринку виділяють дві складові. Одна із них – гарантія вільної поведінки на ринку сільськогосподарських і інших виробників, а також покупців на всіх рівнях, що визначає оптимальне співвідношення попиту і пропозиції. Інша – економічний механізм регулювання ринку, метою якого є орієнтація на ефективну діяльність і повне врахування інтересів всіх суб'єктів ринку.

Вплив державної політики на ринкові структури може здійснюватися за рахунок інвестицій, цін, обсягів виробництва продукції за допомогою податків, субсидій, тарифів, імпорتنих квот, антимонопольної політики тощо. Держава може бути досить надійним суб'єктом агропродовольчого ринку, внаслідок застосування заставних закупівель або інтервенції на ньому. Нині для підтримки сільськогосподарських товаровиробників і регулювання агропродовольчих ринків держава використовує такі інструменти як цінова політика, податкова політика, бюджетна підтримка, надання пільгових кредитів.

В основному при регулюванні продуктових ринків можуть використовуватися два важелі – фінансово-економічний і адміністративний. Проте, від останнього аграрна політика в Україні все ще не може відійти при формуванні агропродовольчих ринків, що веде до його неефективного розвитку. Це пояснюється тим, як

вважає О.М. Могильний, має місце "... реальне прагнення старої системи аграрних відносин до самозбереження й існування адміністративно-командної економіки" [141, 37]. Існуюча невизначеність аграрної політики в державі вимагає глибокого аналізу державного регулювання ринкових відносин між суб'єктами ринку. Суттєві зміни методів і масштабів підтримки виробників і державного регулювання агропродовольчого ринку очікуються від плідної діяльності України у СОТ та виважених кроків щодо європейської інтеграції.

Третім етапом методики аналізу ринкових структур є дослідження структурних характеристик агропродовольчого ринку, а саме: кількісних характеристик продавців і покупців; диференціації ринку; бар'єрів на вхід; структури витрат; рівня вертикальної інтеграції, починаючи від виробництва до роздрібно торгівлі; диверсифікації виробництва.

Характерною особливістю, яку необхідно враховувати при адаптації методології аналізу галузевих ринкових структур до структури агропродовольчого ринку, що на ньому взаємодіють не лише два суб'єкти – виробники сільськогосподарської продукції і кінцеві споживачі, а й проміжний ланцюжок між ними – так звані посередники. Ф. Котлер визначає посередників, як проміжних продавців, що являють собою "сукупність осіб і організацій", що придбають товари для перепродажу або передачі їх в оренду іншим споживачам з вигодою для себе [96]. В умовах стабільної інституційної системи посередники є професійними торговцями, що знають кон'юнктуру ринку, мають налагоджені зв'язки з покупцями і своїми діями знижують ризики пов'язані з продажем продукції, сприяють ефективності ринку. Проте посередницькі структури на початковому етапі формування аграрного ринку в Україні, зробили негативний внесок у поглиблення аграрної кризи, наслідки якої так і остаточно не усунені. Це призвело до скорочення чисельності посередників на цьому ринку і сприяло утворенню вертикально інтегрованих структур, які ущемляють інтереси сільських товаровиробників.

Аналіз диференціації агропродовольчого ринку також має свою специфіку, яка полягає в тому, що поряд з диференціацією продукції, що досліджує конкурентність ринку, досліджується інституційна диференціація. Вона включає інфраструктуру рин-

ку, просторову диференціацію, що досліджує регіональні, національні і зовнішні ринки, і часову диференціацію, тобто розвиток ринкових структур у часі.

Наступним четвертим етапом у базовій парадигмі “структура → поведінка → результативність” – поведінка суб’єктів ринку, є аналіз правового поля в якому діють суб’єкти ринку, оцінки якості підприємницького середовища, аналіз маркетингової стратегії, інвестицій у виробництво та поведінки інших суб’єктів ринку – посередників, споживачів, держави.

Поведінка агентів ринку в значній мірі залежить від цінової стратегії, що прямо чи побічно стосується цін і ціноутворення на сільськогосподарську продукцію і продовольство. При дослідженні питань ціноутворення на ринку, важливо здійснити аналіз коливань і співвідношення цін, основними напрямками якого є: оцінка різних цін для одного виду продукції або товарної групи; варіація цін у часі; варіація цін в регіонах, зонах; розбіжність цін на окремих субринках (державному, кооперативному, приватному); варіація цін у разі купівлі товарів різними соціально-економічними категоріями (групами за доходами).

Аналіз коливань та співвідношення цін ( $p$ ) спирається на розмах варіації:

$$\Delta p = p_{\max} - p_{\min}; \quad (1.1)$$

що характеризує розрив між мінімальними та максимальними цінами на товар і свідчить про диференціацію рівня споживання населення.

За ринкової економіки суб’єкти агропродовольчого ринку наділені правом самостійного визначення ціни на власну продукцію, а також правом її визначення на засадах домовленості зі споживачами (покупцями) при укладанні між ними угод купівлі-продажу. Саме це веде до виникнення цінової конкуренції між виробниками. Тому, кожен з них прагне продати свій товар, а також не тільки зберегти, але й розширити свою нішу на ринку для зміцнення на ньому своїх позицій. Досягають цього, в першу чергу, агропромислові формування, які виробляють агропродовольчі товари з високою ціновою конкурентоспроможністю, під якою розуміють ступінь можливого зниження товаровиробником ціни

на свій товар порівняно з ринковою ціною, за якою забезпечується беззбитковість його виробництва.

В процесі цього дослідження важливо здійснити оцінку і аналіз цінової конкурентоспроможності окремих видів продукції, використавши існуючі методичні підходи щодо визначення ціни пропозицій на продукцію вищої якості (в тому числі і на продукцію органічного агровиробництва) та на продукцію, що реалізується у вигідні для споживача строки.

Цінову конкурентоспроможність визначають за формулою:

$$ЦК = (Ц - ПС) : Ц, \quad (1.2)$$

де  $Ц$  – ціна продажу 1 ц продукції;  $ПС$  – повна собівартість 1 ц продукції (виробнича собівартість плюс витрати на реалізацію продукції).

Вищу цінову конкурентоспроможність мають товаровиробники, які економічно спроможні продавати свою агропродовольчу продукцію за цінами конкурентів, і одержати при цьому прибуток. Мінімальна ціна – це індивідуальна ціна, що формується на кожному підприємстві і визначається витратами на виробництво одиниці товару, понесеними тим чи іншим товаровиробником, за якої воно отримує нульовий прибуток.

В контексті приєднання України до СОТ, цінову конкурентоспроможність агропродовольчої продукції потрібно розглядати в тісному взаємозв'язку з її конкурентоспроможністю за якістю. Підвищення якості продукції вимагає додаткових витрат не тільки інтелектуальної праці, але як правило, і матеріально-грошових засобів, що призводить до подорожчання продукції. Тому в цій ситуації важливо знати, за якою підвищеною ціною економічно стає виправданим продавати на ринку більш дорогу, але якіснішу продукцію з тим, щоб зберегти досягнутий рівень її цінової конкурентоспроможності.

Для визначення такої ціни можна скористатися методикою запропонованою В.Г. Андрійчуком [20, с.156], виразивши формулу цінової конкурентоспроможності продукції з таким значенням її символів:

$$P_{ПО} = \frac{Ц_x - C_1}{Ц_x}, \quad (1.3)$$

де  $P_{ПО}$  – рентабельність продажу, що досягнута у базовому році (коефіцієнт);  $C_x$  – пошукова мінімально підвищена ціна, за якої реалізація виробленої більш якісної продукції зі зростаючою собівартістю забезпечує досягнуту в базовому році рентабельність продажу (цінову конкурентоспроможність);  $C_1$  – собівартість продукції вищої якості.

Після здійснених певних математичних перетворень отримуємо формулу:

$$C_x = \frac{C_1}{1 - P_{ПО}}. \quad (1.4)$$

Визначивши за даною формулою рівень підвищення ціни, можна на основі аналізу кон'юнктури ринку зробити передбачення про можливість продажу якіснішої агропродовольчої продукції за такою або ж вищою ціною. За умови, коли дійдемо висновку про реальність зазначеного продажу тоді можна прийняти рішення про здійснення додаткових витрат на поліпшення якості продукції, що зумовлюють підвищення її собівартості. В іншому разі товаровиробнику економічно недоцільно нести додаткові витрати на поліпшення якості продукції, але за умови, що вона за існуючих параметрів якості має належний попит і збут.

Інтерес до високоякісної сільськогосподарської продукції і продовольства безпосередньо пов'язаний із здоровим способом харчування, зростаючим попитом на світових ринках на продукцію органічного агровиробництва.

На п'ятому – заключному етапі досліджується результативність ринку в основі якого є оцінка не тільки з точки зору ефективності виробництва і розміщення агропродовольчих ресурсів, але й з точки зору забезпечення зайнятості і соціальної справедливості, справедливого розподілу доходів між учасниками ринку. На цьому етапі досліджуються також цінові параметри та рівень задоволеності попиту на внутрішньому ринку.

В сучасних умовах глобальних змін, важливе місце в дослідженні результативності агропродовольчого ринку займає оцінка конкурентоспроможності продукції на зовнішніх ринках.



Конкурентоспроможність ( $K$ ) у загальному вигляді визначається відношенням корисного ефекту ( $E_k$ ) до сумарних витрат, які включають витрати, пов'язані з придбанням і використанням товару і називається ціною споживання ( $C_c$ ):

$$K = \frac{E_k}{C_c} \rightarrow \max. \quad (1.5)$$

Чим краще це співвідношення, тим вища конкурентоспроможність продукції (товару).

Конкурентоспроможність продукції – це порівняльна характеристика, яка визначає відмінність аналізованої продукції від аналогів конкурента і містить комплексне оцінювання сукупності її властивостей щодо виявлення вимог ринку чи якостей іншого товару. У загальному вигляді конкурентоспроможність продукції прямо пропорційна якості й обернено пропорційна ціні та залежить від кон'юнктури ринку.

Загалом кон'юнктуру агропродовольчого ринку, тобто конкретну економічну ситуацію, яка склалася на ринку на конкретний момент часу, можна оцінити за допомогою системи показників, які характеризують ті чи інші сторони її прояву (табл. 1.3).

У процесі аналізу кон'юнктури ринку вивчають і оцінюють коливання попиту під впливом природно-кліматичних, економічних, соціально-побутових і демографічних чинників.

Українські вчені [157, с.224] пропонують здійснювати оцінку майбутніх наслідків для національного агропродовольчого ринку і загалом для сільського господарства від входження у СОТ на підставі аналізу таких чотирьох джерел:

- норм і правил СОТ, що регулюють торгівлю сільськогосподарськими та продовольчими товарами;
- аналізу впливу СОТ на агропродовольчі ринки і сільську місцевість країн Центральної та Східної Європи;
- аналізу перебігу переговорного процесу щодо приєднання України до СОТ;
- аналізу поточного стану сільського господарства України.

**Система оціночних показників кон'юнктури ринку  
агропродовольчої продукції**

Категорія	Показники
Пропозиція продукції (товарів)	Обсяг, структура й динаміка пропозиції Виробничий і сировинний потенціали пропозиції Еластичність пропозиції
Купівельний попит	Попит за ступенем задоволення, формами виникнення, станом ринку та місцем покупки Потенціал споживання: місткість ринку засобів виробництва, предметів споживання, послуг
Пропорційність ринку	Співвідношення попиту та пропозиції Співвідношення ринків засобів виробництва та предметів споживання Товарна структура товарообігу Структура продавців за формами власності Структура покупців – оптових, роздрібних Регіональна структура ринку
Тенденції розвитку	Темпи зростання продажу, цін, товарних запасів, прибутку
Коливання, циклічність	Коефіцієнт варіації продажу, цін, товарних запасів Сезонні коливання розвитку ринку
Регіональні особливості	Регіональна варіація співвідношення попиту та пропозиції Регіональна варіація рівня попиту (на одну особу) Регіональна варіація темпів динаміки основних параметрів розвитку ринку
Ділова активність	Портфель замовлень Розмір і динаміка угод Ступінь завантаженості виробничих потужностей
Комерційний ризик	Інвестиційний ризик Ризик прийняття маркетингових рішень
Масштаб ринку	Загальний обсяг реалізації продукції (товарів) Рівень приватизації Розподіл ринку Частка малих, середніх і крупних агроформувань, фірм

Отже, у світлі оцінки можливостей плідної діяльності України у СОТ та майбутньої інтеграції з ЄС, поглиблених досліджень вимагають в першу чергу, питання адаптації національних стан-

дартів якості та маркетингових інституцій до західних вимог міжнародного ринку щодо якості продовольчої продукції, реалій створення доступу сільськогосподарських і продовольчих товарів іноземного виробництва на внутрішній агропродовольчий ринок, можливості отримання доступу на міжнародні товарні ринки з конкурентоспроможною продукцією, значну частку якої могла б становити продукція органічного агровиробництва.

### ***1.3. Особливості функціонування та тенденції розвитку ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції***

Нинішня ситуація на світових ринках продовольства свідчить про велику зацікавленість споживачів у здоровому та повноцінному харчуванні, адже з підвищенням рівня життя суттєво змінилося їх ставлення до продуктів харчування. Споживачі стають більш вимогливими до свого харчування, бажають не тільки нормально харчуватись, але й виключити будь-які ризики для власного здоров'я, що в подальшому веде до збереження навколишнього природного середовища. Підтвердження якості сільськогосподарської продукції і харчових продуктів є також необхідним аргументом при укладанні комерційних угод, адже її якість виступає визначальним чинником конкурентоспроможності і зростання попиту споживачів.

Сучасне сільське господарство України не повинно бути осторонь розвитку екологічного напрямку аграрної сфери для забезпечення виробництва безпечних для здоров'я людини продуктів харчування і збереження навколишнього природного середовища. Це зумовлює проведення наукових досліджень по цьому перспективному і життєво необхідному напрямку.

Еколого-економічним проблемам агровиробництва в Україні, розвитку біологічного землеробства в багатьох країнах світу, зокрема, в США та Західної Європи присвячено ряд наукових досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, зокрема, Н. Бородачевої [41], М. Грунда [134], Й. Завадського [101], О. Рудницької [180], Н. Сеперович [196], О. Царенка [223] та інших. В їх наукових працях міститься великий обсяг цінної науко-

вої інформації і практичних рекомендацій щодо даної проблематики.

Проте, високий динамізм зовнішніх чинників, які набувають особливого значення в процесі адаптації національних стандартів якості та маркетингових інституцій до західних вимог, у світлі оцінки можливостей інтеграції України до СОТ та майбутнього співробітництва з ЄС, вимагають поглиблених досліджень вимог міжнародного ринку до якості продовольчої продукції.

Аналіз традиційних систем ведення землеробства показує, що вони переважно спрямовані на забезпечення максимального прибутку за рахунок застосування інтенсивних технологій вирощування сільськогосподарських культур. Водночас, сільськогосподарська продукція, яка одержана при внесених понаднормативних доз мінеральних добрив і хімічних засобів захисту рослин в більшості ситуацій із-за швидкого псування не придатна для тривалого зберігання. Складність у вирішенні цього питання пов'язана з тим, що в процесі неправильного використання земельних угідь на протязі декількох років, ґрунтовий шар втрачає родючість, виникають проблеми ерозії, погіршується структурний склад ґрунту, багаторічне внесення великих доз мінеральних добрив і пестицидів зумовлює появу токсичних компонентів в ґрунтових і підземних водах.

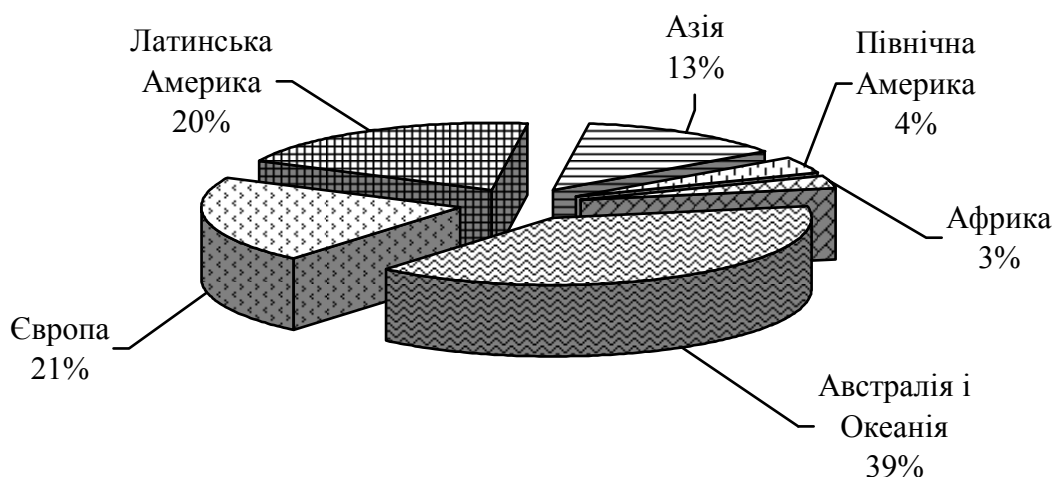
Ведення сільськогосподарського виробництва із застосуванням хімічних засобів це одна з високозатратних складових, яка нерідко є однією з вагомих причин втрати природної родючості ґрунту. Порушення агротехнології при обробі земель доповнюється і тим, що сільгосптоваровиробники практикують вирощування монокультури, застосовуючи при цьому важкі сільськогосподарські машини і ґрунтообробну техніку. Хімічні препарати, які через сільськогосподарські продукти потрапляють в організм людини, завдають шкоди її здоров'ю. Тому постає питання, чи не краще займатися вирощуванням сільськогосподарських культур, поклавши в основу принцип збереження та збільшення природної родючості ґрунту?

Ряд дослідників цієї актуальної проблеми вважають, що підвищенню якості продукції сільського господарства та харчових продуктів може сприяти розвиток органічного агровиробництва [41; 181; 196]. Тому формування і ефективне функціонування ри-

### 1.3. Особливості функціонування та тенденції розвитку...

нку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції тісно пов'язане з розвитком органічного агровиробництва, яке є одним з найперспективніших методів господарювання на землі, що не завдає шкоди навколишньому природному середовищу.

Реагуючи на споживчий попит світового агропродовольчого ринку, останніми роками в багатьох країнах світу вже діє ринок збуту екологічно чистих продуктів харчування органічного походження, організовані й функціонують служби сертифікації та маркетингу. За даними Міжнародної Федерації органічного агрокультурного руху (IFOAM), науково-дослідного Інституту біоземлеробства (FiBL) і Фонду екології і землеробства (SOL) під органічним землеробством у 2006 р. в світі використовувалося понад 31 млн. га земель, або на 5 млн. га більше ніж в 2005 р. Найбільші площі, зайняті під агровиробництвом, знаходяться в Австралії – 12,1 млн. га, Китаї – 3,4, Аргентині – 2,8 млн. га. Найбільша глобальна земельна площа під органічним агровиробництвом знаходиться в Австралії і Океанії – 39%, далі йде Європа – 21%, Латинська Америка – 20%, Азія – 13%, Північна Америка – 4% і Африка – 3% [255] (рис. 1.6).



**Рис. 1.6. Структура сільськогосподарських земель, зайнятих під органічним агровиробництвом в світі, 2006 р.**

*Джерело:* Складено за даними [255].

Подальше підвищення рівня попиту на органічну продукцію відкриває значні можливості для виходу на цей ринок нових то-

варовиробників. Для завоювання належної ніші на світовому агропродовольчому ринку і, перш за все – на ринку країн ЄС, для України досить перспективним є формування агропродовольчого ринку, який був би насичений конкурентоспроможною екологічно чистою продукцією органічного походження, попит на яку стрімко зростає на ринку продовольства у багатьох країнах світу. Зокрема, у США та країнах Західної Європи вже близько двох десятиріч динамічно пропонується органічна продукція, яка стає популярною альтернативою споживанню традиційної продукції. На відміну від традиційних продовольчих товарів органічна продукція має ряд вагомих переваг: вирощена без використання синтетичних хімікатів, гормонів росту, генетично модифікованих організмів; переробляється без використання консервантів, барвників і стабілізаторів, за технологією, що зберігає всі корисні поживні речовини. Якість і безпеку органічної продукції обов'язково підтверджує сертифікація третьої незалежної сторони на всіх стадіях її проходження від поля до споживача. Незважаючи на те, що ціни на продукцію органічного походження значно вищі, ніж на вирощену без застосування хімічних засобів, споживчий попит на неї на світовому ринку динамічно зростає. Корисність органічного продовольства підтверджують численні дослідження в усьому світі.

Незважаючи на те, що земельні площі під органічним землеробством з кожним роком невпинно зростають в усьому світі, необхідно визнати, що основний обсяг ринку збуту продукції органічного походження переважно знаходиться у високорозвинутих індустріальних країнах Північної Америки та Західної Європи (майже – 97%). Найбільші ринки цієї продукції мають США, Німеччина та Японія. Частка органічних продуктів харчування на ринку продовольства в різних країнах коливається в межах 1-5%. За результатами досліджень доктора Хельга Віллер і Міну Юсефі, обсяг світового ринку органічної продукції у 2003 р. оцінювався в 23-25 млрд. дол. США, зокрема, в США – 11-13 млрд. та Європі – 10-11 млрд. дол. США. За прогнозами фахівців середньорічний темп приросту продукції тут становить близько 10-15% [245].

Світовий ринок продуктів органічного походження за орієнтованими розрахунками спеціалістів може забезпечити щорічний їх продаж до 2010 р. в обсязі 102 млрд. дол. США [80, с.134].

### 1.3. Особливості функціонування та тенденції розвитку...

В США – країні, яка має найбільш насичений ринок продуктів органічного походження, з 2001 р. діють національні стандарти з органічного землеробства та маркування його продуктів. Згідно з цими стандартами продукція рослинництва, яка вирощується на рідкому гною, не відноситься до органічної.

Аналогічні напрями подальшого розвитку сільського господарства властиві сучасній Спільній аграрній політиці країн ЄС:

- екологічний характер сільськогосподарського виробництва, виробництва нешкідливого і прийняттого для навколишнього середовища;
- повернення до більш екстенсивних форм ведення виробництва;
- зацікавлення гірськими та іншими регіонами, які мають гірші умови для інтенсивного ведення сільського господарства, однак продукція, вироблена тут, має кращі смакові характеристики;
- посилення уваги до стану утримання, транспортування і забою тварин;
- створення умов для сталого і зрівноваженого розвитку всіх сільських теренів;
- визначення за селянами не тільки функції виробників сільськогосподарської продукції, але й “охоронника” природи та багатой культурної спадщини європейського села [46, с.199].

Завдяки виваженій аграрній політиці виробники органічної продукції у країнах ЄС займають досить великий сегмент світового ринку. Європейський досвід показує, що нині основним завданням Спільної аграрної політики країн (САП) ЄС є одночасний ефективний розвиток сільського господарства та охорона довкілля. Саме органічне агровиробництво розглядається як цілісна аграрна система та реальна альтернатива традиційним методам сільськогосподарського виробництва. Завдяки переходу фермерів від традиційного до органічного виробництва, кількість таких господарств з початку 90-их років у країнах ЄС збільшилася майже у 8 разів. Очікується, що до 2010 р. в європейських країнах органічне сільське господарство вестиметься приблизно на 30% загальної площі сільськогосподарських земель [223, с.9]. Вже зараз 10% продукції австрійського сільського господарства органічного походження, у Швейцарії – 7,8%.

Варто зауважити, що сучасна політика ЄС передбачає нововведення у процес органічного виробництва, сприяє розвитку ринків органічної продукції та вдосконаленню стандартів, шляхом підвищення рівня прозорості виробництва та довіри споживачів до органічної продукції. Переваги органічної продукції свідчать про зростаючу заінтересованість споживачів на світових ринках у здоровому й повноцінному харчуванні людей.

Політика країн-учасниць ЄС представлена у “Європейській програмі дій у сфері органічного агровиробництва”, прийнятій Європейською комісією як виконавчим органом ЄС. За допомогою такого рішення щодо органічного агровиробництва, Єврокомісія намагається відслідковувати ситуацію та закласти основи для політичного розвитку органічного сектору у наступні роки, розробити стратегію розвитку органічного агровиробництва в рамках Спільної аграрної політики. Адже відомо, що розвиток органічного сільського господарства сприяє збереженню довкілля. Тому суспільство не повинно стояти осторонь, а всебічно брати участь у його розвитку.

Системи органічного виробництва в країнах ЄС базуються на специфічних та точних вимогах до процесу сільськогосподарського виробництва, спрямованих на підтримку оптимального стану агроєкосистеми на соціальному, екологічному та економічному рівнях. При цьому повторне використання поживних речовин та посилення природних процесів ґрунтоутворення допомагають підтримувати родючість ґрунтів та забезпечувати ефективне агропромислове виробництво. Органічне агровиробництво виключає можливість застосування мінеральних добрив та пестицидів, а також використання генетично модифікованих організмів.

Регулювання в сфері органічного виробництва, маркування органічних продуктів і контролю унормовано Постановою Ради (ЄС) № 834/2007, в якій викладено основні вимоги до цього, та Постановою Комісії (ЄС) № 889/2008, в якій викладено детальні правила (ці Постанови вступили в силу з 1 січня 2009 р.).

Регулювання органічного агровиробництва базується на стандартах ЄС, які встановлюють сприятливу систему виробництва, маркування та інспекції аграрної продукції і продуктів харчування з метою формування ринку продукції органічного похо-



### 1.3. Особливості функціонування та тенденції розвитку...

дження. Це дає змогу підвищувати довіру споживачів до високоякісних продуктів та забезпечувати рівень конкуренції між товаровиробниками.

Важливою складовою органічного агровиробництва країн ЄС є нормативно-правова база та система сертифікації, яку можна представити схематично (рис. 1.7).



**Рис. 1.7. Схема формування нормативно-правової бази та системи сертифікації в органічному агровиробництві країн ЄС**

*Джерело:* [175, с.12].

Діюча нормативно-правова база країн ЄС про виробництво органічної продукції та продуктів харчування охоплює чотири основні аспекти: правила аграрного виробництва та виготовлення харчової продукції; маркування сільськогосподарської продукції органічного походження та харчових продуктів; вимоги щодо проведення інспекції органічного агровиробництва; відповідний режим імпорту агропродовольчої продукції з третіх країн.

Відповідно до цих Постанов товаровиробники, які виробляють продукцію, що задовольняє стандарти контролю ЄС, мають право розміщувати на своїх товарах слова “Органічне агровиробництво – ЄК Система контролю”. Це дає можливість споживачам, які купують таку продукцію, що носить цей логотип, бути впевненими, що даний продукт відповідає стандартам офіційної системи інспекції, його основна частина інгредієнтів була виготовлена органічним шляхом.

В параграфі 11 Постанови Ради (ЄС) № 834/2007 чітко зазначено правила контролю при ввозі продукції органічного походження в ЄС. Деякі країни, такі як Австралія, Аргентина, Ізраїль, Коста-Ріка, Нова Зеландія, питання контролю вирішили на державному рівні. При ввозі продукції з інших країн відповідна перевірка і видача дозволу на імпорт повинні проводитися в кожному окремому випадку.

В кожній країні ЄС систему сертифікації представляє третя незалежна сторона. Вона здійснює сертифікацію та контроль виробництва окремо від операторів ринку продукції органічного походження (фермерів, торгових посередників, переробних підприємств та імпортерів), залучених до органічного агровиробництва. По своїй суті система сертифікації є формальною та документальною процедурою, під час якої третя сторона гарантує, що при створенні даного продукту було дотримано стандартів органічного агровиробництва, і сприяє довірі споживачів до органічного виробництва та органічної продукції. При такій організації система сертифікації відіграє важливу роль і значно полегшує вихід органічної продукції на агропродовольчий ринок.

Дослідженнями встановлено, що існують певні особливості в різних країнах щодо функціонування системи сертифікації. Система сертифікації, залежно від права власності на органи конт-

### **1.3. Особливості функціонування та тенденції розвитку...**

ролю може бути трьох типів: державна, приватна або змішана (напівдержавна, напівприватна).

Зокрема, державна система контролю є характерною для таких країн як Данія, Фінляндія, Естонія. Приватна система сертифікації функціонує у Франції, Німеччині, Чеській Республіці, Італії, Нідерландах, Швеції та Латвії. У Литві досить добре себе зарекомендувала і успішно функціонує змішана система сертифікації, яка в певній мірі поєднує як державну, так і приватну.

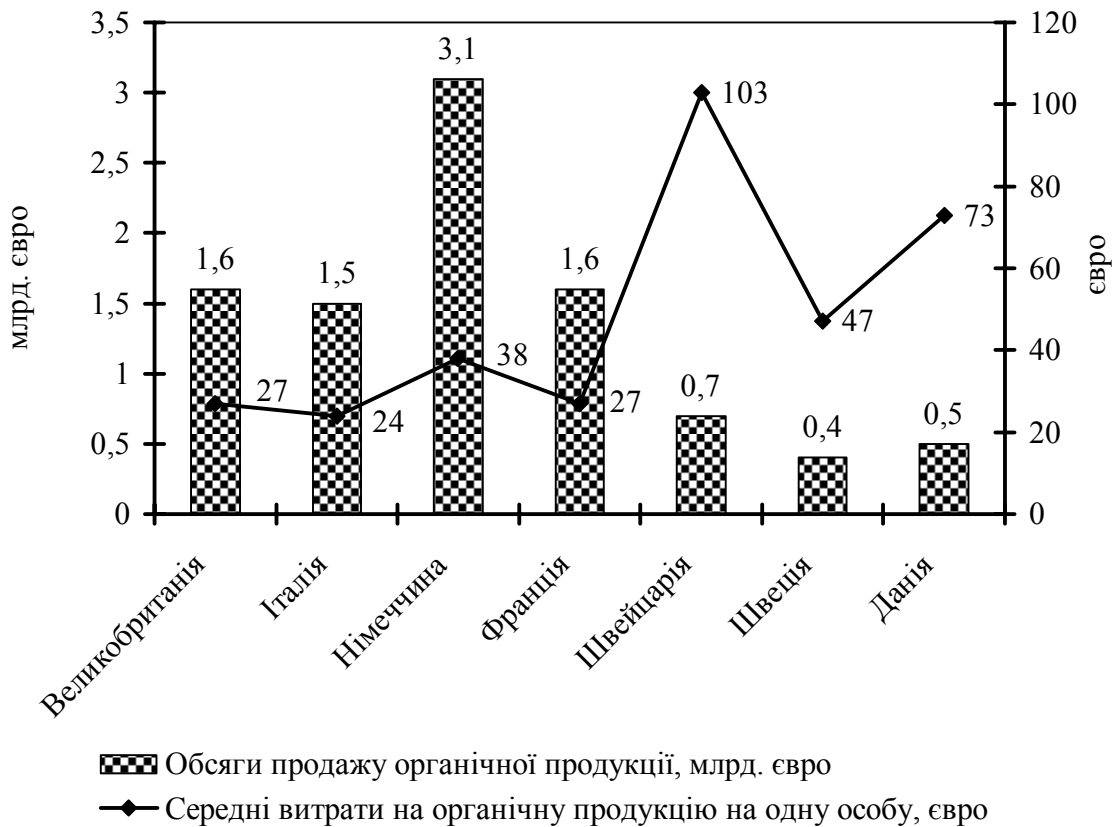
Згідно із стандартами органічного агровиробництва, приватні органи контролю (IFOAM, ЄС, Кодекс Аліментаріус ФАО) мають отримати дозвіл відповідних державних органів та мають дотримуватися вимог згідно із стандартами ЄН 45011:2000 (МОС 65) – “Основні вимоги до органів сертифікації”. Державні органи контролю також мають дотримуватися вимог згідно із стандартами ЄН 45011 (МОС 65). Водночас їх відповідальність за контроль процесу органічного агровиробництва визначається відповідними нормативно-правовими актами.

За даними вчених Уельського інституту сільськогосподарських наук (Welsh Institute of Rural Sciences) обсяг земель, які відведені під екологічне землеробство в ЄС, у 2004 р. становив 5,8 млн. га, які обробляли понад 150 тисяч підприємств. Загальний товарооборот продукції органічного походження в 2004 р. порівняно з попередніми роками значно збільшився і склав – 10,5-11,0 млрд. євро. Світовим лідером за рівнем споживання органічних продуктів на одну особу є Швейцарія – 103 євро на рік, наближається до неї за цим показником Данія – 73 євро [255] (рис. 1.8).

Найбільша частка земель, сертифікованих під органічне землеробство серед країн-членів ЄС, є в Австрії – 11,3%, Італії – 7,9%, Фінляндії – 6,6%. Практика європейських країн довела, що, незважаючи на вищі затрати при виробництві органічної продукції внаслідок зниження врожайності, ефективніше працюють саме малі і середні фермерські господарства з площею угідь 30-35 га і лише у Великобританії їх розміри в 4-5 разів більші [261].

Незважаючи на зростання обсягів виробництва органічних продуктів, країни ЄС та Швейцарія є нетто-імпортерами зерна, насіння олійних культур, овочів, фруктів та яловичини, вирощених за органічною системою землеробства, в тому числі з країн Східної Європи [125, с.126]. Разом з тим із метою мінімізації

експортних ризиків на основних ринках, пріоритетним для країн ЄС є розвиток, насамперед, внутрішнього ринку органічних продуктів харчування.



**Рис. 1.8. Динаміка обсягів продажу органічної продукції і середніх витрат на неї в європейських країнах, в розрахунку на одну особу, 2003 р.**

*Джерело:* Побудовано на основі даних [255].

Дослідження показують, що найбільший ринок органічної продукції серед країн ЄС залишається і має тенденцію для подальшого зростання в Німеччині. Нині в цій країні під органічним землеробством знаходиться 768 тис. га сільськогосподарських земель. Німеччина поставила собі мету в найближчі 10 років збільшити частку виробництва екологічно чистих продуктів харчування з 3,3 до 20%. Для цього розпочаті широкомасштабні дотаційні заходи. Так, щорічно планується виділяти 34 млн. євро в програму, метою якої є розширення виробництва і реалізації екологічно чистих продуктів. Зараз великі продуктові торгові мере-

### **1.3. Особливості функціонування та тенденції розвитку...**

жі, які до недавнього часу приваблювали покупців низькими цінами, вже широко рекламують (дорогі) екологічні продукти в своєму асортименті. Оскільки до цього часу витрати населення на харчування складали в Німеччині всього 12% щомісячного доходу, більшості людей під силу націнки на екологічну продукцію, які знаходяться в межах від 30 до 50% [76, с.30].

“Екологічно чистою продукцією” вважається тепер все, що відповідає відповідним нормативам країн ЄС. Основна вимога щодо виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції в аграрному секторі полягає в тому, що вона повинна відповідати вищим екостандартам біокомісії ЄС: земля, вода, повітря і навіть нове житло, побудоване з екологічно безпечних матеріалів. Євростандарти забороняють біофермерам вживати в побуті усілякі шкідливі хімічні речовини. Кожен фермер, який прагне організувати виробництво екологічно чистої продукції, повинен одержати дозвіл і мати “Біокультурний сертифікат якості продукції”.

Німецькі експерти підрахували, що в ЄС і особливо – в Німеччині відкривається величезний ринок, на якому можуть добре заробити і іноземні фірми. Якщо торгівля дійсно збільшить частку пропонованої в Німеччині екологічної продукції до 20%, то це буде відповідати обороту в 25 млрд. євро [134, с.3]. В даний час в її розпорядженні є в наявності товару тільки на 2 млрд. євро. Щоб покрити цю потребу, кожне друге німецьке сільськогосподарське підприємство повинно було б перейти на екологічне землеробство, так як при цій технології продуктивність і урожайність складають лише близько половини відповідних показників традиційного, інтенсивного землеробства. Така радикальна переорієнтація неможлива з фінансових, виробничо-економічних і трудових причин. Тому уряд Німеччини створив умови для задоволення попиту за рахунок імпорту.

В Данії у відповідності з Програмою розвитку органічного агровиробництва значна увага приділяється не тільки органічному агровиробництву, але й охороні довкілля, природи та утримання худоби. В цій країні методи органічного сільськогосподарського виробництва користуються популярністю серед фермерів та викликають значний інтерес серед споживачів. Така підвищена увага до органічного виробництва потребує належної співпраці

на державному і приватному рівнях, яка досить добре орієнтована на ринок та потреби споживачів.

Зазначена вище Програма розвитку на найближчі роки була спрямована на збільшення рівня інформованості споживачів, налагодження дорадницької та наукової роботи в органічному виробництві. Окрім цього, в Данії проведено ряд інших заходів, реалізація яких обумовила підвищення рівня довіри споживачів до органічної продукції. У відповідь на такі інвестиції значно збільшився попит на продукцію органічного походження. Надзвичайно важливим для подальшого органічного агровиробництва вважається збереження довіри споживачів до його продукції. Все це сприятиме покращенню стану довкілля, соціальній стабільності, позитивно впливатиме на якість продукції, стан здоров'я споживачів.

Характерною особливістю ведення органічного агровиробництва у Франції є те, що в цій країні діють не тільки стандарти ЄС про органічне виробництво сільськогосподарської продукції, але й національні постанови, які є значно суворіші по вимогах, ніж стандарти ЄС. Сертифікація проводиться приватними органами сертифікації. Нині існують наступні зареєстровані органи сертифікації: Aclave, Agrocert, Ecocert, Qualite, France та Ulase. Організації Ecocert, Qualite, France, AFAO-Ascert International були засновані одними з найперших. Вони охоплюють велику частину ринку органічного агровиробництва. Водночас, кожного року учасник органічного ланцюга (фермер – переробник чи імпортер) звітує про свою діяльність перед органами державної влади.

Серед країн ЄС динамічного розвитку органічне агровиробництво набуває в Польщі, приріст площі в 2005 р. у порівнянні з минулим роком склав 103%. За даними Міністерства контролю за якістю продуктів харчування (IJHARS) 3423 товаровиробники перепрофілювали своє виробництво на продукцію органічного походження. Крім цього, в 2005 році 44 біопідприємства були сертифіковані. Таким чином, приріст підприємств склав 91% відповідно з попереднім роком. В воєводстві Західна Померанія знаходиться одне з найбільших підприємств Польщі по виробництву органічної продукції, яке обробляє 1114 га землі. Переробка і торгівля органічної продукції в Польщі розвинута ще недостатньо, однак існують тенденції до зростання [255].

### **1.3. Особливості функціонування та тенденції розвитку...**

Одна з найбільших балтійських країн – Литва, сільськогосподарські землі якої займають близько половини її території, теж має сталі тенденції до розвитку органічного агровиробництва. Суспільний інтерес до органічного землеробства в Литві посилюється ще на початку 90-их років ХХ ст. Нині в цій країні розроблена державна Програма розвитку органічного агровиробництва, яка визначає основні завдання та заходи розвитку органічного сектору на перспективу. Ця Програма сприяє зростанню виробництва органічної продукції, створює сприятливі умови для ринку органічного виробництва та формуванню відповідної системи сертифікації, дає змогу проводити наукові дослідження у секторі органічного виробництва. Головною метою Програми розвитку є розширення сектора органічного виробництва до 5% в загальній частці аграрного виробництва.

Площа сільськогосподарських земель, які задіяні під органічним землеробством, нині складає 70,4 тис. га, її обробляють 1807 сільськогосподарських підприємств. Починаючи з 1997 р., литовський уряд здійснює підтримку органічного агровиробництва з допомогою закону про прямі виплати фермерам, які займаються виробництвом продукції органічного походження. Дотації фермерам здійснюються в розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь: 416 євро – на зернові культури; 551 – овочі і картоплю; 752 – вирощування фруктів; 116 євро – на сіножаті і пасовища [255].

Вищевикладене засвідчує, що еколого-соціальне спрямування розвитку аграрного виробництва, підвищення його екологічної безпечності та постачання споживачам екологічно чистого продовольства є одним з найважливіших пріоритетів Спільної аграрної політики ЄС. Тому, на його користь повинні перерозподілятися фінансові потоки підтримки сільськогосподарських товаровиробників і в Україні.

На нашу думку, з екологічно чистою сільськогосподарською продукцією Україна може зайняти поки що незаповнену нішу на висококонкурентному європейському ринку. Це вимагає широкомасштабної організаційної та інституціонально-правової роботи щодо стимулювання розвитку органічного сільського господарства.

Отже, зростаюча заінтересованість споживачів на світових ринках у здоровому й повноцінному харчуванні, одночасно з безпосереднім внеском у збереження навколишнього природного середовища зумовила на державному рівні країн ЄС впровадження спеціальних програм, які передбачають прямі субсидії та дотації на сертифікацію продукції фермерам, які виробляють органічну продукцію. Державні органи постійно надають інформаційну підтримку їй виробникам. Цілеспрямована спільна політика країн європейського співтовариства допомагає зміцнювати внутрішній ринок, збільшувати експорт та розв'язувати ряд економічних і екологічних проблем.

### ***Висновки до розділу 1***

Агропродовольчий ринок займає особливе місце в структурі аграрного ринку України, є визначальним результатом функціонування аграрного сектора і підприємств з переробки сільськогосподарської продукції. На ефективність його функціонування справляє безпосередній вплив ринок землі, ринок праці, ринок інвестиційних товарів та інші важливі складові елементи. Його стабільність і насиченість є завданням і метою розвитку агропромислового комплексу в цілому.

Серед різних тлумачень поняття “ринок” запропоновано вирізнити поняття “аграрний ринок” та “ринок агропродовольчої продукції”. Аграрний ринок, це товарний ринок, який пов'язаний із забезпеченням сільськогосподарства необхідними для нього засобами виробництва, послугами та новими прогресивними технологіями, з реалізацією вироблених товарів по ефективних збутових каналах, а ринок агропродовольчої продукції обмежується лише виробництвом, заготівлею, реалізацією і подальшим товаропросуванням до споживача сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки.

Ринок агропродовольчої продукції – це ефективний механізм задоволення потреб товаровиробників і запитів споживачів, найважливішою властивістю якого є те, що він виступає чутливим регулятором і координатором системи комерційних зусиль



### **1.3. Особливості функціонування та тенденції розвитку...**

суб'єктів ринку, спрямованих на виробництво і реалізацію конкурентоспроможних агропродовольчих товарів для забезпечення продовольчої безпеки і формування експортного потенціалу держави.

Ефективне функціонування національного агропродовольчого ринку в умовах розвитку ринкових відносин обумовлено не стільки визначенням його необхідності, скільки витратами часу на пошук свого місця і напрямів діяльності в економічній системі координат області, регіону, країни, а з приєднанням України до СОТ – в більш глобальному вимірі. Саме тому ступінь адаптації суб'єктів ринку до підвищених міжнародних вимог і вимог країн ЄС буде визначати рівень конкурентоспроможності продукції.

Аналіз ринку агропродовольчої продукції пропонується проводити у декілька етапів. Головним етапом такого аналізу є базові структуроутворюючі умови агропродовольчого ринку, які характеризують, з однієї сторони – особливості виробництва і споживання продукції сільського господарства порівняно з іншими галузями, а з другої – специфіку конкретної ситуації щодо розвитку аграрного сектора і агропродовольчих ринків в Україні. Саме під впливом базових умов агропродовольчого ринку зі сторони попиту і пропозиції формуються особливості структури цього ринку, які є найважливішими складовими ринкового механізму.

Оцінку майбутніх наслідків від приєднання України до СОТ для національного агропродовольчого ринку і загалом для сільського господарства можна зробити на підставі аналізу: норм і правил СОТ, що регулюють торгівлю сільськогосподарськими та продовольчими товарами; впливу СОТ на агропродовольчі ринки і сільську місцевість країн Центральної та Східної Європи; перебігу переговорного процесу щодо приєднання України до СОТ; поточного стану сільського господарства України.

Європейський досвід показує, що нині основним завданням Спільної аграрної політики країн (САП) ЄС є одночасний ефективний розвиток сільського господарства та охорона довкілля. Саме органічне агровиробництво розглядається як цілісна аграрна система та реальна альтернатива традиційним методам сільськогосподарського виробництва. Завдяки переходу фермерів від традиційного до органічного виробництва, кількість таких госпо-

дарств з початку 90-их років ХХ ст. у країнах ЄС збільшилася майже у 8 разів.

Основою формування сегменту ринку агропродовольчої продукції органічного походження в країнах ЄС є регулювання органічного агровиробництва за допомогою стандартів ЄС, які створюють сприятливу систему виробництва, маркування та інспекції аграрної продукції та продуктів харчування. Це дає змогу підвищувати довіру споживачів до високоякісних продуктів та рівень конкуренції між товаровиробниками.

З метою завоювання належної ніші на світовому агропродовольчому ринку, і перш за все – на ринку країн Європейського Союзу для України досить перспективним є формування товарного ринку, який був би насичений конкурентоспроможною екологічно чистою продукцією органічного походження, попит на яку стрімко зростає на ринку продовольства у багатьох країнах світу.

## *Розділ*

# 2

## **СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ РИНКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ**

### ***2.1. Аналіз розвитку ринку агропродовольчої продукції в умовах трансформації форм власності і господарювання***

У системі соціально-орієнтованого ринкового господарства ринок агропродовольчої продукції займає провідне місце у визначенні продовольчої безпеки кожної держави, підвищенні конкурентоспроможності аграрного сектора і подальшому розвитку сільських територій. Для України вагомим чинником майбутнього економічного зростання є побудова повноцінного агропродовольчого ринку, який має розвиватися з урахуванням тенденцій глобалізації та лібералізації світових ринків, ідей сталого розвитку агропромислового виробництва.

Досвід економічно розвинених країн світу свідчить, що такі ринки є сферою активного регулювання та протекціоністської практики, хоча загалом втручання у ринкові механізми розглядається як небажане явище. В основі цього – низка політичних цілей, системне розуміння специфіки цих ринків, ефектів їх прямого та опосередкованого впливу на базове виробництво, демографічну ситуацію тощо.

З економічної точки зору, аграрні ринки характеризуються нестабільною пропозицією (остання часто залежить від поточних умов одержання урожаю), низькою еластичністю попиту і неста-

більшими темпами росту товарообороту, значними ціновими коливаннями, різкими змінами обсягів експорту та імпорту тощо. Тому вони належать до немобільних, ризикових і слабо прогнозованих ринків.

За твердженням Б.К. Супіханова “... в сучасних умовах функціонування агропромислового виробництва є два шляхи розвитку, або обмежитися внутрішнім ринком, розвиваючи натуральне господарство і тоді, як мінімум, половина потенціалу АПК залишиться нереалізованою, або ж ефективно відстоювати конкурентні позиції країни на світових ринках в умовах вступу до СОТ” [185, с.44].

Вважаємо, що такий підхід необхідно розглядати, по-перше, з позицій нарощування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, які нині з більшості основних видів, таких як м'ясо і м'ясопродукти, молоко і молокопродукти, плоди та ягоди, науково обґрунтовані фізіологічні норми споживання задовольняють менше, ніж на половину і не забезпечують продовольчої безпеки держави; по-друге – нарощування сільськогосподарського виробництва є важливим для розширення присутності його продукції не тільки на національному агропродовольчому ринку, але й на зовнішніх ринках збуту продукції, на яких Україна займає вагомую частку.

В цьому контексті, стратегічною метою державної політики повинно бути перетворення агропромислового комплексу на високоефективний, конкурентоспроможний сектор економіки країни, здатний інтегруватися у світовий агропродовольчий ринок.

Логічно, агропродовольчий ринок в Україні повинен би формуватися під впливом дієвих економічних реформ. Проте, тривалий час трансформаційні процеси в аграрному секторі розглядались у відриві від розвитку ринків. До середини 90-х років ХХ ст. перевага надавалась приватизації та реструктуризації аграрних господарств, а не формуванню нових ринкових можливостей та стимулів. Це послаблювало економічні мотивації і посилювало трансформаційний спад в аграрному секторі.

Крім цього, досить багато проблем національного агропродовольчого ринку мають успадковане походження, адже у складі об'єднаної економіки колишнього СРСР, Україна орієнтувалася на максимізацію сільськогосподарського виробництва для зага-

## **2.1. Аналіз розвитку ринку агропродовольчої продукції ...**

льних потреб. Так, на початку 90-х років ХХ ст., володіючи 7% сільськогосподарських угідь, вона виробляла понад 22% загальних обсягів сільськогосподарської продукції. На думку вчених Інституту економічного прогнозування НАН України, така доповнюваність визначала екстенсивний і диспропорційний характер її аграрної сфери, а відтак – певну “запрограмованість” трансформаційного спаду і необхідність глибоких урегулювань наявних потужностей – кількісних і якісних – у рамках національного ринку [209, с.128]. Водночас, втрата окремих агропродовольчих ринків і недосконалість ринкової системи товарообміну, здатної врегулювати і поліпшити використання сільськогосподарської продукції, зумовила неконтрольований початковий розвиток цього ринку і побудову його недосконалої інфраструктури.

Незважаючи на існуючі проблеми, важливим складовим елементом від якого безпосередньо залежить ефективність функціонування агропродовольчого ринку України було і є сільське господарство, де в ході аграрної реформи впроваджена приватна власність на землю. За період аграрної реформи в Україні здійснено перерозподіл земельних угідь між сільськогосподарськими підприємствами, фермерськими і особистими господарствами населення. Зокрема, якщо у 1990 р. сільськогосподарські підприємства використовували 93,5%, а населення – 6,5% сільськогосподарських угідь, то у 2008 р. – відповідно 50,9 і 37,4%, а фермери – 11,7%. Станом на 1 січня 2009 р. на основі реформованих 11,8 тис. колективних сільськогосподарських підприємств створено 59059 господарюючих суб'єктів у сільському господарстві, з них: приватних аграрних підприємств – 4326, господарських товариств – 7879, фермерських господарств – 43894, сільськогосподарських виробничих кооперативів – 1101, інших суб'єктів господарювання – 1505.

У сільськогосподарських підприємствах усіх організаційно-правових форм господарювання протягом 1990-2008 рр. спостерігалось скорочення обсягів виробництва валової продукції на 28,7%, в т.ч. продукції рослинництва на 2,5%, продукції тваринництва на 50,7% (табл. 2.1).

У структурі валової продукції внаслідок об'єктивних і суб'єктивних причин значно швидшими темпами зменшувалися обсяги виробництва тваринницької продукції.

Таблиця 2.1

Динаміка виробництва валової продукції сільського господарства в Україні, 1990-2008 рр.  
(у порівнянних цінах 2005 р.)

Показники	Роки							2008 р. в % до	
	1990	2000	2004	2005	2006	2007	2008	1990 р.	2000 р.
Валова продукція усіх категорій господарств – всього, млрд. грн.	145,9	77,9	92,5	92,6	94,9	88,8	104,0	71,3	133,5
в т.ч.									
- продукція рослинництва	66,6	43,6	55,6	54,0	54,9	49,7	64,9	97,5	148,9
- продукція тваринництва	79,3	34,3	36,9	38,6	40,0	39,1	39,1	49,3	113,9
Виробництво валової продукції в розрахунку:									
- на одну особу, грн.	2811	1584	1950	1966	2028	1909	2248	80,0	141,9
- на 100 га сільськогосподарських угідь, тис. грн.	346,3	191,1	241,3	242,7	250,7	236,2	277,6	80,1	145,3
Питома вага основних категорій господарств у виробництві валової продукції с/г, %:									
- сільськогосподарські підприємства	69,4	34,0	35,6	36,5	39,0	39,9	46,0	–	–
- господарства населення	30,6	66,0	64,4	63,5	61,0	60,1	54,0	–	–

Джерело: Розраховано за даними Статистичного збірника “Сільське господарство України” за 2008 р.

На окремих етапах ринкових трансформацій в АПК головним чинником неефективного початкового розвитку агропродовольчого ринку стала концептуальна нечіткість реформування аграрної сфери і недосконалість державної аграрної політики.

Реалізація Указу Президента України “Про невідкладні заходи щодо прискорення формування аграрного сектора економіки” від 03.12.1999 р. та інших заходів, прийнятих Урядом держави щодо призупинення спаду виробництва у сільському господарстві і підвищення ефективності галузі, дали змогу збільшити виробництво валової продукції в усіх категоріях господарств за період з 2000 по 2008 рр. на 33,5%, а в розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь на – 45,3%. Виробництво валової продукції в основному зосереджено в господарствах населення – 54,0%, а в сільськогосподарських підприємствах становить лише – 46,0%.

Складною і невирішеною проблемою в державі, як вважає Президент УААН М.В. Зубець, є те, “... що нині внутрішній ринок здебільшого контролюється посередницькими структурами, основною метою яких є якомога менше заплатити за вирощену продукцію сільгоспвиробнику при її купівлі і як найдорожче продати споживачеві” [105, с.50]. Це призводить до зuboжіння сільгоспвиробників, покупці не мають можливості купувати продукти за високими цінами. В результаті створюється враження штучного перевиробництва продукції, а для посередника з’являється можливість експорту продукції. Такі дії зводять нанівець практично всі зусилля держави з підтримки села, а найголовніше – втрачається саморегулювальна дія ринку.

На нашу думку, надзвичайно важливою і невирішеною залишається проблема входу на агропродовольчий ринок для переважної маси селян, що отримали землю в результаті приватизації. Через відсутність належних ринкових стимулів та стартових можливостей для розвитку підприємництва вони пасивно залишають земельні частки (паї) у користуванні новоутворених структур, обмежуючись незначною орендною платою і зосереджуючись на веденні натурального господарства, хоча товарне виробництво могло б покращити структуру їх доходів, диверсифікувати і усталити внутрішній ринок.

За роки реформування на базі колективних сільськогосподарських підприємств в Україні створено майже вдвічі більше нових агроформувань ринкового типу, яким громадяни передали в оренду свої земельні ділянки та земельні частки (паї) загальною площею 21 млн. га, що становить 50,3% від загальної площі сільгоспугідь. Такий невважений підхід щодо розвитку сільського господарства суттєво применшує соціальну спрямованість аграрної реформи, оскільки надії селян на товарне сільськогосподарське виробництво як головне джерело доходів втрачаються і виникає зневіра щодо ведення ефективного виробництва.

У зв'язку із набуттям членства України у СОТ для повної реалізації конкурентних переваг вітчизняної агропродовольчої продукції стримуючим чинником є низька продуктивність праці в аграрному секторі, яка має тенденцію до подальшого зниження. Це спричиняє високу трудомісткість виробництва продукції, яка у декілька разів вища, ніж у розвинених країнах світу (табл. 2.2).

**Таблиця 2.2**

### Порівняльний аналіз трудомісткості виробництва основних видів продукції в сільськогосподарських підприємствах України і США

Види продукції	Прямі затрати праці на 1 ц продукції, люд./год.				Показники України в % до показників США
	Україна			США	
	1990 р.	2005 р.	2005 р. в % до 1990 р.	2005 р.	
Зернові і зернобобові культури	1,0	1,4	140,0	0,3	4,7 рази
Цукрові буряки	0,7	0,8	114,3	0,1	8,0 рази
Картопля	2,6	3,8	146,2	0,2	19,0 рази
Овочі і баштанні культури	5,3	5,6	105,7	...	–
Плоди, ягоди і виноград	11,5	7,7	67,0	...	–
Вирощування:					
- худоби	37,0	76,2	205,9	2,0	38,1 рази
- свиней	31,1	47,4	152,4	0,7	67,7 рази
- птиці	11,7	14,0	119,7	0,2	7,0 рази
Молоко	7,0	8,7	124,3	0,4	21,7 рази
Яйця курячі (на 1 тис. шт.)	4,5	3,9	86,7	0,2	19,5 рази

*Джерело:* Розраховано за даними Держкомстату України.



## **2.1. Аналіз розвитку ринку агропродовольчої продукції ...**

З наведених даних табл. 2.2 видно, що прямі затрати праці на 1 ц продукції в Україні мають тенденцію до підвищення по всіх основних видах на 5-105%, за винятком плодів, ягід і винограду та курячих яєць. При порівнянні трудомісткості виробництва в Україні і США спостерігається тенденція у значному розходженні цього показника, особливо при виробництві тваринницької продукції у декілька десятків разів. Різниця у високій трудомісткості продукції рослинництва коливається в межах від 4,7 до 19,0 раза. Досить великі відмінності у виробництві основних видів продукції в розрахунку на одну особу в Україні і таких високо розвинутих країнах як США і Франція, які безпосередньо впливають на формування агропродовольчого ринку (табл. 2.3).

Специфічним негативним чинником формування агропродовольчого ринку України стало суттєве зниження доходів населення і відповідне звуження агропродовольчого ринку. У 2005 р. місткість внутрішнього ринку продовольства, оцінена за статистикою роздрібного продовольчого товарообороту становила 39,2 млрд. грн. (у фактичних цінах), або всього 46,1% від рівня 1990 р. [200]. Головні причини цього пов'язані з економічною кризою і падінням рівня життя після 1990 р. В результаті якої скоротилося споживання усіх продуктів харчування, погіршилася його структура. Найбільше скоротилося споживання висококалорійних видів продовольства – молока та молочних продуктів, м'яса, плодово-овочевих продуктів і рибних продуктів, середньорічний рівень споживання яких на одну особу є набагато нижчим від науково обґрунтованих фізіологічних нормативів (табл. 2.4).

Річне споживання м'яса на одну особу у 2008 р. склало 80,6% від рівня 1990 р., молока і молочних продуктів – 57,3%, плодів, ягід і винограду – 91,8%. Водночас внутрішній споживчий ринок картоплі, цукру і олії близький до насичення. Незважаючи на те, що споживання хлібних продуктів у 2008 р. склало 115,4% від рівня 1990 р., проте цей показник є на 1,1% вищим від науково обґрунтованої норми споживання.

Порівнюючи середньорічний рівень споживання основних продуктів харчування в Україні з країнами ЄС, слід зазначити, що жителі останніх споживають продуктів харчування в обсягах, які є більш наближені до рекомендованих норм, ніж в Україні.

Таблиця 2.3

**Виробництво основних видів сільськогосподарської продукції в Україні, США, Франції  
1990 р.; 2006 р., в розрахунку на одну особу, кг**

Види продукції	Україна		США		Франція		Показники 2006 р. Украї- ни в % до	
	1990 р.	2006 р.	1990 р.	2006 р.	1990 р.	2006 р.	США	Франції
Зернові і зернобобові культури	983	732	1228	1125	1036	1030	65,1	71,1
Цукрові буряки	853	489	98	101	560	487	484,2	100,4
Картопля	322	416	71	65	84	104	640,0	400,0
Овочі і баштанні культури	144	172	123	121	132	93	142,1	184,9
Плоди, ягоди і виноград	72	30	95	84	211	158	35,7	19,0
Виробництво:								
- м'яса усіх видів (у забійній вазі)	84	37	112	135	101	85	27,4	43,5
- молока усіх видів	472	284	262	272	473	408	104,4	69,6
- курячих яєць	18	18	16	18	16	14	100,0	128,6

*Джерело:* Розраховано за даними Статистичного збірника “Сільське господарство України” за 2006 р.

Зокрема, середньостатистичний житель країн Європейського Союзу в порівнянні з українцем споживає в 2,4 раза більше плодово-овочевих продуктів, в 1,9 раза більше м'яса та м'ясопродуктів, в 1,5 раза – риби та рибопродуктів, в 1,4 раза – молока та молочних продуктів. Проте значно менше вони споживають хлібних продуктів та картоплі.

**Таблиця 2.4**

**Порівняльний аналіз рівня споживання основних продуктів харчування в Україні з країнами Європейського Союзу, в розрахунку на 1 особу за рік, кг**

Продукти харчування	Україна			2008 р. в % до 1990 р.	Рекомендовані норми	2008 р. до рекомендованої норми, %	Країни ЄС	Показники країн ЄС до України, %
	1990 р.	2000 р.	2008 р.					
М'ясо та м'ясопродукти	62,8	32,8	50,6	80,6	83	61,0	98,0	1,9 раза
Молоко та молочні продукти	373,2	199,1	213,8	57,3	380	56,3	296,4	138,6
Яйця, шт.	272	166	260	95,6	290	89,7	222	85,4
Хлібні продукти	141,0	124,9	115,4	81,8	101	114,3	111,4	96,5
Картопля	131,0	135,4	131,8	100,6	124	106,3	78,6	59,6
Овочі та баштанні продовольчі культури	102,5	101,7	129,2	126,0	161	80,2	119,2	92,3
Плоди, ягоди та виноград	47,4	29,3	43,5	91,8	90	48,3	105,7	2,4 раза
Риба та рибопродукти	17,5	8,4	17,5	100	20	87,5	25,8	1,5 раза
Цукор	50,0	36,8	40,9	81,8	38	107,6	38,0	92,9
Олія	11,6	9,4	15,0	129,3	13	115,4	20,5	136,6

*Джерело:* Розраховано на основі даних Державного комітету статистики України і продовольчих балансів FAO (Food Balance Sheets).

Аналіз даних табл. 2.4 свідчить, що нинішня модель харчування населення України суттєво відрізняється не лише від середньоєвропейської моделі, але й від докризових рівнів нашої держави.

Наприклад, повноцінне харчування у Франції, де при середній тривалості життя 75,2 років для чоловіків та 82,7 років – для жінок рівень споживання наступний (у кілограмах на одну особу

за рік): хліба – 60, картоплі – 64,5, фруктів – 65, овочів – 115,7, м'ясних продуктів – 84,6, молока у рідкому стані – 66,2, риби – 25,4 [196, с.359].

Характерною особливістю продовольчого ринку є нееластичний попит на сільгосппродукцію і продукти харчування. Така реакція впливає на дію законів попиту, відповідно до якого споживачі скорочують придбання агропродовольчих товарів при зростанні цін на них, і навпаки, купують їх більше при зниженні цін. Крім того, попит на ці товари дуже тісно прив'язаний до фізіологічних потреб харчування населення та інших чинників.

Дослідження показують, що в окремих країнах з перехідною економікою, де зростають доходи населення, спостерігається тенденція скорочення частки витрат на харчування у структурі доходів домогосподарств. У постсоціалістичних країнах з порівняно великим рівнем валового внутрішнього продукту на одну особу – Словенії, Чеській республіці, Угорщині і Словаччині – частка витрат на харчування у загальних витратах домогосподарств складає лише 20-30%, у той час як в Україні понад 60% [157, с.150]. Частка витрат домогосподарств України на продовольчі товари (включаючи харчування поза домом, алкогольні напої та тютюнові вироби) має тенденцію до скорочення.

Місткість агропродовольчого ринку в значній мірі обмежується платоспроможним попитом населення. Наявну тенденцію динамічного зниження реальних доходів населення в певній мірі вдалося усунути починаючи з 2000 р. Проте, за тривалий період свого впливу вона призвела до звуження місткості агропродовольчого ринку, в першу чергу, внаслідок зниження обсягів споживання, і в другу – за рахунок натуралізації споживання сільськогосподарських продуктів, які безпосередньо виробляються сільгоспвиробниками. В результаті цього енергетична цінність середньодобового раціону харчування середньостатистичного українця зменшилася на 19% (із 3597 ккал у 1990 р. з вмістом протеїну – 105,3 г, жиру – 127,0 г до 2998 ккал у 2008 р. з вмістом протеїну – 80,3, жиру – 99,5 г).

Характерно, що енергетична цінність добового раціону в основному формується за рахунок продукції рослинного походження, відповідно на рослинну продукцію в структурі раціону припадає 73,1%, а на тваринну – 26,9%.

## **2.1. Аналіз розвитку ринку агропродовольчої продукції ...**

Для порівняння: в США, які є світовим економічним лідером, середньодобовий душевий раціон харчування становить 3630 ккал, в т.ч. 1307 ккал тваринного походження. За загальною калорійністю раціон пересічного американця перевищує аналогічний показник в Україні на 23,7%, а за споживанням продуктів тваринного походження майже на 2,5 рази. При цьому середня українська сім'я витрачає на продукти харчування до 60% свого бюджету, американська – лише 11% [206, с.84]. Крім того, кожний середньостатистичний американець вважає за потрібне нести додаткові витрати, для економії часу, який необхідний для покупки і приготування їжі. Проте, як стверджує Б.Й. Пасхавер, "... цінова доступність визначається не самими цінами, а співвідношенням цін і доходів. Розрив в доходах населення між США і Україною нині, на жаль, дуже великий. В 2006 р. дохід американця досяг 90 дол. або 450 грн. на день, українця – 22 грн., тобто різниця є більш ніж в 20 разів. Ця цифра і є показником цінової доступності продовольства для споживача" [162, с.30].

Для встановлення залежності між калорійністю середньодобового раціону населення України і рівнем споживання основних продуктів харчування, в розрахунку на одну особу використовуємо метод групування (табл. 2.5).

В результаті проведеного групування в першу групу з рівнем калорійності середньодобового раціону населення до 2850 ккал в розрахунку на одну особу ввійшли АР Крим, Запорізька, Київська, Рівненська, Львівська, Одеська області; в другу – з рівнем калорійності в межах 2850-3000 ккал – Волинська, Дніпропетровська, Донецька, Житомирська, Кіровоградська, Луганська, Полтавська, Тернопільська, Харківська, Хмельницька області; в третю групу, де рівень калорійності середньодобового раціону населення перевищує 3000 ккал входять Вінницька, Закарпатська, Івано-Франківська, Миколаївська, Сумська, Херсонська, Черкаська, Чернівецька і Чернігівська області.

Аналіз проведеного групування підтверджує безпосередню залежність калорійності раціону населення України від рівня споживання основних продуктів харчування. Так, в третій групі областей калорійність середньодобового раціону населення у порівнянні з першою групою є вищою на 13,8% і забезпечується, в основному, за рахунок більшого споживання картоплі – на 34,8%,

## РОЗДІЛ 2

хлібних продуктів – 23,1, молока та молочних продуктів – 20,7, овочів та баштанних продовольчих культур – 19,8, цукру – 10,3%.

Дослідженнями виявлено наступну закономірність – в адміністративних областях України з низьким рівнем доходів населення в загальному споживанні переважають низькокалорійні, з низьким вмістом білка продукти (хлібопродукти, картопля, овочі).

Таблиця 2.5

**Групування областей України по калорійності середньодобового раціону населення в залежності від рівня споживання основних продуктів харчування, в розрахунку на одну особу, 2005 р.**

Показники	Групи областей по калорійності середньодобового раціону населення, в розрахунку на одну особу, ккал			Показники III групи в % до I групи
	I група до 2850	II група 2850-3000	III група понад 3000	
Кількість областей в групі	6	10	9	–
Калорійність середньодобового раціону населення, ккал	2738	2938	3116	113,8
М'ясо та м'ясопродукти, кг	38,4	39,0	37,0	96,4
Молоко та молочні продукти, кг	217,2	236,4	262,2	120,7
Яйця, шт.	238	228	237	99,6
Хлібні продукти, кг	112,1	124,5	138,0	123,1
Картопля, кг	118,9	149,4	160,3	134,8
Овочі та баштанні продовольчі культури, кг	105,9	108,9	126,9	119,8
Плоди, ягоди та виноград, кг	37,8	33,7	35,0	92,6
Риба та рибні продукти, кг	14,7	13,3	13,0	88,4
Цукор, кг	35,8	37,8	39,5	110,3
Олія, кг	13,3	13,1	13,3	100,0

*Джерело:* Розраховано за даними Статистичного збірника “Сільське господарство України” за 2005 р.

## 2.1. Аналіз розвитку ринку агропродовольчої продукції ...

Стосовно чинників, які впливають на енергетичну цінність і вміст поживних речовин середньодобового раціону харчування населення, доцільно визначити рівень щільності зв'язку між цим результативним показником і факторними значеннями, які характеризують рівень споживання основних продуктів харчування (Додаток 2).

Для визначення тісноти зв'язку між енергетичною цінністю середньодобового раціону населення України і рівнем споживання основних продуктів харчування використаємо регресійну модель, яку в загальному вигляді подамо таким чином:

$$y=f(x_1, x_2, x_3 \dots x_n) \quad (2.1)$$

де  $y$  – досліджуваний економічний показник, залежна змінна функції чи результативної ознаки;

$x_1, x_2, x_3 \dots x_n$  – чинники, незалежні змінні.

Шляхом логічного аналізу на попередньому етапі була висунута гіпотеза про те, що досліджуваний нами результативний показник залежить від 10 чинників, на основі яких можна скласти відповідну матрицю змінних, які характеризують середньорічний рівень споживання, в розрахунку на одну особу, таких продуктів харчування: м'яса та м'ясних продуктів –  $x_1$ ; молока і молокопродуктів –  $x_2$ ; яєць –  $x_3$ ; хліба та хлібних продуктів –  $x_4$ ; картоплі –  $x_5$ ; овочів та баштанних продовольчих культур –  $x_6$ ; плодів, ягід та винограду –  $x_7$ ; риби і рибопродуктів –  $x_8$ ; цукру –  $x_9$ ; олії і рослинних жирів –  $x_{10}$ .

Проте, розрахунок коефіцієнтів парної кореляції та аналіз кореляційної матриці, яку одержано за допомогою пакету Microsoft Excel “Аналіз даних” інструменти аналізу “Кореляція” виявив наявність мультиколінеарності між таким факторами:  $x_2$  та  $x_5$ ;  $x_5$  та  $x_8$ ;  $x_8$  та  $x_{10}$  (Додаток 3).

Отже, з переліку чинників виключено  $x_5$  (картопля) та  $x_{10}$  (олія і рослинні жири), і на наступному етапі побудовано багатofакторну лінійну модель вигляду:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_mx_m \quad (2.2)$$

Для виконання розрахунків використано пакет “Аналіз даних” інструмент аналізу “Регресія”. В результаті отримали таке лінійне багатofакторне рівняння:

$$y = 113,1 + 7,7x_1 + 2,2x_2 + 0,5x_3 + 9,6x_4 + \\ + 0,8x_6 + 2,5x_7 + 0,2x_8 + 13,3x_9$$

Аналіз значень t - критерій Стьюдента показав несуттєвість параметрів при  $x_3$  (яйця) і  $x_8$  (риба і рибопродукти), тому вирішено було їх вилучити з моделі і побудувати остаточний її варіант:

$$y = 219,2 + 7,6x_1 + 2,2x_2 + 9,3x_4 + 0,7x_6 + 2,8x_7 + 14,5x_9$$

Коефіцієнт множинної кореляції становить 0,984, коефіцієнт множинної детермінації – 0,969 або 96,9%, що свідчить про наявність дуже сильного зв'язку результативного і факторних показників. Значення F – критерія Фішера дорівнює 93,9, що значно вище відповідного табличного значення ( $L = 0,05$ ;  $K_1 = 6$ ;  $K_2 = 18$ ;  $F_{\text{табл.}} = 2,66$ ), отже зв'язок є суттєвим, що важливо враховувати при обґрунтуванні стратегічних і тактичних управлінських рішень щодо перспективного формування раціональної структури харчування населення України.

Прогнозування перспектив споживання основних продуктів харчування, які повинні бути запропоновані на агропродовольчому ринку – це складний багатогранний процес, який передбачає розробку сукупності прогнозів і тісно пов'язаний з дією макро- і мікрочинників. Оскільки з проведеного кореляційно-регресійного аналізу випливає, що основні продукти харчування мають безпосередній вплив на формування калорійності середньодобового раціону харчування населення, то виникає необхідність спрогнозувати рівень калорійності продуктів рослинного і тваринного походження в середньодобовому раціоні споживання населення України на більш віддалену перспективу.

Показники рівня калорійності середньодобового раціону населення України мають тенденцію до зростання в 2000-2005 рр. Враховуючи обмеженість інформаційно-аналітичних даних щодо використання більш ширшого кола чинників, які його формуватимуть, з рівняння регресії різних видів найбільше відповідає емпіричним даним парабола другого порядку:

$$y = a_0 + b_1x + b_2x^2 \quad (2.3)$$

Розраховані на підставі стандартної комп'ютерної програми поліноміальні тренди представлені на (рис. 2.1 і 2.2).





**Рис. 2.1. Фактичне вирівнювання та прогнозування рівня калорійності середньодобового раціону споживання продуктів рослинного походження населенням України**

Використання поліноміальної функції на рис. 2.1 дозволило встановити значення рівня калорійності середньодобового раціону споживання продуктів рослинного походження населенням України на прогнозовані періоди. Так, у 2008-2009 рр. можна очікувати прогноз цього показника – 2208 ккал, в 2010 р. – 2204 ккал, що на 1,1% більше, ніж в базовому 2005 р.

Графічний аналіз зв'язку за допомогою кореляційного поля, як видно з рис. 2.2 встановлює прогнозні значення рівня калорійності середньодобового раціону споживання продуктів тваринного походження населенням України, які становитимуть в 2008 р. – 786 ккал; 2009 р. – 797 ккал; 2010 р. – 806 ккал, або майже на 10,0% більше, ніж в 2005 р.

Загальний прогнозований рівень калорійності в 2010 р. становитиме 3011 ккал, або на 3,3% більше, ніж в 2005 р. Вважаємо, що таке зростання середньодобового раціону харчування населення України є цілком логічним.



**Рис. 2.2. Фактичне вирівнювання та прогнозування рівня калорійності середньодобового раціону споживання продуктів тваринного походження населенням України**

Дослідження показують, що нині в Україні основною проблемою для населення є не відсутність на агропродовольчому ринку продуктів харчування, а відсутність можливості придбати їх за сукупні доходи.

Як результат, існує проблема недостатнього харчування. Водночас, через обмеженість коштів, значна частина населення через низьку купівельну спроможність не в змозі постійно споживати необхідну кількість продуктів харчування для забезпечення активного та здорового життя, отримувати з продуктами необхідну кількість калорій.

З теоретичної точки зору, у регіонах з більшою величиною доходів і більшими витратами на одну особу показник калорійності середньодобового раціону населення повинен бути більшим у порівнянні з регіонами, де такі витрати менші. Але при проведенні дослідження встановлено, що таке припущення є необґрунтованим.

## 2.1. Аналіз розвитку ринку агропродовольчої продукції ...

Виходячи з цього, важливо оцінити тісноту зв'язку між калорійністю середньодобового раціону населення в регіонах України і його доходами у грошовій та натуральній формі, в розрахунку на одну особу.

Обчислення, пов'язані з використанням кореляційно-регресійного аналізу зв'язку двох ознак, що характеризують агропродовольчий ринок, доцільно поділити на такі етапи: вибір вигляду рівняння регресії; обчислення параметрів рівняння регресії; оцінка щільності зв'язку; перевірка суттєвості зв'язку.

Кількісним показником тісноти прямолінійного зв'язку результативної ознаки з парною є коефіцієнт парної кореляції, який обчислюється за формулою:

$$r = \frac{\overline{xy} - \bar{x} \cdot \bar{y}}{\sigma_x \cdot \sigma_y} \quad (2.4)$$

де  $r$  – лінійний коефіцієнт кореляції;

$\overline{xy}$  – середня із добутків ознак  $x$  та  $y$ ;

$\bar{x}$  – середня із значень  $x$ ;

$\bar{y}$  – середня із значень  $y$ ;

$\sigma_x$  – середнє квадратичне відхилення факторної ознаки;

$\sigma_y$  – середнє квадратичне відхилення результативної ознаки.

ки.

Середні квадратичні відхилення можна визначити за допомогою таких формул:

$$\sigma_x = \sqrt{\overline{x^2} - (\bar{x})^2} \quad (2.5)$$

$$\sigma_y = \sqrt{\overline{y^2} - (\bar{y})^2} \quad (2.6)$$

Аналіз вихідних даних показує (Додаток 4), що в регіонах, де середньорічний рівень доходів в розрахунку на одну особу є більшим від середнього показника по Україні (Запорізька, Київська, Харківська області), показник калорійності середньодобового раціону харчування є нижчим на 5,5% від середнього показника в державі. І навпаки, з меншим рівнем доходів (Закарпатська, Чернівецька, Херсонська області) – показник калорійності середньодобового раціону населення вищий на 4,8%.

Використавши відповідні статистичні і розрахункові дані, ми встановили, що в 1997 р. величина коефіцієнта парної кореляції між калорійністю середньодобового раціону населення України і його доходами, в розрахунку на одну особу, становила – 0,348. За шкалою Чеддока, яка дає якісну оцінку щільності зв'язку, ступінь взаємозв'язку був помірний впродовж наступних років його щільність між досліджуваними факторами динамічно послаблювалась і досягла в 2005 р. 0,214.

Рівняння прямої, яка кількісно описує залежність між калорійністю середньодобового раціону населення в областях України і його доходами, в розрахунку на одну особу в 2005 р. матиме такий вигляд:

$$y_x = -0,0586x + 3282,5$$

По розрахункових показниках 2005 р. встановлено, що критерій Фішера  $F = 1,11$ , а коефіцієнт детермінації  $R^2 = 0,046$ .

На основі проведеного кореляційно-регресійного аналізу можна зробити висновок, що між калорійністю середньодобового раціону населення в областях України і його доходами, в розрахунку на одну особу в 2005 р. сила зв'язку слабка.

Оцінка ситуації на ринку агропродовольчих товарів включає аналіз базових умов ринку попиту і пропозиції сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки. Тому, коли йде мова про попит, то слід відрізнити “реальний” і “потенційний” попит [185, с.140]. Реальний (фактичний) попит складається від рівня доходів населення, його купівельної спроможності та цін на ринку. Потенційний попит слід визначати залежно від рівня нормативної потреби населення у конкретних видах продуктів та їх нормативної потреби для виробництва.

Рівень розвитку ринку агропродовольчої продукції в Україні визначимо за допомогою таких показників: рівень залежності держави від імпортних заготівель окремих видів агропродовольства; рівень самозабезпеченості держави агропродовольчими товарами; збалансованість попиту і виробництва певних агропродовольчих продуктів в країні.

Рівень самозабезпеченості країни ( $K_s$ ) розраховується як співвідношення власного виробництва певного і-го виду продук-

## 2.1. Аналіз розвитку ринку агропродовольчої продукції ...

ту у визначений проміжок часу ( $Pvt$ ) до обсягу його споживання на внутрішньому ринку в  $t$ -му періоді ( $Hvt$ ) за формулою:

$$K_s = \frac{Pvt}{Hvt} \times 100\%. \quad (2.7)$$

У свою чергу обсяг зовнішніх закупівель продукту ( $Pzt$ ) до обсягу його внутрішнього споживання ( $Hvt$ ) визначає залежність держави від імпортних закупівель  $K_z$   $i$ -го виду продукту:

$$K_z = \frac{Pzt}{Hvt} \times 100\%. \quad (2.8)$$

Отже, збалансованість попиту і пропозиції певного  $i$ -го продукту в країні ( $Kit$ ) у визначений проміжок часу розраховується за формулою:

$$Kit = \frac{Rit}{Oit} \times 100\%. \quad (2.9)$$

де,  $Rit$  – обсяг пропозиції на агропродовольчому ринку держави, яка включає обсяг власного виробництва та імпортні закупівлі  $i$ -го виду продукції за певний проміжок часу;  $Oit$  – загальний обсяг реального (фактичного) попиту на певний  $i$ -ий вид продукції який визначається сумою його попиту на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Показник збалансованості попиту і пропозиції певного виду агропродовольчої продукції в країні, більший 100%, означає, що на визначеному проміжку часу пропозиція продукту перевищує попит і відбувається збільшення перехідних залишків даного продукту, і навпаки.

Внутрішній ринок агропродовольчої продукції відносно слабо залежить від імпортних закупівель: зерна і зернопродуктів – 0,4%; картоплі – 0,05%; овочів та продовольчих баштанних – 4,2%; молока та молокопродуктів – 2,0% і яєць – 0,8%, про що свідчить наявність цих продуктів на ринку (табл. 2.6).

Сильна залежність агропродовольчого ринку України від імпорту в 2008 р. спостерігалась по плодах, ягодах і винограду – 64,4% і м'ясу та м'ясних продуктах – 28,9%. Характерно, що за

## РОЗДІЛ 2

період 1995-2008 рр. залежність внутрішнього агропродовольчого ринку відповідно зросла на 21,5 і 27,3%.

Таблиця 2.6

**Залежність внутрішнього ринку агропродовольчої продукції від імпорту і рівень самозабезпеченості потреб України в агропродовольчих товарах, 1995-2008 рр.**

Види продукції	1995 р.		2000 р.		2008 р.		2008 р. +/- до 1995 р.	
	Рівень залежності від імпорту, %	Рівень самозабезпеченості, %	Рівень залежності від імпорту, %	Рівень самозабезпеченості, %	Рівень залежності від імпорту, %	Рівень самозабезпеченості, %	Рівень залежності від імпорту, %	Рівень самозабезпеченості, %
Зерно і зернопродукти	0,6	99,6	4,4	107,2	0,4	198,2	-0,2	98,6
Картопля	0,8	92,5	0,06	117,4	0,05	102,2	-0,75	9,7
Плоди, ягоди та виноград	12,3	93,7	9,6	105,9	64,4	72,2	59,9	-21,5
Овочі та продовольчі баштанні	0,7	104,1	0,5	102,8	4,2	107,4	3,5	3,3
Молоко та молочні продукти	0,4	105,6	0,4	105,5	2,0	107,6	1,6	2,0
М'ясо та м'ясопродукти	0,9	108,3	2,3	102,7	28,9	81,0	28,0	-27,3
Яйця	0,9	97,8	0,4	100,0	0,8	104,4	-0,1	6,6

*Джерело:* Розраховано за даними Статистичного збірника “Сільське господарство України” за 2008 р.

Аналогічна ситуація спостерігається і в рівні самозабезпеченості населення України в агропродовольчих продуктах (табл. 2.7).

З наведених даних в табл. 2.7 видно, що в 2008 р. найвищий рівень самозабезпеченості був досягнутий по зерну і зернопродуктах, а найнижчий – по плодах, ягодах та винограду. Аналізуючи цей показник в динаміці видно, що в 2008 р. у порівнянні з 2000 р. рівень самозабезпеченості населення зріс по зерну на 91,9 %, по овочам та продовольчим баштаним 4,0%, по молоку

## 2.1. Аналіз розвитку ринку агропродовольчої продукції ...

та молокопродуктах на 2,0 і яйцях курячих 4,4%, відповідно за цей період знизилося самозабезпечення населення картоплею на 15,2%, плодами, ягодами і виноградом на 33,7, м'ясом і м'ясними продуктами на 21,6%.

**Таблиця 2.7**

**Динаміка рівня самозабезпеченості населення України основними видами агропродовольчої продукції у 2000-2008 рр., %**

Види продукції	Роки						2008 р. +/- до 2000 р.
	2000	2004	2005	2006	2007	2008	
Зерно	106,3	154,4	146,8	133,7	121,1	198,2	91,9
Картопля	117,4	112,8	99,5	99,6	100,3	102,2	-15,2
Плоди, ягоди та виноград	105,9	93,8	89,2	70,2	74,2	72,2	-33,7
Овочі та продовольчі баштанні	103,4	103,8	103,3	109,4	100,8	107,4	4,0
Молоко та молочні продукти	105,5	114,0	115,3	107,9	105,8	107,5	2,0
М'ясо та м'ясні продукти	102,6	87,0	86,3	87,3	89,7	81,0	-21,6
Яйця	100,0	100,9	101,2	104,2	102,9	104,4	4,4

*Джерело:* Розраховано за даними Статистичного збірника “Сільське господарство України” за 2008 р.

Використавши фактичні дані Держкомстату України, можна розрахувати і проаналізувати рівень збалансованості реального попиту і пропозиції на окремі види агропродовольчої продукції (табл. 2.8).

Аналіз даних табл. 2.8 показує, що незважаючи на перевищення пропозиції по більшості продуктів попиту, збільшення обсягів їх споживання практично не відбувається, особливо, м'яса та м'ясопродуктів, молока та молокопродуктів, плодів, ягід та винограду. Першопричиною такої ситуації є динамічно спадаюча купівельна спроможність населення України.

Обмеження купівельної спроможності споживачів стосовно продуктів харчування в певній мірі пояснюється недосконалістю державних соціальних програм із-за відсутності бюджетних коштів для їх реалізації, що змушує населення спрямовувати значну

## РОЗДІЛ 2

частку доходів на лікування та надання родичам матеріальної допомоги. Крім цього, постійне зростання цін на комунальні платежі і надмірне споживання алкогольних напоїв зменшує можливість повноцінного калорійного харчування.

Таблиця 2.8

Оцінка збалансованості реального попиту і пропозиції на окремі види агропродовольчої продукції в Україні, 1995-2008 рр., %

Види продукції	Роки						2008 р. +; - до 1995 р.
	1995	2000	2005	2006	2007	2008	
Зерно і зернопродукти	99,6	106,9	146,3	135,7	129,5	167,3	67,7
Картопля	92,5	117,4	99,5	99,9	99,7	99,9	7,2
Плоди, ягоди та виноград	94,4	105,4	92,0	89,8	90,1	92,8	-1,6
Овочі та продовольчі баштанні	104,1	103,4	103,3	97,8	103,0	102,4	-1,7
Молоко та молочні продукти	105,6	105,4	115,1	93,4	91,4	90,1	-15,5
М'ясо та м'ясопродукти	108,2	102,6	88,3	92,2	96,4	96,6	-11,6
Яйця	97,9	100,7	101,2	99,8	100,4	100,8	2,9

*Джерело:* Розраховано за даними Статистичного збірника “Сільське господарство України” за 2008 р.

Для більш глибокого дослідження і оцінки ситуації на ринку агропродовольчої продукції, на нашу думку, представляє інтерес оцінка потенційного попиту і пропозиції. Для розрахунку вказаних показників прийняті такі умови: обсяг виробництва по окремих видах продукції прийнятий на рівні 2008 р., імпорتنі закупівлі та експорт поставки визначені на рівні середніх за останнє п'ятиріччя, внутрішнє споживання на виробничі потреби залишене без змін на рівні 2008 р., а на харчові потреби – розраховано виходячи з рекомендованих нормативних рівнів споживання окремих продуктів харчування.

Застосувавши такий методологічний підхід, можна зробити висновок, що при оцінці показників співвідношення між потенційним рівнем попиту на агропродовольчому ринку і сучасним



## 2.1. Аналіз розвитку ринку агропродовольчої продукції ...

станом розвитку агропромислового комплексу існує невідповідність рівня розвитку останнього сучасним вимогам суспільства (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

### Оцінка ринку агропродовольчої продукції в Україні з врахуванням потенційного попиту, 2008 р., %

Види продукції	Рівень залежності від імпорту	Рівень самозабезпеченості	Збалансованість попиту та пропозиції
Зерно і зернопродукти	0,4	198,2	110,4
Картопля	0,05	102,2	101,3
Плоди, ягоди та виноград	64,4	72,2	64,8
Овочі та продовольчі баштанні	4,2	107,4	86,1
Цукор	2,0	107,5	104,0
Молоко та молочні продукти	28,9	107,5	83,5
М'ясо та м'ясопродукти	0,8	81,0	49,5
Яйця	0,4	87,3	87,9

*Джерело:* Розраховано на основі даних Статистичного збірника “Сільське господарство України” за 2008 р.

Цим вимогам, по суті, відповідає лише виробництво цукру, картоплі, зерна та зернопродуктів. Водночас зберігається досить низька залежність внутрішнього споживання від імпортних закупівель та низький рівень задоволення потреб країни в агропродовольчих товарах обсягами їх власного виробництва. Виняток становлять такі агропродовольчі товари як плоди, ягоди та виноград, м'ясо та м'ясопродукти.

Для характеристики внутрішнього ринку країни і повнішого уявлення про ситуацію на ньому необхідно проаналізувати структуру каналів забезпечення попиту на ринку агропродовольчих товарів (табл. 2.10).

Аналіз показників табл. 2.10 дозволяє зробити висновок про досить низький рівень розвитку в країні ринку агропродовольчих продуктів та високий рівень їх натуралізації. По суті, через ринкові канали продається не більше 30% основних видів агропродовольчих продуктів. Лише м'ясо і молоко та продукти їх перероб-

## РОЗДІЛ 2

ки перевищують вищезазначений рівень. Забезпечення потреб населення за рахунок самозабезпечення значно зросла по зерну і зернопродуктах, картоплі, овочах та продовольчих баштанних, в 2008 р. рівень самозабезпеченості знаходився в межах 67,7-86,7% від загального попиту на ці агропродовольчі товари.

Дослідження показують, що значна категорія споживачів, чий рівень доходів помітно обмежує можливості вибору високоякісної продукції, постійно перебуває в зоні ризику. При цьому вирішальним фактором стає ціна продукції, оскільки саме в ціні закладено найвищі або найнижчі показники якості агропродовольчої продукції. Соціальна небезпека криється в тому, що для окремих малоїмущих категорій населення чим нижчою є ціна на продовольчі товари, тим краще.

Досвід країн ЄС засвідчує, що важливим механізмом гарантії якості агропродовольчої продукції виступає сертифікація.

Таблиця 2.10

**Структура маркетингових каналів забезпечення попиту на агропродовольчі товари в Україні, в 2000 р.; 2008 р., %**

Види продукції	Джерело забезпечення потреби							
	торговельна мережа		ринок		інші надходження		Самозабезпечення	
	2000 р.	2008 р.	2000 р.	2008 р.	2000 р.	2008 р.	2000 р.	2008 р.
Зерно і зерно продукти	7,7	6,2	20,1	8,4	13,0	17,7	59,2	67,7
Картопля	0,6	0,6	12,2	10,3	5,0	2,4	82,2	86,7
Плоди, ягоди та виноград	6,5	18,8	22,0	20,2	16,4	14,6	55,1	46,4
Овочі та продовольчі баштанні	2,9	5,6	19,3	18,9	10,6	5,7	67,2	69,8
Молоко та молочні продукти	19,8	36,5	15,6	14,0	9,5	4,4	55,1	42,1
М'ясо та м'ясопродукти	12,3	28,4	27,4	22,7	14,4	22,6	45,9	26,3
Яйця	7,8	31,7	22,0	41,7	6,9	14,9	63,3	11,7

*Джерело:* Розраховано за даними статистичного збірника “Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України” за 2000 р.; 2008 р.

## **2.1. Аналіз розвитку ринку агропродовольчої продукції ...**

Натуралізація ринку пов'язана з тим, що впродовж декількох останніх років серед каналів збуту сільськогосподарської продукції значно зросла частка продукції, що розподіляється господарствами своїм працівникам у вигляді натуральної оплати.

Основні причини цього загальновідомі – високий рівень заборгованості, нестача оборотних коштів у сільському господарстві. Особливо помітною стає ця тенденція на прикладі зерна – найбільш універсального товару – заміника грошей у сучасному сільському господарстві. В рахунок натуральної плати праці реалізовувалася також значна частина худоби та птиці, що можна пояснити тим, що господарства аграрного сектора звільнилися від збиткових в умовах поточної ринкової кон'юнктури галузей тваринництва.

Поступовий перехід вітчизняного аграрного сектора до моделі сталого розвитку, повинен призвести до зростання обсягів виробництва агропродовольчої продукції, при незначних нинішніх темпах зростання доходів населення і позитивно вплинути на місткість агропродовольчого ринку України.

Використавши вихідні дані щодо розвитку демографічних перспектив України на період до 2026 р., щодо очікуваної чисельності населення в 2010 р.; 2015 р., які обґрунтовані вченими НАН України [203, с.52] і розрахункові показники реально можливого платоспроможного попиту населення, нами здійснено прогноз потенційної місткості агропродовольчого ринку України по основних видах продукції (табл. 2.11).

Аналіз даних табл. 2.11 показує, що потенціал зростання обсягів споживання основних видів агропродовольчої продукції в Україні досить високий, зокрема, щодо плодів, ягід та винограду – 203,4%, м'яса і м'ясопродуктів – 181,0, молока та молокопродуктів – 152,8, овочів та продовольчих баштанних – 121,8%. Для забезпечення рекомендованих науково-обґрунтованих фізіологічних норм харчування рівень попиту на агропродовольчому ринку України повинен зрости. Це вимагає зростання сукупних витрат на одну особу у 5-6 разів. Основними складовими такого зростання повинно бути покращення економічної ситуації в державі, сталий розвиток сільського господарства, зростання продуктивності праці тощо.

Таблиця 2.11

**Прогнозування потенційної місткості агропродовольчого ринку України  
по основних видах продукції на 2010-2015 рр.**

Види продукції	Фактично, 2005 р.			Прогноз обсягів споживання				Потенціал зростання (зниження) обсягів споживання агропродовольства для потреб населення, 2015 р. до 2005 р.	
	Виробництво, тис. т	Споживання		2010 р.		2015 р.		тис. т	%
		всього, тис. т	на одну особу, кг	всього, тис. т	на одну особу, кг	всього, тис. т	на одну особу, кг		
М'ясо і м'ясопродукти	1597	1844	39,1	2840	62	3337	75	1493	181,0
Молоко і молокопродукти	13714	10625	225,6	14657	320	16242	365	5617	152,8
Яйця*	753	647	238**	727	275**	719	280**	72	112,3
Хліб і хлібопродукти	38016***	5817	123,5	5725	125	5340	120	-477	91,8
Картопля	19462	6386	135,6	5954	130	5562	125	-824	87,1
Овочі та продовольчі баштанні	7606	5663	120,2	6412	140	6897	155	1234	121,8
Плоди, ягоди та виноград	2133	1750	37,1	2381	52	3560	80	1810	203,4
Цукор	1824	1795	38,1	1740	38	1691	38	-104	94,2
Олія	1407	635	13,5	641	14	667	15,0	32	105,0

\* Для перерахунку взято середню вагу одного яйця – 57,75 г.

\*\* Споживання яєць в розрахунку на одну особу, штук. \*\*\* Виробництво зерна та зернобобових.

*Джерело:* Розраховано за даними Державного комітету статистики України

Таким чином результати проведеного аналізу є свідченням невідповідності сучасного рівня розвитку агропродовольчого ринку України вимогам часу, зокрема, його неспроможності задовольнити внутрішній попит.

Крім цього, незадовільний стан в аграрному секторі і незбалансованість агропродовольчого ринку привели до високого рівня натуралізації агропромислового виробництва.

## ***2.2. Система реалізації продукції сільгоспвиробниками і розвиток інфраструктури аграрного ринку***

Важливою складовою агропродовольчого ринку і загального процесу відтворення в сільському господарстві є реалізація сільськогосподарської продукції, яка слугує завершальним етапом руху продукту зі сфери виробництва у сферу споживання, якщо він призначений для реалізації на кон'юнктурних ринках. Без реалізації продукції практично не можливо повторити процес виробництва, адже вона виступає як обов'язкова умова виробництва і відтворення в сільському господарстві.

У колишній економіці України сільськогосподарське виробництво і збут продукції були елементами планової системи. Функцію просування продукції до кінцевого споживача у більшості випадків здійснювала держава – близько 85% товарної продукції сільського господарства закуповувались державою, і до 90% продовольчих товарів реалізовувались державними торгівельними підприємствами [180, с.114].

З переходом на початку 90-х років ХХ ст. до ринкових відносин в системі реалізації сільськогосподарської продукції відбулося суттєве заміщення системи державного розподілу продукції ринковою інфраструктурою. Нині у збутових агропродовольчих ланцюгах домінуючу роль відіграють недержавні суб'єкти економіки, між якими встановлюються виробничо-економічні зв'язки якісно нового типу, що формуються переважно під впливом ринкової кон'юнктури.

Ефективність організації виробничо-збутового процесу в значній мірі залежить від повноти запровадження сучасного мар-

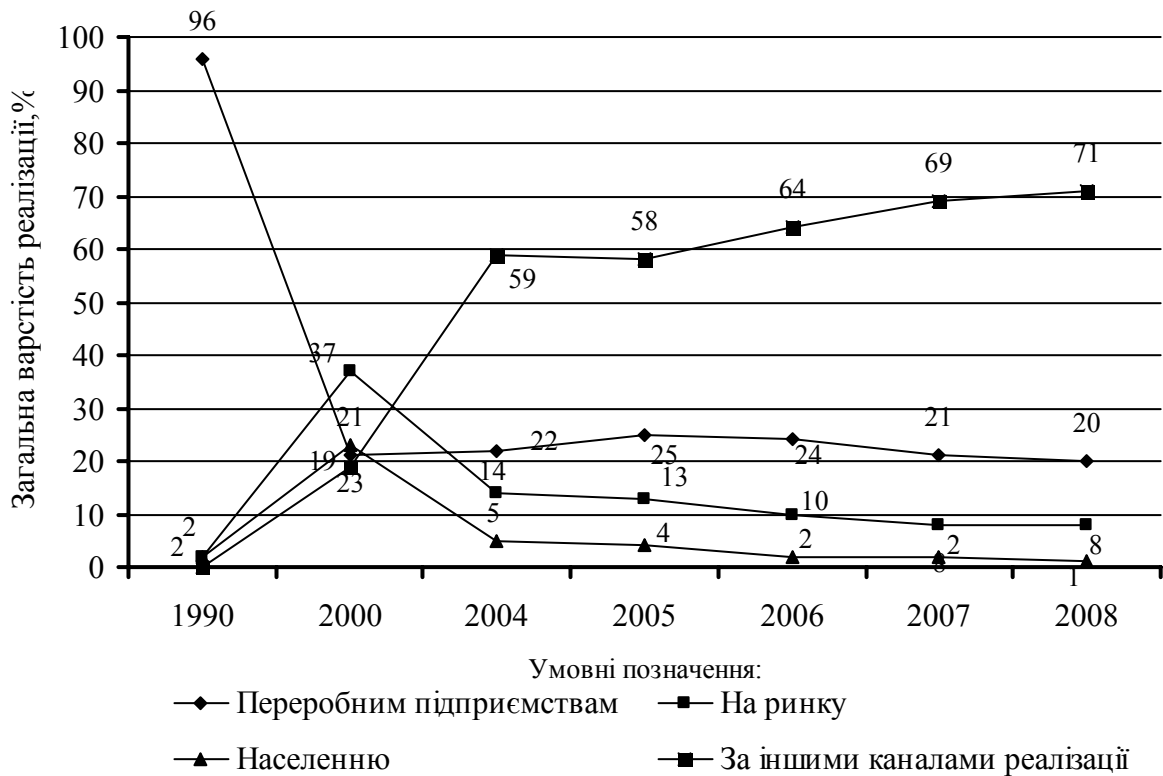
кетингу. Це особливо важливо для сільгоспвиробників, яким необхідно самостійно налагоджувати маркетингові канали збуту виробленої сільськогосподарської продукції.

Особливості агропромислового виробництва в умовах функціонування ринкових відносин зумовлюють багатоканальність збуту і реалізації його продукції. Реалізація сільськогосподарської продукції – це обсяги продукції, яка реалізована аграрними формуваннями за всіма каналами: переробним підприємствам, організаціям споживчої кооперації, на ринку, населенню в рахунок оплати праці (включаючи реалізацію через систему громадського харчування), пайовикам в рахунок орендної плати за землю та майнових паїв (часток), на товарних біржах, аукціонах, та ін. В обсяги реалізації сільськогосподарської продукції не включається продукція, передана на переробку на давальницьких засадах (за виключенням цукрових буряків).

За роки адаптації аграрного сектора економіки України до ринкових умов відбулися величезні зміни в структурі загальної вартості реалізованої продукції по збутових каналах (рис. 2.3).

В 1990 р. основним заготівельником виробленої продукції у сільському господарстві були переробні підприємства – 96%, а в 2008 р. вони займали лише 20% у загальній вартості реалізованої продукції. Цей показник є підтвердженням, що моносонічне становище переробних підприємств ліквідовано. Відбулася помітна диверсифікація каналів збуту, зростання обсягів реалізації продукції за нетрадиційними для планової економіки шляхами: на ринку; населенню; комерційним структурам.

Дослідження показують, що за останні кілька років комерційні канали стали основними і водночас найменш організованими, упорядкованими й прозорими, але це не призводить до дохідності сільських товаровиробників. Все більше товарних потоків проходить через так звані селянські або міські стихійні ринки, власні торговельні мережі чи магазини сільгосптоваровиробників і недержавні збутові організації. Це деякою мірою дає змогу встановлювати вищі ціни на вирощену продукцію, проте прозорість таких каналів реалізації залишається дуже низькою, що у свою чергу значно підвищує ризик дрібних товаровиробників.



**Рис. 2.3. Розвиток збутових каналів реалізації продукції сільськогосподарськими підприємствами України за 1990-2008 рр., у % до загальної вартості реалізації**

Для глибшого аналізу розвитку збутових каналів слід мати повну уяву про виробників сільськогосподарської продукції і кінцевих споживачів продукції, але й про інших партнерів аграрного ринку. Адже безпосередня взаємодія виробників і споживачів має місце на споживчих ринках, хоча у великих містах поширеною практикою стало недопущення безпосередніх виробників – власників особистих селянських господарств на так звані “колгоспні” ринки різного роду посередницькими структурами. Встановлено, що на кінцеве споживання використовується понад третина валового виробництва сільськогосподарської продукції, яка в основному надходить через інших суб’єктів агропродовольчого ринку до кінцевих споживачів.

В структурному відношенні особливо стрімкою була переорієнтація на ринковий збут по зернових культурах (пшениця, ячмінь) та олійних (соняшник, ріпак), які є найбільш прибутковими в умовах України (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Динаміка реалізації продукції сільськогосподарськими підприємствами України за окремими каналами, % до загального обсягу реалізації

Види продукції	Роки					2008 р. +/- до 1990 р.
	1990	2000	2006	2007	2008	
<b>Заготівельним організаціям та переробним підприємствам</b>						
Зернові культури	80,4	4,0	4,6	5,1	4,4	-76,0
Олійні культури	98,9	2,4	4,0	3,9	4,5	-94,4
Цукрові буряки	100,0	93,0	91,0	92,4	93,4	-6,6
Овочі	89,4	13,3	15,6	8,8	22,6	-66,8
Плоди та ягоди	86,8	16,1	15,3	26,7	30,6	-56,2
Худоба та птиця	94,8	21,6	35,2	34,6	30,7	-64,1
Молоко та молочні продукти	99,1	66,3	88,3	90,4	92,7	-6,4
<b>На ринку</b>						
Зернові культури	3,2	34,8	9,9	8,7	7,9	4,7
Олійні культури	0,3	46,4	9,1	7,6	6,9	6,6
Цукрові буряки	–	4,0	0,1	0,0	0,0	–
Овочі	8,0	47,0	27,3	29,8	18,5	10,5
Плоди та ягоди	9,8	49,8	33,8	28,6	28,1	18,3
Худоба та птиця	1,8	38,4	9,1	7,8	7,9	6,1
Молоко та молочні продукти	0,1	21,2	3,0	2,1	1,5	1,4
<b>Населенню в рахунок оплати праці</b>						
Зернові культури	13,2	20,6	3,7	2,7	1,5	-11,7
Олійні культури	0,8	10,1	0,7	0,4	0,3	-0,5
Цукрові буряки	–	0,5	0,1	0,0	0,0	–
Овочі	2,6	21,1	2,2	1,5	0,9	-1,7
Плоди та ягоди	3,4	22,7	4,7	3,7	2,2	-1,2
Худоба та птиця	3,3	31,9	3,0	2,2	1,6	-1,7
Молоко та молочні продукти	0,8	7,5	1,2	0,7	0,5	-0,3
<b>За іншими каналами</b>						
Зернові культури	3,2	40,6	81,8	83,5	86,2	83,0
Олійні культури	0,0	41,1	86,2	88,1	88,3	88,3
Цукрові буряки	–	2,5	8,8	7,6	6,6	6,6
Овочі	0,0	18,6	54,9	59,9	58,0	58,0
Плоди та ягоди	0,0	11,4	46,2	41,0	39,1	39,1
Худоба та птиця	0,1	8,1	52,7	55,4	60,0	59,9
Молоко та молочні продукти	–	5,0	7,5	6,8	5,3	75,3

Джерело: Розраховано за даними Держкомстату України.



## **2.2. Система реалізації продукції сільгоспвиробництва ...**

Наведені дані табл. 2.12 показують, що практично до 2000 р. господарства суспільного сектора, орієнтуючись на ринковий попит, нарощували обсяги реалізації на вільному ринку, тобто через власну торгівельну мережу – магазини, ларки, палатки – за готівку. Зазначена тенденція спостерігалася навіть по олійних культурах і цукрових буряках – практично безальтернативних щодо каналів реалізації видів продукції. У 2000 р. частка реалізованої на вільному ринку продукції досягла максимальних значень по всій перерахованій номенклатурі. Цим шляхом реалізувалося понад третина зернових культур та м'яса худоби та птиці, практично половина овочів, плодів і ягід та олійних культур.

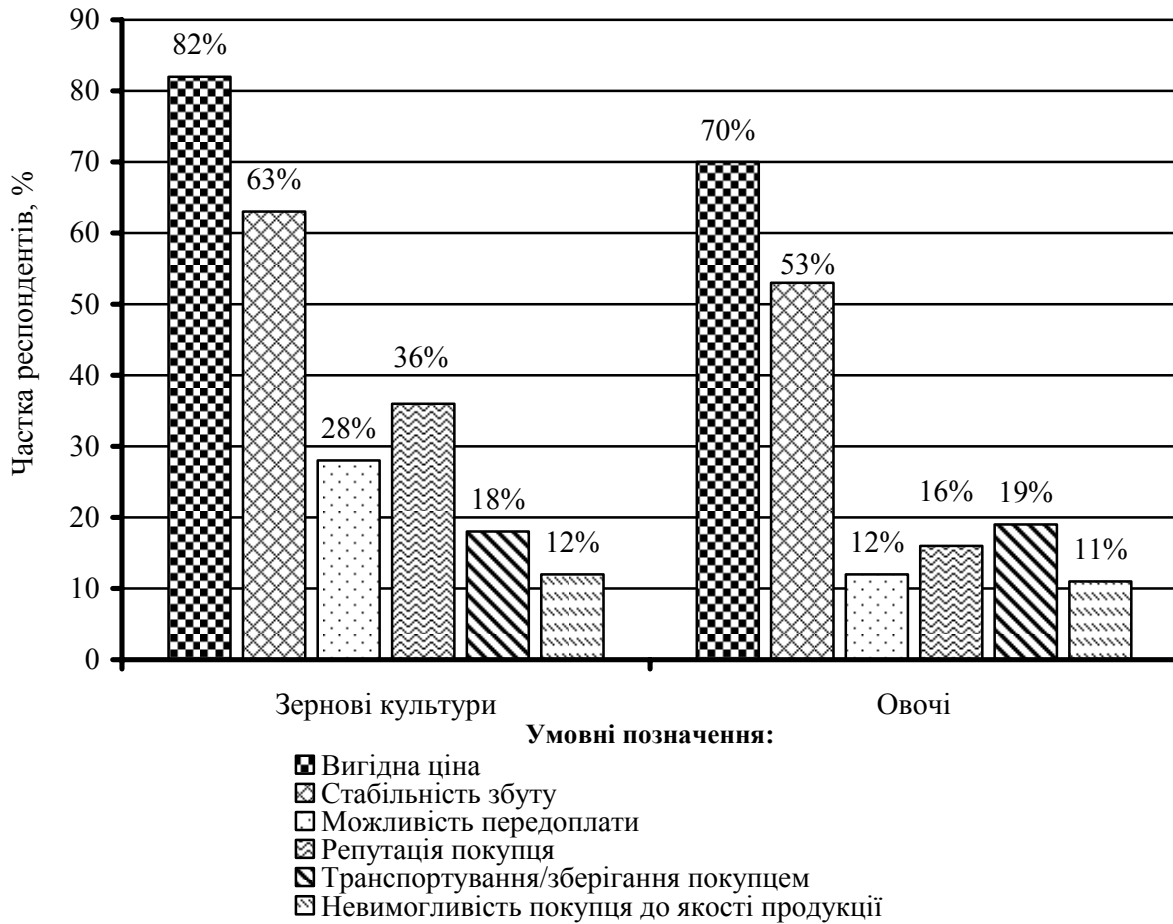
В 2004-2008 рр. сільськогосподарські підприємства помітно зменшили реалізацію через власну торговельну мережу на ринку (особливо по зернових і олійних культурах, молоку та молокопродуктах) і переорієнтувалися на прямі посередницько-збутові ланки.

На цьому фоні варто відзначити, що впродовж останніх років у багатьох видах сільськогосподарської сировини (насіння соняшнику, овочі, фрукти, м'ясо тварин) відчували гостру нестачу вітчизняні переробні підприємства, виробничі потужності яких використовувалися незадовільно.

Ці тенденції свідчать про ринкову переорієнтацію сільськогосподарського виробництва, що впродовж останніх років посилено втягується в агробізнес, масштаби якого визначаються умовами поточної кон'юнктури на агропродовольчому ринку.

Для з'ясування, які ж критерії впливають на вибір каналу збуту при реалізації сільськогосподарської продукції, нами використано методичний підхід Міжнародної Фінансової Корпорації [16] для проведення соціологічного дослідження товаровиробників сільськогосподарської продукції в Тернопільській області. В процесі дослідження анонімним анкетним опитуванням охоплено 167 керівників сільськогосподарських підприємств і 112 власників фермерських господарств (Додаток 5).

Дослідженнями виявлено, що серед наведених чинників вибору каналу реалізації вигідна ціна та стабільність збуту продукції відіграють першочергову роль (рис. 2.4).



**Рис. 2.4. Критерії вибору каналу збуту при реалізації продукції виробниками Тернопільської області в 2007 р., у % до загальної кількості відповідей**

З наведеного рис. 2.4 видно, що 82% виробників зернових та 70% опитаних виробників овочів вважають, що саме ціна є визначальним чинником у їх рішенні продавати продукцію тому чи іншому покупцю. Така ситуація пояснюється необхідністю сільгоспвиробників отримувати готівку за реалізовану продукцію, оскільки саме готівка у більшості випадків є основним джерелом отримання доходів.

Чинник стабільності збуту продукції стоїть на другому місці, адже про його важливість стверджують 63% виробників зернових та 53% опитаних виробників овочів. Для сільгоспідприємств і фермерських господарств стабільність збуту є досить важливою, тому що вона дозволяє виробнику визначати перспективні обсяги виробництва продукції та більш чітко планувати фінансову діяльність. Інші чинники (репутація покупця, транспор-

тування продукції покупцем, можливість передоплати тощо) відіграють другорядну роль.

Аналізуючи вплив критеріїв вибору каналу збуту, необхідно зауважити наступне: хоч у більшості випадків сільгосп підприємства і фермерські господарства мають приблизно однакові пріоритети щодо вибору каналу збуту, в той же час їх вибір пріоритетного каналу збуту в окремих випадках може різнитися. Так, чинник можливості транспортування/зберігання покупцем продукції є більш значущим для фермерських господарств, ніж для сільськогосподарських підприємств.

На нашу думку, невирішеною проблемою в Україні залишається нерівномірне надходження сільськогосподарської продукції в 1995-2008 рр., особливо рослинницької, на агропродовольчий ринок. Переважаюча частка сільгосппродукції надходить на ринок відразу після збирання урожаю. Встановлено, що протягом червня-вересня сільгоспвиробники реалізують 52% вироблених зернових культур і 63% овочевої продукції. Основна причина продажу продукції зразу ж після збирання урожаю, більшістю респондентів пояснюється необхідністю отримання готівки, перш за все, для сплати кредитів та розрахунку за поставлені раніше матеріально-технічні ресурси. Продаж значних обсягів сільськогосподарської продукції протягом короткого періоду часу несприятливо впливає на цінову кон'юнктуру, тобто веде до різкого зниження ринкової ціни, що в кінцевому рахунку негативно позначається на доходах товаровиробників.

Ефективність просування сільськогосподарської продукції від товаровиробників до споживачів та наповнення відповідних продовольчих ринків значною мірою залежить від всіх складових ланок інтегрованого виробництва, встановлення раціонального співвідношення між цінами та доходами суб'єктів ринку. У пореформений період середні ціни реалізації основних видів аграрної продукції сільськогосподарськими підприємствами досягли наступного рівня (табл. 2.13).

За 2000-2008 рр. відбулося зростання середньореалізаційних цін по всіх видах сільськогосподарської продукції. Зокрема, ціни на м'ясо худоби і птиці, плоди і ягоди, овочі зросли більш ніж в чотири рази, а на олійні культури, молоко та молокопродукти – в 3 рази. Середньореалізаційні ціни на зерно коливаються (більше

ніж у 1,7 раза у 2000 р. проти попереднього), маючи не тільки високу варіацію, а й із року в рік забезпечують дедалі нижчу рентабельність реалізації. У 2008 р. ціна реалізації зерна сільськогосподарськими підприємствами також зросла у порівнянні з 2000 р. на 75,4% і становила 778,6 грн. за 1 тонну.

Таблиця 2.13

**Динаміка середніх цін реалізації основних видів аграрної продукції сільськогосподарськими підприємствами України, 2000-2008 рр., грн. за 1 т**

Види продукції	Роки					2008 р. в % до 2000 р.
	2000	2005	2006	2007	2008	
Зернові культури	443,8	417,8	515,2	883,5	778,6	175,4
Олійні культури	525,7	981,5	1007,5	1866,8	1734,6	3,2 раза
Цукрові буряки	121,5	177,0	186,0	157,6	218,9	180,2
Картопля	517,1	685,9	1070,3	1032,0	1154,3	2,2 раза
Овочі	572,1	1462,1	1547,4	1995,4	2059,9	3,6 раза
Плоди та ягоди	394,9	987,8	1446,1	1528,4	1877,4	4,8 раза
Худоба та птиця	2358,0	6909,9	6307,7	6466,5	10184,3	4,3 раза
Молоко та молочні продукти	536,4	1126,9	1070,2	1660,6	2065,1	3,8 раза
Яйця, за 1 тис. шт.	191,7	251,8	192,7	274,4	377,4	2,0 раза
Вовна, за 1 ц	318,3	444,1	373,4	364,4	472,7	134,4

*Джерело:* Розраховано за даними Статистичного збірника “Сільське господарство України” за 2008 р.

Ще більших коливань зазнають реалізаційні ціни протягом календарного року. Наприклад, у 2004 р. ціна реалізації пшениці сільськогосподарськими підприємствами коливалась від 1055,6 грн. т у березні (найвищий рівень) до 480 грн. т у липні (найнижчий рівень). У США фермери реалізовували пшеницю за ціною від 745,1 до 578,8 грн. т, тобто розмах варіації становив усього 22% проти 308% в Україні [230, с.4].

Відомі вчені П.І. Гайдучкий, П.Т. Саблук вважають, що система збуту сільськогосподарської продукції повинна розвиватись та регулюватись цілеспрямовано державою із центру і на місцях, так як це робиться у зарубіжних країнах з високорозвинутим сільським господарством. Зокрема, у США 60% сільськогос-

## 2.2. Система реалізації продукції сільгоспвиробництва ...

подарської продукції, що виробляється фермерами, реалізується за регульованими каналами збуту [49, с.199].

Ефективне товаропросування на ринку можливе при зниженні собівартості виробленої продукції, оскільки собівартість – це особлива економічна категорія, яка включає всі грошові витрати конкретного підприємства, необхідні для здійснення його відтворення, й різниця між доходом і нею визначає прибуток, величина якого збільшується при її зниженні. Концентрованим економічним показником ефективності реалізації продукції являється рівень рентабельності (табл. 2.14).

**Таблиця 2.14**

### **Ефективність реалізації продукції сільськогосподарськими підприємствами України, 2000-2008 рр.**

Види продукції	2000 р.		2006 р.		2008 р.	
	Прибуток (збиток), млн. грн.	Рівень рентабельності (збитковості), %	Прибуток (збиток), млн. грн.	Рівень рентабельності (збитковості), %	Прибуток (збиток), млн. грн.	Рівень рентабельності (збитковості), %
Зернові культури	1792,2	64,8	523,0	7,4	2677,7	16,6
Цукрові буряки	56,5	6,1	185,3	11,0	84,2	7,1
Соняшник	368,3	52,2	498,3	23,4	619,7	18,4
Картопля	5,0	14,0	40,5	56,2	19,7	7,9
Овочі	-2,3	-1,7	17,4	16,1	103,3	11,1
Молоко	-78	-6,0	-77,9	-3,7	121,3	4,1
М'ясо: ВРХ	-729,2	-42,3	-783,6	-38,4	-590,4	-24,1
- свиней	-246,2	-44,3	-144,6	-9,3	7,0	0,3
- овець і кіз	-5,0	-46,4	-5,0	-33,9	-11,4	-38,6
- птиці	-32,3	-33,2	129,2	9,3	-115,5	-11,3
Яйця	42,4	10,6	-156,5	-10,8	334,2	13,0
Вовна	-13,9	-75,8	-6,8	-79,3	-7,7	-74,7

*Джерело:* Розраховано за даними Держкомстату України.

Аналіз даних табл. 2.14 показує, що в 2008 р. реалізація сільськогосподарськими підприємствами рослинницької продукції є прибутковою, найвищий рівень рентабельності по насінню

соняшника – 18,4% і зернових культур – 16,6%. Реалізація тваринницької продукції практично збиткова, найвища збитковість спостерігалася при реалізації м'яса ВРХ – 590,4 млн. грн. і м'яса птиці – 115,5 млн. грн. Причому ця тенденція поглиблюється з кожним роком.

Наявна ситуація негативно впливає на сферу виробництва сільськогосподарської продукції: по-перше, послаблює дію фактора матеріального стимулювання працівників, переважають витрати на куповані ресурси, хоча в натуральному вигляді використання їх у кілька разів скоротилося; по-друге, відбувається спрощення виробничих технологій, особливо в рослинництві, що зумовлює зниження врожайності, гіршу якість та подорожчання продукції, зниження її конкурентоспроможності.

Розбудова ефективних каналів збуту та вихід на нові ринки вимагає від багатьох сільськогосподарських товаровиробників витрат часу і зусиль, а також асоціюється з певними проблемами. У ході дослідження, проведеного фахівцями Міжнародної Фінансової Корпорації в рамках Проекту розвитку агробізнесу в Україні, встановлено, з якими основними проблемами стикаються сільськогосподарські підприємства і фермерські господарства під час реалізації виробленої продукції та наскільки ці проблеми є актуальними для двох категорій респондентів [16 с.23]. Основні проблеми аграрного маркетингу при збуті сільгосппродукції визначалися наступною градацією: “дуже хвилює”, “не дуже хвилює”, “не хвилює”, “важко відповісти”. Агреговані відповіді представлені в табл. 2.15.

Як видно з даних табл. 2.15, найбільш актуальною для учасників опитування залишається проблема низьких закупівельних цін, які не сприяють розширеному відтворенню аграрного виробництва. Вона непокоїть 78% опитаних сільгосппідприємств та 90% фермерських господарств.

Проблема низьких закупівельних цін пояснюється низкою об'єктивних і суб'єктивних чинників. Тут необхідно справедливо зазначити, що сільське господарство є тією галуззю господарської діяльності, де ціни зазнають значних коливань. Це особливо характерно для тих видів сільгосппродукції, ціни на які залежать від світових цін (зокрема, зернові культури, насіння соняшнику, ріпаку). Окрім того, нині купівельна спроможність українських

## 2.2. Система реалізації продукції сільгоспвиробництва ...

споживачів, незважаючи на властиву їй тенденцію до зростання, є нижчою, ніж у наших найближчих сусідів – країнах ЄС. Не слід ігнорувати той факт, що собівартість виробництва сільгосппродукції українськими виробниками у багатьох випадках є досить високою. Характерно, що часто сільгоспвиробники ще не вміють виходити на нові ринки та розвивати більш вигідні канали збуту. З огляду на всі ці чинники сільгоспвиробники, можливо, і не отримують бажану для них ціну.

**Таблиця 2.15**

### **Основні проблеми аграрного маркетингу та їхня актуальність для сільгоспвиробників України**

Назва проблеми	Сільськогосподарські підприємства				Фермерські господарства			
	Дуже хвилює, %	Не дуже хвилює, %	Не хвилює, %	Важко відповісти, %	Дуже хвилює, %	Не дуже хвилює, %	Не хвилює, %	Важко відповісти, %
Відсутність товарних партій продукції	22	40	32	6	19	43	34	4
Проблеми транспортування	35	36	28	1	23	50	24	3
Обмеженість закупівельних організацій	39	33	27	1	37	30	30	3
Проблеми з пакуванням	12	33	53	2	11	38	47	4
Нестача інформації про ринки збуту	26	34	38	2	29	39	28	4
Низький попит на продукцію	52	22	24	2	51	26	19	4
Проблеми із зберіганням	54	32	13	1	30	48	19	3
Низький рівень закупівельних цін	90	7	2	1	78	16	4	2

*Джерело:* За матеріалами Проекту розвитку агробізнесу в Україні Міжнародної Фінансової Корпорації.

Невирішеною залишається також проблема зберігання сільськогосподарської продукції, яка особливо непокоїть фермерські

господарства і дрібні сільгосппідприємства. Про це зазначає більше половини – 54% опитаних фермерів. Відсутність можливостей зберігати вироблену продукцію примушує багатьох виробників реалізовувати продукцію одразу після її виробництва.

Серед інших проблем слід виділити проблему транспортування продукції, яка найбільше непокоїть ті господарства, які мають слаборозвинену матеріально-технічну базу і, зокрема, недостатню кількість транспортних засобів. Проблема транспортування продукції є актуальною для понад 35% опитаних фермерів.

Обмежена кількість закупівельних організацій є проблемою, яка дуже хвилює 39% опитаних керівників фермерських господарств і 37% сільськогосподарських підприємств. Аналогічно, недостатнім є рівень поінформованості сільгоспвиробників про ринки збуту продукції.

Українські вчені-економісти П. Гайдучий [49, с.203], П. Саблук [183, с.218], О. Шпичак [232, с.160] при аналізі сільськогосподарської торгівлі найчастіше увагу зосереджують на проблемах цінового диспаритету та несформованості мережі посередницьких ланок, які б забезпечували ефективно просування продукції впродовж агропродовольчого ланцюжка за справедливими ціновими співвідношеннями. Згідно з існуючими оцінками експертів Німецької консультативної групи при Уряді України, внаслідок недосконалості системи збуту сільськогосподарські виробники в Україні отримують близько 40% кінцевої (експортної) ціни, тоді як німецькі фермери близько 70% [209, с.107]. Це свідчить, що потенційно прибутковість сільського господарства може бути подвоєна при наближенні інфраструктури вітчизняного ринку до європейських стандартів. Особливо високою в Україні є торговельна маржа (15-25%), що засвідчує серйозність проблем збуту для усіх без винятку суб'єктів агропродовольчого ринку, із-за несформованої ефективно функціонуючої інфраструктури ринку.

Інфраструктура агропродовольчого ринку – це система організацій та інституцій, яка забезпечує взаємозв'язок між структурними елементами ринку і сприяє вільному рухові сільськогосподарської продукції і товарів, безперервному процесу відтворення та функціонування сфер кінцевого споживання. Створення умов і механізмів для розвитку й ефективного функціонування інфраструктури агропродовольчого ринку – основне завдання



держави для забезпечення її продовольчої безпеки і реалізації експортних можливостей на зовнішніх ринках. Формування інфраструктури агропродовольчого ринку повинно здійснюватися за умови вдалої взаємодії всіх її складових частин і подальшого розвитку як організованої, цілеспрямовано впорядкованої сукупності для ефективного вирішення завдань ринку. Схематично інфраструктуру агропродовольчого ринку можна представити таким чином (рис. 2.5).

З наведеного рис. 2.5 видно, що інфраструктура агропродовольчого ринку включає комплекс елементів, які обслуговують ринкові відносини. Для поглибленого аналізу слід розподілити їх на окремі групи за ознакою спорідненості завдань і виконуваних функцій щодо забезпечення функціонування агропродовольчого ринку. До таких груп можна віднести такі складові: організаційну, кредитно-розрахункову, матеріально-технічного забезпечення, інформаційну, кадрового забезпечення.

В ідеальному варіанті функціонування, така організаційна структура агропродовольчого ринку здатна забезпечувати чіткий процес ринкового товарообігу, прозорість і стабільність ринку. Вона охоплює ряд підприємств, організацій, служб та інших формуваль, до яких належать товарні біржі, агроторговельні доми, аукціонні торги живою худобою і птицею, заготівельно-збутові та обслуговуючі кооперативи, оптова й оптово-роздрібна торгівля сільськогосподарською продукцією, системи цінового моніторингу і дорадництва.

Потенційні можливості для формування ефективної і дієвої інфраструктури національного агропродовольчого ринку відкрилися після проголошення Указу Президента України “Про заходи щодо забезпечення формування та функціонування аграрного ринку” від 6 червня 2000 р., а також Указу Президента України “Про заходи щодо прискорення розвитку аграрного ринку” від 8 серпня 2002 р., який фактично став дороговказом для продовження аграрної реформи. В них передбачена низка заходів з удосконалення інфраструктури, зокрема, врегулювання діяльності оптових продовольчих ринків, розробки регіональних програм розвитку обслуговуючих кооперативів, вирішення питання щодо створення Агентства з розвитку аграрного ринку.



**Рис.2.5. Організаційна інфраструктура агропродовольчого ринку**

Невід’ємним складовим елементом цивілізованої ринкової інфраструктури є біржі, які в країнах ринкової економіки довели високий рівень організації торгівлі і загалом свою високу суспільну значимість. Вважається, що відсутність у країні бірж фактично означає відсутність ринкової економіки.

Характерною особливістю виробництва сільськогосподарської продукції є вплив природно-кліматичних чинників на сезонність виробництва, що веде до чітко вираженої нестабільності, яка в значній мірі утруднює процес оцінки обсягів майбутнього врожаю для реалізації на товарному ринку, а головне – встановлення цін на товарну продукцію. Тому, із-за таких непередбачуваних умов товарна біржа з властивою їй системою торгівлі і класичними функціями дає можливість побудувати організаційно-економічний механізм ціноутворення, забезпечити систему страхування можливих ризиків із-за непередбачуваних змін кон’юнктури на товарному ринку.

Товарна біржа функціонує на основі прийнятих норм і правил біржової торгівлі за принципами: продаж товарів за стандартами; формування цін на основі співвідношення реального попиту і пропозиції; забезпечення торгів об’єктивною інформацією; дотримання всіма учасниками правил біржової торгівлі. Кожна товарна біржа як організація не виступає в угодах купівлі-продажу стороною, не є власником товарів, не купує їх і не продає, тобто функціонує з метою створення сприятливих умов при укладанні угод купівлі-продажу.

Організація біржової торгівлі в Україні почалася з 1991 р., а більш широкого розмаху торгівля сільськогосподарською продукцією, продовольчими товарами і технікою для села набула з 1995 р. з прийняттям Указу Президента України “Про заходи щодо реформування аграрних відносин”.

За інформацією Департаменту економічної стратегії та розвитку аграрного ринку Мінагрополітики України, на 01.01.2009 р. в Україні діяло 30 агропромислових бірж, які акредитовані та надають послуги з укладення угод купівлі-продажу сільськогосподарської продукції та продовольства для державних і регіональних потреб, а також укладення та реєстрації зовнішньоекономічних контрактів (табл. 2.16).

Таблиця 2.16

## Динаміка чисельності бірж в Україні, одиниць

Види бірж	Роки						2008 р. в % до 2000 р.
	1992	2000	2005	2006	2007	2008	
Зареєстровано бірж – всього	66	365	458	467	479	499	7,5 раза
з них:							
- агропромислових	4	28	30	29	30	30	7,5 раза
- універсальних	22	88	115	114	114	118	5,3 раза
- товарних і товарно- сировинних	28	146	244	258	272	293	10,5 раза
- фондових та їх філій	2	26	19	19	18	17	8,5 раза
- інших	10	77	50	47	45	41	4,1 раза

*Джерело:* За даними Статистичного збірника “Сільське господарство України” за 2008 р.

За даними Держкомстату України, останніми роками відбувалося послідовне збільшення обсягу укладених на біржах угод, який за 2000-2008 рр. збільшився у 16,9 раза (табл. 2.17).

За період 2000-2008 рр. середньорічна частка обсягів укладених угод на сільськогосподарську продукцію у загальних обсягах біржової торгівлі України була досить вагомою і становила 66,8%. У 2008 р. на біржовому ринку України обсяг укладених угод становив на сільськогосподарську продукцію – 40019,5 млн. грн., на продукти харчування – 751,1 млн. грн., на паливо – 12386,6 млн. грн., на земельні ділянки – 16,7 млн. грн. Найбільш затребуваними видами аграрної продукції на зовнішньому ринку були ячмінь фуражний, пшениця і насіння соняшнику.

Характерно, що вартість біржових угод, укладених за товарами агропродовольчого підкомплексу країни, зростала швидшими темпами, ніж в інших сферах національної економіки. Проте частка цих груп товарів у загальному обсязі укладених біржових договорів за досліджуваний проміжок часу збільшилася з аграрної продукції у 2 рази, а з продуктів харчування – в 1,2 раза.

Обсяги укладених угод на сільськогосподарську продукцію і продукти харчування в 2008 р. збільшилися порівняно з 2000 р. в 40,4 раза.

Таблиця 2.17

**Динаміка обсягів укладених угод на біржах на сільськогосподарську продукцію, продовольство і матеріально-технічні ресурси, що споживаються в АПК України, 2000-2008 рр.**

Показники	Роки					2008 р. в % до 2000 р.
	2000	2005	2006	2007	2008	
Обсяги біржової торгівлі – всього, млн. грн.	3544,9	18962,1	24406,0	28092,9	59875,3	16,9 рази
в т.ч.						
- сільськогосподарська продукція	989,7	10568,2	11905,2	9596,8	40019,5	40,4 рази
- сільськогосподарські машини	...	38,5	94,4	115,5	–	–
- паливо	290,6	2517,9	8479,2	9343,4	12386,6	42,6 рази
- продукти харчування	62,8	416,1	754,3	1228,5	751,1	12,0 рази
- земельні ділянки	0,3	9,4	8,1	1025,2	16,7	55,7 рази
Питома вага обсягу укладених угод в загальних обсягах біржової торгівлі, %:						
- сільськогосподарська продукція	28,0	55,7	48,8	34,2	66,8	x
- продукти харчування	1,8	2,2	3,1	4,4	1,3	x

*Джерело:* За даними Статистичного збірника “Сільське господарство України” за 2008 р.

Аналіз наведених показників свідчить про те, що ціни на вироблену продукцію іншими підсистемами національної економіки підвищувалися швидшими темпами, ніж на агропродовольчі товари. Все це дає підстави стверджувати, що диспаритет цін поступово посилюється не на користь сільськогосподарського товаровиробника.

В останні два роки налагоджується укладання угод на торгівлю сільськогосподарською технікою. Із загальної вартості укладених угод на сільськогосподарську продукцію, угоди для подальшого експорту становлять – 74,6%, для внутрішнього використання – 14%, імпортні угоди – 11,4%.

Загалом діяльність бірж не зовсім задовольняє потреби АПК. Обсяги реалізації сільськогосподарської продукції на товарних біржах є мізерними. В 2005-2008 рр. вона не перевищували 3% від загального продажу, переважно на основі укладених угод з реальним товаром, тобто спот і форвард.

Структурними підрозділами товарних бірж є акредитовані 552 брокерські контори, які представлені в усіх регіонах України. Значна частина з них представлена регіональними та районними агроторговими домами.

Функціонування мережі агроторгових домів, які є найбільш наближеним до сільгосптоваровиробника елементом ринкової інфраструктури призвело до спрощення процедур і форм торгівлі сільськогосподарською продукцією та продуктами її переробки, часткового усунення монополізму ринку переробними підприємствами, що значно перешкоджало становленню еквівалентних відносин між суб'єктами агропродовольчого ринку. Проте, всіх назрілих проблем, які пов'язані з торгівлею сільськогосподарською продукцією так і не вдалося повністю усунути.

Нині в структурі товарообороту агроторгових домів найбільшою була частка зернових культур. Зокрема, в 2004-2008 рр. вона становила 61-63%. Основними покупцями продукції у агроторгових домах були великі зернотрейдери, орієнтовані на експорт, яким не вигідно було співпрацювати безпосередньо із сільгосптоваровиробниками через наявність у тих дрібних партій сільськогосподарської продукції. В цій ситуації основними торговцями на біржовому ринку є не селяни, а комерційні структури, які впливають на формування біржових цін, диктуючи не завжди прийнятні умови для сільськогосподарських товаровиробників.

Стратегічним напрямом діяльності і розвитку агроторгових домів є вихід на зовнішні ринки збуту, оскільки конкурентоспроможними на них є великі експортні партії продукції.

Основні тенденції біржової торгівлі сільськогосподарською продукцією, продуктами її переробки і товарами для забезпечення АПК у великій мірі залежать від ситуацій, які складаються на позабіржовому ринку. Важливою умовою забезпечення ефективного функціонування агропродовольчого ринку є упорядкування і створення цивілізованих оптових продовольчих ринків (рис. 2.6).

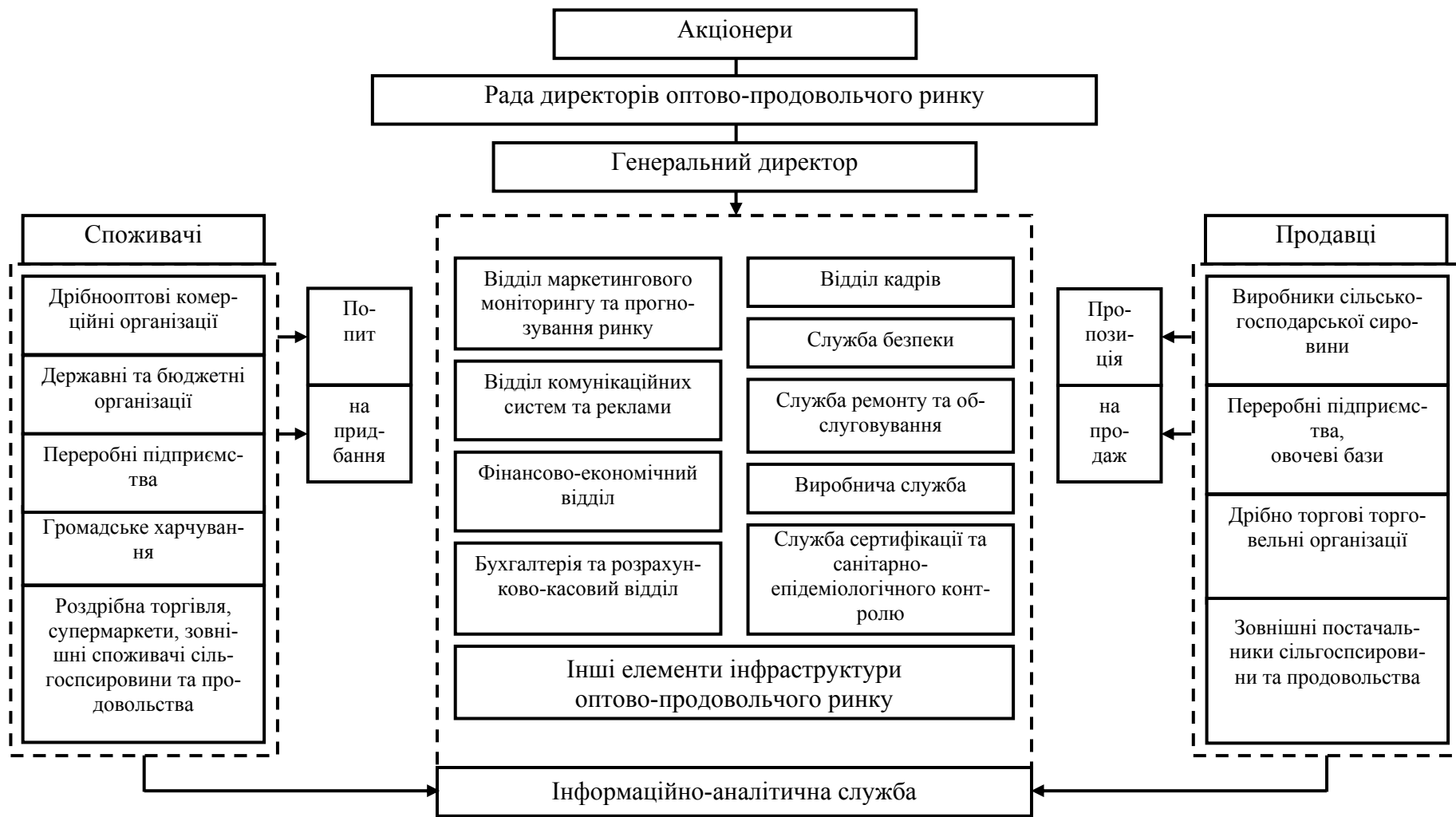


Рис. 2.6. Організаційна структура оптового продовольчого ринку [152, с.656].

Оптові продовольчі ринки повинні займати домінуюче місце і бути дієвими в загальній системі ринкової інфраструктури (рис. 2.7).

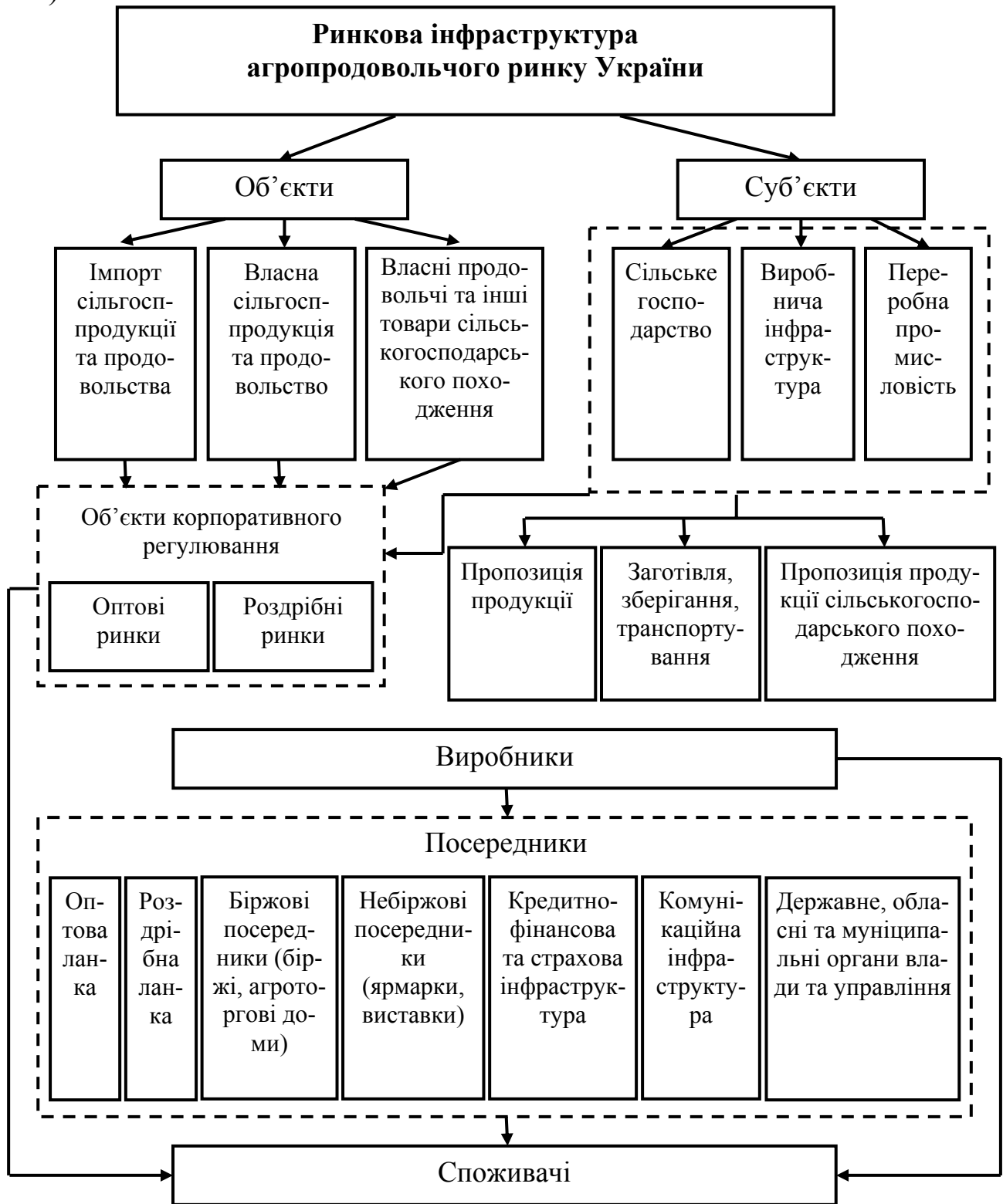


Рис. 2.7. Місце оптових ринків сільськогосподарської продукції та продовольства в ринковій інфраструктурі агропродовольчого ринку України [152, с.655].



Соціально-економічна вигода від створення і функціонування цивілізованих оптових ринків відповідає інтересам усіх суб'єктів ринку, від держави до конкретного споживача. Зокрема, вони сприятимуть стабілізації агропродовольчого ринку, забезпеченню продовольчої безпеки держави, більш організованому просуванню продукції до споживачів, придбанню за прийнятними цінами і якістю продуктів харчування, розвитку ринкової інфраструктури, створенню великої кількості нових робочих місць. Особливо важливо і те, що оптові продовольчі ринки створять реальні можливості для фермерів і господарств населення продавати дрібні партії вирощеної продукції через оптовиків.

Організація оптових продовольчих ринків сприятиме створенню належних організаційно-економічних передумов для поліпшення оптової торгівлі на основі поглиблення її спеціалізації, розвитку конкуренції та кооперації, широкого залучення капіталу різних форм власності.

Взаємодоповнюючою складовою інфраструктури ринку є роздрібна ланка агропродовольчого ринку. Нині її значну частину становить неорганізований сектор. У малих містах і особливо в сільській місцевості матеріально-технічна база торгівлі дуже слабка. Товарооборот в місті перевищує товарооборот на селі більше, ніж в 5 разів, хоча чисельність міського населення перевищує сільське в 2 рази.

Дослідження підтверджують, що ринкові механізми взаємодії окремих ланок єдиного циклу “виробництво – реалізація – споживання” ще не достатньо ефективні. В країні потрібна структурна перебудова і функціональна переорієнтація торговельної сфери шляхом формування ефективного конкурентного середовища через створення об'єднань на кооперативних засадах, багато-профільних, “ланцюгових” та вертикально інтегрованих торговельно-роздрібних фірм, розширення фірмової торгівлі сільськогосподарських підприємств.

Таким чином, з розвитком ринкових відносин у національному АПК в системі реалізації сільськогосподарської продукції відбулося суттєве заміщення системи державного розподілу продукції новою інфраструктурою у напрямі комерціалізації збуту продукції. Упродовж 2001-2008 рр. комерційні канали збуту сільськогосподарської продукції, з однієї сторони були основними, а

з другої – найменш організованими і прозорими, що негативно вплинуло на господарську діяльність і фінансовий стан, перш за все, сільських товаровиробників. Недостатній рівень розвитку інфраструктури аграрного ринку вимагає усунення існуючих суперечностей з метою в подальшому забезпечувати виконання таких основних функцій її функціонування: організація оптової і роздрібною торгівлі; товарна доробка продукції; транспортування і зберігання продукції; кредитування і страхування; інформаційне і консалтингове обслуговування; інвестиційне забезпечення товарообігу; формування конкурентного середовища; контроль якості і засобів виробництва для аграрного сектора.

### **2.3. Зовнішньоекономічні напрями розвитку агропродовольчого ринку України**

Виклики глобального розвитку світової економіки і торгівлі безпосередньо пов'язані із функціонуванням національних агропродовольчих ринків в кожній країні зокрема. Безпосередній вплив на їх подальший розвиток справляють не тільки суспільні відносини в кожній країні, але й рівень економічного співробітництва з метою освоєння нових вигідних підходів у розвитку продуктивних сил.

Дослідження показують, що для України функціонування торговельних відносин на зовнішніх ринках є доволі складним явищем і суттєво відрізняється від обґрунтованих науковцями моделей щодо їх побудови. Практика останніх років показала, що торгові партнери України у сфері реалізації сільськогосподарської і продовольчої продукції не поспішають відкривати свої ринки для українських товарів у відповідь на створення сприятливих умов для імпорту товарів АПК з боку України.

Це пов'язано з тим, що в світовій торгівлі властивою є боротьба двох суперечливих тенденцій в їх розвитку – лібералізації та протекціонізму. Якщо люба з них посилюється чи послаблюється, то і набуває домінуючого або ж підпорядкованого значення.

Лібералізація і протекціонізм не лише персоніфікують об'єктивні і суб'єктивні протиріччя, що постійно виникають на світовому ринку, але й мають забезпечити їх подолання, шляхом

запровадження відповідних дієвих економічних механізмів. За змістом механізм лібералізації і протекціонізму, як вважає В.І. Губенко, являє собою динамічну систему міжнародних відносин, що пов'язані з цілеспрямованим рухом капіталу між країнами світу та відповідною регулюючою функцією державних органів управління, спрямованою на захист національних інтересів [59, с.124].

Головними складовими світового агропродовольчого ринку є експорт та імпорт сільськогосподарської продукції, для якого характерними є низькі темпи зростання товарообігу, суттєве коливання обсягів та структури експорту й імпорту, нестійка кон'юнктура цін, тривалі періоди застою та різкі переходи від піднесення до кризи.

Дослідження показують, що в процесі ринкової трансформації економіки України упродовж 1991-1994 рр. режим імпорту був ліберальний. Більшість митних тарифів були на рівні 5-8%, а максимальні не перевищували 30%. Разом з тим лібералізувався експорт сільськогосподарської продукції, проте лібералізація зовнішньоекономічної діяльності стала некерованою і деформувала внутрішній агропродовольчий ринок. Із-за недостатнього захисту інтересів вітчизняних товаровиробників вони опинилися у гірших умовах порівняно з імпортерами. Внаслідок цього обсяг важливого для України експортно-орієнтованого виду сільськогосподарської продукції – зерна скоротився від 1230 тис. т у 1991 р. до 153 тис. т у 1993 р., зменшився також продаж зерна для державних потреб через державні заготівельні організації. Основною причиною була диверсифікація торгівлі зерном, а також неплатежі за поставлені в державні фонди обсяги продукції, численні порушення строків авансування контрактованих обсягів зерна, поширення бартерних операцій.

При ліберальному режимі вихід на ринки зарубіжних країн здійснювався на підставі митного законодавства, механізмів квотування і ліцензування експортно-імпортних операцій, індикативних цін, системи внутрішньої підтримки національних товаровиробників. Однак перед ними були труднощі щодо реалізації продукції із-за таких причин:

- по-перше, внаслідок обтяжень зобов'язаннями по розрахунках за одержані енергоносії, добрива, насіння, запасні частини, техніку, за які розраховувались доводилося зерном;
- по-друге, навіть маючи продукцію для експорту, товаровиробникам не просто вийти на ринки країн Західної Європи, Балтії та Росії, які вже були поділені дистриб'юторами потужних західних компаній.

Крім цього, вагомою причиною було і те, що операції по експорту-імпорту продукції сільського господарства переважно здійснювалися фірмами-посередниками (трейдерами), а для виробників вони були надто складними за процедурою (формування та сертифікація крупних однотипних партій товару, замовлення на обслуговування залізничного транспорту, оформлення необхідних документів для митного контролю, податкової інспекції і т.д.), а також відсутністю в сільськогосподарських підприємствах фахівців з цих питань.

З метою підтримки вітчизняного товаровиробника і регулювання імпорту товарів в країні було прийнято ряд урядових постанов й інших законодавчих актів щодо підвищення тарифного та технічного захисту українського агропродовольчого ринку, зокрема Указ Президента України "Про особливості застосування тарифних обмежень імпорту сільськогосподарських товарів відповідно до норм і принципів системи ГАТТ/СОТ" від 13 травня 1997 р., Закон України "Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції" від 17 липня 1997 р., яким змінено понад 1000 ставок ввізного мита.

Серед основних товарних груп, щодо яких проводились зміни ввізного мита, були товари сільськогосподарського виробництва та продукти харчування, які склали 22% від загальної кількості товарних груп щодо яких були проведені зміни.

При вирішенні питання захисту внутрішнього товаровиробника митно-тарифне регулювання створює економічний бар'єр, який за рахунок високого ввізного мита робить збитковим імпорт товарів, що в достатній кількості виробляються вітчизняними товаровиробниками, або при необхідності залучення імпорту, і навпаки, за рахунок зменшення ввізного мита при ввезенні потрібної сировини робить імпорт економічно вигідним.

### 2.3. Зовнішньоекономічні напрями розвитку ...

Довгострокові орієнтири тарифної політики держави закладено в Указі Президента України від 6 квітня 1996 р. № 255 “Про концепцію трансформації митного тарифу України” на 1996-2005 роки, відповідно до системи ГАТТ-СОТ”. Тарифні ставки, які були затверджені в 1993 р. Декретом “Про єдиний митний тариф України”, змінено майже на 60% [4].

З метою сприяння виробництву сільськогосподарської продукції, починаючи з 2001 р., законодавством України були запроваджені нові ставки на основні види сільськогосподарської продукції (табл. 2.19).

Таблиця 2.19

#### Ставки ввізного мита на основні групи товарів АПК України

Код	Опис товарів	Пільгова ставка мита (у % до митної вартості та у фіксованих розмірах до одиниці маси або кількості)	Повна ставка мита (у % до митної вартості та у % фіксованих розмірах до одиниці маси або кількості)
1	2	3	4
<b>Група 1. Живі тварини</b>			
01.02	ВРХ – жива	30, але не менше 0,2 євро за 1 кг живої маси	0,4 євро за 1 кг живої маси
01.02.10	Чистопорідна племінна ВРХ	0	0
01.03	Свині живі	30, але не менше 0,3 євро за 1 кг живої маси	0,6 євро за 1 кг живої маси
01.05	Свійська птиця – жива	30, але не менше 0,15 євро за 1 кг живої маси	0,3 євро за 1 кг живої маси
<b>Група 2. М'ясо та харчові субпродукти</b>			
02.01	М'ясо ВРХ свіже або холодне	30, але не менше 0,5 євро за 1 кг	1 євро за 1 кг
02.02	М'ясо ВРХ заморожене	30, але не менше 1 євро за 1 кг	1 євро за 1 кг
02.03	Свинина свіжа, охолоджена або морожена	30, але не менше 1 євро за 1 кг	2 євро за 1 кг
02.07	М'ясо та харчові субпродукти свійської птиці	30, але не менше 1,5 євро за 1 кг	3 євро за 1 кг

1	2	3	4
<b>Група 3.</b>			
<b>Риби і ракоподібні, молюски</b>			
03.01.10	Жива декоративна риба	20, але не менше 0,1 євро за 1 штуку	0,2 євро за 1 штуку
03.01.91	Форель	0,2 євро за 1 кг	0,4 євро за 1 кг
03.01.92	Вугор	0,5 євро за 1 кг	1 євро за 1 кг
03.01.93	Короп	0,5 євро за 1 кг	1 євро за 1 кг
03.01.99	Морська риба	0,2 євро за 1 кг	0,4 євро за 1 кг
03.04.10	Філе рибне форелі	0,4 євро за 1 кг	2 євро за 1 кг
1	2	3	4
<b>Група 4.</b>			
<b>Молоко і молочні продукти</b>			
04.01	Молоко і вершки не згущені	20, але не менше 0,1 євро за 1 літр	0,2 євро за 1 літр
04.02	Молоко і вершки згущені	20, але не менше 0,5 євро за 1 літр	1 євро за 1 літр
04.05	Вершкове масло	50, але не менше 1,5 євро за 1 кг	3 євро за 1 кг
04.06	Тверді сири	30, але не менше 0,8 євро за 1 кг	1,6 євро за 1 кг
04.07	Яйця птиці	30, але не менше 0,05 євро за 1 шт.	0,1 євро за 1 шт.
04.09	Мед натуральний	30, але не менше 0,8 євро за 1 кг	1,6 євро за 1 кг

*Джерело:* Матеріали Декрету “Про єдиний митний тариф України” з наступними змінами і доповненнями.

Особливо високі ставки мита встановлені на окремі види продукції, що в достатній кількості виробляються в Україні та мають важливе значення для споживачів і переробних галузей промисловості. Зокрема, встановлені такі ставки ввізного мита, а саме на: картоплю свіжу і цукор тростинний – 50%, сільськогосподарську сировину для виробництва пива – 70%, м’ясо свиней – 30%, свиняче сало – 30%, молоко і вершки не згущені – 20%, сири тверді – 30%, яйця птиці – 20%, ковбаси та аналогічні продукти з м’яса – 30% та ін.

Прийняття законодавчих і нормативних актів щодо регулювання імпорту сільськогосподарської продукції позитивно вплинуло на скорочення імпорту продукції сільського господарства і харчової промисловості, але поряд з цим, значна частина імпорту в Україну нелегально потрапляла на вітчизняні ринки через непрозорість національних кордонів, поза митним обліком, погіршуючи умови реалізації вітчизняної продукції АПК.

Світовий досвід показує, що рівень ефективності митно-тарифного захисту безпосередньо залежить від ступеня його послідовності. З перевищенням рівня захисту понад 15% проявляються тенденції, які ведуть до скорочення надходжень до державного бюджету. Слід зауважити, що надмірно високі ставки мита та податків на імпорт агропродовольчих товарів, часта їх зміна ведуть до порушення умов конкуренції на національному агропродовольчому ринку і розширення контрабандного ввозу дешевих і нерідко неякісних товарів. Все це веде до пригнічення вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників.

Порівняння обсягів товарного експорту та імпорту характеризує як внутрішній стан національної економіки держави, так і її експортно-імпортну орієнтованість.

За даними Держкомстату України [119], протягом останнього десятиріччя спостерігається стабільна тенденція до активізації зовнішньоекономічної діяльності держави у торгівлі основними видами агропродовольчої продукції. Значне місце в експортно-імпортній спеціалізації країни належить сільськогосподарській продукції. На фоні загального зростання обсягів товарного експорту за 1996-2006 рр. відмічаються, хоч і досить повільне за темпами, але стабільне зростання експорту сільськогосподарської продукції (з 1,57 млрд. дол. США до 5,15 млрд. дол. США), а також збільшення його питомої ваги в загальному експорті (з 10,9 до 11,2%).

Найвищий абсолютний показник обсягів експорту за основними видами агропромислової продукції був досягнутий у 2006 р. і становив 4031,9 млн. дол. США, тобто зріс порівняно з 1996 р. у 1,5 рази (табл. 2.18).

Водночас невідповідність національних стандартів світовим і європейським спричинила втрату частки зовнішнього ринку, зокрема – російського ринку збуту по молоку та молокопродуктах.

Таблиця 2.18

Динаміка зовнішньої торгівлі України основними видами агропродовольчої продукції в 1996-2006 рр., млн. дол. США

Показники	Роки						2006 р. в % до 1996 р.
	1996	1998	2000	2002	2004	2006	
Агропромислова продукція – всього							
Експорт	2752,3	1468,7	1137,3	2046,8	2925,1	4031,9	146,5
Імпорт	1374,6	914,9	847,0	1003,0	1759,1	2851,6	207,4
Сальдо (+; -)	1377,7	553,8	290,3	1043,8	1166,0	1180,3	85,7
в т.ч. продукція сільського господарства							
Експорт	1113,9	895,1	743,2	1500,4	1784,4	2637,4	236,7
Імпорт	526,5	362,7	407,3	362,4	754,5	1197,0	227,4
Сальдо (+; -)	587,4	532,4	225,9	1138,0	1029,9	1440,4	245,2
продукція переробних галузей							
Експорт	1638,4	537,6	403,1	546,4	1140,7	1394,5	85,1
Імпорт	848,1	552,2	439,7	640,6	1004,6	1654,6	195,1
Сальдо (+; -)	790,3	-14,6	-36,6	-92,4	136,1	-260,1	-

Джерело: Розраховано за даними Державного комітету статистики України.

Щодо імпоротної діяльності аграрного сектора національної економіки, то зафіксовано стрімке зростання її темпів порівняно з експортною. На вітчизняних ринках агропромислової продукції поступово закріплюються позиції такої продукції іноземного виробництва, як молоко та молокопродукти, м'ясо та субпродукти.

Новий етап економічного співробітництва України з різними регіонами світу та її входження до системи міжнародного поділу праці вимагає зростання обсягів вітчизняного товарного експорту, встановлення оптимального співвідношення між експортом та імпортом. У практиці розвинутих країн співвідношення імпорту до власної аграрної продукції вважається нормальним у межах 3-6% [49, с.227].

Дослідження показують, що на продуктових ринках, які формують національний агропродовольчий ринок, є ряд невирішених проблем у зовнішньоторговельному обороті основними видами сільськогосподарської продукції (табл. 2.20).



Таблиця 2.20

**Зовнішньоторговельний оборот України основними видами сільськогосподарської продукції  
в 1995-2008 рр., тис. т**

Види продукції	Вид торгівлі	Роки							2008 р. в % до 1995 р.
		1995	2000	2004	2005	2006	2007	2008	
Зернові та зернобобові культури	експорт	814	1330	7786	12650	11168	4490	16668	20,5 рази
	імпорт	200	1010	875	226	235	343	222	111,1
Картопля	експорт	16	1	7	6	6	3	3	18,8
	імпорт	126	11	1	5	21	7	10	7,9
Овочі та баштанні продовольчі культури	експорт	194	30	85	150	201	298	251	129,4
	імпорт	41	29	44	100	168	158	356	8,7 рази
Плоди, ягоди та виноград	експорт	31	88	208	305	290	370	252	8,1 рази
	імпорт	309	179	330	860	1144	1254	1235	4,0 рази
М'ясо та м'ясні продукти	експорт	184	163	110	82	29	45	28	15,2
	імпорт	19	38	366	325	278	245	550	29,0 рази
Молоко та молочні продукти	експорт	1420	1100	2126	1901	950	939	1140	80,3
	імпорт	58	50	80	112	150	199	234	4,0 рази
Яйця *	експорт	4	0	1	1	1	16	23	5,7 рази
	імпорт	5	2	4	5	3	3	7	1,4 рази

\* Для перерахунку взято вагу одного яйця – 57,72 г.

Джерело: Розраховано за даними Статистичного збірника “Сільське господарство України” за 2008 р.

Аналіз даних табл. 2.20 свідчить, що в 1995-2008 рр. була не зовсім врегульована ситуація на ринку зерна, незважаючи на динамічне зростання його експорту в 20,5 раза. Так, в 2003 р. при скороченні виробництва зернових в 1,8 раза проти 2002 р., експорту – в 3 рази, рівень рентабельності зріс майже до 45%. В 2003 р. держава вимушена була імпортувати 3,77 млн. тонн зерна за ціною вищою, майже в 1,9 раза ніж на внутрішньому ринку. Втрати лише на різниці в цінах по імпортованій в 2003 р. та експортованій в 2002 р. пшениці становили 214,4 млн. дол. США [49, 229]. За оцінками українських експертів, в результаті нерегульованого експорту зерна сільськогосподарські товаровиробники за 2001-2002 рр. втратили 1 млрд. грн. доходів.

Для стабілізації ситуації на зерновому ринку було прийнято ряд законів і указів Президента України про державну підтримку сільськогосподарських товаровиробників. Зокрема, починаючи з 2004 р., запроваджено механізм заставних цін та механізм інтервенційного регулювання цін на національному ринку зерна. Поряд з цим, внаслідок обмеження Україною експорту зернових з жовтня 2007 р. по квітень 2008 р. втрати сільгосптоваровиробників склали 1,2-1,3 млрд. дол. США.

Поступово, з кожним роком аграрний сектор повертає втрачені позиції з експорту овочів та баштанних продовольчих культур і нарощує експорт плодів, ягід та винограду.

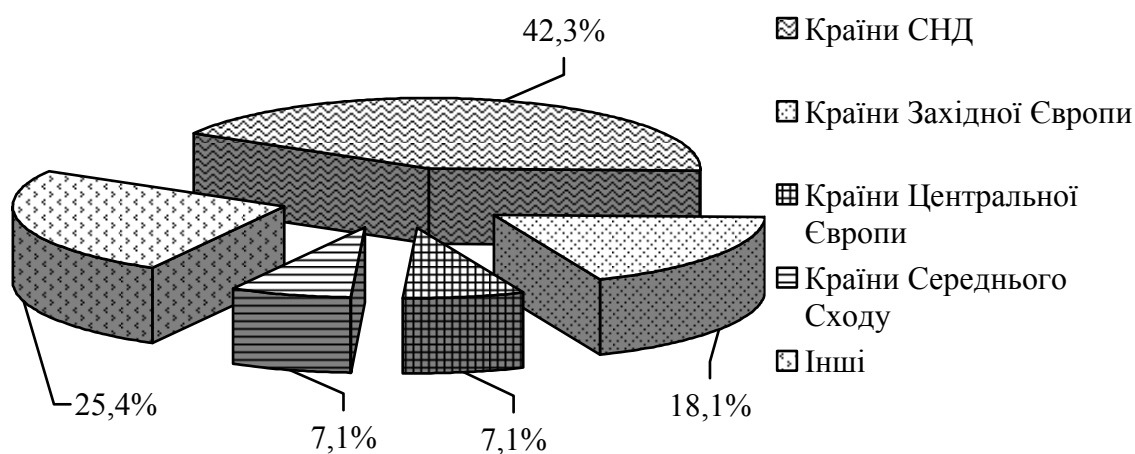
За досліджуваний період суттєво зріс імпорт м'яса та м'ясних продуктів на – 14,6 раза, у 3,7-4,1 раза – закупівлі в зарубіжних товаровиробників плодів, ягід та винограду та баштанних продовольчих культур.

Зростання обсягів експорту в певній мірі призводить до скорочення продовольчих ресурсів на внутрішньому ринку, створює потенційні можливості для імпорту товарів із зарубіжних країн за необґрунтовано завищеними цінами. Надходження на внутрішній ринок імпортованих товарів за високими цінами, інколи сумнівної якості, підштовхує до зростання цін на вітчизняні товари на агропродовольчому ринку.

У світовому вимірі, за даними вчених УААН, Україна веде експортні й імпортові операції продовольчими товарами з 57 країнами світу. У світовій торгівлі продукцією АПК частка України поки що дуже низька, в останні роки вона становила 0,57% від

обсягів загальносвітового експорту. Тоді як частка США – 12%, Франції – 8%, Німеччини – 6,3. На 1000 га землі в обробітку світовий експорт сільськогосподарської продукції становив у Нідерландах – 4,4 млн. дол. США, Німеччині – 2,7, Франції – 2,1 млн. дол. США, а в Україні – лише 81,2 тис. дол. США [152, с.723].

Головними зовнішньоекономічними векторами національного агропродовольчого ринку є ринки країн СНД, Центральної і Західної Європи та Середнього Сходу (рис. 2.8).



**Рис. 2.8.** Структура українського агропродовольчого експорту

*Джерело:* Побудовано на основі даних FAOSTAT.

Традиційним і найвагомим для України є ринок держав СНД на який припадає основна частка українського агропродовольчого експорту – 42,3%, з яких понад 90% продукції з глибоким ступенем переробки. Ці територіально близькі ринки досить добре зв'язані транспортними артеріями, і частково уніфікованими стандартами і технічними умовами виробництва агропродовольчої продукції.

З позиції конкурентоспроможності агропродовольчої продукції, для України доцільним є збереження традиційних у минулому продуктових ринків в цих країнах, для реалізації цукру, соняшникової олії, продукції зернопродуктового підкомплексу, м'яса, м'ясопродуктів, молока, молокопродуктів, плодоовочевої продукції, оскільки вони менш вимогливі щодо норм і рівня якості по-

рівняно з країнами Євросоюзу. Слід зауважити, що надмірна орієнтація України на ці ринки може негативно позначитися на розвитку вітчизняного АПК, спричинити надмірну консервацію технологічної відсталості, збереження невисокої конкурентоспроможності агропродовольчих товарів вітчизняного виробництва.

Важливим перспективним ринковим сегментом для українських сільськогосподарських товаровиробників із всіх перелічених є ЄС. З розширенням у східному напрямку, починаючи з 2004 р. ЄС перетворюється на наймогутніший у світі ринок, який налічує 500 млн. споживачів. Сьогодні це континентальне формування об'єднує 25 держав з територією 3,976 млн. кв. км. І виробництвом сукупного ВВП на рівні 11,05 трлн. дол. США (або 25,7 тис. дол. США на одну особу), що становить майже четверту частину світового рівня. При цьому, питома вага сільського господарства у ВВП становить 2,3% і зайнято у ньому близько 4,3% працездатного населення. Сільська місцевість займає приблизно 90% усієї території ЄС, де мешкають більш як половина його жителів. На відміну від українського, аграрний ринок ЄС є досить самодостатнім, з жорсткими правилами конкуренції та високими вимогами, до стандартів якості та безпеки агропродовольчої продукції [42, с.38].

Вектор співпраці з країнами Західної Європи з орієнтацією на господарські структури, що розвиваються на базі країн Європейського Союзу є доволі стратегічно важливим на шляху входження України у світову економічну спільноту. Цей вектор співробітництва характерний великими можливостями щодо доступу АПК України до сучасних технологій агропромислового виробництва, розширення шляхів щодо залучення іноземних інвестицій та використання досвіду організації економіки тощо. Розвиток економічного співробітництва з цими країнами дасть змогу вивести українських товаровиробників на сучасні, але доволі вимогливі й жорсткі агропродовольчі ринки, конкуренція на яких стимулюватиме якісне оновлення агропродовольчого виробництва. На агропродовольчих ринках західноєвропейських країн виробництво сільськогосподарської продукції, зовнішня торгівля нашої держави мали світові орієнтири, які в значній мірі сприяли процесу входження України у СОТ.

У 2006 р. експорт агропродовольчої продукції виробленої в Україні до ЄС становив 1553,2 млн. дол. США, а імпорт її до України – відповідно, 1288,2 млн. дол. США. Порівняно з 2002 р. перший показник збільшився в 1,7, а другий – у 2,8 рази. Позитивне сальдо зберігалось протягом останніх п'яти років і у 2006 р. його рівень досяг 265 млн. дол. США [119].

Нині вітчизняними експортерами покривається майже 40% імпорту агропродовольчих товарів із країн Західної Європи. Цей фактор свідчить про низьку конкурентоспроможність вітчизняної продукції, що сприяє розширенню ринку збуту готових товарів із зарубіжжя. Українська частка на західноєвропейському ринку становить у середньому 0,2%, варіюючи в різних державах від менше 0,1% у скандинавських до 0,4% в Португалії, Іспанії, Швеції. Проте в окремих галузевих секторах вона досить висока. Так, на ринку насіння соняшнику Україні належить 12,3-15,9% поставок у Грецію, Португалію, Іспанію; 20,7-20,9% – в Бельгію і Францію; 37,6% – Швейцарію; 41,5% – в Італію. На ринку соняшникової олії українська частка в Швейцарії становить 94,8%, а на ринку ячменю – 83,2%.

Ринок країн Центральної Європи забезпечує реалізацію 7,1% українського експорту продукції сільського господарства і продовольчих товарів. У структурі експортних поставок України у цей регіон переважають молочні продукти – 35,2% усього їх експорту, пшениця – 30,5%, плодово-ягідна продукція – 29,9%.

Важливим також є те, що у 2007 р. на Європейський ринок поставлено української аграрної продукції на 32%, або на суму 500 млн. дол. США, більше ніж було у 2006 р.

Питома вага країн Середнього Сходу в експорті агропродовольчої продукції України становить також 7,1%. Агропродовольчі товари в цьому регіоні є досить конкурентними, а товарна номенклатура імпортних продовольчих потреб цих країн майже повністю співпадає із структурою українського експорту. Зважаючи на те, що вітчизняні агропродовольчі товари є досить конкурентоспроможними в цьому регіоні, то на цих зарубіжних ринках доцільним є подальше розширення взаємовигідних торгово-економічних відносин з країнами регіону. Виходячи з можливостей АПК України, формування кон'юнктури попиту у країнах цього регіону, в перспективі важливо закріпити освоєні сегменти

агропродовольчого ринку, зокрема насіння соняшнику та соняшникової олії, зернових культур, і спрямувати зусилля в сторону розширення географії та товарної структури експорту агропродовольчих товарів.

В останні роки у зв'язку із зростаючим попитом на ріпакову олію на світовому агропродовольчому ринку стратегічною експортною сільськогосподарською культурою є ріпак і продукти його переробки. Із-за невідповідності внутрішнього ринку експорт ріпаку здійснюється в основному в Німеччину, Литву, Польщу, Ізраїль, Туреччину, Францію, Італію.

Загалом у 2007 р. порівняно із 2000 р. обсяги експорту аграрної продукції України зросли більше ніж у 4,2 рази, тобто суттєво зросла її конкурентоспроможність на зовнішніх ринках. Характерно, що Україна у 2007 р. стала найбільшим експортером олії у світі, потужним експортером олійних культур і зерна.

Водночас, на нашу думку, недосконалість експортного потенціалу України полягає в тому, що переважна більшість експортної продукції АПК становить продукція з низьким ступенем переробки, а вивіз сільськогосподарської сировини займає 57,6% українського експорту. У економічно розвинутих країнах питома вага продовольства в експорті становить 7-8%, сільськогосподарської сировини близько 1%. У країнах, що розвиваються, питома вага зазначених груп товарів не перевищує відповідно майже 8 і 2,5% [58, с.124]. Проблема ускладнюється і тим, що Україна ще не в повній мірі адаптувалась до вимог і стандартів, які діють у світовій торгівлі.

Потужний аграрний сектор економіки України повинен бути високоефективним і висококонкурентним, адже конкурентоспроможність аграрної продукції значною мірою визначає конкурентоспроможність України на світовому ринку. Окремі вітчизняні і зарубіжні вчені вбачають конкурентоспроможність експортованої продукції найважливішим чинником для оцінки конкурентоспроможності в цілому [173, с.13; 109, с.100]. З такою оцінкою слід погодитись, адже в нинішніх умовах процесу глобалізації конкурентоспроможна агропродовольча продукція повинна відповідати міжнародним стандартам, вимогам, які проявляються на зовнішньому ринку. Аналіз конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції і продовольства на світовому агро-

### 2.3. Зовнішньоекономічні напрями розвитку ...

продовольчому ринку проведемо на основі визначення частки України в світовому експорті окремих видів продукції (табл. 2.21).

Таблиця 2.21

#### Частка України на світовому ринку в експорті агропродовольчої продукції, %

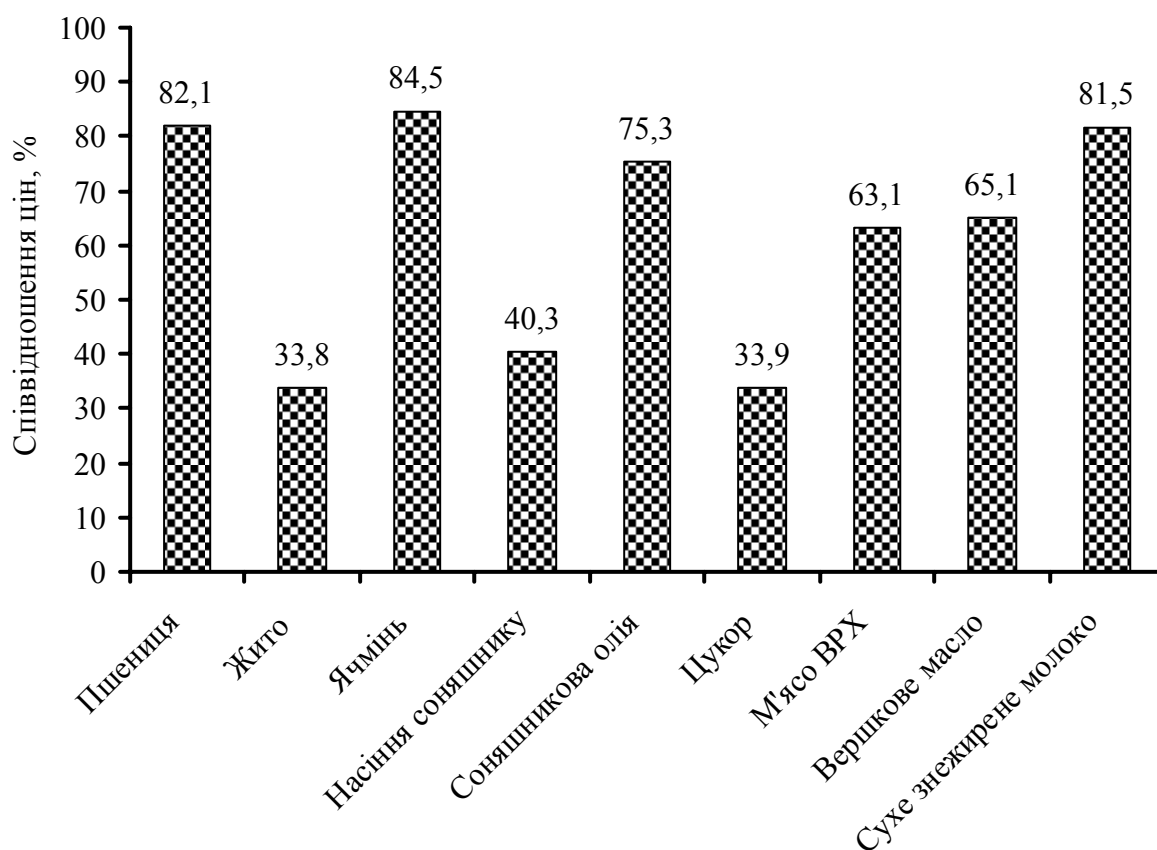
Види продукції	Роки							2007 р. +/- до 1995 р.
	1995	2000	2003	2004	2005	2006	2007	
Пшениця	0,2	0,2	0,8	2,1	5,0	3,7	1,2	1,0
Жито	0,1	0,8	4,9	3,2	4,0	1,8	2,7	2,6
Ячмінь	6,5	10,0	8,4	16,1	13,6	19,0	10,7	4,2
Насіння соняшнику	2,5	21,7	23,1	11,5	1,6	6,9	10,7	8,2
Соняшникова олія	6,1	15,3	27,3	24,9	21,3	30,5	27,3	21,2
Цукор	6,0	6,6	0,8	2,1	2,8	2,6	2,9	-3,1
М'ясо ВРХ	11,0	7,9	7,7	7,6	3,7	1,1	2,5	-8,5
Вершкове масло	5,8	2,4	1,1	1,2	2,3	0,8	0,2	-5,6
Сухе знежирене молоко	2,8	2,7	5,4	8,4	6,9	3,8	1,9	-0,9
Сир твердий	0,4	0,4	1,1	1,6	2,9	1,1	1,3	0,9

*Джерело:* Розраховано на основі даних FAOSTAT про обсяги експорту окремих агропродовольчих товарів.

З даних табл. 2.21 видно, що за 1995-2007 рр. суттєво зросла частка України в світовому експорті соняшnikової олії – на 21,2%, а також зерна, частка якого доведена в 2007 р.: з ячменю – 10,7%; жита – 2,7%; пшениці – 1,2%. Належні позиції Україна займає в світовому експорті м'яса ВРХ – 2,5 та цукру – 2,9%. Водночас за останні роки втрачені позиції у світовому експорті вершкового масла і сухого знежиреного молока. Так, частка України у світовому експорті сухого знежиреного молока скоротилася з 8,4% у 2004 р. до 1,9% у 2007 р.

Дослідження показують, що вітчизняний аграрний сектор недостатньо інтегрований у світовий агропродовольчий ринок. Свідченням цього є низька частка експорту у валовій продукції

галузі – 12%, тоді як у Польщі й Угорщині цей показник дорівнює 25%, а в Німеччині – понад 50% [121, с.110]. Основною причиною є низька конкурентоспроможність вітчизняної агропродовольчої продукції порівняно з продукцією інших країн експортерів. Встановлено, що конкурентоспроможність товарів АПК на світовому ринку має переважно ціновий характер, оскільки українські експортні ціни основних видів агропродовольчої продукції значно нижчі від світових (рис. 2.9).



**Рис. 2.9.** Відношення експортних цін України до світових на основні агропродовольчі товари, в середньому за 2005-2007 рр., %

*Джерело:* Розраховано на основі даних FAOSTAT про обсяги експорту окремих агропродовольчих товарів.

Максимально наближеною до світової ціни є українська експортна ціна на ячмінь – 84,5%. На окремі види агропродовольчої продукції, які переважають в українському експорті – пшениця, сухе знежирене молоко, соняшникова олія відношення української експортної ціни до світової знаходиться в межах 82,1-75,3%. На окремі товари українського експорту спостерігаються



значні розбіжності із світовими: українська експортна ціна на жито і цукор становить лише 33,8 і 33,9% експортної ціни відповідно.

До основних чинників, які справляють негативний вплив на рівень експортних цін вітчизняних агропродовольчих товарів, слід віднести: невідповідність їх міжнародним вимогам із-за низької якості, непрозора діяльність комерційних структур, які займаються експортом і, формуючи гуртові товаропотоки сільськогосподарської продукції, скуповують її по занижених цінах у сільськогосподарських товаровиробників, забезпечуючи тим самим резерв для зниження експортної ціни.

Характерно, що в зовнішньоекономічній діяльності будь-якої країни спостерігається ланцюгова реакція, при якій нарощування обсягів експорту призводить до скорочення продовольства на внутрішньому ринку, розширює можливості для імпорту товарів із зарубіжних країн за підвищеними цінами. Надходження на внутрішній агропродовольчий ринок товарів імпортного виробництва, особливо по контрабандних каналах, веде до зростання цін на продукти харчування. В свою чергу, обмеження обсягів національного виробництва сільськогосподарської продукції і особливо згортання виробництва продуктів тваринництва дає можливість розширити поставки агропродовольчих товарів із зарубіжних країн на український ринок, в результаті чого посилюється залежність внутрішнього агропродовольчого ринку від зарубіжних товаровиробників.

Посилення ролі України на світових ринках сільськогосподарської продукції та продовольства має виходити з її переваг у територіальному поділі праці в сфері АПК. В агропромисловому комплексі України є всі умови для підвищення продовольчого товарообороту у найближчі роки з 3 млрд. дол. до 5-6 млрд. дол. США у 2015 році [152, с.723].

Реалізація експортних можливостей АПК України, забезпечення максимального ефекту від міжнародного співробітництва повинні спиратися передусім на ті порівняльні переваги, якими реально володіє даний комплекс, або які можуть бути суттєво збільшені у найближчій перспективі.

До головних напрямів активізації зовнішньоекономічної діяльності та реалізації експортного потенціалу АПК України слід

віднести: формування ефективного власника в АПК; утвердження сучасних економічних механізмів в усіх його підрозділах; налагодження політичних взаємовідносин як важливої умови розвитку зовнішньоекономічних зв'язків з різними країнами, активізація зовнішньоекономічної діяльності; розширення експортноорієнтованих виробництв і зменшення імпоротної залежності АПК України; запровадження сучасної системи стандартизації і сертифікації у відповідності з міжнародними вимогами.

Для подальшої інтеграції агропродовольчого ринку України у світове економічне співтовариство необхідно враховувати традиції, які склалися у зовнішньоекономічних стосунках, географічне розміщення агропродовольчих ринків щодо України, досягнутий рівень міжнародної взаємодії у сфері реалізації сільськогосподарської продукції і продовольчої продукції. Зовнішньоекономічні орієнтири України мають бути спрямовані, як на збереження традиційних ринків збуту української продукції, так і на цілеспрямоване освоєння нових перспективних ринків. Такий підхід створює можливості доступу до різних регіональних ринків, забезпечує диверсифікацію торгівлі та капіталовкладень, зменшуючи тим самим залежність від головних торговельних партнерів на світовому ринку.

### ***Висновки до розділу 2***

Важливим складовим елементом від якого залежить ефективність функціонування агропродовольчого ринку України, є сільське господарство, де в ході аграрної реформи впроваджена приватна власність на землю. Проте надзвичайно важливою і невирішеною залишається проблема входу на агропродовольчий ринок переважної маси селян, що отримали землю в результаті приватизації. Через відсутність належних ринкових стимулів та стартових можливостей для розвитку підприємництва вони пасивно залишають земельні частки (паї) у користуванні новоутворених структур, обмежуючись незначною орендною платою і зосереджуючись на веденні натурального господарства, хоча товарне

виробництво могло б покращити структуру їх доходів, диверсифікувати і усталити внутрішній ринок.

Встановлено, що специфічним негативним чинником формування агропродовольчого ринку України стало суттєве зниження рівня доходів населення і відповідне звуження агропродовольчого ринку. Головні причини цього пов'язані з економічною кризою і падінням рівня життя після 1990 р., в результаті якої скоротилося споживання усіх продуктів харчування, погіршилася його структура, знизився рівень життя населення. Найбільше скоротилося споживання висококалорійних видів продовольства – молока та молочних продуктів, м'яса, плодоовочевих продуктів і рибних продуктів, середньорічний рівень споживання яких в розрахунку на одну особу є набагато нижчим від науково обґрунтованих фізіологічних нормативів.

На основі проведеного кореляційно-регресійного аналізу виявлено, що рівень споживання основних продовольчих продуктів має безпосередній вплив на формування калорійності середньодобового раціону харчування населення. Використання поліноміальної функції дозволило встановити прогнозні значення рівня калорійності середньодобового раціону споживання продуктів рослинного походження населенням України на перспективу. Так, у 2008-2009 рр. можна очікувати прогноз цього показника – 2208 ккал, в 2010 р. – 2204 ккал, що на 1,1% більше, ніж в базовому 2005 р.

Також встановлено прогнозні значення рівня калорійності середньодобового раціону споживання продуктів тваринного походження населенням України, які становитимуть в 2009 р. – 797 ккал; 2010 р. – 806 ккал, або майже на 10,0% більше, ніж в 2005 р.

Загальний прогнозований рівень калорійності в 2010 р. передбачається на рівні – 3011 ккал або на 3,3% більше, ніж в 2005 р. Вважаємо, що таке зростання середньодобового раціону харчування населення України є цілком логічним.

Виявлено, що нині внутрішній ринок агропродовольчої продукції відносно слабо залежить від імпорتنих закупівель зерна і зернопродуктів – 0,9%; картоплі – 0,1%; овочів та продовольчих баштанних – 2,1%; молока та молокопродуктів – 1,2% і яєць – 0,4%, про що свідчить наявність цих продуктів на ринку.

Сильна залежність національного агропродовольчого ринку від імпорту в 2008 р. спостерігалась по плодах, ягодах і винограду – 64,4% і м'ясу та м'ясних продуктах – 28,9%. Характерно, що за період 1995-2008 рр. залежність внутрішнього агропродовольчого ринку відповідно зросла на 21,5 і 27,3%.

Особливості агропромислового виробництва в умовах функціонування ринкових відносин, зумовили багатоканальність збуту і реалізації його продукції. Якщо в 1990 р. основним заготівельником виробленої продукції у сільському господарстві були переробні підприємства – 96%, а в 2008 р. вони займали лише 20% у загальній вартості реалізованої продукції. Цей показник є підтвердженням, що моносонічне становище переробних підприємств ліквідовано. Водночас відбулася помітна диверсифікація каналів збуту продукції, зростання обсягів її реалізації за нетрадиційними каналами для планової економіки: на ринку; населенню; комерційним структурам. За останні кілька років комерційні канали стали домінуючими, проте не зовсім організованими і прозорими, що веде до зниження прибутковості сільських товаровиробників.

На основі проведеного соціологічного дослідження товаровиробників сільськогосподарської продукції Тернопільської області щодо вибору каналу збуту продукції встановлено, що 82% виробників зернових та 70% опитаних виробників овочів вважають ціну визначальним чинником у прийнятті рішення продавати продукцію тому чи іншому покупцю. Така ситуація пояснюється необхідністю сільгоспвиробників отримувати готівку за реалізовану продукцію, оскільки саме готівка у більшості випадків є основним джерелом покриття витрат виробництва, отримання доходів.

Чинник стабільності збуту продукції стоїть на другому місці, адже про його важливість стверджують 63% виробників зернових та 53% опитаних виробників овочів. Інші чинники (репутація покупця, транспортування продукції покупцем, можливість передоплати тощо) відіграють другорядну роль.

Невід'ємним складовим елементом цивілізованої ринкової інфраструктури є біржі, які в країнах ринкової економіки довели високий рівень організації торгівлі і загалом свою високу суспільну значимість. За період 2000-2008 рр. середньорічна частка

обсягів укладених угод на сільськогосподарську продукцію у загальних обсягах біржової торгівлі України була досить вагомою і становила 66,8%. Найбільш затребуваними видами аграрної продукції на зовнішньому ринку були ячмінь фуражний, пшениця і насіння соняшнику.

Виявлено, що діяльність бірж не зовсім задовольняє потреби національного агропродовольчого ринку і АПК загалом. Обсяги реалізації продукції на товарних біржах безпосередніми товаровиробниками є мізерними – за останні роки вони не перевищували 3% від загального продажу, на основі укладених угод з реальним товаром.

Подальше удосконалення інфраструктури агропродовольчого ринку повинно здійснюватися за умови гармонізації взаємовідносин всіх її структурних елементів.

Конкурентоспроможність товарів АПК на світовому ринку має переважно ціновий характер, оскільки українські експортні ціни основних видів агропродовольчої продукції значно нижчі від світових.

Максимально наближеною до світової ціни є українська експортна ціна на ячмінь – 84,5%. На окремі види агропродовольчої продукції, які переважають в українському експорті – пшениця, сухе знежирене молоко, соняшникова олія відношення української експортної ціни до світової знаходиться в межах 82,1-75,3%. На окремі товари українського експорту спостерігаються значні розбіжності із світовими: українська експортна ціна на жито і цукор становить лише 33,8 і 33,9% експортної ціни відповідно.

До основних чинників, які справляють негативний вплив на рівень експортних цін вітчизняних агропродовольчих товарів, слід віднести: невідповідність їх міжнародним вимогам із-за низької якості, непрозора діяльність комерційних структур, які займаються експортом і формуючи гуртові товаропотоки сільськогосподарської продукції скуповують її по занижених цінах у сільськогосподарських товаровиробників, забезпечуючи тим самим резерв для зниження експортної ціни.

З метою подальшої інтеграції агропродовольчого ринку України у світове економічне співтовариство, необхідно враховувати традиції, які склалися у зовнішньоекономічних стосунках,

географічне розміщення агропродовольчих ринків щодо України, досягнутий рівень міжнародної взаємодії у сфері реалізації сільськогосподарської і продовольчої продукції. Зовнішньоекономічні орієнтири України мають бути спрямовані, як на збереження традиційних ринків збуту української продукції, так і на цілеспрямоване залучення нових перспективних ринків. Такий підхід створює можливості щодо доступу до різних регіональних ринків, забезпечує диверсифікацію торгівлі та капіталовкладень, зменшуючи тим самим залежність від головних торговельних партнерів.

## *Розділ*

# **3**

## **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ І ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТ- КУ РИНКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ**

### ***3.1. Державне регулювання ринку агропродовольчої продукції***

Важливою складовою функціонування агропродовольчого ринку являється ринкове саморегулювання, яке проявляється через вплив ринкового механізму, взаємодії попиту і пропозиції, цінової конкуренції на обсяги виробництва і продажу продукції, рівень їх споживання. Ринкове саморегулювання обов'язково повинно доповнюватися елементами державного регулювання, способами їх раціонального поєднання.

На сучасному етапі трансформаційних процесів в економіці України посилився інтерес до державного регулювання, що є явищем закономірним, оскільки практика переконала, що не можна в ринковій економіці покладатися тільки на ринкові механізми. Нагромаджений досвід розвинутих країн, система агробізнесу яких тривалий час формувалася під впливом держави, переконливо засвідчує, що в умовах ринкової економіки стабільність агропродовольчого ринку, життєдіяльність сільськогосподарських підприємств, ефективність аграрного виробництва і відносна стабільність соціальної сфери в сільській місцевості значно зумовлені державним регулюванням. В цих країнах державне регулю-

вання стало невід'ємною органічною складовою ринкової економіки.

Разом з тим, головна функція регулюючого впливу держави полягає у врегулюванні внутрішніх і зовнішніх протиріч, що нерідко виникають через існуючі неув'язки, які властиві ринку. Несвоєчасне реагування на негативні явища призводять до перевиробництва аграрної продукції, порушення рівноваги між попитом і пропозицією тощо.

Держава через організаційно-економічні важелі почала впливати на процес саморегуляції попиту і пропозиції в інтересах сільських товаровиробників і суспільства в цілому. Очевидно, що ринок як основний регулятор виробництва сам стає суб'єктом регулювання з метою досягнення соціального прогресу. Це переконливо свідчить, що державне регулювання економіки і ринкове саморегулювання вдало поєднується, хоча загалом втручання у ринкові механізми є не завжди бажаним явищем. Крім того, в умовах досконалої економіко-правової бази ці два регулятори взаємодоповнюють один одного, забезпечують високий рівень виробництва і споживання, іншими словами, державне регулювання економіки повинно бути адекватним ступеню розвитку в країні конкурентного та антимонопольного середовища. Це означає, що чим менше створено умов для конкуренції і чим монополізованіше виробництво, тим більше держава повинна втручатися в економіку, і навпаки.

В дореформений період аграрного сектора в Україні, його державна підтримка була спрямована на будівництво тваринницьких приміщень і комплексів, проведення меліоративних робіт, зведення дитячих садків і житла, на розвиток соціальної сфери на селі. Державна "підтримка" сільського господарства здійснювалася наступним чином: через різке зниження всіх закупівельних цін порівняно до оптових, створювалася хронічна заборгованість сільського господарства державі, а приблизно через кожні 3-5 років, коли заборгованість досягала певної критичної межі вона списувалася. Під тиском таких циклів більшість сільськогосподарських підприємств залишалися вкрай пасивними, що спричинило стагнацію сільського господарства [157, с.205]. Проте, заходи підтримки сільського господарства були невідчутними і в результаті не забезпечували належного приросту виробництва агра-



рної продукції (особливо тваринницького походження), який би покривав зростаючий платоспроможний попит населення.

В наступні роки, протягом перехідного періоду до ринкової системи господарювання обсяги державної підтримки аграрного сектора в Україні з кожним роком скорочувалися, в основному через нестачу бюджетних коштів. Тому нині ведення і запровадження національної аграрної політики і дійових політичних інструментів мають потребу наблизитися до моделей підтримки аграрного сектора у країнах ЄС.

Заходи протекціоністської аграрної політики в Україні передбачають поліпшення умов для ефективного ведення сільсько-господарського виробництва та розвитку сільських територій. Т.О. Зінчук виділяє два основні вектори у політиці національного аграрного протекціонізму [104, с.321].

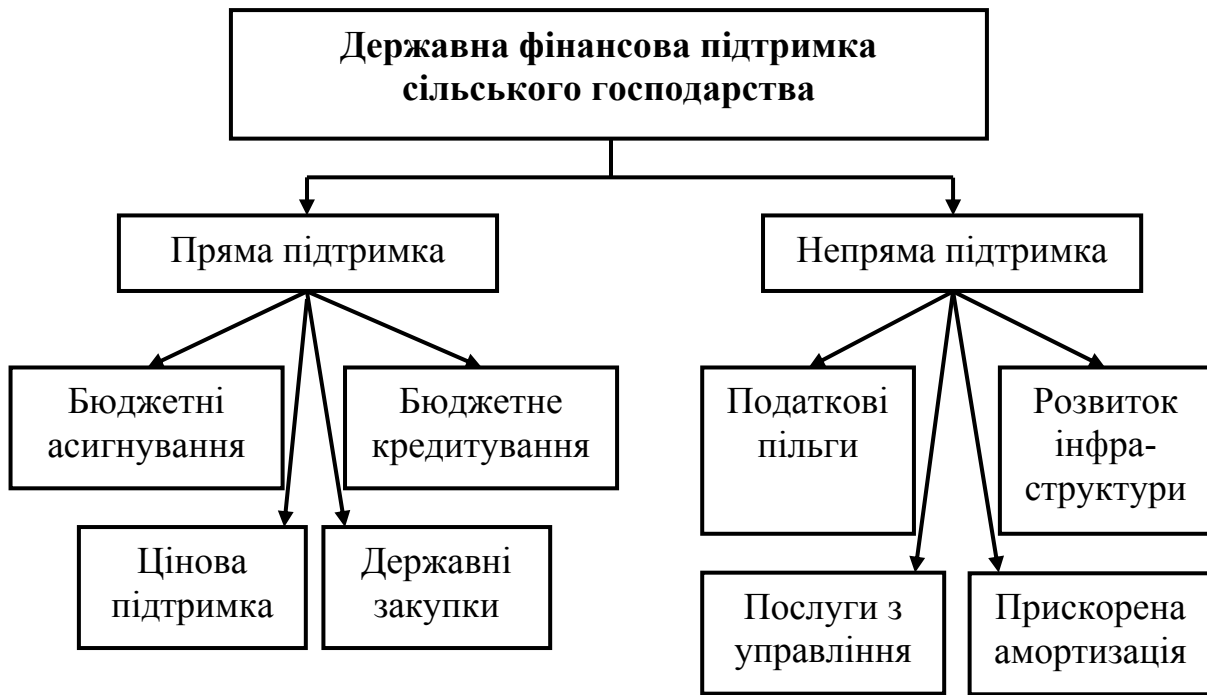
Перший – внутрішній, який переважно пов'язаний з питаннями ефективного розвитку національної аграрної економіки. Цей вектор є найбільш значущим, оскільки наша держава має статус країни з ринковою економікою, тому механізми здійснення державного протекціонізму повинні відповідати рівню високорозвинутих країн світу і не перешкоджати розвиткові конкуренції на світовому ринку.

Другий – зовнішній, який передбачає перехід до єдиних норм і правил торговельно-економічних відносин у рамках СОТ.

Внутрішні заходи протекціоністської підтримки забезпечуються у формі прямої та непрямой державної фінансової підтримки розвитку сільського господарства (рис. 3.1).

В умовах розвитку ринкових відносин агропродовольчий ринок, як і його важливий складовий елемент – сільське господарство піддаються негативному впливу різних чинників нестабільності: природних, економічних, соціальних.

Окремі науковці стверджують, що процеси формування і функціонування агропродовольчого ринку поки що позбавлені належного регулюючого впливу зі сторони держави. Між реформованими відносинами власності і стихійними, без будь-яких правил відносинами на продовольчих ринках виникли протиріччя, що заблокували мотиваційний механізм ринкової економіки [42, с.207].



**Рис. 3.1. Основні форми державної фінансової підтримки сільського господарства**

Джерело: [104, с.322].

В цьому контексті повчальним для України є досвід країн ЄС, в яких державне регулювання сільськогосподарського виробництва, дієва підтримка доходів сільських товаровиробників, їх державний захист посідають важливе місце в соціальній та економічній політиці. Зокрема, на відміну від вільного ринку сільськогосподарська політика країн ЄС передбачає застосування адміністративних важелів впливу на ринок, щоб досягти результатів, яких він неспроможний досягти самостійно. При цьому ця політика коригується згідно з цінностями визначеними відкритими ринковими силами. Виходячи з цього і побудований механізм формування спільного сільськогосподарського ринку в ЄС (рис. 3.2).

Спільна аграрна політика ЄС процедурно здійснюється шляхом прийняття відповідних директив і фінансується з бюджету співтовариства через спеціально створений Європейський сільськогосподарський регулятивний і гарантійний фонд (ЄСРГФ) – EAGGF (*European Agricultural Guidance and Guarantes Fund*) [135, с.118]. Ключовими елементами Спільного ринку є: регулювання внутрішнього ринку і зняття обмежень на кордонах.

### 3.1. Державне регулювання ринку агропродовольчої ...

Регулювання внутрішнього ринку включає: спільні ціни; квоти на виробництво сільськогосподарської продукції; єдині норми і стандарти; підтримка виробників і споживачів, а також втручання в ринки. Зняття обмежень на кордонах охоплює тарифні сплати, митні формальності, сезонність імпорту та повернення платежів у бюджет ЄС при експорті.



Рис. 3.2. Основні елементи формування Спільного ринку країн ЄС

Джерело: [124, с.32].

Варто зауважити, що вільна конкуренція в чистому вигляді на ринку агропродовольчих продуктів цієї спільноти практично не існує. Окремі вчені навіть стверджують, що систему державного регулювання, яка склалася, наприклад, у країнах Європейського Співтовариства, важко назвати ринковою [209, с.126]. При

такій системі регулювання у більшій мірі йдеться про стримування неконтрольованої ринкової конкуренції, проектоване державою сільське господарство та різноманітні форми регулювання, що стабілізують і систематизують функціонування аграрних ринків.

Конкретні масштаби регулювання переважно залежать від рівня розвитку економіки, збалансованості попиту і пропозиції на аграрних ринках. Державне регулювання агробізнесу в економічно розвинутих країнах ведуть за такими головними напрямками: регулювання цін і фермерських доходів; бюджетне фінансування; кредитування; оподаткування; стабілізація ринку агропродовольчої продукції. Керуючись систематичним аналізом рівня державної підтримки аграрного сектора, майже всі західні країни у взаємовідносинах сільського господарства з іншими галузями, у питаннях експорту та імпорту сільськогосподарської сировини та продовольчих продуктів дотримуються принципу аграрного протекціонізму.

Зокрема, за єдиною методикою, розробленою Організацією з економічної співпраці і розвитку (ОЕСР), для вимірювання масштабів державної підтримки аграрного сектора використовується декілька показників, найпоширенішими з яких є: оцінка підтримки виробників – ОПВ (*Producer Support Estimate*<sup>1</sup> – *PSE*); оцінка підтримки споживачів – ОПС (*Consumer Support Estimate*<sup>2</sup> – *CSE*); оцінка загальної підтримки – ОЗП (*Total Support Estimate* – *TSE*) [241].

Перший показник – ОПВ (оцінка підтримки виробників) визначається як річна грошова вартість валового перерозподілу ресурсів від споживачів та платників податків на підтримку сільськогосподарських товаровиробників у результаті здійснення державної політики (вимірюється у цінах виробників). Показник ОПВ може розраховуватись як для всієї сільськогосподарської продукції, так і для окремих її видів; як абсолютна величина (у грошовому виразі) і як відносна величина. Відносна ОПВ показує частку трансфертів сільськогосподарським виробникам у загальному обсязі грошових надходжень сільськогосподарських підприємств або частку грошових надходжень сільськогосподарсь-

---

<sup>1</sup> До 1999 р. цей показник називався *Producer Subsidy Equivalent* – еквівалент субсидіювання виробника.

<sup>2</sup> До 1999 р. цей показник називався *Consumer Subsidy Equivalent* – еквівалент субсидіювання споживача.

ких підприємств, пов'язаних із державною політикою. Однією із складових ОПВ є показник підтримки ринкових цін, що показує грошову вартість валових трансфертів від споживачів та платників податків сільськогосподарським виробникам за рік, що виникли в результаті заходів державної підтримки, якими створюється розрив між цінами на певний вид сільськогосподарської продукції на внутрішньому і зовнішньому ринку (вимірюється у цінах виробника).

Показник ОПС (оцінка підтримки споживачів) оцінює річну грошову вартість перерозподілу ресурсів до споживачів сільськогосподарської продукції у результаті заходів державної політики (вимірюється у цінах виробників). Як і показник оцінки підтримки виробників, показник оцінки підтримки споживачів може стосуватися окремого виду або всієї продукції; бути абсолютним або відносним. Відносна ОПС розраховується як відношення загального обсягу витрат споживачів на сільськогосподарську продукцію національного виробництва до різниці між загальним обсягом на споживання у цінах виробника і бюджетної підтримки споживачів. Таким чином, відносна ОПС показує частку витрат на споживання, що виникла внаслідок державної політики.

Третій показник – ОЗП (оцінка загальної підтримки) оцінює річну грошову вартість всього валового перерозподілу ресурсів від споживачів сільськогосподарської продукції та від платників податків у результаті заходів державної політики. Відносний показник ОЗП розраховується як частка загального обсягу державної підтримки сільського господарства у ВВП. Цінність цієї методики полягає в тому, що для порівняння рівня підтримки сільського господарства між країнами та у часі використовуються відносні показники ОПВ, ОПС і ОЗП, які не залежать від національних валют і рівнів інфляції. З'ясуємо, який рівень державної підтримки вітчизняного аграрного сектора у порівнянні з лідерами світової торгівлі агропродовольчою продукцією (табл. 3.1).

З даних табл. 3.1 видно, що діапазон коливань значень оцінки загальної підтримки і підтримки споживачів за 1992-2001 рр. для України значно більший, ніж для країн ЄС і США, особливо в 1992-1996 рр. Середньорічний показник загальної підтримки за досліджуваний період в країнах-учасницях ЄС і США становить

відповідно 1,64 і 1,06, тоді як в Україні загальна підтримка практично відсутня.

**Таблиця 3.1**

**Динаміка відносних показників державної підтримки сільського господарства в Україні, ЄС і США, 1992-2001 рр., %**

Роки	Україна		ЄС		США	
	Оцінка загальної підтримки	Оцінка підтримки споживачів	Оцінка загальної підтримки	Оцінка підтримки споживачів	Оцінка загальної підтримки	Оцінка підтримки споживачів
1992	-18,3	115,0	2,1	37,0	1,3	18,0
1993	4,8	11,0	2,0	39,0	1,3	19,0
1994	3,1	12,0	1,9	37,0	1,1	16,0
1995	-12,3	49,0	1,7	37,0	1,0	11,0
1996	-0,4	11,0	1,6	34,0	1,0	14,0
1997	5,1	14,0	1,5	34,0	0,9	14,0
1998	3,6	-12,5	1,5	38,0	1,0	22,0
1999	-0,4	12,0	1,5	40,0	1,1	25,0
2000	0,2	3,0	1,3	34,0	0,9	22,2
2001	1,9	-3,0	1,3	34,0	1,0	22,6
<b>Середньорічний рівень показника за 1992-2001 рр.</b>	<b>-1,27</b>	<b>21,15</b>	<b>1,64</b>	<b>36,4</b>	<b>1,06</b>	<b>18,38</b>

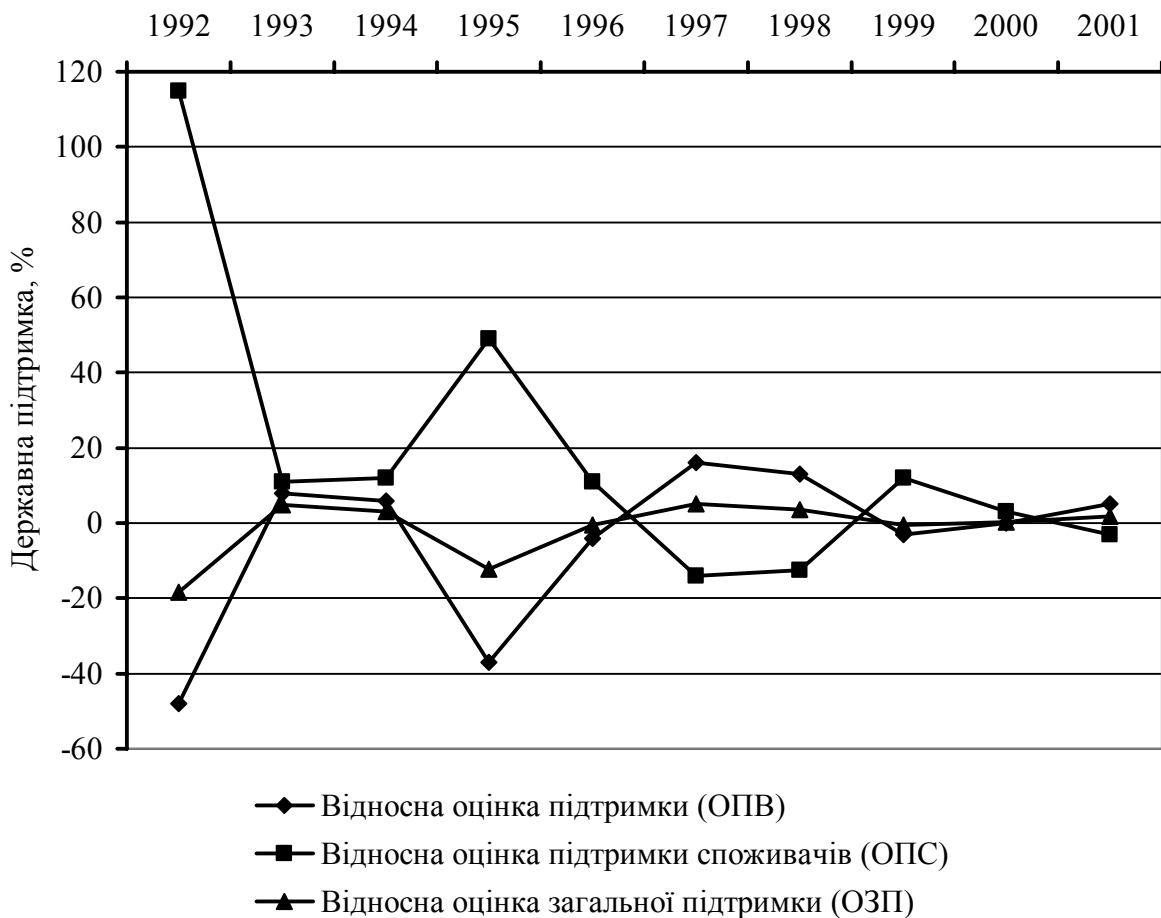
Джерело: ОЕСР, база даних PSE/CSE 2003: <http://www.oecd.org/dataoecd>

Згідно з розрахунками ОЕСР, у період з 1992 по 1995 рр. відносні оцінки підтримки споживачів сільськогосподарської продукції в Україні були позитивними (рис. 3.3).

Максимальною була підтримка споживачів за рахунок сільськогосподарських виробників у 1992 р. і 1995 р. (значення відносного ОЗП відповідно 115% і 49%), на той час, як оцінка підтримки виробників була від'ємною (відповідно -48% і -37%).

### 3.1. Державне регулювання ринку агропродовольчої ...

Від'ємне значення показника ОПВ вказує на пряме або приховане "оподаткування" виробників.



**Рис. 3.3. Відносні оцінки державної підтримки сільського господарства України**

Протягом 1997-1998 рр. переважали трансферти від споживачів і платників податків до сільськогосподарських товаровиробників, а протягом наступних 1999-2000 рр. – трансферти виробників. Відносна оцінка загальної підтримки сільського господарства була від'ємною у 1992 р., 1995, 1996 і 1999 р., що свідчить про нерівномірність у системі економічних відносин країни, в інші роки вона не перевищувала 5,1% ВВП.

Для порівняння, в країнах-учасницях ЄС протягом 1992-2001 рр. частка загальної підтримки сільського господарства не перевищувала 2,1% ВВП, а відносна оцінка підтримки сільсько-

господарських виробників за рахунок споживачів і платників податків не перевищувала 40%.

В пореформений період функціонування аграрного сектора України має місце зростання державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

**Порівняння темпів зростання виробництва валової продукції з темпами сукупної державної підтримки сільського господарства, 2000-2006 рр.**

Показники	Роки				2006 р. до 2000 р., разів
	2000	2004	2005	2006	
Виробництво валової продукції (у фактичних цінах), млрд. грн.	77,9	92,5	92,5	94,9	1,7 раза
Індекс ланцюговий *	107,1	118,8	100,1	102,5	–
Сукупна державна підтримка сільського господарства, млрд. грн.	2,4	6,4	7,9	9,2	3,8 раза
Індекс ланцюговий *	149,3	112,3	123,4	116,5	–

\* Індекс ланцюговий (у відсотках до попереднього року).

*Джерело:* За даними Держкомстату України та Мінагрополітики, власні розрахунки.

Як свідчать дані табл. 3.2, розміри сукупних надходжень державної підтримки в аграрний сектор в 2000-2006 рр. випереджають темпи зростання виробництва валової продукції сільського господарства. Так, обсяг державної фінансової підтримки зріс із 2,4 млрд. грн. в 2000 р. до 9,2 млрд. грн. у 2006 р. (при мінімальній розрахунковій потребі 20,8 млрд. грн.). Обсяг виробництва валової продукції за цей період збільшився з 54,3 до 94,3 млрд. грн. або лише в 1,7 раза, що дуже переконливо підтверджують ланцюгові індекси.

На переговорах з питань вступу до СОТ Україна наполягала на максимально допустимій підтримці галузі в сумі 1,14 млрд. дол. США щороку або в розрахунку на одного зайнятого в національному секторі аграрної економіки це становитиме 285 дол. США, а на 1 га сільськогосподарських угідь – 27 дол. США. Для



порівняння: в країнах-членах ЄС ці видатки включно до 2013 р. становитимуть 256 євро [41, с.158].

Аналіз ринкових трансформацій аграрного сектора України, рівня розвитку організаційних засад національного агропродовольчого ринку свідчить, що ринкові механізми ще не є самодостатніми і потребують організованих дій як учасників ринку, так і держави. Проте, як стверджують відомі вчені НАН України, в нашій державі цієї вимоги не дотримуються, констатуючи, що з проблем реформування власності напрацьована певна законодавчо-нормативна база, то від впливу на формування організованого сільськогосподарського ринку владні структури практично дистанціювалися [212, с.5].

З вищенаведеного випливає, що для забезпечення стабільного розвитку національного агропродовольчого ринку, насичення його конкурентоспроможною продукцією для задоволення внутрішніх потреб і розширення експортного потенціалу, нагальною потребою є застосування ефективних механізмів державного регулювання, які б сприяли збалансованості кількісних і якісних параметрів попиту і пропозиції, їхньому оптимальному співвідношенню. На наш погляд, з урахуванням світового і вітчизняного досвіду можливі наступні трансформаційні підходи щодо основних напрямів формування системи державного регулювання агропродовольчого ринку (рис. 3.4).

Система державного регулювання агропродовольчого ринку повинна охоплювати організаційні й економічні напрями. Зокрема, до організаційних напрямів регулювання агропродовольчого ринку належать: створення системи державних інституцій з регулювання ринку; створення й розвиток ринкової інфраструктури; формування нормативно-правової бази та інформаційного забезпечення; створення міжвідомчих і регіональних узгоджувальних комісій з питань врегулювання міжгалузевих відносин; ведення моніторингу та прогнозування кон'юнктури ринку; посилення контролю за якістю та безпечністю агропродовольчої продукції; впровадження стандартів агровиробництва та правил сертифікації продукції; щомісячне декларування запасів агропродовольства тощо.



Рис. 3.4. Перспективна модель системи державного регулювання ринку агропродовольчої продукції

### **3.1. Державне регулювання ринку агропродовольчої ...**

Економічні напрями регулювання агропродовольчого ринку мають включати: складання балансів продовольчих ресурсів, їх оптимізацію; узгодження попиту і пропозиції, підтримку їх рівноваги; регулювання та підтримку пропозиції шляхом здійснення резервних, заставних та регіональних закупівель і продажу продукції; митно-тарифне регулювання експорту й імпорту продукції; підтримку кредитування виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції; цінову підтримку стратегічно важливих видів агропродовольчої продукції; бюджетну підтримку експорту (експортні субсидії й програма розширення експорту).

Основними механізмами, що формують ринок конкурентоспроможної агропродовольчої продукції, слід вважати: перехід на програмно-цільове управління стабілізації сільськогосподарського виробництва; появу на агропродовольчих ринках держави як покупця так і продавця основних видів сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів, які мають стратегічне соціально-економічне значення для суспільства.

До програми ринкової трансформації державної підтримки аграрного сектора потрібно включати такі заходи: створення резервів сільськогосподарської продукції для забезпечення продовольчої безпеки, закупівля і продаж якої має здійснюватися прозоро, за поточними ринковими цінами; підтримку купівельної спроможності населення з низьким доходами шляхом надання адресних субсидій; підтримку доходів товаровиробників сільськогосподарської продукції; підтримку програм страхування доходів сільгосптоваровиробників на випадок стихійних лих, хвороб і пошкодження шкідниками рослин і тварин; часткову компенсацію зниження доходів сільськогосподарських товаровиробників порівняно з середнім рівнем за попередні 3-5 років через неврожай чи стихійне лихо; підтримку програм, спрямованих на вилучення з виробництва надлишку працівників; підтримка програм вилучення з виробництва землі, худоби та інших виробничих ресурсів; підтримку сільськогосподарських підприємств, що знаходяться в регіонах з несприятливими природно-кліматичними умовами.

Для державного регулювання попиту і пропозиції уявляється доцільним запровадити: товарні програми; товарні та грошові інтервенції; авансування участі товаровиробників у державних

програмах; програми нарощування чи скорочення посівів, консервація посівних площ; жорсткі санкції щодо ввезення продукції на вітчизняний агропродовольчий ринок незаконним (контрабандним) шляхом; важелі обмеження імпорту; спеціальні програми продовольчого забезпечення окремих груп населення.

Зважаючи на економічні труднощі в аграрному секторі, державному регулюванню на першому етапі можуть підлягати лише попит і пропозиція на окремі стратегічно важливі види агропродовольства, щодо яких повинні бути розроблені державні цільові товарні програми: “Продовольче зерно”, “Фуражне зерно”, “Олійні культури”, “Цукрові буряки”, “М’ясо”, “Молоко”. В межах зазначених програм повинні бути: пшениця продовольча, жито; кукурудза, ячмінь, бобові; насіння соняшнику, олія; цукор; молоко сухе, мало, сири тверді; напівтуші ВРХ та свиней. Мета таких програм – підтримувати виробництво визначених для кожного періоду видів продукції, від яких залежить продовольча безпека держави, в найбільш сприятливих природних і економічних умовах для зменшення витрат на її виробництво, підвищення конкурентоспроможності продукції, збільшення доходів товаровиробників та впливати на формування доступних для споживача цін на продовольство.

Координатором розробки програм виступає Міністерство аграрної політики України з іншими заінтересованими міністерствами й відомствами, виходячи з основних оцінок попиту на продукцію внутрішнього та зовнішнього ринків з урахуванням прогнозних показників державної програми соціального і економічного розвитку та державного бюджету України на відповідний рік.

По своїй сутності державні аграрні програми повинні охоплювати:

- науково обґрунтовані обсяги та якісні показники сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів, виробництво яких буде підтримувати держава;
- встановлені умови і стандарти виробництва, яких необхідно дотримуватися при виробництві продукції, щоб забезпечити раціональне їх розміщення й ефективне використання ресурсного потенціалу кожної природно-економічної зони України;

- розраховані мінімальні гарантовані ціни (ціни підтримки), за якими визначатимуть розміри авансування на основні стратегічно важливі види сільськогосподарської продукції;
- обсяг гарантованого авансування сільськогосподарських товаровиробників – учасників виконання державних цільових товарних програм з державного бюджету в певному розмірі, від загальної суми укладених угод за цінами підтримки на стратегічно важливі види сільськогосподарської продукції на засадах короткострокового процентного кредиту.

В цих програмах визначаються види сільськогосподарської продукції або первинні продукти її переробки, на які встановлюються мінімальні гарантовані ціни (базові, цільові ціни).

Серед науковців немає єдиної думки щодо встановлення мінімальних цін, одні вважають, що вони мають забезпечити лише мінімальну прибутковість виробництва окремих видів квотованої продукції, інші – на рівні, що забезпечує розширене відтворення. Ще один критерій – вони мають встановлюватися на рівні не нижче середньої ринкової ціни за останні п'ять років.

Як в першому, так і в другому випадку є свої певні переваги і загрози. На нашу думку, щоб спонукати товаровиробника до раціонального розміщення конкурентоспроможної продукції і сприяти цим формуванню спеціалізованих агропродовольчих ринків, їх продуктової спеціалізації, при розрахунку мінімальної ціни доцільно користуватися нормативною собівартістю продукції при заданій продуктивності у зоні найбільш сприятливого виробництва.

Таким чином, в умовах розвитку ринкової економіки державне регулювання як аграрного сектора, так і агропродовольчого ринку, повинно здійснюватися чіткою системою управління соціально-економічними процесами за допомогою перевірених світовою практикою економічних і правових важелів: цін і тарифів, податків, кредитів, цінних паперів, амортизаційної політики, пільг, державного замовлення і контракту, субсидій, субвенцій тощо. Ці важелі використовуються як прямі і опосередковані регулятори агропродовольчого ринку і сприяють ефективному його розвитку.

### **3.2. Удосконалення економічної політики щодо зміцнення позицій сільських товаровиробників на агроринку**

Трансформація аграрного сектора України до ринкових відносин супроводжувалась низкою явищ, часто не очікуваних і непередбачуваних, вплив яких на виробничу і соціальну сферу села надто складний і неоднозначний. Перехід до ринку поки що не забезпечив очікуваної результативності в сільському господарстві, в першу чергу, із-за низьких адаптаційних можливостей сільськогосподарських товаровиробників і недостатнього регулюючого впливу держави на ці процеси, що і стало головною причиною стрімкого спаду аграрного виробництва. Водночас, задекларовані наміри нашої держави щодо розширення діяльності у СОТ та інтеграції з країнами ЄС вимагають удосконалення економічної політики щодо підтримки позицій сільських товаровиробників, які є головним суб'єктом агропродовольчого ринку.

Існуючі протиріччя в розвитку сільського господарства України, переконливо засвідчують, що одним з найбільш важливих чинників, який негативно вплинув на здійснення аграрної реформи, формування національного агропродовольчого ринку є створені в державі досить низькі потенціальні можливості щодо ефективного ведення сільськогосподарського виробництва, яке б забезпечувало оптимальний рівень дохідності товаровиробників, сприяло розширеному веденню виробництва на інноваційній основі.

Дослідження показують, що впродовж останніх років, надмірно складна система збуту сільськогосподарської продукції на агропродовольчому ринку призвела до того, що найвищу ефективність від господарської діяльності одержують не безпосередні сільгосптоваровиробники, а посередники, які здійснюють реалізацію продукції, часто, по не завжди прозорих збутових каналах. Крім вказаних причин такого становища, спостерігається значне посилення кон'юнктурної боротьби за ринки збуту виробленої продукції між вітчизняними товаровиробниками.

Цілком закономірно, що для виживання в конкурентній боротьбі кожен товаровиробник прагне одержати максимум прибутку. Для цього він повинен попередньо прорахувати різні варіан-

ти очікуваних фінансових результатів, обґрунтувати виробничі можливості господарського формування і встановити, при якому обсязі виробництво буде рентабельним, а при якому забезпечується повне відшкодування постійних витрат виробництва, а також зону безпеки підприємства на конкурентному ринку.

В аграрному секторі України поширилися негативні тенденції у відтворювальному процесі, що призвело до різкого спаду сільськогосподарського виробництва, ускладнення фінансового стану сільськогосподарських товаровиробників, а також загострення соціальної напруги на селі. Так, за період з 1990-2008 рр. вартість валової продукції сільського господарства зменшилася на 28,8%, у тому числі в сільськогосподарських підприємствах – на 52,8%.

Особливо критична ситуація склалася у тваринництві, де вартість валової продукції зменшилася більш ніж в 2 рази, у тому числі в сільськогосподарських підприємствах – в 3 рази. За даними Держкомстату України в господарствах населення у 2008 р., ручною працею, з використанням примітивних знарядь праці вироблялося майже 99% картоплі, 89 – овочів, 88 – плодів і ягід, 79 – вовни, 81 – молока, 57 – м'яса, 46% яєць. Характерно, що значна кількість виробленої у такий спосіб продукції, особливо тваринницької, далеко не відповідає вимогам ЄС, що є досить негативним чинником в умовах співпраці України із СОТ.

Серйозне занепокоєння викликає і те, що досить вагомим напрямом збуту сільськогосподарської продукції стали нетрадиційні канали, у тому числі через комерційні структури. В результаті непрозорості збуту продукції цим каналом виникає найбільше цінових і фінансових проблем галузі, мають місце найнижчі ціни на продукцію та найгірша їх кон'юнктура. Зниження цін за комерційними каналами негативно вплинуло на фінансове становище сільськогосподарських підприємств, призвело до втрати прибутків і зниження рівня рентабельності господарювання.

Докорінно змінити ситуацію на користь сільськогосподарського товаровиробника в нинішніх умовах господарювання досить складно. Це вимагає належного державного регулювання, пошуку ефективної моделі щодо зміщення центру утворення підвищених прибутків на агропродовольчому ринку в сторону сільськогосподарських товаровиробників, внаслідок створення ефек-

тивно кооперованих суб'єктів ринку, з широким використанням сучасного маркетингу.

В цьому контексті, діяльність товаровиробників по насиченню агропродовольчого ринку товарами повинна бути спрямована, перш за все, на виробництво продуктів, які продаються, а не на продаж того, що виробляється. Для насичення агропродовольчого ринку слід максимально збалансувати економічні інтереси всіх суб'єктів ринку. Як правило, збалансованість агропродовольчого ринку визначається дією законів попиту та пропозиції. Перший – відображає зв'язок між цінами і кількістю продовольчої продукції, яка буде куплена при кожній ціні, а другий – свідчить, що продавці прагнуть продавати більше товарів при високих цінах і менше при низьких. При цьому роль держави обмежується опосередкованим впливом на досягнення урівноважених макроекономічних пропозицій, шляхом забезпечення правової бази та економічних умов для виробничо-збутової діяльності.

В цій ситуації, важлива роль у підвищенні дохідності агропромислових формувань належить маркетинговим дослідженням, які є основою для обґрунтування стратегії виходу агропродовольчих товарів на ринок, розробки виважених управлінських рішень щодо обсягів їх виробництва, вибору ефективних збутових каналів, встановлення рівня цін, завоювання нових клієнтурних ринків.

Тому для здійснення ефективної ринкової діяльності агропромисловим формуванням необхідно проводити не епізодичні, а систематичні маркетингові дослідження. Адже безсистемні дослідження ринку, при неповному використанні методів і технологій збору маркетингової інформації практично не забезпечують належного ефекту у досягненні конкурентних переваг, зниженні рівня фінансового ризику, підвищенні ефективності господарювання.

Встановлено, що забезпечення ефективного функціонування агропродовольчого ринку можливе лише за оптимального поєднання загально- і внутрішньосистемних інтересів, за рахунок використання механізмів стратегічного планування і маркетингового підходу зорієнтованого на ринок, його потреби з урахуванням платоспроможного попиту.



### **3.2. Удосконалення економічної політики щодо зміцнення...**

Важливим елементом маркетингу в системі формування агропродовольчого ринку є ціноутворення. Саме ціна відображає наскільки правильно була розроблена і успішно реалізована маркетингова програма. Якщо продукція реалізується по розрахунковій ціні, це свідчить про успіх, якщо ж покупець відмовляється купити її по цій ціні, то це невдача. Через ціну реалізуються основні результати виробничо-збутової діяльності товаровиробника і відповідно, вона визначає ефективність цієї діяльності.

Для сільгосптоваровиробників, серед основних проблем маркетингу стосовно ціноутворення найважливішими є дві: на якому рівні слід встановлювати ціну; як і чому її потрібно змінювати. Мінімальний рівень ціни визначається витратами на виробництво і реалізацію продукції. Максимальна ціна визначається попитом.

Дослідження показують, що на даному етапі трансформації системи реалізації сільськогосподарської продукції до ринкових умов майже всі сільгосптоваровиробники під впливом інфляційних процесів в економіці країни перейшли на гнучке ціноутворення у відповідності з дією ринкового механізму. Проте, будь-яке підприємство АПК використовуючи при реалізації своєї продукції концепцію маркетингу, може розробити власну політику і стратегію в галузі ціноутворення і досягти максимальної ефективності. Середнім і малим підприємствам слід використовувати метод ціноутворення “середні витрати плюс прибуток”. На нашу думку, цей метод встановлення ціни досить зручний і привабливий тому, що виробники більше пов’язані з розрахунком витрат, ніж із попитом на товар, спрощується і процес визначення ціни. Встановлюючи ціни товаровиробники прагнуть отримати максимальний прибуток по всій номенклатурі товарів. Для цього необхідно розробити систему цін для різних товарів, яка повинна гарантувати їх привабливість для різних категорій споживачів. Співвідношення цін в цій ситуації може не зовсім співпадати з реальним співвідношенням затрат і якістю товарів.

Особливо важливе значення маркетингова діяльність набуває для сільськогосподарських і агропромислових формувань та підприємницьких структур у забезпеченні конкурентоспроможності агропромислових товарів, які започатковують прямий вихід на зарубіжні ринки. Сільськогосподарська продукція і продово-

льчі товари традиційно займають вагоме місце у формуванні експортного потенціалу України. Дуже важливо зберегти існуючі позитивні тенденції до зростання як частки продовольчої продукції у товарному експорті країни, так і вартості експорту.

Організація маркетингової діяльності в системі формування агропродовольчого ринку повинна спрямовуватись на розвиток підприємницької ініціативи, що передбачає розробку конкурентоспроможних ідей, їх оперативну реалізацію в практичній діяльності. В основу виробничої і ринкової стратегії агроформувань, підприємств малого бізнесу і підприємств з переробки сільськогосподарської продукції має бути покладена концепція життєвого циклу продукту, яка б визначала момент його входження на ринок, пік виробництва та продажу, а також необхідність заміни існуючого продукту новим, більш конкурентоспроможним.

Конкурентоспроможність продукції досягається перш за все, за рахунок інвестицій у вдосконалення технології виробництва, підвищення якості продукції, оновлення її асортименту відповідно до вимог ринку. Проте, в Україні конкурентоспроможність агропродовольчої продукції не завжди задовольняє зростаючі потреби ринку, а її низький рівень негативно впливає на конкурентоспроможність агропромислових підприємств, підвищення ефективності господарювання. Встановлено, що на рівень конкурентоспроможності безпосередній вплив мають як зовнішні, так і внутрішні чинники. Зокрема, до перших слід віднести: посилення цінової конкуренції на зовнішньому ринку, зміни світової конкуренції, залежність нашої держави у зв'язку з входженням у СОТ.

Внутрішніми чинниками, які впливають на конкурентоспроможність продукції є: застарілі технології та основні засоби виробництва в аграрному секторі, недосконала інфраструктура агропродовольчого ринку, постійне зростання цін на енергоносії, обмежуюча ліквідність продукції, із-за низької платоспроможності її споживачів.

З метою подальшого розвитку нормальних ринкових механізмів в аграрній сфері економіки України доцільно ставити питання про державне регулювання розвитку ринкової інфраструктури на основі цільових державних програм прямої дії, а також кооперації та інтеграційних процесів як чинників збалансування інтересів учасників агропродовольчого ринку.

### 3.2. Удосконалення економічної політики щодо зміцнення...

Підтримуємо думку академіка УААН Саблука П.Т., який вважає, "... що необхідний перегляд Україною форм і методів державної підтримки аграрного сектору, зокрема, шляхом концентрації підтримки заходів і впровадження сучасних технологій виробництва конкурентоспроможної продукції з врахуванням вимог СОТ" [182, с.2]

Прямі і непрямі інвестиції держави на розвиток агропромислового виробництва з кожним роком зростають, але їх обсяг не відповідає оптимальному рівню, який би забезпечив розширене відтворення сільського господарства (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Напрями і сфери державних вкладень у розвиток АПК України у 2002-2007 рр.

Показники	В середньому за 2002-2006 рр.			2007 р.			2007 р. у % до середньорічних обсягів за 2002-2006 рр.
	Профінансовано	У % до плану	Структура вкладень, %	Профінансовано	У % до плану	Структура вкладень, %	
1	2	3	4	5	6	7	8
Прямі і непрямі інвестиції держави на розвиток агропромислового виробництва, всього	2627,6	91,7	70,1	4752,5	87,9	71,4	1,8 раза
- у тому числі збереження, відновлення і розвиток природнього та біологічного потенціалу	649,3	80,4	17,3	1015,3	86,0	15,2	1,6 раза
- забезпечення технічного прогресу та стимулювання інноваційних процесів	5,66	53,2	0,2	30,2	43,7	0,4	5,3 раза

Продовження таблиці 3.3

1	2	3	4	5	6	7	8
- подолання наслідків несприятливих умов, стихійних лих і захворювань рослин і тварин	252,6	95,6	6,7	131,0	90,7	2,0	51,9
- розвиток виробництва шляхом фінансової підтримки через ціновий і фінансовий механізм	1030,4	102,0	27,5	2425,2	87,1	36,2	2,4 раза
- управлінське та фінансове забезпечення	688,4	86,6	18,4	1143,1	93,9	17,1	1,7 раза
- інше	1,21	80,7	0,03	7,7	66,4	0,1	6,4 раза
Фінансування наукових і прикладних розробок	270,3	90,7	7,2	495,0	95,6	7,4	1,8 раза
Розвиток і забезпечення людського капіталу	611,1	92,3	16,3	1093,3	94,2	16,3	1,5 раза
Соціальний розвиток села	237,0	60,8	6,3	359,5	54,6	5,4	1,5 раза
<b>Всього</b>	<b>3746,0</b>	<b>88,9</b>	<b>100</b>	<b>6700,4</b>	<b>86,5</b>	<b>100</b>	<b>1,8 раза</b>

*Джерело:* За даними Держкомстату України.

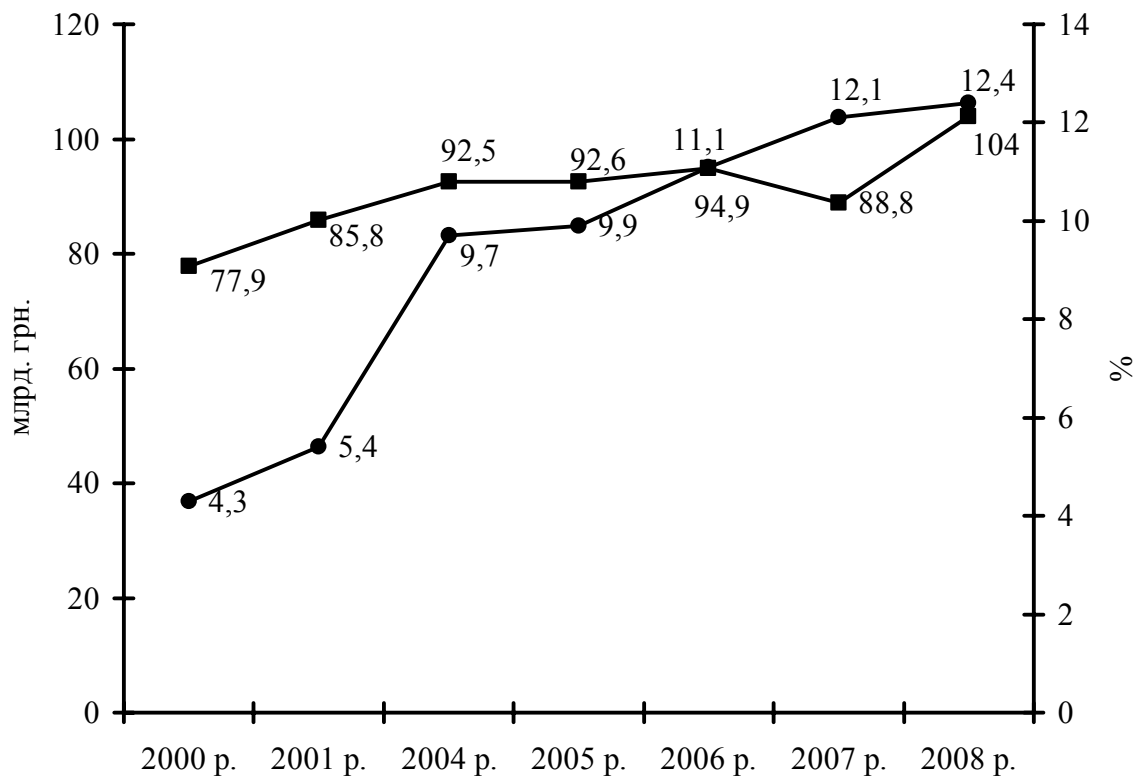
Так, незважаючи на відносне зростання, 2,5 млрд. грн. у 2000 р. до 10,5 млрд. грн. у 2006 р., нинішній рівень фінансової підтримки аграрної сфери в розрахунку на 1 га землі в обробітку був нижчим, ніж у країнах ЄС, у 15 разів, і сусідній Польщі – у 7 разів [182, с.1].

Характерно, що аналіз даних Держкомстату України свідчить, що частка державної підтримки вітчизняного аграрного сектора у вартості виробленої валової продукції сільського господарства з кожним роком зростає (рис. 3.5).

З наведеного рис. 3.5 видно, що частка державної підтримки аграрного сектора у вартості виробленої валової продукції сільського господарства (за порівнянними цінами 2005 р.) у 2000 р. становила 4,3%, а в 2008 р. – 12,4%. Фактично темпи зростання частки державної підтримки аграрного сектора випереджають темпи виробництва валової продукції сільського господарства за

### 3.2. Удосконалення економічної політики щодо зміцнення...

2000-2008 рр. Проте подальше нарощування обсягів фінансування галузі за старою ідеологією аж ніяк не може вплинути на усунення наявних структурних перекосів в аграрній сфері, не сприятиме модернізації засобів виробництва і технології, збільшенню приросту продукції рослинництва і тваринництва, підвищенню її прибутковості та, зрештою, підвищенню добробуту селян.



- Валова продукція сільського господарства, у порівнянних цінах 2005 р., млрд. грн
- Частка сукупної державної підтримки с/г у вартості валової продукції, %

**Рис. 3.5. Динаміка вартості виробництва валової продукції сільського господарства України і частка в ній сукупної державної підтримки, 2000-2008 рр.**

*Джерело:* За даними Держкомстату України.

Дослідження показують, що ряд актуальних соціально-економічних проблем сільських регіонів України не можуть вирішуватися ринковими методами. Досить гострою і невідкладною залишається проблема входу на агропродовольчий ринок для переважної маси селян, що отримали земельні частки (паї) в результаті приватизації. Через відсутність ринкових стимулів та старто-

вих можливостей для підприємництва вони пасивно залишають земельні частки у користуванні новоутворених структур, обмежуючись незначною орендною платою і зосереджуючись на веденні натурального господарства, хоча товарне виробництво могло б покращити структуру їх доходів, диверсифікувати і стабілізувати внутрішній ринок.

Це породило проблему несформованості в Україні сегменту невеликих і особливо середнього розміру товарних приватних господарств, які, доповнюючи існуючі великі підприємства, могли б надати агропродовольчому ринку більш збалансованого, стійкого і диверсифікованого вигляду.

Нинішній сільський товаровиробник, пересічний селянин в певних ситуаціях вимагає забезпечення кваліфікованого правового оформлення при приватизації майна, належного захисту законних земельних і майнових прав, вирішення господарських спірних питань, юридично-виважених рішень при укладанні взаємовигідних угод та ін., які нерідко вирішуються не на його користь. Тому в процесі становлення ринкового середовища на селі гострою є потреба у фахівцях, які б достатньо повно керувались знаннями, вміннями і навиками не тільки ринкової економіки, секретами сучасного менеджменту і маркетингу, підприємництва, соціології, соціального розвитку села, але й відповідними правовими знаннями, законами. Існуючу прогалину у підготовці фахівців для сільської сфери повинні як найшвидше заповнити вищі навчальні заклади III-IV рівня акредитації.

Сільській сфері потрібно якісно нові, висококультурні, компетентні керівники та фахівці ринкової орієнтації, які не лише знають організацію й технологію сучасного сільського господарства, вітчизняний і зарубіжний досвід ефективного ведення агробізнесу виробництва, здатні аналізувати та прогнозувати результати господарської і комерційної діяльності, вести ділові переговори та укладати контракти, вирішувати інші нетрадиційні питання соціально-економічного розвитку села.

Вважаємо, що з метою подолання кризової ситуації в аграрному секторі економіки агропродовольчий ринок повинен діяти на ринкових засадах за активної підтримки держави, її владних структур. При цьому функції держави повинні бути чітко визначені, насамперед в результаті створення більш досконалого зако-

### **3.2. Удосконалення економічної політики щодо зміцнення...**

нодавчого поля щодо діяльності суб'єктів національного агропродовольчого ринку, застосування податкової системи і основних принципів цінової політики, яка б була спрямована на забезпечення еквівалентного обміну, регулювання умов постачальницько-збутової діяльності, збалансування виробництва і реалізації продукції, здійснення діагностики стану конкурентного середовища вітчизняних підприємств та опрацювання організаційно-економічних аспектів відродження технології управління конкурентними перевагами в діяльності вітчизняних підприємств.

В цьому контексті можна окреслити конструктивне поле діяльності держави в таких напрямках:

По-перше – удосконалення аграрної політики з метою формування умов для розвитку і функціонування великих, крупнотоварних корпоративних та інтегрованих форм сільськогосподарського виробництва та агробізнесу. У середньостроковій перспективі на їх основі мають сформуватися промислово-фінансові групи за участю сільськогосподарських підприємств, які забезпечать глибоку переробку сільськогосподарської сировини і виготовлення високоякісної продукції, а також її просування на ринок.

По-друге – важливим напрямом стабілізації, диверсифікації та розвитку агропродовольчого ринку має стати підтримка процесу комерціалізації господарств населення, що зумовлюється загостренням соціально-економічних проблем та демографічної кризи у сільських регіонах. З цією метою доцільно визначити заходи підтримки малих форм сільськогосподарського виробництва, розвитку прямого маркетингу, стимулювання процесу формування кредитних спілок, кооперативних банків у сільській місцевості, агросервісних кооперативів створених виробниками.

По-третє – в умовах нинішнього помірною внутрішнього попиту на аграрну продукцію стратегічного значення набуває підтримка експортної орієнтації сільськогосподарських товаровиробників, особливо у короткостроковій перспективі. Це сприятиме додатковому інвестуванню сільського господарства, зростанню його конкурентоспроможності, розвитку ринкової інфраструктури.

По-четверте – впливовим чинником удосконалення економічної політики щодо підтримки сільгосптоваровиробників на аграрному ринку є налагодження стабільної взаємодії і партнерства

держави, товаровиробників та організованого агробізнесу. З метою урегулювання цього питання доцільно опрацювати проект закону про організацію аграрного ринку, який би окреслив засади регуляторного впливу держави, напрями і форми конструктивної співпраці, взаємні зобов'язання учасників аграрного ринку в інтересах його інтеграції, стабілізації та розширення.

По-п'яте – розширенню доступу до зовнішніх агропродовольчих ринків має сприяти активна участь України у роботі СОТ щодо лібералізації міжнародних сільськогосподарських ринків. Враховуючи трансформаційний статус аграрної сфери, найбільш виправданою уявляється комбінована політика послідовного, поетапного розвитку співробітництва із зовнішнім світом на міжнародно визнаних принципах торгівлі та прагматичного захисту національного сільгосптоваровиробника. З метою розширення експортних можливостей аграрного сектора та поглиблення інтегрованості національного агропродовольчого ринку стратегічно важливого значення набувають такі вектори діяльності структур державного управління АПК, які б забезпечили максимальне узгодження вітчизняних стандартів на сільськогосподарську і продовольчу продукцію з міжнародними нормами, поширення інформації про них серед міжнародних урядових та бізнесових кіл.

Таким чином, зміцнення позицій сільськогосподарських товаровиробників на агропродовольчому ринку, перш за все, за рахунок підвищення їх доходів від господарської діяльності вимагає виваженої аграрної політики щодо державної підтримки, широкого розвитку маркетингу, який володіє потенціальними можливостями переорієнтувати агропромислове виробництво і реалізацію продукції на повне задоволення потреб ринку.

### ***3.3. Підвищення конкурентоспроможності вітчизняної агропродовольчої продукції на світовому ринку***

Виклики, які пов'язані з глобалізацією продовольчої системи ведуть до прискорених темпів розширення світової торгівлі агропродовольчими товарами, порівняно із темпами зростання виробництва сільськогосподарської продукції і продуктів харчу-



вання. Одним із важливих питань у контексті глобальних змін є насиченість внутрішнього ринку України конкурентоспроможною агропродовольчою продукцією та розширення її експорту.

Поряд з цим, пріоритетним напрямом стратегічного розвитку агропродовольчого ринку України на сучасному етапі формування взаємовідносин із світовим ринком слід вважати не тільки зростання його експортних можливостей, а й удосконалення структури експорту, а також вихід на нові ринки з конкурентоспроможною продукцією, яка б відповідала вимогам міжнародних стандартів.

Дослідження показують, що в цих умовах першочергову роль займають проблеми міжнародної конкуренції. Це пов'язано з тим, що основною рушійною силою і результатом розвитку продуктивних сил усіх країн в аграрному секторі, як зазначають В. Рилько та В. Демяненко, стало формування світової агропродовольчої системи, в результаті інтенсифікації міжнародної кооперації і поділу праці, взаємодії та глобалізації національних товарних систем у сфері виробництва і продажу сільськогосподарської продукції та продуктів харчування [179, с.28].

Основними елементами світової агропродовольчої системи є міжнародна торгівля, що охоплює усі сфери продовольчого комплексу (рис. 3.6). Встановлено, що функціонування світової агропродовольчої системи веде до нерівномірного розвитку національних агропродовольчих систем, через те, що конкуренція і поділ праці виходять на загальний глобальний рівень. В цьому процесі лідерами вступають економічно розвинуті країни, тому що для їх агропродовольчих комплексів зовнішні ринки є основним чинником економічного зростання. Науково-виробничий і споживчий потенціал цих країн, а також висока захищеність інвестицій сприяють розширенню і поглибленню взаємозв'язків, що проявляються у поглибленні спеціалізації та кооперування у виробництві агропродовольчої продукції, ресурсів для її одержання, взаємному посиленні переливу капіталу та технологій.

Нині на світових сільськогосподарських ринках створюються переваги для великих країн експортерів. У середньостроковій перспективі світовий агроринок характеризуватиметься значним наростанням попиту, розширенням торгівлі та зміцненням цін. Головним чинником цього буде зростання споживання продо-

льства у країнах, що розвиваються, внутрішнє виробництво яких, як прогнозується, не буде встигати за попитом [209, с.132]. Економічний розвиток Китаю з його чисельним населенням буде особливо важливим чинником імпортного попиту на сільськогосподарську продукцію, в першу чергу на фуражне зерно.



**Рис. 3.6. Основні елементи світової агропродовольчої системи**

Крім цього, найбільш чистий сільськогосподарський експортер світу – Європейське співтовариство нині стоїть перед проблемою аграрного перевиробництва, з одного боку, та значних витрат на підтримку сільського господарства – з іншого. За оцінками, у короткостроковій перспективі ЄС не буде отримувати вигод від розширення світового ринку продовольства [209, с.133]. Внаслідок обмежень ГАТТ-СОТ щодо використання експортних субсидій зростаючий ринок за межами ОЕСР уже зараз практично повністю контролюється виробниками та трейдерами країн з ринково орієнтованим виробництвом. Ці зміни власне і визначатимуть підґрунтя сприятливих перспектив для агропродовольчого ринку України.

В цьому контексті чітка державна політика України, спрямована на відновлення і зміцнення її позицій на світових агро-

продовольчих ринках, у найближчій перспективі може забезпечити додаткові можливості економічного розвитку.

У світовій агропродовольчій системі Україна займає досить скромне місце, але її роль в окремих регіонах і на певних ринках доволі суттєва, а з входженням у СОТ потенціальні можливості зросли. До загальних проблем, з якими стикається наша держава у своїх взаємовідносинах із світовою агропродовольчою системою, належить: висока залежність від імпорту ресурсів для виробництва продовольства, іноземного капіталу і кредитів; протекціонізм стосовно вітчизняних товаровиробників; недосконалість чи відсутність елементів ринкового механізму; недоліки державних методів регулювання та ін.

Водночас слід зауважити, що серед вітчизняних науковців сформована думка, що за наявності конкурентних переваг на світовому ринку саме агропромислове виробництво є однією із пріоритетних галузей економіки України [68, с.115; 146, с.10]. Зважаючи на це, важливо оцінити поточну міжнародну конкурентоспроможність основних продуктів українського агропродовольчого експорту, визначити місце України на світовому агропродовольчому ринку, а також виявити перспективні ринки збуту для продукції вітчизняного агропромислового виробництва.

Конкурентоспроможність вітчизняної агропродовольчої продукції складається із сукупності конкурентних переваг, що проявляються на світовому ринку шляхом їх порівняння з відповідними показниками закордонних фірм-конкурентів.

Факторами конкурентних переваг агропродовольчої продукції можуть слугувати: рівень рентабельності виробництва, рівень продуктивності праці, ефективність стратегічного планування, ефективність керівництва агроформуванням, здатність швидко реагувати на запити і вимоги агропродовольчого ринку.

Деякі вчені стверджують, що конкурентна перевага країни на міжнародному ринку визначає певний набір компонентів, “національний ромб” [59]. Він містить у собі п’ять складових частин (рис. 3.7).

Компонентами “національного ромба” виступають: факторні умови, тобто ті конкретні фактори (кваліфікована робоча сила або інфраструктура), що потрібні для успішної конкуренції в



**Рис. 3.7. Конкурентна перевага країни на міжнародному ринку у вигляді “національного ромба”**

даній галузі; умови попиту, тобто який на внутрішньому ринку попит на продукцію або послуги, пропонований даною галуззю; родинні й підтримуючі галузі, тобто наявність або відсутність у країні родинних і підтримуючих галузей, конкурентоспроможних на міжнародному ринку; стратегія фірми, її структура і конкуренти, тобто які в країні умови, що визначають процес створення і керування фірм, і який характер конкуренції на внутрішньому ринку; державна політика, яка включає регулювання внутрішнього ринку.

Майже всі показники конкурентоспроможності формуються на основі інформації про обсяги зовнішньої торгівлі та використовуються, в основному, для міжнародних порівнянь, а в окремих ситуаціях використовуються також для визначення конкурентоспроможності окремих регіонів і розраховуються для окремого товару або товарної групи. Зважаючи, що конкурентоспроможність є відносною категорією, то показники, що базуються на відносних величинах (таких, як частка ринку, обсяг експорту та ін.), надають мало інформації про конкурентну позицію галузі або то-

вару в національній економіці. Більш інформативними є показники, що ґрунтуються на порівнянні одного сектора з іншим. Серед показників, які найчастіше використовуються зарубіжними вченими, варто виділити індекс відносної експортної конкурентоспроможності (Relative Export Advantage Index - RXA), індекс відносної залежності від імпорту (Relative Import Penetration Index - RMP) та індекс відносних торговельних переваг (Relative Trade Advantage Index - RTA) [244; с.2]. Українські вчені С. Кваша і О. Лука пропонують визначати індекс відносної експортної конкурентоспроможності за формулою [110, с.83]:

$$RXA_{ij} = \left( X_{ij} / \sum_{l, l \neq j} X_{il} \right) / \left( \sum_{k, k \neq i} X_{kj} / \sum_{k, k \neq i} \sum_{l, l \neq j} X_{kl} \right), \quad (3.1)$$

де  $X$  – експорт;  $i$  та  $k$  – види товарів;  $j$  та  $l$  – країни.

Індекс  $RXA$  визначається як відношення частки країни у світовому експорті певного товару всіх інших товарів. Специфічною рисою цього вимірника є те, що світовий експорт товару завжди визначається як сума експорту всіх країн, крім тієї, що досліджується. Аналогічно, з суми світового експорту інших товарів виключається експорт того товару, що є предметом дослідження. Це дозволяє уникнути подвійного рахунку, коли експорт країни (товару) є і чисельником, і складовою знаменника. Такий аспект є особливо доречним, якщо країна має істотну частку у світовій торгівлі, і (або) досліджуваний товар становить значну частку світового експорту.

Значення індексу  $RXA$  інтерпретується таким чином. Якщо воно є більшим від 1, то країна має порівняльні конкурентні переваги щодо експорту товару, який розглядається, якщо ж меншим від 1, то це вказує на конкурентні невігоди.

Індекс відносної залежності від імпорту  $RMP$  є дуже подібним до індексу  $RXA$ , з тією лише різницею, що в даному випадку до уваги береться імпорт:

$$RMP_{ij} = \left( M_{ij} / \sum_{l, l \neq j} M_{il} \right) / \left( \sum_{k, k \neq i} M_{kj} / \sum_{k, k \neq i} \sum_{l, l \neq j} M_{kl} \right), \quad (3.2)$$

де  $M$  – імпорт;  $i$  та  $k$  – види товарів;  $j$  та  $l$  – країни.

Якщо значення індексу  $RMP$  є більшим від 1, то залежність від імпорту висока (тобто мають місце конкурентні невігоди), якщо ж меншим від 1, то низька (тобто спостерігаються порівняльні конкурентні переваги).

Однак варто зауважити, що індекс  $RMP$  може бути дуже оманливим, оскільки його значення може бути істотно викривленим внаслідок захисту внутрішнього ринку. При існуванні заборони на імпорт або заборонному рівні імпортного мита це показник відобразатиме високий рівень конкурентних переваг, тоді як справедливим може бути протилежне. Подібний недолік є притаманним також індексові  $RXA$ . Якщо, наприклад, країна є лише транзитною державою, то цей індекс може відобразити високий рівень конкурентних переваг, що не відповідатиме дійсності. З цієї точки зору, важливо враховувати, що саме розглядається як експорт, оскільки, на жаль, при обліку і класифікації зовнішньоторговельних операцій між окремими країнами існують значні відмінності.

При розрахунку індексу відносних торговельних переваг одночасно беруться до уваги показники експорту та імпорту певного товару. Він розраховується за формулою:

$$RTA_{ij} = RXA_{ij} - RMP_{ij}. \quad (3.3)$$

де,  $RTA_{ij}$  – індекс відносних торговельних переваг  $i$ -го товару в  $j$ -й країні;  $RXA_{ij}$  – індекс відносної експортної конкурентоспроможності  $i$ -го товару в  $j$ -й країні;  $RMP_{ij}$  – індекс відносної залежності від імпорту  $i$ -го товару в  $j$ -й країні.

Додатне значення цього показника вказує на відносні конкурентні переваги у зовнішній торгівлі, а від'ємне – на відносні конкурентні невігоди.

Використання одночасно показників експорту та імпорту при обчисленні конкурентоспроможності стає дедалі важливішим з огляду на зростання обсягів внутрігалузевої торгівлі. Це можна проілюструвати за допомогою простого прикладу. Припустимо: індекс  $RXA$  для  $i$ -го товару в  $j$ -й країні дорівнює 3, що свідчить про високий рівень його конкурентоспроможності. Однак значення індексу  $RTA$  для того самого товару в тій самій країні дорівнює мінус 1, відображаючи нестачу конкурентоспроможності.

Причиною такої невідповідності є наявність внутрігалузевої торгівлі: хоча експорт даного товару і досить значний, все ж його імпорту є навіть більшим. Таким чином, при одночасному розгляді експорту і імпорту індекс *RTA* є набагато досконалішим та інформативнішим вимірником конкурентоспроможності.

Однак при практичному використанні всіх трьох індексів виникають численні проблеми. Мінімальні значення індексів *RXA* і *RMP* обмежено нулем, тоді як максимальні – не обмежено взагалі. Індекс *RTA* може бути як додатним, так і від'ємним, відображаючи наявність або відсутність конкурентних переваг, при цьому його мінімальне значення також не обмежено. Водночас якби ці індекси мали граничні значення, то це полегшило б їх інтерпретацію, оскільки в такому випадку можна було б точніше встановити міру наявності або відсутності конкурентних переваг.

Крім того, при інтерпретації всіх трьох індексів можуть виникнути труднощі, якщо існують істотні коливання між їх значеннями в різні роки внаслідок структурних змін в економіці, характерних для більшості країн з перехідними економіками, і в тому числі – для України. Оскільки структура виробництва (і в тому числі – в аграрному секторі) постійно змінюється, тобто обсяги зовнішньої торгівлі продовольчими товарами в різні роки істотно відрізняються. Тому за цих умов на основі статистичної інформації за окремий рік досить важко зробити висновки щодо конкурентоспроможності агропродовольчих продуктів.

Для оцінки змін у конкурентоспроможності нами розраховано індекси відносних торговельних переваг по окремих видах агропродовольчих продуктів: зернові, (пшениця, ячмінь, кукурудза), насіння соняшнику та соняшникова олія, цукор, яловичина, молочні продукти (масло вершкове і сухе знежирене молоко), які є або були в минулому основними для експортної спеціалізації України, 1994-2004 рр. (табл. 3.4).

Аналіз розрахованих значень індексу *RTA* показує, що за рівнем відносних торговельних переваг табл. 3.3 найбільш конкурентоспроможними в останні роки на світовому ринку серед основних товарів українського агропродовольчого експорту є соняшникова олія та насіння соняшнику, в 2004 р. індекс *RTA* досяг 46,11 та 14,27 відповідно.

Таблиця 3.4

**Фактичні та прогнозні рівні конкурентоспроможності окремих агропродовольчих продуктів України на світовому ринку**

Види продуктів	Індекс відносних торговельних переваг ( $RTA_{ij}$ )				2004 р. +,- до 1994 р.	Прогноз індекса $RTA_{ij}$ на 2010 р.
	1994 р.	1998 р.	2001 р.	2004 р.		
Зернові	1,85	3,72	4,12	3,63	1,78	4,35
Насіння соняшнику	34,62	53,86	32,45	14,27	-20,38	12,10
Соняшникова олія	-1,64	13,80	37,20	46,11	44,47	48,26
Цукор	17,74	-0,72	-4,84	-2,38	-20,12	6,72
Яловичина	0,14	0,83	15,90	6,12	5,98	8,34
Масло вершкове	-0,92	2,81	3,37	3,16	2,24	3,52
Сухе знежирене молоко	0,13	4,34	8,70	6,23	6,10	8,91

*Джерело:* Розраховано на основі даних FAOSTAT про обсяги експорту та імпорту окремих агропродовольчих товарів.

Основними чинниками зростання експорту цих продуктів було нарощування потужностей вітчизняних підприємств олійно-жирової промисловості та привабливе експортне мито наці товари. В 1994-2004 рр. конкурентоспроможними були зернові, індекс відносних торговельних переваг яких з кожним роком має тенденцію до зростання, хоча в структурі українського експорту цей показник є порівняно невисоким із-за значного імпорту по окремих видах зернових.

Судячи з рівня індексу  $RTA$ , найбільші втрати України у зниженні конкурентоспроможності важливого у минулому стратегічного експортного товару – цукру. В 1994 р. індекс  $RTA$  становив 17,74, а у 2004 р. – лише 2,38, або знизився більш, як в 10 разів.

Рівень конкурентоспроможності яловичини в динаміці по роках постійно коливається від найвищого значення  $RTA$  – від 0,14 у 1994 р. до 15,90 у 2001 р.

Виходячи з галузевого поділу, конкурентоспроможність агропродовольчих товарів рослинницького походження є набагато вища, ніж тваринницького. Проте, у 2001-2004 рр. всі товари цієї галузі, обрані для дослідження (яловичина, вершкове масло та



сухе знежирене молоко), були досить конкурентоспроможними на світовому ринку.

Загалом існуючі значні коливання експорту українських агропродовольчих товарів в 1994-2004 рр. свідчить про те, що Україна немає постійних “ніш” на світовому аграрному ринку, внаслідок чого конкурентоспроможність її продукції має переважно ціновий характер і в значній мірі залежна від кон’юнктури, яка складається на зовнішніх ринках.

Враховуючи нинішні і перспективні тенденції розвитку вітчизняного аграрного сектора, очікуваний рівень задоволення попиту населення України продуктами харчування та реальний стан щодо формування експортних можливостей, нами обґрунтовані прогнозні рівні індексу *RTA*, які характеризують майбутній рівень конкурентоспроможності вітчизняних агропродовольчих товарів на світовому аграрному ринку, який сформується у 2010 р. (табл. 3.4). Майже по всіх досліджуваних продуктах очікується незначне зростання рівня конкурентоспроможності агропродовольчих товарів. Виняток становить лише насіння соняшнику, адже з вступом у СОТ сировинна експортна орієнтація буде знижуватися, внаслідок зростання пропозиції товару з глибокою переробкою – соняшникової олії, яку Україні на світовому ринку економічно вигідно продавати. По наших розрахунках, в 2010 р. рівень індексу *RTA* соняшникової олії становитиме – 48,26. При належному державному регулюванні у цукробуряковому підкомплексі можна значно збільшити експортні поставки цукру українського виробництва на зовнішні ринки – індекс конкурентоспроможності цукру довести до 6,72.

Аналізуючи динаміку розвитку зернового ринку України, можна зробити висновок, що реалізація зернового потенціалу протягом найближчих декількох років може забезпечити значно важливішу роль України у майбутньому на світовому агропродовольчому ринку.

На переконання М. Маліка і Ю. Лупенка з огляду на світові тенденції стосовно альтернативного використання так званих енергетичних культур, змін клімату і зростання чисельності населення Землі саме утримання переваг за експортноорієнтованими продуктами дасть змогу українському агропродовольчому сектору зайняти лідируючі позиції серед глобальних конкурентів

[137, с.157]. У 2008/2009 маркетинговому році за обсягами експорту зернових культур Україна вийшла на третю позицію з 25 млн. тонн (11,2%) після США (32,2%) і ЄС (12,6%), а соняшникової олії – на перше місце з 2 млн. тонн (43,5%), друге місце посідає Аргентина – 1,1 млн. тонн (23,9%) і третє – Росія – 0,8 млн. тонн (17,4%).

Щодо конкурентоспроможних видів продукції сільського господарства, то згідно з теорією альтернативних витрат, як стверджують науковці, Україні важливо виробляти їх не менше третини внутрішньої потреби, тобто обсягів, які гарантують продовольчу безпеку населення.

Для повного прояву потенційних можливостей національного агропродовольчого ринку України на зовнішніх ринках державна політика повинна бути спрямована не тільки на освоєння нових ринків збуту, але й на повернення традиційних у минулому. У всіх регіонах потрібно спиратися на низку законодавчих актів з цього питання. Так, Програма стимулювання експорту продукції, що схвалена Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 26.10.2001 р. № 498, передбачає низку організаційних, фінансово-економічних і правових заходів, спрямованих на збільшення конкурентоспроможності продукції вітчизняних товаровиробників та обсягів експорту. Крім того, слід керуватися Указом Президента України “Про заходи щодо розвитку продовольчого ринку та сприяння експорту сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів” від 7.08.2001 р. № 601/2001 [14], яким визначено на прями збільшення експорту сільгосппродукції та продовольства.

Очікувані вигоди від вступу України до СОТ, плани щодо її майбутньої євроінтеграції вимагають узгодження інтересів українських виробників і споживачів агропродовольчої продукції, створення підґрунтя для забезпечення зовнішньої продовольчої незалежності в умовах можливої реалізації існуючих ризиків від вступу нашої держави до цих міжнародних інституцій. Перелік і масштаби застосування заходів щодо стимулювання нарощування обсягів сільськогосподарського експорту повинні узгоджуватися з міжнародними вимогами [212, с.10].

Крім цього, необхідно брати до уваги і такі моменти. По-перше, заходи з розширення експортної діяльності АПК мають стосуватися, насамперед, безпосередніх виробників і бути спря-

мованими на поглиблену переробку аграрної сировини, експорт якої є ефективним, а передбачувані обсяги виробництва перевищують масштаби внутрішнього платоспроможного попиту. По-друге, аграрна продукція, що йде на експорт, має належати до групи товарів, що дають можливість державі реалізовувати свої міжнародні конкурентні переваги.

Удосконалення експортно-імпоротної політики в кожному регіоні має передбачати нарощування експортного потенціалу і розширення зовнішніх ринків збуту продовольчих товарів, гармонізацію вітчизняних стандартів, фітосанітарних та ветеринарних заходів до міжнародних вимог, проведення ліберальної імпоротної політики, відкриття доступу на ринки відповідно до вимог СОТ та реалізацію адекватних заходів для захисту вітчизняного товаровиробника.

Українські науковці вважають, що для сприяння просування вітчизняної агропродовольчої продукції на зовнішні ринки потрібно запровадити наступні заходи: розвиток консультативних послуг для експортерів; створення системи ринкової інформації, ознайомлення з закордонною практикою відносно підтримки експорту сільгосппродукції і продовольства, а також вивчення внутрішньої діяльності щодо підтримки експорту [153, с.770].

Окремі дослідники стверджують, що на конкурентоспроможність експортної продукції суттєво впливає фактор часу, методологічну основу дослідження якого становить відома теорія “життєвого циклу товару” [59, с.58]. Тому в сучасних умовах виникає потреба не тільки визначення відповідності продукції нормативам, рівня її якості та економічних характеристик, а й урахування впливу елементів комплексу маркетингу підприємства на показник конкурентоспроможності продукції. Від ефективності маркетингу значною мірою залежить конкурентоспроможність продукції на ринку, адже важливою функцією маркетингу є підтримка системи зворотного зв'язку із споживачем.

Науково обґрунтована маркетингова діяльність має успіх тільки при здійсненні її по встановленій технології з використанням блок-схем алгоритмів, моделей і формалізації процесу маркетингу. Першочерговою стадією технології процесу маркетингу є дослідження ринку, яке можна здійснити за допомогою блок-схеми алгоритму наведеному на (рис. 3.8).

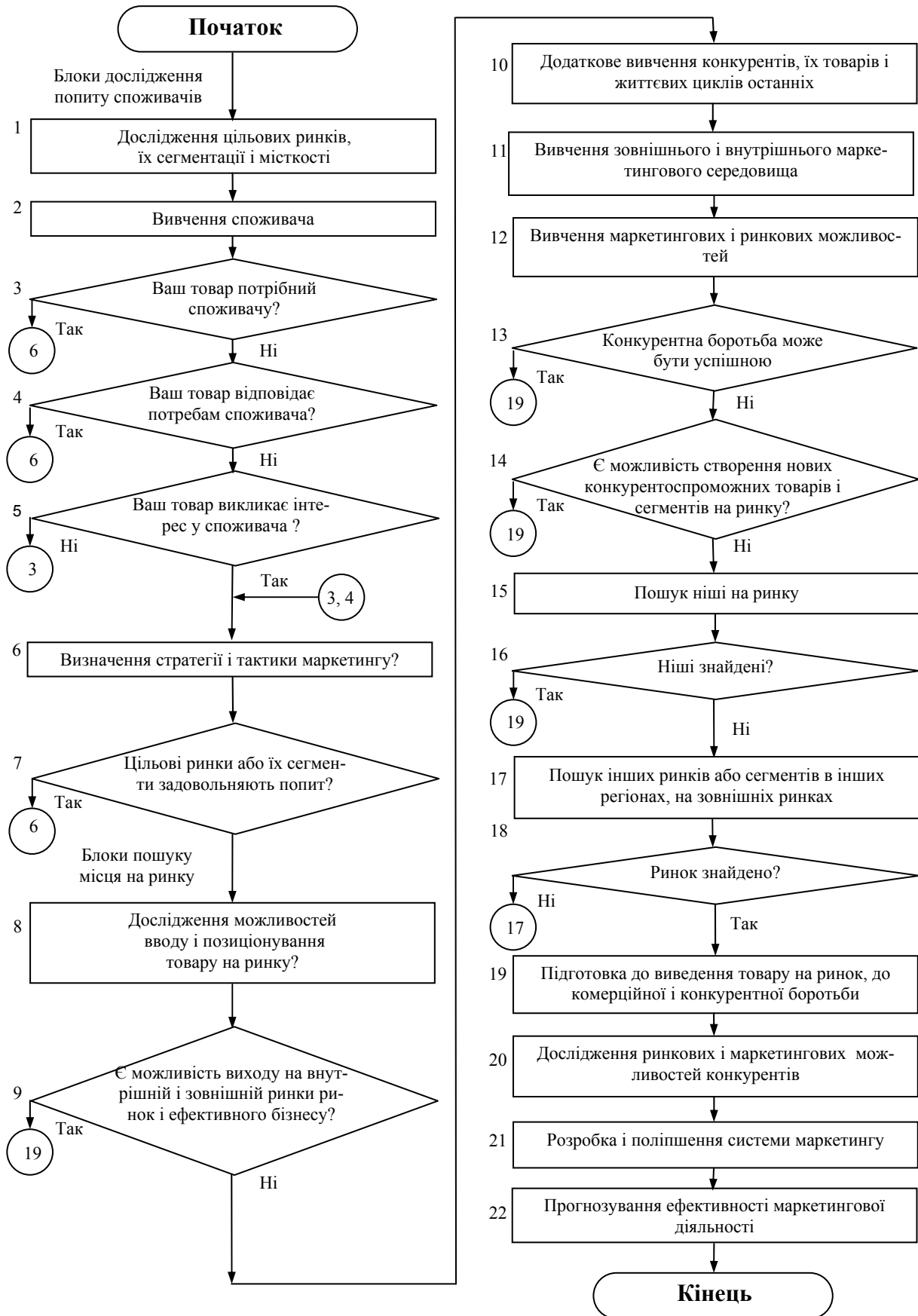


Рис. 3.8. Блок-схема алгоритму дослідження ринку агропродовольчої продукції

У відповідності з алгоритмом, дослідження агропродовольчого ринку повинно бути спрямоване на виявлення: попиту, споживачів, товарної кон'юнктури, конкурентів і їх діяльності.

При цьому головне – встановити попит споживачів на види агропродовольчих товарів, їх обсяг, структуру, визначити чинники, які зумовлюють попит, ступінь їх керованості, діалектику попиту, необхідність і можливість його задоволення, адаптувати попит в маркетинговій і агробізнесовій діяльності підприємств (об'єднань) і формувань малого бізнесу.

Вивчення поведінки споживача і його попиту – важлива умова для визначення стратегії і тактики маркетингової діяльності, проектування і організації системи маркетингу на внутрішньому і зовнішньому ринках, а також управління нею.

Внутрішній і міжнародний маркетинг нероздільні і по своїй суті особливо не розрізняються. Разом з тим, міжнародний маркетинг – явище більш складного порядку, так як він вимагає, щоб товаровиробник пристосовувався до іноземного споживача, застосовував додаткові зусилля при вивченні зарубіжних ринків.

Маркетингова діяльність за рубежем повинна враховувати багатогранне економічне, культурне і правове середовище кожного національного ринку. У порівнянні з внутрішнім маркетингом – міжнародний є складнішим із-за непередбачених цінових ризиків, або ризиків пов'язаних з порушенням договірних умов про постачання товарів. Проведені дослідження причин прорахунків і невдач у міжнародному бізнесі свідчать, що 53% випадків таких невдач припадало на долю маркетингу, 35% – пов'язані з управлінням, а 12% – з правовими, виробничими та фінансовими прорахунками [219, с.290].

Одним з важливих завдань маркетингового дослідження на конкретному світовому ринку є визначення конкурентоспроможності виробленої продукції. Вихід підприємства на зовнішній ринок завжди означає вступ у конкурентну боротьбу, оскільки на ринку наявна велика кількість товарів, які пропонують різні способи задоволення однієї і тієї ж потреби покупця за однакових або частково відмінних рівнів цін. За таких обставин перевага буде за найбільш конкурентоспроможним товаром, який на одиницю своєї вартості, що лежить в основі ринкової ціни, найкращим способом задовольняє конкретну потребу, тобто наділені біль-

шою споживчою цінністю. Важливу роль при цьому відіграє маркетинг, серед основних функцій якого є визначення конкретних вимог споживача та аналіз загальних потреб агропродовольчого ринку, а також реалізація виконання відповідних функцій підприємства, пов'язаних із найповнішим задоволенням потреб. Товаровиробник має вирішувати проблему визначення конкурентоспроможності своєї продукції, оскільки від цього залежить ефективність діяльності та її економічна міцність підприємства, а досягнення конкурентоспроможності стає його стратегічною метою для одержання прибутків та забезпечення стабільності фінансового стану.

В процесі проведення маркетингового дослідження варто врахувати переконливе твердження В.П. Прадуна, який вважає, що за умов подальшого посилення конкуренції на агропродовольчих ринках світу, велику, а точніше – вирішальну роль у формуванні ефективних та екологічнобезпечних ресурсних потенціалів сільськогосподарських підприємств відіграють саме несільськогосподарські галузі, підприємства, компанії та фірми, які треба розглядати як основну рушійну й організаційну силу в цій надзвичайно важливій справі [174, с.166]. Стратегія розвитку національного агропродовольчого ринку і розширення його експортних можливостей вимагає чіткої орієнтації підприємств агропромислового виробництва на новий, конкурентоспроможний рівень розвитку. Безперечно, що в цьому потрібна дієва державна підтримка.

На нашу думку, розробка стратегії агропромислового формування щодо підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки з вибором напрямів досягнення конкурентних переваг має ґрунтуватися на аналізі конкурентоспроможності з урахуванням конкретних умов, особливостей продукції, сильних та слабких сторін підприємства, а також використання можливостей підвищення конкурентоспроможності та чинників, які на неї впливають.

На рівні агропромислового формування, оцінка конкурентоспроможності продукції повинна передбачати проведення аналізу одиничних показників різних властивостей продукції, визначення групових показників за нормативами, технічними та економічними

ми показниками і на цій основі інтегрального показника конкурентоспроможності продукції.

Оцінка рівня конкурентоспроможності стосується, насамперед, можливостей вітчизняних товаровиробників конкурувати на внутрішньому і зовнішньому ринках з виробниками інших країн. Провести її можна шляхом порівняння конкуруючої продукції за сукупністю значень певних показників з аналогічними показниками продукції – зразка. Згідно з цим підходом оцінку рівня конкурентоспроможності продукції на рівні агропромислового формування пропонуємо здійснювати у кілька етапів.

На першому етапі слід перевірити агропродовольчу продукцію на патентну частоту: визначити ступінь втілення в продукції технічних рішень, які не підпадають під дію патентів, виданих у країнах передбачуваного експорту. У випадках невідповідності продукції цій вимозі необхідно вжити заходів щодо її забезпечення і лише після цього аналізувати рівень конкурентоспроможності.

Другим етапом є вибір номенклатури показників, за якими оцінюватимуть конкурентоспроможність продукції. Формувати групу цих показників необхідно на основі переліків рекомендованих стандартами на продукцію. На основі загальної номенклатури показників якості кожен товаровиробник повинен розробити їх перелік саме для оцінки конкурентоспроможності власної продукції з урахуванням вимог агропродовольчого ринку. Крім показників якості, за оцінками конкурентоспроможності продукції необхідно врахувати її економічні, маркетингові та комерційні характеристики, для вимірювання яких використовуються відповідні групи показників.

Третім етапом є визначення рівня відповідності продукції обов'язковим нормам та стандартам. У випадку невідповідності продукції вимогам державних постанов, чинного законодавства та технічних регламентів конкретного ринку вона не буде конкурентоспроможною незалежно від рівня інших показників.

Після визначення переліку показників оцінки конкурентоспроможності продукції та забезпечення їх відповідності нормам та стандартам необхідно вибрати зразок для порівняння. Вирішення цього питання є досить відповідальним, оскільки від цього залежать висновки, що їх може зробити підприємство щодо рівня

конкурентоспроможності своєї продукції та вибору стратегії подальшого розвитку.

Загалом, в умовах глобалізації світової економіки та намірів щодо подальшої інтеграції з країнами ЄС, вітчизняні підприємства повинні активно та вміло використовувати інструменти екологічного маркетингу при виході на зовнішній ринок, оскільки світовому агропродовольчому ринку екологічний фактор є стратегічним для досягнення конкурентних переваг.

### **3.4. Стратегія розвитку агропродовольчого ринку в контексті набуття Україною членства у СОТ та інтеграції з ЄС**

Перспективним етапом для подальшого розвитку агропродовольчого ринку України став, певною мірою, вступ до Світової організації торгівлі. Світова організація торгівлі функціонує з 1995 р. і є спадкоємицею Генеральної Угоди з Тарифів і Торгівлі (ГАТТ). СОТ базується на угодах, досягнутих в ході Уругвайського раунду багатосторонніх переговорів (1986-1994 рр.).

Основні принципи і правила ГАТТ/СОТ: торгівля без дискримінації, тобто взаємне надання режиму найбільшого сприяння у торгівлі і взаємне надання національного режиму товарам і послугам іноземного походження; регулювання торгівлі переважно тарифними методами, відмова від застосування кількісних і інших обмежень; прозорість торговельної політики; вирішення торговельних суперечок шляхом переговорів і консультацій тощо [209, с. 34].

Метою входження в цю світову організацію є визнання на міжнародному рівні дотримання Україною загальноприйнятих у світі стандартів міжнародних торговельних відносин, а відтак – входження як рівноправного партнера міжнародної економічної спільноти. Адже в сучасних умовах глобалізації без участі в СОТ практично недоступно у повній мірі використати сучасні переваги світової торгівлі і гарантувати власним товаровиробникам сприятливі умови діяльності на світовому агропродовольчому ринку.



Коли Україна вступала у СОТ, детально аналізувалися переваги та ризики для сільського господарства. Одна із переваг - можливість на рівних з іншими країнами – членами СОТ впливати на формування нових правил гри у світовій торгівлі. Вже через місяць після офіційного набуття Україною членства у СОТ Президент України видав Указ “Про заходи, пов’язані із вступом України до Світової організації торгівлі” № 557 від 17.06.2008 р. у якому доручив розробити директиви делегації України на переговорах у рамках Дохійського раунду розвитку СОТ.

Серед вчених-дослідників існували різнополярні точки зору, але в основному вони зводяться до того, що вступ України до СОТ по різному вплине на галузі економіки і товарні ринки, залежно від конкурентоспроможності національних виробників, досягнутої домовленості про рівень захисту ринків, рівня державної підтримки та її ефективності тощо. Чи не найбільші застереження викликали можливі наслідки лібералізації агропродовольчих ринків. З одного боку, вважали, що аграрний сектор України має конкурентні переваги. Зокрема, згідно зі стратегією Європейського банку реконструкцій і розвитку для України, найбільші потенційні конкурентні переваги в Україні має саме аграрний сектор [243]. З іншого боку, в останні роки сформувалася стійка тенденція щодо значної кількості збиткових підприємств і низькорентабельного господарювання в аграрному секторі. Тому вести мову про реалізацію конкурентних переваг поки що немає жодних підстав.

Світова організація торгівлі реалізує принцип справедливої конкуренції як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках сільськогосподарської продукції. Відповідно до цього принципу заходи державної підтримки сільського господарства, які справляють найбільший протекціоністський і стимулювальний вплив на виробництво сільгосппродукції, а також заходи, спрямовані на захист внутрішнього агропродовольчого ринку, мають скорочуватися. Адже вважається, що вони “хибним чином” впливають на ринок, тобто на обсяги виробництва і ціни.

Тому країни, які приєднуються до організації, беруть на себе певні зобов’язання стосовно чотирьох напрямів, а саме: щодо доступу на ринок сільськогосподарських і продовольчих товарів; експортної конкуренції у сільськогосподарській і продовольчій

торгівлі; санітарних і фітосанітарних заходів; державної підтримки сільського господарства.

Проте, як зазначає Т. Осташко, не зовсім оправдалися сподівання пов'язанні з набуттям Україною членства у Світовій організації торгівлі. Правила гри, встановленні СОТ для розвинутих країн і країн, що розвиваються, далекі від справедливих. Наша країна вступила до СОТ на більш жорстких умовах, ніж більшість країн, що успішно розвиваються. Зокрема, особливістю сучасного регулювання у СОТ є те, що ринки багатьох розвинутих країн захищені високими тарифами. Наприклад, середньозважені тарифи на м'ясо та м'ясопродукти в країнах ЄС складають – 67,3%, молочні продукти – 56, зернові – 78,3, цукор – 129%. Після застосування формули зниження, яка запропонована на переговорах Дохійського раунду, вони становитимуть відповідно – 22,2%; 19,7; 25,2 та 39,2%. Для порівняння: зв'язаний тариф на м'ясо та м'ясопродукти для України зафіксовано на рівні 12-15%, молочні продукти – 10, зернові – 5-20%, цукор – 50% (поза тарифною платою). Це означає, що навіть після скорочення за формулою Доха-раунду, тарифний захист агропродовольчого ринку буде набагато нижчим, ніж у наших партнерів [160, с. 2].

Всі заходи Світової організації торгівлі щодо державної підтримки сільського господарства і аграрного ринку країн-членів СОТ умовно поділені на три групи, або розкладені по кольорових скриньках: “зеленій”, “блакитній”, “жовтій” (табл. 3.5).

Група заходів так званої “зеленої скриньки” охоплює заходи державної підтримки, що зовсім не впливають або мінімально впливають викривляючим чином на сільськогосподарське виробництво і торгівлю продукцією. Ці заходи фінансуються з державного бюджету і не мають своїм наслідком підтримки цін виробників, а отже не порушують принципів справедливої конкуренції. Кожна держава – учасниця СОТ має право фінансувати заходи “зеленої скриньки” у будь-якому необхідному обсязі залежно від можливостей свого бюджету.

Заходи “блакитної скриньки” спрямовані на обмеження перевиробництва, і відносно них також немає обмежень фінансування з бюджету.

**Таблиця 3.5**

**Заходи Світової організації торгівлі щодо державної підтримки сільського господарства і аграрного ринку країн-членів СОТ**

Група підтримки (кольорова скринька)	Заходи державної підтримки
“Зелена”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• наукові дослідження, підвищення кваліфікації кадрів, інформаційно-консультаційне обслуговування;</li> <li>• ветеринарні і фітосанітарні заходи, контроль безпеки продуктів харчування;</li> <li>• сприяння збуту сільськогосподарської продукції</li> <li>• удосконалення інфраструктури (будівництво шляхів, електромереж, меліоративних споруд) за винятком операційних витрат на їх утримання;</li> <li>• утримання стратегічних продовольчих запасів, внутрішня продовольча допомога;</li> <li>• забезпечення гарантованого доходу сільгосптоваровиробникам, удосконалення землекористування тощо;</li> <li>• підтримка доходів виробників, не пов’язана з видом і обсягом виробництва;</li> <li>• сприяння структурній перебудові сільськогосподарського виробництва;</li> <li>• охорона довкілля і програми регіонального розвитку.</li> </ul>
“Блакитна”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• фіксовані посівні площі;</li> <li>• фіксоване поголів’я худоби і птиці.</li> </ul>
“Жовта”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• дотації на продукцію рослинництва і тваринництва;</li> <li>• дотації на племінне тваринництво та комбікорми;</li> <li>• дотації на елітне насінництво;</li> <li>• компенсації частини витрат на міндобрива і засоби захисту рослин;</li> <li>• компенсації частини витрат на енергоресурси;</li> <li>• цінова підтримка: компенсація різниці між закупівельною і ринковою ціною на сільгосппродукцію;</li> <li>• надання виробнику товарів та послуг за цінами, нижчими за ринкові;</li> <li>• закупівля у виробника товарів (послуг) за цінами, що перевищують ринкові;</li> <li>• пільгове кредитування сільгоспвиробників за рахунок бюджету, списання боргів;</li> <li>• пільги на транспортування сільгосппродукції;</li> <li>• витрати лізингового фонду та інші.</li> </ul>

Доволі проблемними є заходи “жовтої скриньки”. До них належать заходи внутрішньої підтримки, що справляють хибний

вплив на агропродовольчий ринок і сільськогосподарське виробництво. Фінансування з держбюджету заходів “жовтої скриньки” повинно поступово скорочуватись.

Щорічна сума всіх видів державної підтримки, на які поширюються зобов'язання зі скорочення, представляється показником сукупного виміру підтримки. Протягом шестирічного перехідного періоду рівень цього показника потрібно скоротити на 20% – для розвинених країн. Країна-учасниця СОТ має право не скорочувати витрати “жовтої скриньки”, якщо зобов'язується забезпечити підтримку у розмірі не більше 5% від вартості валової продукції сільського господарства – для розвинених країн і 10% для тих, що розвиваються [209, с.56].

Вважаємо, що Україні на даному етапі практично не потрібно зменшувати обсяги підтримки сільського господарства, бо фінансування протекціоністських заходів і так знаходиться на досить низькому рівні. В Україні витрати на зазначені цілі в останні роки досягли лише 0,5% ВВП, тоді як в Угорщині 1,8%, Японії і ЄС – по 1,7, Чехії – 1,6, США – 1,5, Канаді – 1,3, Росії – 0,8%. У розрахунку на одну особу субсидії становили: в Японії – 566 дол. США, США – 350, ЄС – 336, Канаді – 163, Угорщині – 111, Чехії – 100, Росії – 60, а в Україні – лише 3,3 дол. США [177].

Переваги і ризики для аграрного сектора і агропродовольчого ринку будуть залежати від результативності чергових переговорів СОТ, які ще тривають. Дуже багато залежить від того, наскільки вдало українська сторона зможе “виторгувати” ті чи інші поступки з боку СОТ. Наприклад, для країн з перехідною економікою процес приєднання до СОТ відбувся відносно безболісно для сільськогосподарських виробників і агропродовольчих ринків. В результаті вони отримали низку переваг, тому що дозволений рівень підтримки внутрішнього агропродовольчого ринку для країн Центральної і Східної Європи після приєднання до СОТ виявився досить високим. Зокрема, у Польщі рівень захисту внутрішнього агропродовольчого ринку по окремих продуктах навіть перевищує відповідний рівень ЄС. Це дає підставу стверджувати, що із набуттям членства України у СОТ, створиться реальна можливість щодо подальшої інтеграції її з країнами ЄС і світовим економічним співтовариством.

На шляху до євроінтеграції серед багатьох чинників, які впливають на перспективи розвитку аграрного сектора України, значне місце належать забезпеченню та гарантуванню стандартів якості агропродовольчої продукції. Концепція державної політики управління якістю ґрунтується на комплексі заходів, спрямованих на:

- створення і сертифікацію системи управління якістю продукції і довілля відповідно до вимог ISO серії 9000 та 14000;
- всебічне запровадження системи управління якістю в усіх сферах:
  - управління кiстю на всіх стадіях виробництва: від виробника сировини до кінцевої продукції;
  - створення системи управління безпекою харчових продуктів на основі принципів HACCP та законодавства спрямованого на заохочення до цього національних товаровиробників [243].

За інформацією Європейського комітету зі стандартизації (CEN), 40% глобального товарообігу провідних компаній світу залежить від стандартів.

З позиції розвитку агропродовольчого ринку України необхідність розробки стандартів та впровадження їх у сфері АПК, як стверджують відомі дослідники, зумовлена певними вигодами:

- по-перше, вони виступають гарантією насичення внутрішнього ринку безпечною та якісною сільськогосподарською продукцією та товарами;
- по-друге, поліпшують умови торгівлі продукцією, підтримують її конкурентоспроможність;
- по-третє, сприяють економії, зумовленій зростанням масштабів сільськогосподарського виробництва;
- по-четверте, забезпечують доступ до світових ринків;
- по-п'яте, закладають основи для збільшення експортного обсягу і водночас відповідають інтересам країни, що експортують та імпортують [174, с.427].

По своїй суті, стандартизація є основою системи технічного регулювання в Україні і являє собою потужний інструмент для отримання доступу на міжнародні агропродовольчі ринки. Нині державна політика в сфері стандартизації реалізується шляхом використання національних стандартів (ДСТУ), міжнародних

### РОЗДІЛ 3

стандартів, успадкованих від СРСР (ГОСТ), стандартів, гармонізованих до ЄС (ДСТУ EN) та до міжнародних (ДСТУ ISO).

В результаті склалася складна трирівнева система щодо вимог якості агропродовольчої продукції та її технічного регулювання, що гальмує процес впровадження нових технологій, внаслідок чого виникає загроза можливої втрати ринків сільськогосподарської продукції країн ЄС. Зокрема, за твердженням В. Чопенко, запровадження новими членами ЄС європейських стандартів і норм технічного, санітарного, фітосанітарного, ветеринарного контролю дало негативний ефект для України, який оцінюється сумою 60 млн. дол. США, а загальні збитки від можливої втрати ринків сільськогосподарської продукції – на рівні 300-400 млн. дол. США [190]. При цьому слід враховувати, що європейські стандарти якості стають дедалі жорсткішими та створюють серйозний бар'єр у сфері торговельних відносин між Україною і ЄС.

Сучасний рівень гармонізації стандартів у сфері АПК наведено в (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

#### Рівень впровадження міжнародних і європейських стандартів на продукцію АПК України, станом на 01.01.2007 р.

Код і назва продукції за ДК 004-2003	Кількість державних стандартів за нормативами			Питома вага державних стандартів гармонізованих до, %	
	всього	у тому числі гармонізованих до		ISO	EN
		ISO	EN		
1	2	3	4	5	6
<b>65 Сільське господарство, за галузями:</b>	<b>433</b>	<b>160</b>	<b>57</b>	<b>37,0</b>	<b>13,2</b>
65.020.01 Землеробство та лісництво взагалі	56	0	0	0	0
65.020.20 Рослинництво	48	0	0	0	0
65.020.30 Тваринництво та селекція тварин	18	0	0	0	0
65.020.40 Озеленювання та лісівництво	8	0	0	0	0
65.040 Сільськогосподарські будівлі, споруди та устаткування	9	2	1	22,2	11,1
65.060 Сільськогосподарські машини, інвентар та устаткування	177	111	45	63,8	25,4
65.080 Добрива	30	14	11	46,7	36,7
65.100 Пестициди та інші агрохімікати	2	0	0	0	0
65.120 Корми для тварин	54	29	0	53,7	0

### 3.4. Стратегія розвитку агропродовольчого ринку ...

Продовження таблиці 3.6

1	2	3	4	5	6
65.140 Бджільництво	18	0	0	0	0
65.150 Рибальство та рибництво	10	3	0	30,0	0
65.160 Тютюн, тютюнові вироби і відповідне устаткування	3	1	0	33,3	0
<b>67 Технологія виробництва харчових продуктів</b>	<b>823</b>	<b>190</b>	<b>52</b>	<b>23,1</b>	<b>6,3</b>
67.020 Технологічні процеси в харчовій промисловості	20	0	0	0	0
67.040 Харчові продукти взагалі	11	1	7	9,1	63,6
67.050 Загальні методи перевірки та аналізу харчових продуктів	16	6	9	37,5	56,3
67.060 Зернобобові, бобові культури та продукти їх переробки	83	22	2	26,5	2,4
67.080 Фрукти. Овочі	165	61	2	37,0	1,2
67.100 Молоко та молочні продукти	88	23	0	26,1	0
67.120.10 М'ясо та м'ясні продукти	108	16	2	14,8	1,9
67.120.20 Свійська птиця та яйця	14	0	0	0	0
67.120.30 Риба та рибні продукти	13	0	0	0	0
67.120.99 Інша тваринна продукція	8	0	0	0	0
67.140 Чай, кава, какао	16	10	0	62,5	0
67.160 Напої	98	0	12	0	12,2
67.180 Цукор. Цукристі продукти. Крохмаль	46	9	2	19,6	4,3
67.200 Харчові олії та жири. Насіння олійних культур	74	31	0	41,9	0
67.220 Прянощі та приправи	28	4	0	14,3	0
67.250 Матеріали та предмети в контакті з харчовими продуктами	18	6	12	33,3	66,7

*Джерело:* Розроблено за даними Каталогу нормативних документів Держспоживстандарту, 2007.

Аналіз даних табл. 3.6 свідчить про те, що із 306 державних стандартів за нормативами в галузі сільського господарства ідентифіковано до ISO – 37,9% діючих стандартів і до EN – 14,7%, у харчовій та переробній галузях із 654 – лише 28,2%.

Взагалі не гармонізовано до вимог ЄС стандарти в галузях землеробства та лісництва, бджільництва, а також на рибну продукцію і продукцію птахівництва, тютюн і тютюнові вироби, пестициди та агрохімікати. Рівень гармонізації на такі групи продуктів, як харчова олія і жири та насіння олійних культур становить 57%, цукор, цукристі та крохмаль – 24%, фрукти та овочі – 33%, зернобобові та продукти їх переробки 13%, напої – 13%.

В умовах насиченості світового ринку агропродовольчою продукцією стандарти є тим зразком і еталоном якості, до яких повинні прагнути вітчизняні товаровиробники, аби протистояти експансії більш досвідчених конкурентів ринку.

Характерною особливістю переваг, які отримують аграрний сектор і агропродовольчі ринки України, є їхня довготермінова перспектива. В контексті орієнтації на плідну співпрацю із СОТ та країнами ЄС Україна повинна вибирати перспективні напрями розвитку аграрного сектору і продуктових ринків.

Основною умовою формування здоров'я нації будь-якої країни є забезпечення її високоякісними, біологічно повноцінними й екологічно безпечними продуктами харчування. Тому одним із важливих стратегічних напрямів розвитку агропродовольчого ринку України є виробництво органічної (екологічно чистої) продукції, попит на яку в світі швидко зростає.

Освоєння органічного агровиробництва – це складний і довгий шлях переходу від традиційних до так званих органічних технологій. За розумінням західних вчених, органічні агротехнології передбачають виробництво продуктів без застосування пестицидів, штучно виготовлених мінеральних добрив; вирощування на ґрунті, вміст гумусу в якому збільшено шляхом внесення органічних добрив; вирощування на ґрунті, вміст мінералів в якому збільшено шляхом внесення природних мінеральних речовин; вирощена продукція не була оброблена консервантами, гормонами, антибіотиками і т.д. [243, с.59]. Для отримання статусу “органічного” будь-яке агроформування має пройти перехідний період тривалістю до трьох років, протягом якого землі обробляються без застосування хімічних засобів. При цьому землі традиційного та органічного землеробства чітко розділяються між собою.

Слід зауважити, що фахівці сертифікаційної компанії Skal International, які проводили тривалі дослідження в Україні, дійшли до висновку, що в наших умовах немає потреби витримувати встановлений строк переходу від традиційної агротехніки до екологічно чистого виробництва, тому що вимушене зниження інтенсивності сільськогосподарського виробництва, істотне зменшення застосування мінеральних добрив та агрохімікатів за роки незалежності практично забезпечило вимоги такого переходу [174, с.144].



З цього випиває, що сучасна аграрна політика ЄС є не тільки повчальною, але й доволі сприятливою для вітчизняного сільськогосподарства, головним чином через те, що у нас мало використовуються хімічні засоби (використання мінеральних добрив у 3-4 рази менше проти ЄС, хімічних засобів захисту рослин – у 8-10 разів менше), значна частина угідь знаходиться на землях, які охороняються у гірській місцевості (Карпатський регіон і Крим) в значній мірі збереглися і багаті культурні традиції на селі.

Органічне агровиробництво є єдиним серед широкого спектру методів господарювання на землі, що не завдає шкоди навколишньому середовищу. В країнах ЄС системи органічного виробництва базуються на специфічних та точних вимогах (стандартах) до процесу виробництва, спрямованих на підтримку оптимального стану агроєкосистеми на соціальному, екологічному та економічному рівнях. Повторне використання поживних речовин та посилення природних процесів допомагають підтримувати родючість ґрунтів та забезпечувати успішне виробництво. Рівень шкідників та захворювань рослин контролюється природним шляхом, а також традиційними та сучасними науковими методами. Родючість земель в умовах екологічно чистого аграрного виробництва забезпечуються за допомогою спеціальних сівозмін, добрив біологічного, мікробіологічного, рослинного або тваринного походження.

Наприклад, в Німеччині для управління природоохоронною діяльністю і пристосуванням виробництва великих підприємств до вимог ринку створені бюро маркетингу і менеджменту. До складу цієї структури входять консультанти з екологічного маркетингу, які проводять маркетингове обстеження агропродовольчого ринку з метою виявлення попиту на екологічно чисту продукцію, сприяння надходження такої продукції до споживачів (рис. 3.9).

В Україні є всі умови для розвитку органічного агровиробництва. По-перше, це наявність родючих чорноземів у екологічно чистих регіонах, а по-друге, низький рівень доходів сільського населення у свою чергу обумовлює малі норми використання мінеральних добрив та пестицидів.

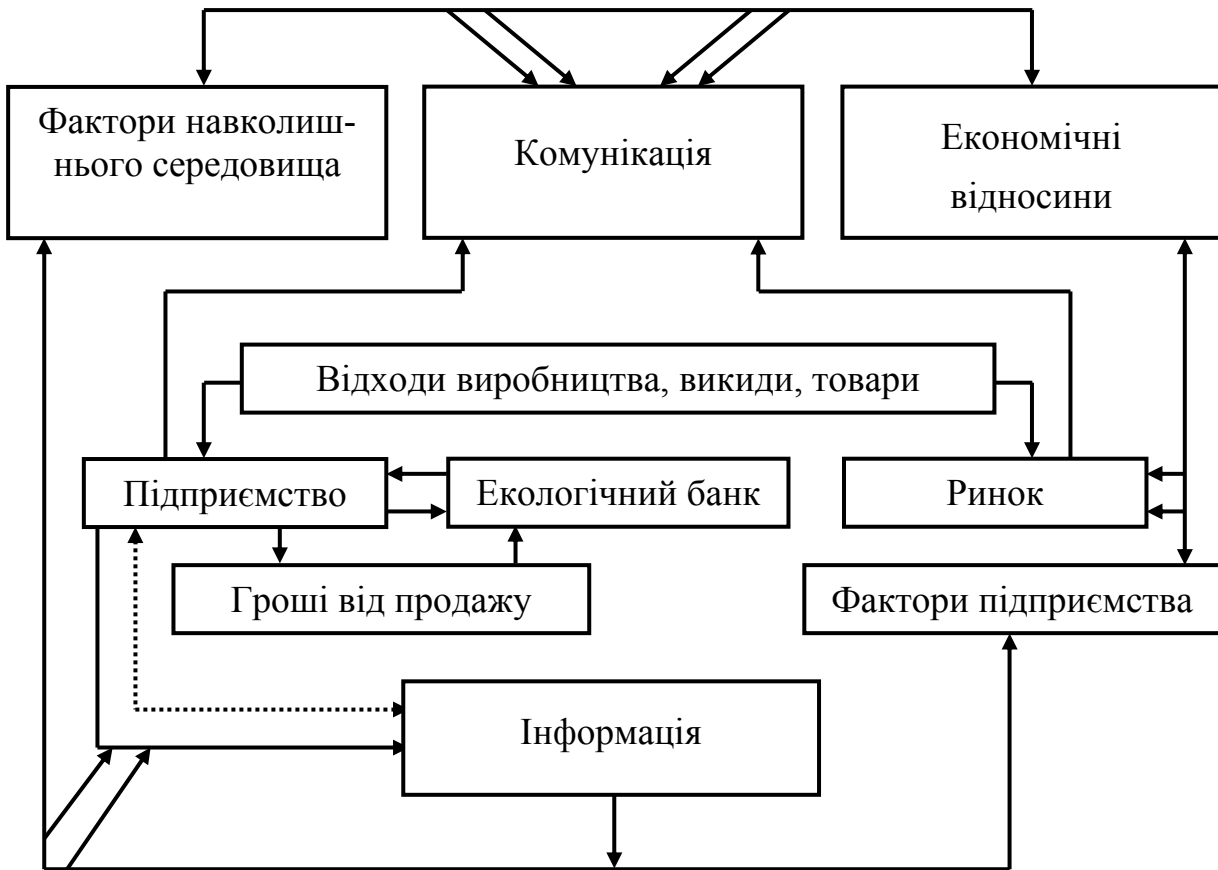


Рис. 3.9. Структурна схема екологічного маркетингу [240].

Підтвердженням цього є експертні оцінки екологічного стану сільськогосподарських земель в Україні, які свідчать, що лише у Лісостеповій і Поліській зонах нараховується щонайменше 8 млн. га екологічно чистих полів із родючими чорноземними ґрунтами на яких можна вирощувати екологічно чисту рослинницьку продукцію [174, с.143]. Крім того, значні площі земель, придатних для ведення екологічно чистого аграрного виробництва розташовані окремими ділянками в інших регіонах.

Проте, нинішній стан національного ринку органічних продуктів знаходиться на початковому етапі свого формування. Незважаючи на існування українського органічного агровиробництва, на внутрішньому агропродовольчому ринку воно представлено дуже скромно. Виняток лише становлять вирощені в Україні зернові (м'яка і тверда пшениця, ячмінь, кукурудза, гречка) та олійні культури (соняшник, ріпак, гірчиця), які реалізуються на експорт і задовольняють попит на зарубіжних ринках органічної продукції. В останні роки в зарубіжні країни експортуються та-

кож вирощені по органічній технології бобові культури (горох, чечевиця, соя) та ефірні масла (лаванда, троянда, розмарин). Експорт такої продукції здійснюється через великі трейдерні компанії, які мають налагоджені зв'язки із зарубіжними компаніями – переважно у високорозвинуті країни Західної Європи (Голландію, Німеччину, Швейцарію та ін.). Водночас, аналіз збутових каналів агропродовольчої продукції свідчить, що значна частина органічної продукції реалізується і на внутрішньому ринку в статусі звичайної продукції.

Головними причинами гальмування розвитку органічного агровиробництва в Україні є: відсутність національної стратегії розвитку; несформованість законодавчої бази про органічне землеробство; немає національного органу сертифікації та відповідної ринкової інфраструктури; відсутність державної підтримки вітчизняних товаровиробників корисного і безпечного продовольства; недостатня інформованість споживачів про здоровий спосіб харчування.

Для більш глибокого дослідження можливостей вітчизняного ринку агропродовольчої органічної продукції, потрібна вичерпна і достовірна інформація про потенційних споживачів, їх купівельну спроможність і рівень цін, які готові вони платити за таку продукцію.

Щоб одержати відповіді на ці запитання ми вирішили провести соціологічне дослідження в Західному регіоні України, в результаті якого опитано – 368 респондентів, з яких – 67,3% виявляють інтерес до продукції органічного походження і готові платити вищу цінову надбавку за високоякісне, корисне й безпечне продовольство (Додаток Д).

Зважаючи на те, що в різних країнах Європи, цінова надбавка, яку платять споживачі формується за рахунок багатьох чинників і варіюється залежно від країни: на рослинницьку продукцію – 100-200%, на тваринницьку продукцію 50-100% більше ніж за звичайну продукцію.

Тому для потенційних споживачів продукції органічного агровиробництва досліджуваного регіону ми виходили з оптимального рівня таких цінових надбавок: 100% і більше; 50-100%; до 50% (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Результати соціологічного опитування споживачів щодо  
готовності платити цінову надбавку за органічну  
продовольчу продукцію, Західний регіон України, 2007 р.

Види продукції	Групи респондентів готових платити цінову надбавку, %		
	більше 100	100-50	до 50
Хліб, хлібопродукти	70,4	27,6	2,0
Борошно, крупи, макарони	72,3	21,8	5,9
Дитяче харчування	85,9	14,1	–
Картопля	34,0	58,4	7,6
Свіжі овочі, фрукти	80,1	15,8	4,1
М'ясо (свіже)	30,4	57,3	12,3
Молочні продукти	75,2	17,8	7,0
Яйця	21,4	68,2	10,4
Рослинні олії	12,3	78,1	9,6
Сухофрукти	1,1	33,5	65,4

*Джерело:* Результати соціологічного опитування проведені авторами.

Дані табл. 3.7 свідчать, що серед респондентів найбільший попит на продукцію органічного походження мали б такі агропродовольчі товари як: дитяче харчування, свіжі овочі і фрукти, молочні продукти, борошно, крупи, макарони, хліб і хлібні вироби. За них споживачі готові платити у 2 рази більше, ніж за звичайну продукцію, вироблену за інтенсивними технологіями із застосуванням мінеральних добрив, отрутохімікатів, стимуляторів росту тощо. Деяко нижчий попит споживачів міг би бути на рослинну олію, м'ясо (свіже), картоплю, яйця, сухофрукти. За які опитані респонденти готові платити цінову надбавку, яка б не перевищувала 100%.

Соціологічне опитування показало, що значну частину респондентів, готових споживати органічну продукцію, стримує надто високий рівень цінових надбавок. Аналогічних поглядів дотримуються окремі українські експерти, які вважають, що торгова націнка за органічну продукцію в Україні не повинна перевищувати 30-50%, стверджуючи, що за умов такої націнки органічна продукція користуватиметься підвищеним попитом серед

українських споживачів, які із збільшенням доходів поступово переходитимуть із хаотичних вуличних ринків і невеликих роздрібних магазинів на купівлі у великих супермаркетах із широким асортиментом та високою якістю продукції [174, с.130].

На нашу думку, цінова надбавка за органічну продукцію в межах до 50% могла б значно підвищити попит серед українських споживачів, але водночас постає питання: чи будуть заінтересовані аграрні товаровиробники виробляти і поставляти на ринок продукцію органічного агровиробництва?

Зарубіжна практика свідчить, що такий інтерес досягається завдяки її реалізації за значно вищими цінами. Тому закономірно виникає питання: якою ж має бути ціна пропозиції на екологічно чисту продукцію органічного походження? В.Г. Андрійчук вважає, що можна виділити два етапи обґрунтування такої ціни [190, с.158-159]. На першому з них необхідно врахувати загальні вимоги до ціноутворення, зокрема, досконало дослідити агропродовольчий ринок, врахувати купівельну спроможність та інтереси споживачів, фактичні витрати товаровиробника на виробництво такої продукції з тим, щоб, з одного боку, ціна не була низькою для виробника, тобто такою, що не приносить йому належного рівня дохідності, а з іншого – щоб вона не була надто високою і через це не гальмувала збут продукції.

На другому етапі здійснюється безпосередньо розрахунок ціни пропозиції. Основним в такому розрахунку є дотримання умови, згідно з якою сільгосптоваровиробник повинен отримати з 1 га посіву культури, вирощеної за органічною технологією, не менше прибутку, ніж за інтенсивною технологією. Дотримання цієї умови об'єктивно необхідне, оскільки врожайність культури за органічною технологією вирощування формується лише на рівні природної родючості ґрунту, а отже, вона буде значно нижчою від урожайності, сформованої за інтенсивної технології. Змінюються також витрати на одиницю посівної площі. Зокрема, зменшуються витрати на добрива і отрутохімікати, та на їх підготовку і саме внесення, натомість зростають витрати на обробіток ґрунту, на оплату праці у зв'язку із застосуванням в більших масштабах ручної праці тощо.

В ситуації, якщо ціна пропозиції буде лише на такому рівні, що гарантуватиме сільськогосподарським товаровиробникам та-

кий самий прибуток з одиниці площі, як і за інтенсивної технології, то виробництво продукції органічного походження не буде економічно вигідним, оскільки воно пов'язане зі значним ризиком втрати врожаю через імовірний інтенсивний розвиток шкідників і хвороб та через послаблення стійкості рослин до стресових змін зовнішнього природного середовища (посух, суховіїв, надмірної кількості опадів).

З урахуванням викладеного ціну одиниці органічної (екологічно чистої) продукції  $C_{EP}$  можна визначити з виразу:

$$C_{EP} = \left( C_{EP} + \frac{OP_3}{Y_{EP}} \right) Pr$$

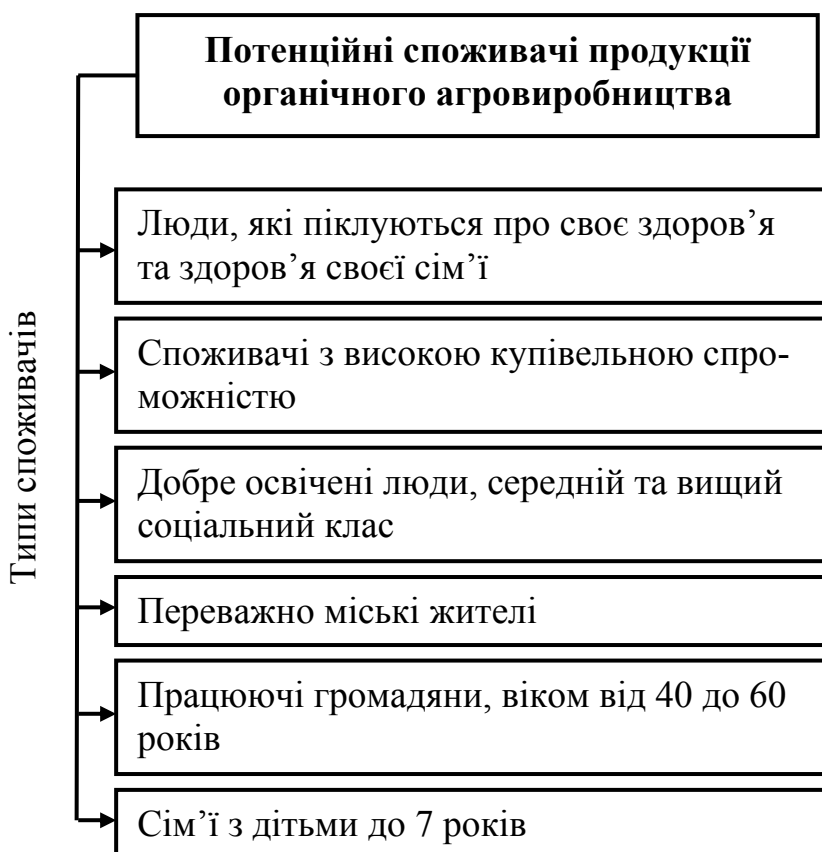
де  $C_{EP}$  – собівартість одиниці органічної продукції;  $OP_3$  – операційний прибуток на одиницю площі за інтенсивної технології;  $Y_{EP}$  – урожайність культури, отриманої за органічної технології;  $Pr$  – премія за ризик, коефіцієнт, наприклад 1,2.

Як правило, остаточну ціну на продукцію органічного походження встановлюватиме агропродовольчий ринок відповідно до закономірностей його функціонування і подальшого розвитку.

За нашими дослідженнями, в Західному регіоні України вже сформувалися об'єктивні умови для активного формування попиту на органічну продукцію, що дало можливість сформувати найбільш характерні типи потенційних споживачів органічної продукції (рис. 3.10).

При створенні належних умов щодо налагодження органічного агровиробництва потенційними товаровиробниками продукції, при вирощуванні якої застосовується велика питома вага ручної праці, могли б бути вітчизняні фермерські господарства і господарства населення, які розміщені в екологічно чистих регіонах. Не виключена можливість виробництва органічної продукції і у великих агропромислових формуваннях, які мають освоєні технології для забезпечення повного циклу органічного агровиробництва, включаючи переробку сільськогосподарської продукції, її зберігання та реалізацію.

Дослідження Української Асоціації споживачів свідчать, що фермерські господарства України в більшості виражають готовність перейти на органічне агровиробництво (рис. 3.11).



**Рис. 3.10. Типи потенційних споживачів продукції органічного агровиробництва**

Проте важливими умовами вони ставлять гарантований збут органічної продукції по більш високій (у порівнянні із звичайною продукцією) ціні, забезпечення рекомендаціями щодо технологій органічного агровиробництва, органічним насінням, можливість отримання вигідних кредитів для закупівлі техніки і погашення необхідних затрат тощо. Серед опитаних фермерів лише 3% не виявили бажання займатися органічним агровиробництвом. На думку фермерів, нові сорти сільськогосподарських культур призначені для органічного агровиробництва, повинні бути адаптовані до місцевих умов, стійкими до шкідників, хвороб і бур'янів. Насінневий матеріал має використовуватися високоякісне, без будь-якого впливу генетичних модифікацій. Крім цього, чи не найголовнішою їх умовою є те, що закупівельні ціни на органічну продукцію повинні бути вищими на 50-70% в порівнянні з цінами на звичайну продукцію.



**Рис. 3.11. Готовність фермерів України займатися органічним агровиробництвом за певних умов [177, с.52].**

На шляху формування ринку органічної продукції виключно важливим його етапом є переробка сировини. Переробні підприємства, які свідомо себе позиціонують на ринку в якості виробників екологічно чистої продукції, висловлюють повну готовність займатися її переробкою.

Україна взяла на себе зобов'язання дотриматися міжнародних принципів сталого розвитку, практичним напрямом якого в галузі сільського господарства є органічне агровиробництво. В реалізації цих завдань потрібна система державної підтримки розвитку органічного агровиробництва. В першу чергу з метою державного регулювання цього важливого напрямку, слід розробити і схвалити Закон України “Про органічне сільське господарство”, в якому унормувати методи цього господарювання, механізм фінансової підтримки становлення і розвитку органічного сільського господарства. Створити національний орган сертифікації органічної продукції. Крім цього, необхідне широке залучення державних органів до органічного виробництва: навчальні та освітні програми, дорадницька робота, поширення інформації тощо.



Особливу увагу необхідно приділити економічним аспектам розвитку ринку органічної продукції, зокрема розробці ефективних маркетингових стратегій просування цієї продукції до споживачів. Місцем продажу органічної продукції в повному асортименті могли би бути окремо відведені відділи великих супермаркетів, відвідувачами яких є споживачі з доходом вище середнього, які цінують високу якість, натуральність і свіжість агропродовольчої продукції. Другим каналом збуту органічної продукції повинні стати спеціалізовані магазини здорового харчування, в першу чергу у великих містах промислових центрів. Не менш важливим третім каналом купівлі органічної продукції, особливо свіжої (плоди, ягоди, овочі, картопля) будуть сертифіковані вітчизняні фермерські господарства.

Вважаємо, що застосування органічних технологій на українських полях набуде належного поширення, лише тоді, коли буде довіра споживачів до пропонованих на продаж органічних продуктів, запровадження системи сертифікації в органічному виробництві, яка б гарантувала високу якість, безпечність, повноцінне харчування без ризиків для здоров'я людей.

З вищенаведеного аналізу випливає, динамічний розвиток органічного агровиробництва, може бути забезпечений лише внаслідок поступового скорочення традиційного землеробства в регіонах, які мають для цього належні умови. Чим скоріше буде змінюватися структура земель зайнятих традиційним та органічним землеробством, на користь останнього, тим швидше буде забезпечуватися перехід до сталого розвитку всього агропромислового комплексу держави.

Для активізації процесу переходу сільськогосподарських підприємств і фермерських господарств в Україні на органічне агровиробництво з метою формування повноцінного ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції необхідно не тільки прийняти відповідний закон про органічне агровиробництво, але й розробити національну систему сертифікації органічних господарств і продукції, яка була б узгоджена з вимогами світових стандартів; передбачити компенсаційні виплати господарствам за кожний гектар землі (ріллі, пасовища, багаторічних насаджень), переведених на органічне агровиробництво; належну

державну фінансову підтримку здійснювати не тільки в період конверсії, а й після отримання статусу органічного господарства.

Дотримання базових екологічних вимог і стандартів слід вважати обов'язковою умовою для отримання прямих платежів ринкової підтримки. Адаптація до вимог спільної аграрної і екологічної політики, приведення національної агрогосподарської діяльності у відповідність із визначеними екологічними параметрами – один із важливих кроків на шляху інтегрування України в ЄС [212, с.9]. Серйозною перешкодою на шляху формування вітчизняного ринку органічної продовольчої продукції є відсутність законодавчої бази в державі про органічне землеробство, національного органу сертифікації, інформаційної підтримки та організованих каналів збуту.

Таким чином, ринкову трансформацію агропродовольчого ринку України слід спрямувати в напрямі інноваційної моделі розвитку національної економіки, яка б гарантувала якість і безпечність продуктів харчування. Підставою для цього є стабільні темпи зростання попиту на світовому ринку на продукти органічного агровиробництва (висока якість, оригінальні смакові характеристики) тощо, а також нинішня ситуація у сільському господарстві України (обмежене використання мінеральних добрив, гербіцидів, пестицидів).

Це забезпечить використання переваг ринкової економіки, особливо для дрібнотоварних селянських господарств, покращення якості товарів, призначених для внутрішнього та зовнішнього ринків, підвищення екологічної безпеки землекористування та рівня екологічної свідомості товаровиробників.

### ***Висновки до розділу 3***

Для забезпечення стабільного розвитку національного агропродовольчого ринку, насичення його конкурентоспроможною продукцією для задоволення внутрішніх потреб і розширення експортного потенціалу, нагальною потребою є застосування ефективних механізмів державного регулювання, які б сприяли

збалансованості кількісних і якісних параметрів попиту і пропозиції, їхньому оптимальному співвідношенню.

В умовах розвитку ринкової економіки державне регулювання як аграрного сектора, так і агропродовольчого ринку повинно здійснюватися чіткою системою управління соціально-економічними процесами за допомогою перевірених світовою практикою економічних і правових важелів: цін і тарифів, податків, кредитів, цінних паперів, амортизаційної політики, пільг, державного замовлення і контракту, субсидій, субвенцій тощо.

Проведений аналіз державної підтримки вітчизняного аграрного сектора у порівнянні з лідерами світової торгівлі агропродовольчою продукцією показав, що в 1992-2001 рр. для України був значно більший діапазон коливань значень оцінки загальної підтримки і підтримки споживачів, ніж для країн ЄС і США, особливо в 1992-1996 рр. Середньорічний показник загальної підтримки за досліджуваний період в країнах-учасницях ЄС і США становить відповідно 1,64 і 1,06, тоді як в Україні загальна підтримка практично відсутня.

Для оцінки змін у конкурентоспроможності нами розраховано індекси відносних торговельних переваг по окремих видах агропродовольчих продуктів: зернові, (пшениця, ячмінь, кукурудза), насіння соняшнику та соняшникова олія, цукор, яловичина, молочні продукти (масло вершкове і сухе знежирене молоко), які є або були в минулому основними для експортної спеціалізації України, 1994-2004 рр.

Аналіз розрахованих значень індексу *RTA* показує, що за рівнем відносних торговельних переваг, найбільш конкурентоспроможними в останні роки на світовому ринку серед основних товарів українського агропродовольчого експорту є соняшникова олія та насіння соняшнику, в 2004 р. індекс *RTA* досяг 46,11 та 14,27 відповідно. В 1994-2004 рр. конкурентоспроможними були зернові, індекс відносних торговельних переваг яких з кожним роком має тенденцію до зростання, хоча в структурі українського експорту цей показник є порівняно не високим із-за значного імпорту по окремих видах зернових.

Встановлені існуючі значні коливання експорту українських агропродовольчих товарів в попередні періоди свідчить про те, що Україна немає постійних “ніш” на світовому аграрному ринку.

ку, внаслідок чого конкурентоспроможність її продукції має переважно ціновий характер і в значній мірі залежна від кон'юнктури, яка складається на зовнішніх ринках.

Доведено, що науково обґрунтована маркетингова діяльність має успіх тільки при здійсненні її по встановленій технології з використанням блок-схем алгоритмів, моделей і формалізації процесу маркетингу. Першочерговою стадією технології процесу маркетингу є дослідження ринку, яке пропонується автором здійснити з допомогою блок-схеми алгоритму. Дослідження агропродовольчого ринку повинно бути спрямоване на виявлення: попиту, споживачів, товарної кон'юнктури, конкурентів і їх діяльності.

З досліджень випливає, що в контексті орієнтації на плідну співпрацю із СОТ та країнами ЄС Україна повинна вибирати перспективні напрями розвитку аграрного сектору і продуктових ринків. Одним із важливих стратегічних напрямів розвитку агропродовольчого ринку України є виробництво органічної (екологічно чистої) продукції, попит на яку в світі швидко зростає. В Україні є всі умови для розвитку органічного агровиробництва. По-перше, це наявність родючих чорноземів у екологічно чистих регіонах, а по-друге, низький рівень доходів сільського населення у свою чергу обумовлює малі норми використання мінеральних добрив та пестицидів.

Проведені соціологічні дослідження потенційних споживачів продукції органічного агровиробництва в Західному регіоні України показали, що серед респондентів найбільший попит на продукцію органічного походження мали б такі агропродовольчі товари як: дитяче харчування, свіжі овочі і фрукти, молочні продукти, борошно, крупи, макарони, хліб і хлібні вироби. За них споживачі готові платити у 2 рази більше, ніж за звичайну продукцію, вироблену за інтенсивними технологіями із застосуванням мінеральних добрив, отрутохімкатів, стимуляторів росту тощо. Дещо нижчий попит споживачів міг би бути на рослинну олію, м'ясо (свіже), картоплю, яйця, сухофрукти. За які опитані респонденти готові платити цінову надбавку, яка б не перевищувала 100%.

Значну частину респондентів готових споживати органічну продукцію стримує надто високий рівень цінових надбавок. Ана-

### **3.4. Стратегія розвитку агропродовольчого ринку ...**

логічних поглядів дотримуються окремі українські експерти, які вважають, що торгова націнка за органічну продукцію в Україні не повинна перевищувати 30-50%, стверджуючи, що за умов такої націнки органічна продукція користуватиметься підвищеним попитом серед українських споживачів.

Застосування органічних технологій і формування сегменту продукції органічного агровиробництва на агропродовольчому ринку України набуде належного поширення лише тоді, коли буде довіра споживачів до пропонованих на продаж органічних продуктів, запроваджена системи сертифікації в органічному виробництві, яка буде гарантувати високу якість, безпечність, повноцінне харчування без ризиків для здоров'я людей.

В монографії здійснено теоретичне узагальнення і запропоновані нові підходи до розв'язання важливого науково-практичного завдання щодо формування і розвитку ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції. Результати дослідження дали підстави для наступних висновків:

1. Ефективний розвиток національного агропродовольчого ринку, головним завданням якого є забезпечення продовольчої безпеки держави, вимагає перебудови у напрямі підвищення конкурентоспроможності, що зумовлюється впливами світових ринків, вступом України до СОТ, а також планами щодо її подальшої інтеграції з країнами ЄС.

2. Дослідження і наукове узагальнення сутності ринку дозволили дати визначення ринку агропродовольчої продукції, як ефективного механізму задоволення потреб товаровиробників і споживачів, найважливішою властивістю якого є те, що він виступає чутливим регулятором і координатором системи комерційних зусиль суб'єктів ринку, спрямованих на виробництво і реалізацію конкурентоспроможних агропродовольчих товарів для забезпечення продовольчої безпеки і формування експортного потенціалу держави.

3. За роки становлення та подальшого розвитку ринкових відносин відбулося звуження ємності національного агропродовольчого ринку, на яке головним чином вплинули незбалансованість попиту і пропозиції, цінова ситуація, рівень доходів населення країни. Внаслідок цього, за досліджуваний період 1990-2008 рр. найбільше скоротилося споживання населенням молока та молочних продуктів – на 46,7%, м'яса та м'ясопродуктів – 19,4%, плодів, ягід та винограду – 8,2%, рівень споживання яких на одну особу є набагато нижчим від науково обґрунтованих

норм споживання. Енергетична цінність середньодобового раціону харчування зменшилася з 3597 ккал у 1990 р. до 2998 ккал у 2008 р. або на 19%.

4. Оцінка показників співвідношення між потенційним рівнем попиту на агропродовольчому ринку і сучасним станом розвитку агропромислового комплексу свідчить про невідповідність рівня розвитку останнього нинішнім вимогам суспільства. Встановлено, що найвищий рівень самозабезпеченості населення нашої держави досягнутий по зерну і зернопродуктах, молоку та молокопродукції, а найнижчий – плодах, ягодах та винограду, м'ясу та м'ясопродуктах, що призводить до зростання надмірної залежності ринку від імпорту, відповідно на 56,7 і 14,1%. Не зважаючи на перевищення пропозиції більшості продуктів над попитом, збільшення обсягів їх споживання не відбувається внаслідок низької купівельної спроможності населення.

5. В процесі дослідження кон'юнктури ринку агропродовольчої продукції доведена доцільність застосування системи оціночних показників, які характеризують ті чи інші сторони її прояву в конкретний момент часу. В дисертації розроблена блок-схема алгоритму дослідження ринку агропродовольчої продукції, яку слід застосовувати при вивченні попиту, споживачів, товарної кон'юнктури, конкурентів і їх діяльності, а також для адаптації попиту в маркетинговій і агробізнесовій діяльності підприємств та формувань малого бізнесу.

6. Аналіз організаційних засад розвитку національного агропродовольчого ринку засвідчив, що його ринкове саморегулювання доцільно доповнювати елементами державного регулювання, способами їх раціонального поєднання, що дасть змогу нейтралізувати внутрішні й зовнішні збурення, що часто виникають через внутрішні протиріччя, які властиві ринку. В дисертації запропоновано модель державного регулювання ринку агропродовольчої продукції, яка включає організаційні напрями регулювання – створення системи державних інституцій з регулювання ринку, розвиток ринкової інфраструктури, формування нормативно-правової бази та інформаційного забезпечення, ведення моніторингу та прогнозування кон'юнктури ринку, посилення контролю за якістю та безпечністю агропродовольчої продукції, і економічні напрями – складання балансів продовольчих ресурсів і їх

оптимізація, узгодження попиту і пропозиції, митно-тарифне регулювання експорту важливих видів агропродовольчої продукції тощо.

7. Стратегічно важливою умовою економічного розвитку України має стати трансформація агропродовольчого ринку у напрямі інноваційної моделі розвитку національної економіки, яка б гарантувала високу якість, безпечність і повноцінність харчування без ризиків для здоров'я людей. В роботі доведена необхідність формування сегменту ринку, який був би насичений конкурентоспроможною екологічно чистою продукцією органічного походження, попит на яку стрімко зростає на внутрішньому і зовнішньому ринках. Цей підхід має ґрунтуватись на засадах державного регулювання, прийняття стимулюючого законодавства щодо розвитку органічного агровиробництва та формування ринку органічних продовольчих продуктів, які б базувалися на стандартах, максимально інтегрованих до існуючих стандартів ЄС, створенні національного органу сертифікації органічної продукції, розробці ефективних маркетингових стратегій просування цієї продукції до споживачів, імпорту продукції, цінова підтримка стратегічно

8. На сучасному етапі формування взаємовідносин із світовим ринком головним напрямом розвитку агропродовольчого ринку України має бути не тільки забезпечення продовольчої безпеки держави і зростання її експортних можливостей, а й удосконалення структури експорту, вихід на нові ринки з конкурентоспроможною продукцією, яка б відповідала вимогам СОТ.

Для усунення існуючих значних коливань в експорті агропродовольчих товарів необхідні пошуки постійних "ніш" на світовому продовольчому ринку, освоєння їх за рахунок підвищення конкурентоспроможності. З метою реалізації національних міжнародних конкурентних переваг, доцільно спрямовувати безпосередніх виробників на поглиблену переробку аграрної сировини (насіння соняшнику і ріпаку, пшениці, ячменю), експорт якої є ефективним, а передбачувані обсяги виробництва не перевищують масштаби вітчизняного платоспроможного попиту.



# ДОДАТКИ

**АГРОПРОДОВОЛЬЧИЙ РИНОК  
ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ –  
ГЛОСАРІЙ**

**Agenda 2000 – Агенда – 2000.** Це програма дій, прийнята 15 липня 1997 року Європейською Комісією і ухвалена у видозміненому вигляді Берлінською Європейською радою 25 березня 1997 р. Вона є загальноприйнятим документом щодо політики та фінансів і стосується, головним чином, фінансових перспектив на 2000-2006 рр., Спільної аграрної політики (САП), структурних резервів і розширення ЄС.

**Аграрна політика держави** – курс та система заходів спрямованих на інтенсивний розвиток продуктивних сил села, вдосконалення або докорінну зміну існуючих там форм власності, на поліпшення умов життя і побуту його мешканців, забезпечення сировиною промисловості та ін.

**Аграрний ринок** – це товарний ринок, який пов'язаний із забезпеченням сільського господарства необхідними для нього засобами виробництва, послугами та прогресивними технологіями, з реалізацією вироблених сільськогосподарських товарів по ефективних збутових каналах.

**Агроторговий дім** – це найбільш наближений до товаровиробника елемент ринкової інфраструктури. Агроторгові дома функціонують в обласних центрах, на регіональному та районному рівнях для проведення легальної торгівлі сільськогосподарською продукцією.

**Аналіз маркетинговий** – оцінка ринкових можливостей компанії, інших факторів, так або інакше, пов'язаних з ринком, включаючи оцінку внутрішнього мікро- та макросередовища. Всього того, що може її зацікавити відносно тактики та стратегії конкурентної поведінки на ринку.

**Аналіз можливостей виробництва і збуту** – дослідження намічених контрольних показників продажів, витрат і прибутку з метою встановлення відповідності задуму товару і стратегії маркетингу цілям підприємства.

**Аналіз ситуації на ринку** – систематичне дослідження конкретної частини ринку з урахуванням зовнішньої інформації.

**Антидемпінгові мита** – таможні мита, які захищають національну промисловість від імпорту товарів за демпінговими (штучно заниженими) цінами.

**Асортимент (товарний)** – група товарів, тісно пов'язаних між собою тим, що вони задовольняють одні й ті ж потреби покупців, або тим, що продаються одним і тим самим групам клієнтів, або єдиним діапазоном цін.

**Біржа** – організована форма оптової, у тому числі міжнародної торгівлі масовими товарами, що мають стійкі та чіткі якісні параметри (товарна біржа); центр систематичних операцій з купівлі-продажу цінних паперів (фондова біржа); золота та валюти (валютна біржа); робочої сили (біржа праці).

**Біржа товарна** – оптовий регулярно діючий ринок, на якому відбуваються торгівля товарами, сировиною за зразками або стандартами із зазначенням їхніх необхідних ознак (якість, сортність); місце, де укладаються договори.

**Біржова угода** – зареєстрований біржею договір (угода), що укладаються учасниками біржової торгівлі по відношенню біржового товару в ході біржових торгів.

**Біржова ціна** – ціна товарної продукції, що реалізується через товарну біржу і визначається достатньою достовірністю та представництвом.

**Біржове котирування** – ціна біржових товарів, яка реєструється і публікується спеціальною котирувальною комісією відповідної товарної біржі.

**Вибір цільових сегментів ринку** – оцінка і відбір одного або декількох сегментів ринку для виходу на них зі своїми товарами.

**Вивізне мито** – митний податок, що накладається державою при експорті товару.

**Вивіз товарів** – найважливіша форма економічних зв'язків між країнами. Вивіз товарів тісно пов'язаний з вивозом капіталу і в ряді випадків служить його передумовою. Доля країни в світовому експорті - істотний показник її економічної могутності.

**Вивчення ринку** – аналіз структури і сегментів ємності, динаміки, кон'юнктури, тенденцій розвитку ринку, поведінки конкурентів на ньому; оцінка ситуації власного становища на ринку.

**Вияв незадоволених потреб** – кінцевий етап виявлення попиту на ринку, що є ключовим пунктом для прийняття конкретного рішення про те, який товар буде користуватися попитом і в якому сегменті ринку.

**Відділ маркетингу** – спеціалізований підрозділ, який відповідає за продаж продукції, контролює і коригує у цьому зв'язку діяльність інших підрозділів. Головні функції: а) збирання й аналіз інформації про ринок, опис та вибір найбільш вигідних та перспективних його сегментів; б) видача рекомендацій щодо типів та параметричних рядів товарів; в) прогнозування обсягів продажу і тенденцій змін його у часі; г) добір оптимальних каналів збуту; д) підготовка вимог щодо іміджу підприємства; з) контроль фінансових, кадрових, дослідницьких і технологічних дій підприємства в питаннях додержання виданих маркетингових рекомендацій та прогнозів.

**Генетично модифікований організм (ГМО).** – **Genetically modified organism (GMO).** Рослинний або тваринний мікроорганізм чи вірус, створений або модифікований за допомогою генної інженерії.

**Глибоке проникнення на ринок** – вишукування фірмою шляхів зростання збуту на існуючих ринках.

**Державна інноваційна політика** – сукупність форм і методів діяльності держави, спрямованих на створення взаємопов'язаних механізмів інституційного, ресурсного забезпечення підтримки та розвитку інноваційної діяльності, на формування мотиваційних факторів активізації інноваційних процесів.

**Демпінг** – продаж товарів монополіями, компаніями, агрохолдингами за штучно заниженими цінами, пільговими, “заохочувальними” цінами, які можуть бути нижчими від собівартості з метою завоювання або закріплення на товарних і регіональних ринках. Продаж товарів на експорт за граничними демпінговими цінами сприяє витісненню конкурентів і завоюванню зовнішніх ринків. Інколи здійснюється з метою реалізації надлишкових запасів товарів і позбавлення від затоварення.

**Диверсифікація** – процес розширення сфери діяльності підприємства або випуску ними різноманітної номенклатури продукції, як правило, не відповідній виробничому профілю, що склався.

**Дослідження ринку** – джерело інформації для прийняття ефективного управлінського рішення.

**Експертні оцінки** – оцінки, отримані від спеціалістів в певній галузі. В якості експертів, при складанні прогнозів, можуть виступати дилери, дистриб'ютори, постачальники, консультанти з маркетингу, торгово-промислові асоціації.

**Експорт** – операції з продажу товарів та послуг, що реалізуються закордонним державам, які здійснюють в рамках міжнародної домовленості.

**Експортні відшкодування (Export refunds)** – допомога на одиницю сільської продукції, що надається країнам-експортерам, для компенсації різниць між внутрішніми цінами у ЄС і світовими ринковими цінами. Відшкодування мають кількісні та фінансові обмеження згідно з Угодою СОТ щодо сільського господарства і спрямовані на те, щоб дати можливість країнам-членам ЄС продавати свою продукцію на світовому ринку за існуючими цінами.

**Економічна інтеграція** – процес зближення, об'єднання господарського життя, економік ряду країн.

**Ємність ринку** – потенційно можливий обсяг продажу певної товарної продукції на ринку протягом заданого періоду, що залежить від попиту на цю продукцію, рівня цін, загальної кон'юнктури ринку, реальних доходів населення, ділової активності суб'єктів ринку.

**Індекс відносної експортної конкурентоспроможності (Relative Export Advantage Index - RXA)** – показник, що визначається як відношення частки країни у світовому експорті певного агропродовольчого товару до її частки у світовому експорті всіх інших товарів.

**Індекс відносної залежності від імпорту (Relative Import Penetration Index - RMP)** – показник, що визначається як відношення частки країни у світовому імпорті певного агропродовольчого товару до її частки у світовому імпорті всіх інших товарів.

**Індекс відносних торговельних переваг (Relative Trade Advantage Index - RTA)** – це різниця між індексом відносної експортної конкурентоспроможності агропродовольчого товару в країні і індексом відносної залежності від імпорту агропродовольчого товару в країні. Додатне значення цього показника вказує на відносні конкурентні переваги у зовнішній торгівлі, а від'ємне на відносні конкурентні невігоди.

**Інноваційний тип розвитку** – спосіб економічного зростання, оснований на постійних і систематичних нововведеннях, спрямованих на суттєве поліпшення усіх аспектів діяльності господарської системи, періодичному перегрупуванні сил, обумовленому логікою НТП, цілями і завданнями розвитку системи, можливістю використання певних ресурсних чинників для створення інноваційних товарів і формування конкурентних переваг.

**Інфраструктура агропродовольчого ринку** – це система організацій та інституцій, яка забезпечує взаємозв'язок між структурними елементами ринку і сприяє вільному рухові сільськогосподарської продукції.

сподарської продукції і товарів, безперервному процесу відтворення та функціонування сфер кінцевого споживання.

**Канал розподілу** – сукупність підприємств або окремих осіб, які приймають на себе або допомагають передавати комусь іншому право власності на конкретний товар або послугу на шляху їх руху від виробника до споживача.

**Конкурентні переваги** – характеристика підприємства, його продукції чи послуг, які забезпечують йому певні переваги над конкурентами.

**Конкурентоздатність товару** – найважливіша комплексна ринкова характеристика товару, його здатність бути проданим на конкретному ринку в певні строки при наявності аналогічних товарів-конкурентів.

**Конкурентоспроможність агропродовольчої продукції** – це сукупність властивостей продукції відповідати вимогам ринку у визначений період. У загальному вигляді конкурентоспроможність продукції прямо пропорціональна якості й обернено пропорціональна ціні та залежить від кон'юнктури ринку.

**Кон'юнктура ринку** – умови, що складаються на ринку в певний період часу і в конкретному місці, регіоні. До уваги беруться соціально-економічні, торговельно-організаційні та інші чинники реалізації товарів і послуг, що є результатом усіх факторів, які визначають структуру, динаміку і співвідношення попиту, пропозиції та цін на товари та послуги.

**Купівельний попит (або реальний попит)** – комплексна характеристика рівня розвитку і життя, потреб і можливостей різних груп покупців; одна з трьох основних категорій ринку, якщо мати на увазі ще пропозицію та ціну.

**Лідер ринку** – компанія, що має максимальну ринкову долю і (або) що займає провідні позиції на ринку в стратегічно важливих напрямках бізнесу. Це забезпечується самими низькими витратами та самими високим довгостроковим прибутком, що дозволяє максимально знижувати ціни.

**Місткість товарного ринку** – один з основних об'єктів дослідження в маркетингу, оскільки цей показник демонструє принципово можливий обсяг збуту товару.

**Нееластичний попит** – попит, що має тенденцію залишатися незмінним, не дивлячись на великі зміни ціни.

**Непрямий збут** – здійснення продажу товару через оптову або роздрібну торгівлю.

**Органічне агровиробництво** – це система ведення сільськогосподарства з використанням мінімальної обробки ґрунту при якому не використовуються синтетичні хімічні добрива й засоби захисту, а всі виробничі процеси забезпечують замкнутий цикл, в результаті чого досягається природо- та ресурсозберігаючий ефект.

**Платоспроможний попит населення** – це системоутворюючий елемент системи ринку агропродовольчої продукції, завданням якого є генерування ринкових сигналів стосовно попиту та ринкових цін на сільськогосподарську продукцію і продовольство.

**Позиціонування** – забезпечення чітко відмінного від інших товару, бажаного місця на ринку і в свідомості цільових споживачів дії по забезпеченню товару конкурентоздатного положення на ринку і розробка відповідного комплексу маркетингу.

**Позиціювання** – маркетингова стратегія по розробці пропозицій компанії (продукція, імідж), з метою зайняти вигідне положення, в свідомості та психології цільової групи споживачів, відмінне від інших аналогічних пропозицій.

**Політика цін** – комплекс заходів, спрямованих на прогнозування, встановлення і зміну цін продуктів підприємства для підвищення ефективності збуту і збільшення прибутку.

**Попит** – потреба у відповідних товарах і послугах, що проявляється на ринку лише за наявності у споживача фінансових



ресурсів (власних або залучених), достатніх для придбання цих товарів і послуг (платоспроможний попит).

**Попит еластичний** – має тенденцію мінятися залежно від незначних коливань цін.

**Процес управління маркетингом** – процес, що складається з аналізу ринкових можливостей, відбору цільових ринків, розробки комплексу маркетингу і втілення в життя маркетингових заходів.

**Прямий збут** – виробник продає товар безпосередньо кінцевому споживачу.

**Прямі виплати (Direct payments)** – Спочатку вони були введені в ЄС для того, щоб компенсувати фермерам втрату доходів після зменшення встановлених виплат і є важливим інструментом у стабілізації доходів фермерів. Прикладом прямих виплат є погектарні виплати за вирощування зернових, олійних та білкових культур, доплата за корову з телям та при забої худоби. Система одноразової виплати впроваджена останньою реформою САП і застосовується у 8 країнах – нових членах ЄС.

**Ринкова інфраструктура** – система підприємств і організацій (банків, бірж, ярмарків, страхових компаній, консультаційних та інформаційно-маркетингових фірм), які забезпечують вільне просування товарів і послуг на ринку; комплекс елементів, які обслуговують ринковий механізм: ринок праці, ринок засобів виробництва.

**Ринковий механізм** – механізм взаємодії і взаємозв'язку трьох основних елементів ринку: пропозиції, попиту і ціни.

**Ринковий потенціал** – сукупність споживачів, що виявляють деяку зацікавленість до певного продукту. В маркетингу потенційний ринок характеризує ступінь залучення споживачів в процес продажів на ринку.

**Ринок агропродовольчої продукції** – ефективний механізм задоволення потреб товаровиробників і запитів споживачів, най-

важливішою властивістю якого є те, що він виступає чутливим регулятором і координатором комерційних зусиль суб'єктів ринку, спрямованих на виробництво і реалізацію конкурентоспроможної агропродовольчої продукції для забезпечення продовольчої безпеки держави і формування експортного потенціалу.

**Рівень залежності держави від імпорту** – показник, який характеризує співвідношення обсягу зовнішніх закупівель агропродовольчого продукту до обсягу його внутрішнього споживання.

**Рівень самозабезпеченості держави** – показник, який розраховується як співвідношення власного виробництва певного виду агропродовольчого продукту у визначений проміжок часу до обсягу його споживання на внутрішньому ринку в конкретному періоді.

**Розширення меж ринку** – спроба підприємства збільшити збут за рахунок впровадження нині існуючих товарів на нових ринках.

**Збалансованість попиту і пропозиції** – це співвідношення обсягів пропозиції на агропродовольчому ринку держави, яка включає обсяг власного виробництва та імпортні закупівлі агропродовольчої продукції за певний проміжок часу до загальних обсягів реального (фактичного) попиту на певний вид продукції який визначається сумою його попиту на внутрішньому і зовнішньому ринках.

**Сегмент ринку** – велика, чітко встановлена група покупців всередині ринку зі східними запитамі і характеристиками, відмінними від інших груп цільового ринку.

**Сегментація** – розподіл всієї маси покупців, де б вони не знаходилися, на певні групи (сегменти), що характеризуються спільністю головних рис і основних вимог до товару, а також практично єдиною мотивацією покупок даного товару. Процес роздроблення споживачів на групи на підставі різниці між їх потребами, характеристик цих споживачів та/або їх поведінки; гру-

пування і розподіл ринку на окремі частки (сегменти) за певними ознаками.

**Сегментація ринку** – розділення, розбиття ринку на чіткі групи покупців, для кожної з яких можуть бути потрібно окремі товари і (або) комплекс маркетингу.

**Сертифікація продукції** – процедура ухвалення і реалізації міжнародних норм оцінки і контролю якості продукції, що поставляється в інші країни.

**Спільна аграрна політика (САП). – Common agricultural policy (CAP).** Законодавча база та її практичні дії прийняті країнами-членами Євросоюзу для того, щоб упроваджувати спільну аграрну політику (згідно з статтею 33 Договору країн Євросоюзу). Це найбільш інтегрована політика, яка здійснюється Євросоюзом. Її метою є забезпечення довгострокової підтримки сільського господарства безпосередньо у сільській місцевості. Це означає, що об'єктом цієї політики є не тільки виробники сільськогосподарської продукції, але також і ширше коло сільського населення, споживачів і суспільства в цілому.

**Стратегія** – довгострокова модель розвитку організації, яка приймається для досягнення її стратегічних цілей та враховує обмеження внутрішнього та зовнішнього середовища.

**Стратегія міцного проникнення на ринок** – практика встановлення на новий товар щодо низької ціни з метою залучення великого числа покупців і завоювання великої частки ринку.

**Управлінське консультування** – це висококваліфікована допомога керівникам, спрямована на підвищення ефективності роботи бізнес-організації, яка надається незалежними (які не входять в склад організації) експертами, і спеціалізуються у конкретній галузі нової економіки.

**Ціна** – встановлена грошова сума, яка стягується за конкретний товар або послугу.

**Ціна попиту** – складається на ринку покупця.

**Ціна світова** – визначається залежно від виду товару: по одних товарах (за звичай сировинних) – рівнем цін країн-експортерів або країн-імпортерів, по інших – цінами біржі, на аукціонах по готових виробках – цінами товарів провідних в світі фірм, що спеціалізуються на виробництві та експорті продукції даного виду; ціни також розрізняються залежно від того, чи обумовлений платіж у вільно конвертованій валюті чи ні.

**Цінова еластичність попиту** – ступінь зміни обсягів збуту продукції залежно від зміни цін на неї.

**Цінова конкурентоздатність** – можливість збільшити або хоча б зберегти частку свого продажу на ринку певних товарів шляхом зниження цін чи сповільнення їх зростання порівняно з конкурентними цінами на аналогічну продукцію.

**Ціноутворення** – маркетингова політика, що складається з визначення цін на товари і послуги, пропоновані покупцям.

**Частка ринку** – співвідношення обсягу продажів продукції одного підприємства до загального обсягу продажів аналогічних товарів всіх підприємств, діючих на даному ринку.

**Функції аграрного ринку** – соціальна, виявлення ринкових цін, стимулююча, селективна, координаційно-управлінська.

**Холдинг** – специфічна організаційна форма об'єднання капіталу, що припускає створення материнської і дочірніх компаній.

**Шлях збуту** – проходження товару по елементах збутового ланцюга: від виробника до кінцевого споживача.

**Якість** – сукупність властивостей товару, що визначають його придатність для використання за призначенням споживача.

**Ярмарок** – специфічна форма стимулювання продажів, де на спеціально обладнаній території демонструються для продажів зразки нових товарів, науково-технічні та виробничі досягнення.

**Роздруківка кореляційно-регресійного аналізу тісноти зв'язку між калорійністю середньодобового раціону населення України і його доходами, в розрахунку на одну особу**

1997

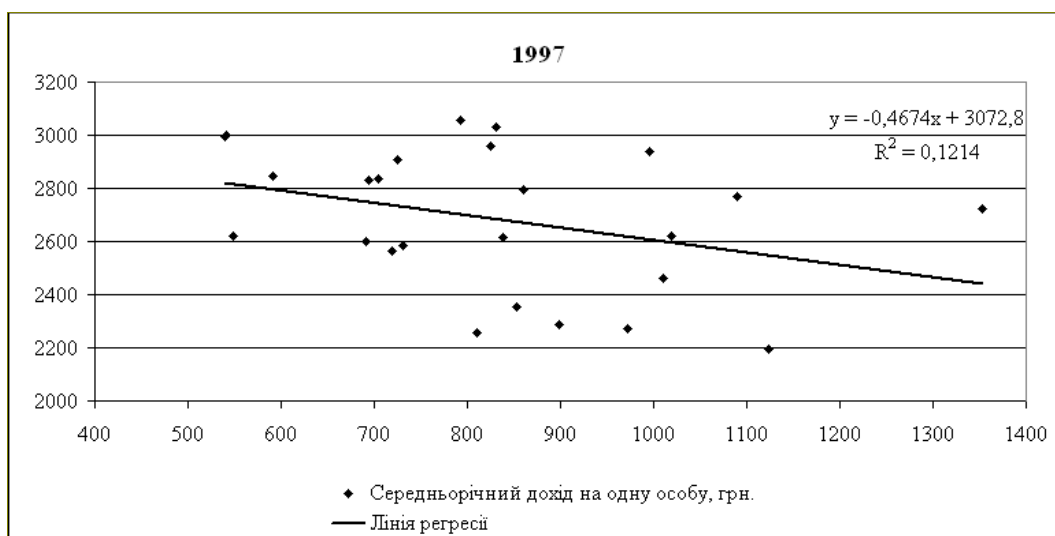
**ВЫВОД ИТОГОВ**

<i>Регрессионная статистика</i>	
Множественный R	0,348489275
R-квадрат	0,121444775
Нормированный R-квадрат	0,083246722
Стандартная ошибка	254,303181
Наблюдения	25

**Дисперсионный анализ**

	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Значимость F</i>
Регрессия	1	205608,5593	205608,5593	3,179344617	0,087779127
Остаток	23	1487412,481	64670,10786		
Итого	24	1693021,04			

	<i>Коэффициенты</i>	<i>Стандартная ошибка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-Значение</i>	<i>Нижние 95%</i>	<i>Верхние 95%</i>
Y-пересечение	3072,811486	223,5168353	13,74756171	1,40061E-12	2610,431686	3535,191286
Переменная X 1	-0,467372883	0,26211671	-1,78307168	0,087779127	-1,00960261	0,074856841

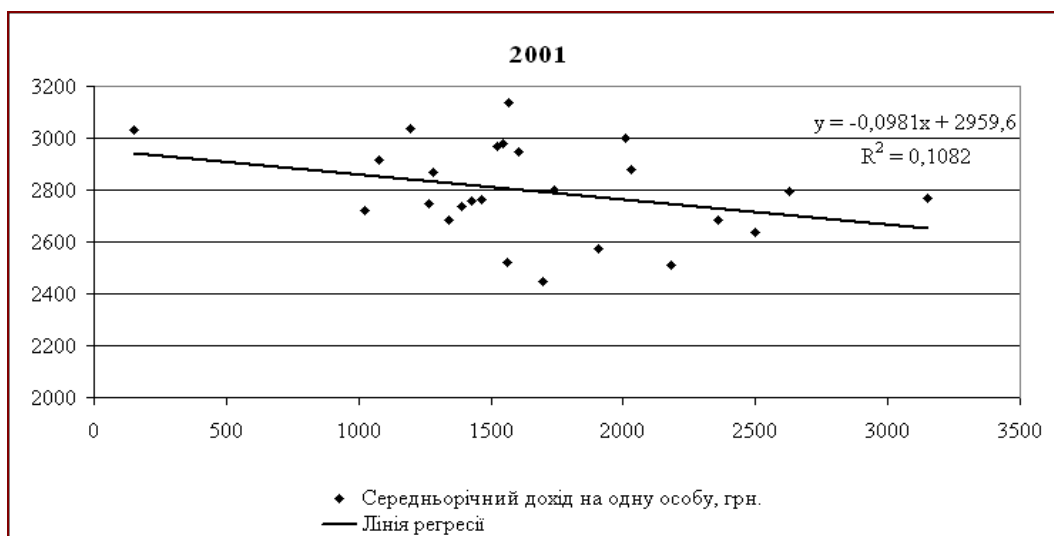


## 2001 ВЫВОД ИТОГОВ

Регрессионная статистика	
Множественный R	0,328917786
R-квадрат	0,10818691
Нормированный R-квадрат	0,069412428
Стандартная ошибка	174,0625353
Наблюдения	25

Дисперсионный анализ					
	df	SS	MS	F	Значимость F
Регрессия	1	84535,53771	84535,54	2,790157439	0,108399449
Остаток	23	696848,6223	30297,77		
Итого	24	781384,16			

	Кoeffици- енты	Стандарт- ная ошибка	t- статистика	P-Значение	Нижние 95%	Верхние 95%
Y-пересечение	2959,641127	103,7199424	28,53493	1,8578E-19	2745,08008	3174,202174
Переменная X 1	-0,098054973	0,05870232	-1,67038	0,108399449	-0,219489973	0,023380028

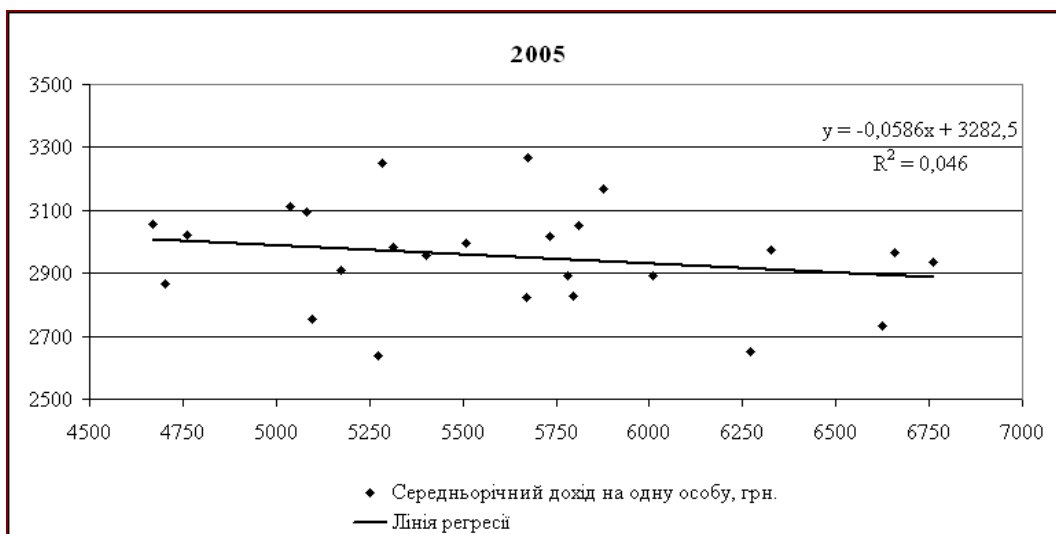


**2005  
ВЫВОД ИТОГОВ**

<i>Регрессионная статистика</i>	
Множественный R	0,214472729
R-квадрат	0,045998552
Нормированный R-квадрат	0,004520228
Стандартная ошибка	163,1665816
Наблюдения	25

<b>Дисперсионный анализ</b>					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Значимость F</i>
Регрессия	1	29524,69289	29524,69289	1,108978072	0,303242411
Остаток	23	612336,6671	26623,33335		
Итого	24	641861,36			

	<i>Коэффици- енты</i>	<i>Стандартная ошибка</i>	<i>t- статистика</i>	<i>P-Значение</i>	<i>Нижние 95%</i>	<i>Верхние 95%</i>
Y-пересечение	3282,458202	313,7559616	10,46181939	3,2395E-10	2633,404548	3931,511856
Переменная X 1	-0,05855672	0,055605181	-1,053080278	0,303242411	-0,1735848	0,056471361



**Роздруківка кореляційно-регресійного аналізу тісноти зв'язку між калорійністю середньодобового раціону населення в областях України і рівнем споживання основних продуктів харчування, в розрахунку на одну особу, 2005 р.**

Y	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>5</sub>	X <sub>6</sub>	X <sub>7</sub>	X <sub>8</sub>	X <sub>9</sub>	X <sub>10</sub>
2640	39,4	161,4	234	117,1	77,9	84,8	33,7	15,3	36,7	14
3269	37,8	232,9	260	144	173,4	126	47,8	15	41,9	15,1
2911	43,2	268,8	193	122,6	181,7	110,7	27,1	11,5	31,4	11,6
2966	42,2	193,7	231	123,1	120,5	139,2	49,1	16,7	39,9	15,5
2937	47,1	196,1	266	121,7	108	130,5	43	17,6	40,4	14
2957	33,1	282,9	251	118,9	180,8	115,2	26,5	14,1	37,1	13
3055	35,4	259,4	241	144,3	180,3	102,8	32,9	9,3	34,6	10,6
2731	39,2	189,3	238	107,3	97,7	135,2	37,1	16,1	40,5	14,7
3112	32,8	302,7	231	139,6	186,9	83,7	31	10	35,1	12,7
2650	43,3	208,5	258	99,3	108	114,7	37,6	17,3	34,6	14
2984	40,6	228,3	222	127,2	143	150	36,6	11,4	38,1	14,2
2891	34,6	168,7	237	128,8	136,4	113	33,6	13	42,4	14,1
2827	36,7	258,3	215	120,4	148,1	119,6	35,5	10,8	31,4	12,5
3169	35,4	244	213	147,3	102,1	122,4	38,5	18	41	16,2
2822	31,9	213,9	255	117,4	105,7	118,8	55,6	18,3	39,6	14
2975	38	246,5	246	126,8	146,3	140,8	30,6	14,6	40,4	11,7
2755	39,8	271,5	233	110,5	175,9	94,7	27,1	10,4	31,9	10,4
3019	39,8	221,2	239	134,1	180,5	118,2	22,2	10,8	41,3	11,1
2868	36,7	278,1	217	121,6	178,9	99,4	28,1	10	30,8	11,9
2892	40,4	217,6	218	126,9	124,8	103,6	37,6	13,3	38,9	12,7
3094	38,6	216,6	234	135,7	130,7	170	38,3	14	43,5	13,6
2997	34,3	282,9	199	127	173,8	106,2	34,4	10,5	38,7	12
3252	43,1	248,4	221	141,3	158,6	141,5	31,1	15,1	43	14,7
3022	32,9	263	243	130,2	153,8	138,1	46,4	12,2	35,2	13,8
3051	37,4	280,5	255	125,7	176,6	139	26,7	12,5	40,3	11,6

**ВЫВОД ИТОГОВ**

*Регрессионная статистика*

Множественный R	0,999851883
R-квадрат	0,999703788
Нормированный R-квадрат	0,999492209
Стандартная ошибка	3,685170518
Наблюдения	25

**Дисперсионный анализ**

	df	SS	MS	F	Значимость F
Регрессия	10	641671,2333	64167,12333	4724,951921	6,59595E-23
Остаток	14	190,1267445	13,58048175		
Итого	24	641861,36			

	Коэффициенты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-Значение	Нижние 95%	Верхние 95%	Нижние 95,0%	Верхние 95,0%
Y-пересечение	20,22032934	25,95690037	0,7789963	0,448949773	-35,45168487	75,89234354	-35,45168487	75,89234354
Переменная X 1	6,587892701	0,26921935	24,47035359	6,87364E-13	6,010474624	7,165310778	6,010474624	7,165310778
Переменная X 2	1,523911621	0,048349067	31,51894609	2,10928E-14	1,420213187	1,627610055	1,420213187	1,627610055
Переменная X 3	0,352544778	0,055638002	6,336402553	1,83967E-05	0,233213132	0,471876423	0,233213132	0,471876423
Переменная X 4	8,629910906	0,100632571	85,75663718	1,87437E-20	8,414075507	8,845746305	8,414075507	8,845746305
Переменная X 5	1,650756111	0,062729604	26,31542371	2,53531E-13	1,516214492	1,78529773	1,516214492	1,78529773
Переменная X 6	0,683919615	0,052643681	12,99148534	3,35445E-09	0,571010149	0,796829082	0,571010149	0,796829082
Переменная X 7	1,705375228	0,146695457	11,62527637	1,40395E-08	1,390744766	2,02000569	1,390744766	2,02000569
Переменная X 8	3,332449174	0,761990683	4,37334635	0,00636672	1,698141705	4,966756643	1,698141705	4,966756643
Переменная X 9	10,84890249	0,422641841	25,6692581	3,56707E-13	9,942425899	11,75537908	9,942425899	11,75537908
Переменная X 10	23,25657253	0,969400346	23,99067899	9,01417E-13	21,17741558	25,33572948	21,17741558	25,33572948

Столбец 1	Столбец 2	Столбец 3	Столбец 4	Столбец 5	Столбец 6	Столбец 7	Столбец 8	Столбец 9	Столбец 10
Столбец 1	1								
Столбец 2	-0,38695373	1							
Столбец 3	0,006740006	-0,2844095	1						
Столбец 4	-0,258334286	0,252153112	-0,16618113	1					
Столбец 5	-0,261583362	<b>0,800913986</b>	-0,185921109	0,343194601	1				
Столбец 6	0,234050488	-0,186047356	0,199629033	0,145444986	-0,17181804	1			
Столбец 7	-0,0648578	-0,411680925	0,301613618	0,004586613	-0,543156918	0,297991929	1		
Столбец 8	0,273185638	-0,595703773	0,425749828	-0,201158811	<b>-0,777348472</b>	0,338338837	0,596628868	1	
Столбец 9	0,07877238	-0,465216301	0,31333133	0,377189605	-0,316826314	0,570388714	0,270719598	0,517552643	1
Столбец 10	0,107019452	-0,528032193	0,137097838	0,100283316	-0,651020667	0,377474246	0,653243214	<b>0,754294729</b>	0,504595194



Продовження додатку 3

Y	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>6</sub>	X <sub>7</sub>	X <sub>8</sub>	X <sub>9</sub>
2640	39,4	161,4	234	117,1	84,8	33,7	15,3	36,7
3269	37,8	232,9	260	144	126	47,8	15	41,9
2911	43,2	268,8	193	122,6	110,7	27,1	11,5	31,4
2966	42,2	193,7	231	123,1	139,2	49,1	16,7	39,9
2937	47,1	196,1	266	121,7	130,5	43	17,6	40,4
2957	33,1	282,9	251	118,9	115,2	26,5	14,1	37,1
3055	35,4	259,4	241	144,3	102,8	32,9	9,3	34,6
2731	39,2	189,3	238	107,3	135,2	37,1	16,1	40,5
3112	32,8	302,7	231	139,6	83,7	31	10	35,1
2650	43,3	208,5	258	99,3	114,7	37,6	17,3	34,6
2984	40,6	228,3	222	127,2	150	36,6	11,4	38,1
2891	34,6	168,7	237	128,8	113	33,6	13	42,4
2827	36,7	258,3	215	120,4	119,6	35,5	10,8	31,4
3169	35,4	244	213	147,3	122,4	38,5	18	41
2822	31,9	213,9	255	117,4	118,8	55,6	18,3	39,6
2975	38	246,5	246	126,8	140,8	30,6	14,6	40,4
2755	39,8	271,5	233	110,5	94,7	27,1	10,4	31,9
3019	39,8	221,2	239	134,1	118,2	22,2	10,8	41,3
2868	36,7	278,1	217	121,6	99,4	28,1	10	30,8
2892	40,4	217,6	218	126,9	103,6	37,6	13,3	38,9
3094	38,6	216,6	234	135,7	170	38,3	14	43,5
2997	34,3	282,9	199	127	106,2	34,4	10,5	38,7
3252	43,1	248,4	221	141,3	141,5	31,1	15,1	43
3022	32,9	263	243	130,2	138,1	46,4	12,2	35,2
3051	37,4	280,5	255	125,7	139	26,7	12,5	40,3

**ВЫВОД ИТОГОВ**

Регрессионная статистика	
Множественный R	0,985657208
R-квадрат	0,971520131
Нормированный R-квадрат	0,957280197
Стандартная ошибка	33,80100525
Наблюдения	25

**Дисперсионный анализ**

	df	SS	MS	F	Значимость F
Регрессия	8	623581,2327	77947,65409	68,22504272	6,61289E-11
Остаток	16	18280,12729	1142,507956		
Итого	24	641861,36			

	Кoeffици- енты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-Значение	Нижние 95%	Верхние 95%	Нижние 95,0%	Верхние 95,0%
Y-пересечение	113,0846817	204,2692208	0,553606076	0,587502165	-319,946719	546,1160825	-319,946719	546,1160825
Переменная X 1	7,741626884	2,295889974	3,371950299	0,0038833	2,874557595	12,60869617	2,874557595	12,60869617
Переменная X 2	2,210039802	0,294093305	7,514757273	1,23672E-06	1,586589851	2,833489753	1,586589851	2,833489753
<b>Переменная X 3</b>	0,497520274	0,427855928	<b>1,162821973</b>	0,261952255	-0,409493769	1,404534316	-0,409493769	1,404534316
Переменная X 4	9,628454805	0,874433544	11,01107668	7,07781E-09	7,774738513	11,4821711	7,774738513	11,4821711
Переменная X 5	0,756454071	0,469235308	1,612099638	0,126487994	-0,238280339	1,75118848	-0,238280339	1,75118848
Переменная X 6	2,50339058	1,302025927	1,922688732	0,072505869	-0,256781065	5,263562225	-0,256781065	5,263562225
<b>Переменная X 7</b>	0,231350771	4,350745656	<b>0,05317497</b>	0,958250771	-8,991817939	9,454519481	-8,991817939	9,454519481
Переменная X 8	13,29118059	3,669392527	3,622174651	0,002289411	5,512415983	21,06994521	5,512415983	21,06994521

Y	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>6</sub>	X <sub>7</sub>	X <sub>9</sub>
2640	39,4	161,4	117,1	84,8	33,7	36,7
3269	37,8	232,9	144	126	47,8	41,9
2911	43,2	268,8	122,6	110,7	27,1	31,4
2966	42,2	193,7	123,1	139,2	49,1	39,9
2937	47,1	196,1	121,7	130,5	43	40,4
2957	33,1	282,9	118,9	115,2	26,5	37,1
3055	35,4	259,4	144,3	102,8	32,9	34,6
2731	39,2	189,3	107,3	135,2	37,1	40,5
3112	32,8	302,7	139,6	83,7	31	35,1
2650	43,3	208,5	99,3	114,7	37,6	34,6
2984	40,6	228,3	127,2	150	36,6	38,1
2891	34,6	168,7	128,8	113	33,6	42,4
2827	36,7	258,3	120,4	119,6	35,5	31,4
3169	35,4	244	147,3	122,4	38,5	41
2822	31,9	213,9	117,4	118,8	55,6	39,6
2975	38	246,5	126,8	140,8	30,6	40,4
2755	39,8	271,5	110,5	94,7	27,1	31,9
3019	39,8	221,2	134,1	118,2	22,2	41,3
2868	36,7	278,1	121,6	99,4	28,1	30,8
2892	40,4	217,6	126,9	103,6	37,6	38,9
3094	38,6	216,6	135,7	170	38,3	43,5
2997	34,3	282,9	127	106,2	34,4	38,7
3252	43,1	248,4	141,3	141,5	31,1	43
3022	32,9	263	130,2	138,1	46,4	35,2
3051	37,4	280,5	125,7	139	26,7	40,3

**ВЫВОД ИТОГОВ**

*Регрессионная статистика*

Множественный R	0,984399489
R-квадрат	0,969042354
Нормированный R-квадрат	0,958723139
Стандартная ошибка	33,22525538
Наблюдения	25

**Дисперсионный анализ**

	df	SS	MS	F	Значимость F
Регрессия	6	621990,8433	103665,1405	93,90659323	1,35748E-12
Остаток	18	19870,51671	1103,917595		
Итого	24	641861,36			

	Коэффициенты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-Значение	Нижние 95%	Верхние 95%	Нижние 95,0%	Верхние 95,0%
Y-пересечение	219,2433082	178,219972	1,23018372	0,234464247	-155,1829584	593,6695748	-155,1829584	593,6695748
Переменная X 1	7,607954659	2,145411779	3,546151248	0,002307595	3,100611774	12,11529754	3,100611774	12,11529754
Переменная X 2	2,230217262	0,288376297	7,733705184	3,9555E-07	1,624361145	2,836073379	1,624361145	2,836073379
Переменная X 3	9,313013623	0,748849224	12,43643357	2,83336E-10	7,739739786	10,88628746	7,739739786	10,88628746
Переменная X 4	0,732168941	0,453273075	1,615293256	0,123639095	-0,220122451	1,684460333	-0,220122451	1,684460333
Переменная X 5	2,797592661	1,027027791	2,723969776	0,01392368	0,639887343	4,95529798	0,639887343	4,95529798
Переменная X 6	14,50424464	3,007308208	4,822999052	0,00013638	8,18612455	20,82236472	8,18612455	20,82236472

## Додаток 4

**Динаміка розрахункових даних і параметрів тісноти зв'язку між калорійністю середньодобового раціону населення в областях України і його доходами, в розрахунку на одну особу**

Області	1997 р.		2001 р.		2005 р.	
	Калорійність середньодобового раціону населення у розрахунку на одну особу, ккал. (x)	Доходи на одну особу (обсяг нарахованих у грошовій і натуральній формі: заробітної плати, прибутку та змішаного доходу, соціальних допомог та інших поточних трансфертів), грн. (y)	Калорійність середньодобового раціону населення у розрахунку на одну особу, ккал. (x)	Доходи на одну особу (обсяг нарахованих у грошовій і натуральній формі: заробітної плати, прибутку та змішаного доходу, соціальних допомог та інших поточних трансфертів), грн. (y)	Калорійність середньодобового раціону населення у розрахунку на одну особу, ккал. (x)	Доходи на одну особу (обсяг нарахованих у грошовій і натуральній формі: заробітної плати, прибутку та змішаного доходу, соціальних допомог та інших поточних трансфертів), грн. (y)
1	2	3	4	5	6	7
АР Крим	2270	972,3	2449	1696,0	2640	5272,0
Вінницька	2833	693,7	2760	1425,7	3269	5673,0
Волинська	2587	731,5	2684	1339,5	2911	5174,6
Дніпропетровська	2723	1353,0	2767	3149,1	2966	6658,6
Донецька	2194	1124,2	2795	2626,5	2937	6762,1
Житомирська	2615	838,3	2764	1463,2	2957	5401,8
Закарпатська	2996	539,2	3035	1196,8	3055	4669,6
Запорізька	2767	1090,2	2682	2358,0	2731	6625,1
Івано-Франківська	2845	591,4	2866	1283,9	3112	5038,5
Київська	2459	1010,3	2520	1561,0	2650	6271,7
Кіровоградська	2837	704,6	2949	1602,9	2984	5313,8
Луганська	2286	898,0	2508	2179,8	2891	5780,1
Львівська	2258	810,5	2800	1738,1	2827	5794,2
Миколаївська	2796	859,6	2637	2498,3	3169	5877,0
Одеська	2355	853,0	2572	1907,9	2822	5671,2
Полтавська	2940	995,3	3002	2007,7	2975	6325,4
Рівненська	2563	719,7	2746	1267,9	2755	5097,5

## ДОДАТКИ

### Продовження додатку 4

1	2	3	4	5	6	7
Сумська	3057	792,6	3033	152,0	3019	5733,1
Тернопільська	2998	541,7	2917	1074,9	2868	4701,1
Харківська	2622	1018,6	2879	2031,0	2892	6009,8
Херсонська	2910	724,8	2967	1526,3	3094	5081,7
Хмельницька	2599	691,7	2739	1390,1	2997	5509,5
Черкаська	3029	830,5	2980	1544,8	3252	5285,7
Чернівецька	2620	549,0	2721	1023,6	3022	4762,6
Чернігівська	2959	825,5	3139	1564,6	3051	5809,4
В середньому по Україні	2617	987,6	2758	2247,5	2916	6076,7
<b>Коефіцієнт парної кореляції</b>	<b>0,348</b>		<b>0,329</b>		<b>0,214</b>	
<b>Коефіцієнт детермінації (<math>R^2</math>)</b>	<b>0,121</b>		<b>0,108</b>		<b>0,046</b>	
<b>Рівняння регресії</b>	$y_x = -0,4674x + 3072,8$		$y_x = -0,0981x + 2959,6$		$y_x = -0,0586x + 3282,5$	

*Джерело:* Розраховано за даними Державного комітету статистики України.

**Шановні респонденти!**

Кафедра економіки, організації і планування в АПК Тернопільського національного економічного університету і Головне управління агропромислового розвитку Тернопільської облдержадміністрації проводять опитування з проблем розвитку аграрного бізнесу для визначення найбільш впливових чинників при виборі каналів реалізації сільськогосподарської продукції аграрними підприємствами і фермерськими господарствами Тернопільської області.

Просимо Вас стати учасниками цього соціологічного опитування. Уважно читайте запитання анкети і виберіть варіанти відповідей. Якщо у Вас є свій варіант відповіді допишіть його у відповідному місці.

Анкета анонімна. Всі відповіді будуть використані лише в узагальненому вигляді.

**Щиро дякуємо за правдиві відповіді.**

**А Н К Е Т А**

**анонімного опитування товаровиробників щодо виявлення найбільш впливових чинників при виборі каналу збуту сільгосппродукції аграрними підприємствами і фермерськими господарствами Тернопільської області, 2007 р.**

**1. Вкажіть, керівником якого виду аграрного формування Ви є, (необхідне зазначити)**

- сільськогосподарське підприємство \_\_\_\_\_
- фермерське господарство \_\_\_\_\_

**2. Вкажіть, які із зазначених чинників відіграють першочергову роль при виборі Вами каналу збуту зернових культур, (вибране зазначити)**

- вигідна ціна \_\_\_\_\_

## ДОДАТКИ

---

- стабільність збуту \_\_\_\_\_
- можливість передоплати \_\_\_\_\_
- репутація покупця \_\_\_\_\_
- транспортування/зберігання покупцем \_\_\_\_\_
- невимогливість покупця до якості продукції \_\_\_\_\_

**3. Вкажіть, які із зазначених чинників відіграють другорядну роль при виборі Вами каналу збуту зернових культур, (вибране зазначити)**

- вигідна ціна \_\_\_\_\_
- стабільність збуту \_\_\_\_\_
- можливість передоплати \_\_\_\_\_
- репутація покупця \_\_\_\_\_
- транспортування/зберігання покупцем \_\_\_\_\_
- невимогливість покупця до якості продукції \_\_\_\_\_

**4. Вкажіть, які із зазначених чинників відіграють першочергову роль при виборі Вами каналу збуту овочів, (вибране зазначити)**

- вигідна ціна \_\_\_\_\_
- стабільність збуту \_\_\_\_\_
- можливість передоплати \_\_\_\_\_
- репутація покупця \_\_\_\_\_
- транспортування/зберігання покупцем \_\_\_\_\_
- невимогливість покупця до якості продукції \_\_\_\_\_

**5. Вкажіть, які із зазначених чинників відіграють другорядну роль при виборі Вами каналу збуту овочів, (вибране зазначити)**

- вигідна ціна \_\_\_\_\_
- стабільність збуту \_\_\_\_\_
- можливість передоплати \_\_\_\_\_
- репутація покупця \_\_\_\_\_
- транспортування/зберігання покупцем \_\_\_\_\_
- невимогливість покупця до якості продукції \_\_\_\_\_

**6. Вкажіть, в який період Ви продасте вироблену продукцію, (вибране зазначити)**

**ЗЕРНО**

- червень-вересень \_\_\_\_\_
- січень-березень наступного року \_\_\_\_\_

**7. Вкажіть, в який період Ви продасте вироблену продукцію, (вибране зазначити)**

**ОВОЧІ**

- червень-вересень \_\_\_\_\_
- січень-березень наступного року \_\_\_\_\_

**8. Вкажіть, які основні причини збуту продукції, (вибране зазначити)**

- необхідність отримання готівки \_\_\_\_\_
- відсутність потужностей для зберігання \_\_\_\_\_
- наявність контракту на збут \_\_\_\_\_
- відсутність транспортних засобів \_\_\_\_\_

**Дякуємо за участь в опитуванні!**

**Шановні респонденти!**

Кафедра економіки, організації і планування в АПК Тернопільського національного економічного університету проводить опитування з проблем вивчення потенційного попиту споживачів і розробки пропозицій щодо організації перспективного ринку агропродовольчих продуктів органічного походження (екологічно чистих).

Просимо Вас стати учасниками цього соціологічного опитування. Уважно читайте запитання анкети і виберіть варіанти відповідей. Якщо у Вас є свій варіант відповіді допишіть його у відповідному місці.

Анкета анонімна. Всі відповіді будуть використані лише в узагальненому вигляді.

**Щиро дякуємо за правдиві відповіді.**

**Примітка. Органічне агровиробництво виключає застосування мінеральних добрив та хімічних засобів захисту рослин, його продукція не шкодить здоров'ю людей і не завдає шкоди навколишньому середовищу. У високорозвинутих країнах органічна продукція користується підвищеним попитом, а в Україні органічне агровиробництво поки що не підтверджене законодавством.**

**А Н К Е Т А**

**анонімного опитування споживачів Західних областей України в 2007 р. щодо виявлення потенційного попиту на продукцію органічного агровиробництва (екологічно чисту)**

**1. Кількість членів Вашої сім'ї \_\_\_\_\_ осіб**



**2. Структура Вашої сім'ї за віком:**

- до 7 років \_\_\_\_\_ осіб
- від 7 до 18 років \_\_\_\_\_ осіб
- від 18 до 40 років \_\_\_\_\_ осіб
- від 40 до 60 років \_\_\_\_\_ осіб
- понад 60 років \_\_\_\_\_ осіб

**3. Ви віддаєте більшу перевагу продуктам харчування:**

- вітчизняного виробництва \_\_\_\_\_
- зарубіжного виробництва \_\_\_\_\_

**4. Ви проживаєте в**

- місті \_\_\_\_\_
- селі \_\_\_\_\_

**5. Чи готові Ви купувати продукцію органічного агровиробництва?**

- так \_\_\_\_\_
- ні \_\_\_\_\_

**6. Чи готові Ви платити цінову надбавку за продукцію органічного походження (у порівнянні із звичайною):****- понад 100% дорожче за**

- |                            |           |          |
|----------------------------|-----------|----------|
| - хліб, хлібопродукти      | так _____ | ні _____ |
| - борошно, крупи, макарони | так _____ | ні _____ |
| - дитяче харчування        | так _____ | ні _____ |
| - картопля                 | так _____ | ні _____ |
| - свіжі овочі, фрукти      | так _____ | ні _____ |
| - м'ясо (свіже)            | так _____ | ні _____ |
| - молочні продукти         | так _____ | ні _____ |
| - яйця                     | так _____ | ні _____ |
| - рослинні олії            | так _____ | ні _____ |
| - сухофрукти               | так _____ | ні _____ |

## ДОДАТКИ

---

### - від 50 до 100% дорожче за

- хліб, хлібопродукти	так _____	ні _____
- борошно, крупи, макарони	так _____	ні _____
- дитяче харчування	так _____	ні _____
- картопля	так _____	ні _____
- свіжі овочі, фрукти	так _____	ні _____
- м'ясо (свіже)	так _____	ні _____
- молочні продукти	так _____	ні _____
- яйця	так _____	ні _____
- рослинні олії	так _____	ні _____
- сухофрукти	так _____	ні _____

### - до 50% дорожче за

- хліб, хлібопродукти	так _____	ні _____
- борошно, крупи, макарони	так _____	ні _____
- дитяче харчування	так _____	ні _____
- картопля	так _____	ні _____
- свіжі овочі, фрукти	так _____	ні _____
- м'ясо (свіже)	так _____	ні _____
- молочні продукти	так _____	ні _____
- яйця	так _____	ні _____
- рослинні олії	так _____	ні _____
- сухофрукти	так _____	ні _____

### 7. Де б Ви хотіли купувати продукти органічного агрови-робництва?

- у великих супермаркетах \_\_\_\_\_
- у невеликих магазинах \_\_\_\_\_
- безпосередньо у фермерів і сільськогосподарських підпри-ємств \_\_\_\_\_

Дякуємо за участь в опитуванні!

## Додаток 7

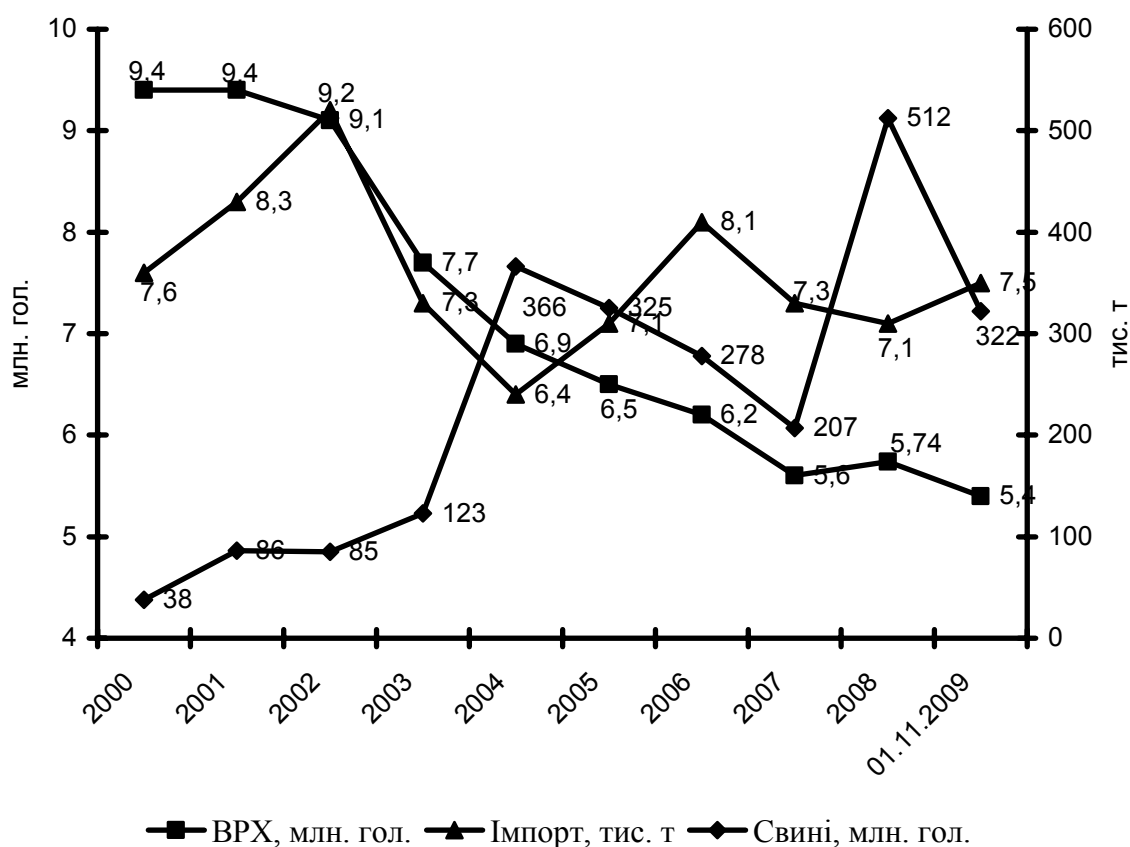
## Динаміка урожайності зернових культур в окремих країнах світу за 2004/2005-2008/2009 маркетингові роки, ц/га

Країна	Маркетингові роки					2008/2009 м.р. в % до 2004/2005 м.р.
	2004/ 2005	2005/ 2006	2006/ 2007	2007/ 2008	2008/ 2009	
США	68,3	64,2	63,8	67,8	68,2	99,8
ЄС – 27	52,6	47,7	46,7	45,1	48,4	92,0
Росія	18,0	18,1	18,4	18,6	26,4	146,7
Україна	28,2	26,8	25,9	21,6	35,5	125,9

Джерело: За оцінками Департаменту сільського господарства США.

## Додаток 8

## Динаміка поголів'я худоби та імпорту м'яса в Україні за 2000-2009 рр.



## ЛІТЕРАТУРА

---

1. *Конституція України*: Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. – К.: Феміна, 1996. – 64 с.
2. *Закон України “Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції”* // Урядовий кур'єр. – 1997. – 17 липня. – №130.
3. *Закон України “Про сільськогосподарську кооперацію”* // Урядовий кур'єр. – 1997. – 14 серпня. – №148-149.
4. *Закон України “Про єдиний митний тариф”* // Зб. норм. матеріал. з пит. регул. зовн-екон. діял. України, Ч.1. – К.: Мінзовекономзв'язки, 1997. – 152 с.
5. *Закон України “Про підприємництво”* від 26.02.1991 р. // Відом. Верхов. Ради України. – 1991. – №14. – С.354-360.
6. *Закон України “Про товарну біржу”* від 10 грудня 1991 р. // Банківська діяльність, біржі, цінні папери: Збірник нормативних актів. – К.: 1992. – 47 с.
7. *Закон України “Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції”* // Урядовий кур'єр. – 1997. – 17 липня. – № 130.
8. *Указ Президента України “Про затвердження Стратегії інтеграції України до Європейського Союзу”* // Урядовий кур'єр. – 1998. – 11 червня. – № 128.

9. Указ Президента України “Про заходи щодо забезпечення формування та функціонування аграрного ринку” // Урядовий кур’єр. – 2000. – 8 червня. – № 130.

10. Указ Президента України “Про заходи щодо прискорення розвитку аграрного ринку” // Урядовий кур’єр. – 2002. – 8 серпня. – № 694.

11. Указ Президента України “Про заходи щодо реформування аграрних відносин” // Урядовий кур’єр. 1995. – 18 січня. – № 63.

12. Указ Президента України “Про невідкладні заходи щодо прискорення формування аграрного сектора економіки” // Урядовий кур’єр. – 1999. – 8 грудня. – № 230.

13. Указ Президента України “Про особливості застосування тарифних обмежень імпорту сільськогосподарських товарів відповідно до норм і принципів системи ГАТТ/СОТ” від 13 травня 1997 р.

14. Указ Президента України “Про заходи щодо розвитку продовольчого ринку та сприяння експорту сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів” // Урядовий кур’єр. – 2001. – 7 серпня. – № 601.

15. *Абрамова Л.А.* Рынок, маркетинг и формирование рыночных отношений в АПК / Л.А. Абрамова // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 1992. – №7. – С.31-36.

16. *Аграрне виробництво і аграрний бізнес в Україні* // Матеріали розроблені фахівцями Проекту розвитку агробізнесу в Україні Міжнародної Фінансової Корпорації. – К.: 2005. – 45 с.

17. *Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку.* Інформаційно-аналітичний збірник (випуск 5) / За ред. П.Т. Саблука та ін. – К.: ІАЕ УААН. – 2002. – 647 с.

18. *Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку*. Інформаційно-аналітичний збірник (випуск 6) / За ред. П.Т. Саблука та ін. – К.: ІАЕ УААН. – 2003. – 764 с.

19. *Андрійчук В.Г.* Внутрішня будова ринку сільськогосподарської продукції: теоретико-методологічний аспект / В.Г. Андрійчук // *Економіка АПК*. – 2004. – № 3. – С.29-35.

20. *Андрійчук В.Г.* Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: [монографія] / Андрійчук В.Г. – К.: КНЕУ, 2005. – 292 с.

21. *Андрійчук В.Г.* Економіка аграрних підприємств: [підручник] / Андрійчук В.Г. – К.: КНЕУ, 2002. – 624 с.

22. *Андрійчук В.Г.* Оцінка макро- і мікро параметрів економіки в контексті продовольчої безпеки України / В.Г. Андрійчук // *Економіка АПК*. – 2001. – № 5. – С. 61-65.

23. *Андрійчук В.* Сучасна аграрна політика: проблемні аспекти / Андрійчук В., Зубець М., Юрчишин В. – К.: Аграрна наука, 2005. – 140 с.

24. *Антонюк П.О.* Збереження експортного продовольчого потенціалу України / П.О. Антонюк // *Економіка АПК*. – 2002. – № 1. – С. 110-113.

25. *Алиева Л.* Развитие межрегиональной интеграции агропродовольственных рынков / Л. Алиева, Т. Светлорусова // *АПК: экономика, управление*. – 2006. – №8. – С. 35-37.

26. *Армстронг Г.* Маркетинг / Г. Армстронг, Ф. Котлер; пер. з англ. – М.: 2001. – 608 с.

27. *Баканов М.И.* Теория экономического анализа / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет: – М.: Финансы и статистика, 1996. – С. 119-141.

28. *Белый Е.* Конкурентоспособность и качество: два уровня управления / Е. Белый, С. Барашков – 2002. – № 4. – С. 29-34.

29. *Березін О.В.* Деякі аспекти стратегії і тактики формування національного продовольчого ринку України / О.В. Березін // Економіка АПК. – 2004. – № 6. – С. 102-108.
30. *Березін О.В.* Проблеми формування продовольчого ринку України: [монографія] / О.В. Березін – К.: Вища школа, – 2002. – 211 с.
31. *Березівський П.С.* Розвиток ринку продукції скотарства і продуктів її переробки / П.С. Березівський // Економіка АПК. – 1997. – № 12. – С. 47-53.
32. *Березівський П.С.* Ефективність виробництва і формування ринку продукції скотарства в Карпатському регіоні / П.С. Березівський – Львів: Українські технології, 1998. – 256 с.
33. *Беляевский И.К.* Статистика рынка товаров и услуг / И.К. Беляевский – М.: Финансы и статистика, 1995. – 432 с.
34. *Беляєв О.О.* Політична економія: [навч. посіб.] / О.О. Беляєв, А.С. Бебело – К.: КНЕУ, 2001. – 328 с.
35. *Білик В.О.* Економічна теорія: [навч. посіб.] / В.О. Білика, П.Т. Саблука – К.: ННЦ ІАЕ, 2004. – 560 с.
36. *Білик Ю.Д.* Становлення і розвиток сучасного продовольчого ринку в Україні. / Ю.Д. Білик // Формування та розвиток аграрного ринку: зб. наук. праць – К.: ННЦ “Інститут аграрної економіки”, 2004. – С. 177-189.
37. *Біттер О.* Рівень життя сільського населення: проблеми і перспективи: [монографія] / О. Біттер – Львів: Українські технології, 2005. – 228 с.
38. *Бойко В.І.* Ринок продовольства / Бойко В.І., Коржинський М.П., Лазня В.В. – К.: Віпол, 1996. – 278 с.
39. *Бойко В.І.* Ринок продовольства: проблеми формування і розвитку / Бойко В.І., Лазня В.В., Лобас М.Г. – К.: Укр. ІНТЕІ, 1993. – 236 с.

40. *Бойчук О.І.* Продовольча безпека в Україні і світі / О.І. Бойчук – К.: Наукметодцентр аграрної освіти, 2003. – 114 с.

41. *Бородачева Н.В.* Органическое производство в Украине / Н.В. Бородачева // Агроперспектива. – 2004. – № 12. – С. 54-56.

42. *Бородіна О.М.* Аграрний сектор України на шляху до євроінтеграції / О.М. Бородіна, М. Бетлій – Ужгород: ІВА, 2006. – 496 с.

43. *Бородіна О.М.* Коригування політики державної підтримки сільського господарства України / О.М. Бородіна, О.М. Могильний // Економіка АПК. – 2007. – № 6. – С. 55-61.

44. *Браславец М.Е.* Практикум по экономико-математическим методам в организации и планировании сельскохозяйственного производства: [учеб. пособие для с.-х. вузов] / М.Е. Браславец – М.: Экономика, 1975. – С. 185-231.

45. *Васильчак С.В.* Теоретико-методологічні принципи розвитку аграрного ринку / С.В. Васильчак // Агроінком. – 2005. – № 9-10. – С. 2-5.

46. *Васильчак С.В.* Формування та розвиток регіонального ринку молока і молочних продуктів: [монографія] / С.В. Васильчак – Львів: НВФ “Українські технології”, 2005. – 240 с.

47. *Вовк В.* Сертифікація органічного сільського господарства в Україні: сучасний стан, перспективи, стратегії на майбутнє / В. Вовк // Проект аграрного маркетингу. – Л.: – 2004. – С. 4.

48. *Воробьев Н.* Формирование структуры продовольственных рынков / Н. Воробьев // АПК: экономика, управление. – 2006. – № 6. – С. 30-31.

49. *Гайдуцький П.І.* Аграрна реформа в Україні / Гайдуцький П.І., Саблук П.Т., Лупенко Ю.О. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005. – 424 с.



50. *Гайдуцький П.І.* Формування та розвиток аграрного ринку / П.І. Гайдуцький // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 4-15.
51. *Галушко В.П.* Основи аграрної економіки: [підручник] / В.П. Галушко, Гвідо Ван Хуленбрук, О.А. Ковтун. – К.: Вища освіта, – 2003. – 399 с.
52. *Гладій М.В.* Формування оптового ринку в Україні / М.В. Гладій // Економіка АПК. – 2007. – №5. – С. 41-43.
53. *Глібов Р.В.* Аналіз пропозиції на світовому ринку продовольчої продукції тваринного походження / Р.В. Глібов // Економіка АПК. – 2007. – № 2. – С. 133-137.
54. *Гринів Л.* Концептуальні засади просторової парадигми екологічно збалансованої економіки / Л. Гринів // Регіональна економіка. – 2001. – № 4. – С. 54-63.
55. *Гринько Т.В.* Механізм формування конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародних ринках / Т.В. Гринько – Кривий Ріг: Вид. Дім, 2005. – 323 с.
56. *Гончаров В.Д.* Маркетинг продовольственных товаров в России / В.Д. Гончаров – М.: Финансы и статистика, 2002. – 176 с.
57. *Губені Ю.Е.* Регулювання аграрного ринку в сільському господарстві Чехії / Ю.Е. Губені // Економіка АПК. – 1998. – № 2. – С. 72-78.
58. *Губенко В.І.* Реалізація експортного потенціалу АПК України в умовах глобалізації світової економіки / В.І. Губенко // Економіка АПК. – 2003. – № 10. – С. 124-128.
59. *Губенко В.І.* Механізм зростання конкурентоспроможності товарів АПК на світовому ринку / В.І. Губенко // Агроінком. – 2003. – № 1-2. – С. 58-62.
60. *Губенко В.І.* Механізм СОТ в країнах з розвинутою економікою та можливості його застосування в Україні / В.І. Губенко // Економіка АПК. – 2002. – № 6. – С. 123-126.

61. *Губський Е.З.* Аграрний ринок / Е.З. Губський – К.: Нора-принт, 1998. – 184 с.
62. *Даненбург В.* Основы оптовой торговли: [пер.с англ.] / В. Даненбург – СПб.: Нева-Ладога-Онега, 1993. – 212 с.
63. *Дем'яненко М.Я.* Проблеми аграрної економіки із вступом України до СОТ / М.Я. Дем'яненко, Ф.В. Іванина // Економіка АПК. – 2003. – № 11. – С. 57-66.
64. *Дем'яненко М.Я.* Фінансовий словник-довідник / [М.Я. Дем'яненко, Ю.Я. Лузан, П.Т. Саблук, В.М. Скупий] – К.: ІАЕ УААН, 2003. – 555 с.
65. *Дем'яненко С.* Спільна аграрна політика ЄС: суть, тенденції та значення для України / С. Дем'яненко // Економіка України. – 2003. – № 3. – С. 80-86.
66. *Державне регулювання економіки: [підручник] / І. Михасюк, А. Мельник, М. Крупка, З. Залога.* – К.: Атіка, Ельга Н, 2000. – 592 с.
67. *Дерев'янка Т.* Маркетинговий аналіз кон'юнктури товарного ринку / Т. Дерев'янка // Маркетинг в Україні. – 2001. – № 3. – С. 35-37.
68. *Дідківська Л.І.* Державне регулювання економіки [навч. посіб.] / Л.І. Дідківська, Л.С. Головка – К.: Знання-Прес, 2000. – 475 с.
69. *Драга Т.В.* Про вступ України до СОТ: перспективи і проблеми адаптації аграрної сфери / Т.В. Драга // Економіка АПК. – 2001. – № 11. – С. 125-128.
70. *Дудар В.Т.* Аграрний сектор економіки Східної Німеччини / В.Т. Дудар // Економіка АПК. – 2004. – № 6. – С. 153-159.
71. *Дудар В.Т.* Аналіз критеріїв вибору каналів збуту продукції на агропродовольчому ринку / В.Т. Дудар // Ринкова трансформація економіки АПК: матеріали П'ятої міжнар. наук.-практ. конф. – Харків: ХНТУСГ. – 2007. – С. 261-262.

72. Дудар В.Т. Важливі складові частини відродження сільського господарства / В.Т. Дудар // Аграрна реформа та розвиток інфраструктури аграрного ринку: зб. наук. праць студентів Інституту продовольчого бізнесу ТАНГ. – Тернопіль, – 2003. – С. 85-90.

73. Дудар В.Т. Вплив аграрних реформ на формування агропродовольчого ринку / Дудар В.Т. // Вісник Харківського національного аграрного університету. Серія: економіка АПК і природокористування. – 2007. – №.2. – С. 64-69.

74. Дудар В.Т. Вплив сучасного менеджменту на адаптацію аграрних підприємств до ринкових умов / В.Т. Дудар // Наука молода: зб. наук. праць ради молодих вчених Тернопільської академії народного господарства. – Тернопіль, ТАНГ, – 2004. – Вип. 2. – С. 24-28.

75. Дудар В.Т. Державне регулювання ринку агропродовольчої продукції / В.Т. Дудар // Стратегія ресурсозберігаючого використання аграрно-економічного потенціалу на основі активізації інноваційно-інвестиційної діяльності – об'єктивна передумова інтеграції країн в Світове співтовариство: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. – Тернопіль: ТІ АПВ УААН, ТНЕУ, – 2007. – С. 295-297.

76. Дудар В.Т. Екологізація агропромислового виробництва: зарубіжний досвід і проблеми України / Дудар В.Т. // Науково-дослідна робота студентів: формування особистості майбутнього вченого, фахівця високої кваліфікації: зб. тез доп. студ. наук. конф. – Тернопіль, – 2004. – С. 27-34.

77. Дудар В.Т. Інтенсифікація агропромислового виробництва в нових умовах господарювання / В.Т. Дудар, Г.Т. Дудар Г.Т. // Студентська молодь і науковий прогрес в АПК: матеріали ІІІ міжнар. студ. наук. конф. – Львів: ЛДАУ, – 2003. – С. 163-165.

78. Дудар В.Т. Методологічні підходи стратегії розвитку суб'єктів агропродовольчого ринку / В.Т. Дудар // Організаційно-економічні інструменти розвитку інтеграційних процесів в агро-

промисловому виробництві: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. – Тернопіль: ТІ АПВ УААН, ТДТУ, – 2006. – С. 73-81.

79. *Дудар В.Т.* Наукові основи дослідження ринку агропродовольчої продукції / В.Т. Дудар // Економічний і соціальний розвиток України в ХХІ столітті: зб. тез доп. П'ятої ювілейної міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених. – Тернопіль: ТНЕУ. – 2008. – С. 177-179.

80. *Дудар В.Т.* Організаційно-економічні засади формування аграрного ринку конкурентоспроможної продукції / В.Т. Дудар // Вісник Тернопільського державного економічного університету. – 2006. – Вип. 2. – С. 129-136.

81. *Дудар В.Т.* Організаційно-економічні умови розвитку кооперації у зарубіжних країнах та особливості її відродження в аграрній сфері України / Дудар В.Т. // Аграрна реформа та розвиток інфраструктури аграрного ринку: зб. наук. праць студентів Інституту аграрного бізнесу ТАНГ. – Тернопіль, 2002. – С. 35-40.

82. *Дудар В.Т.* Особливості відродження сільського господарства / В.Т. Дудар // Інноваційна економіка. – 2006. – №1. – С. 40-44.

83. *Дудар В.Т.* Особливості формування ринку аграрної продукції органічного походження в країнах ЄС / В.Т. Дудар // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2007. – Вип. 1. – С. 94-101.

84. *Дудар В.Т.* Передумови становлення і розвитку конкурентоспроможного аграрного ринку в Україні / В.Т. Дудар // Економічний і соціальний розвиток України в ХХІ столітті: зб. тез доп. Третьої міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених. – Тернопіль: ТДЕУ, – 2006. – С. 345-347.

85. *Дудар В.Т.* Проблеми організації менеджменту в аграрному секторі економіки / В.Т. Дудар, Т.Г. Дудар // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. Серія: економічні науки. – 2004. – Вип. 31. – С. 4-7.

86. *Дудар В.Т.* Проблеми розвитку потенціалу агропродовольчого ринку України / В.Т. Дудар // Економічний і соціальний розвиток України в ХХІ столітті: зб. тез доп. Четвертої міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених. – Тернопіль: ТНЕУ, – 2007. – С. 218-220.

87. *Дудар В.Т.* Проблеми формування ринку екологічної продовольчої продукції / В.Т. Дудар // Вісник Харківського національного аграрного університету. Серія: економіка АПК і природокористування. – 2006. – №.2. – С. 112-115.

88. *Дудар В.Т.* Проблеми формування системи управління персоналом аграрних підприємств / Дудар В.Т. // Теорія і практика. управління розвитком персоналу вітчизняних підприємств і організацій: матеріали II міжвуз. студ. наук. конф. – Львів, – 2003. – С. 11-15.

89. *Дудар В.Т.* Розвиток системи державного регулювання агропродовольчого ринку / В.Т. Дудар // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. – 2006. – Вип. 20. – С. 190-193.

90. *Дудар В.Т.* Удосконалення організації управління в аграрних формуваннях / В.Т. Дудар // Студентська молодь і науковий прогрес в АПК: матеріали IV міжнар. студ. наук. конф. – Львів: ЛДАУ, – 2004. – С. 286-288.

91. *Дудар В.Т.* Реформування аграрного сектору в східних землях Німеччини / В.Т. Дудар, Т.Г. Дудар // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2004. – Вип. 2. – С. 84-92.

92. *Дудар В.Т.* Роль мотивації в управлінні персоналом аграрних формувань в умовах невизначеності / В.Т. Дудар, Т.Г. Дудар // Удосконалення економічного механізму функціонування аграрних підприємств в умовах невизначеності: зб. наук. праць міжнар. наук.-практ. конф., 19-20 травня 2004 р. – К.: Київський національний економічний університет, – 2004. – С. 119-123.

93. *Дудар В.Т.* Роль ринкових трансформацій аграрного сектора України у формуванні агропродовольчого ринку / В.Т. Дудар // Наука молода. Тернопільський національний економічний університет МОН України. – Тернопіль: ТНЕУ. – 2007. – Вип. 7. – С. 7-10.

94. *Дусановський С.Л.* Економічні основи розвитку АПК в ринкових умовах / С.Л. Дусановський, Є.М. Білан. – Тернопіль: Економічна думка, 2003. – 198 с.

95. *Дусановський С.Л.* Економічні аспекти функціонування і розвитку продовольчого ринку регіону: [монографія] / Дусановський С.Л., Горлачук М.А., Пластун С.Д. – Тернопіль: Горлиця, 2007. – 234 с.

96. *Экономическая теория* / [В.И. Видяпин, А.И. Добрынин, Г.П. Журавлева, Л.С. Тарасевич]. – М.: Инфра-М, 2000. – 714 с.

97. *Економічний словник-довідник* / [під ред. С.В. Мочерного]. – К.: Femina, 1995. – 366 с.

98. *Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.3* / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.), та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2002. – 954 с.

99. *Ерина А.М.* Математико-статистические методы изучения экономической эффективности производства / А.М. Ерина. – М.: Финансы и статистика, 1983.

100. *Єріна А.М.* Методологія наукових досліджень: [навч. посіб.] / Єріна А.М., Захожай В.Б., Єрін Д.Л. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 212 с.

101. *Завадський Й.С.* Менеджмент: [підруч. для студ. економ. спец. вищ. навч. закл.] / Й.С. Завадський. – К.: Вид-во. Європ. ін-ту, 2002. – 640 с.

102. *Захожай В.Б.* Статистика маркетингу: [опорний консп. лекцій] / Захожай В.Б., Шепітко Г.Ф., Адамова І.З. – К.: МАУП, 2001. – 64 с.

103. *Зіновчук В.В.* Місце і роль кооперативів в агробізнесі країн Європейського Союзу / В.В. Зіновчук // Економіка АПК. – 2000. – № 2. – С. 80-86.

104. *Зінчук Т.О.* Європейська інтеграція: проблеми адаптації аграрного сектора економіки: монографія / Т.О. Зінчук. – Житомир: ДВНЗ “Державний агроекологічний університет”, 2008. – 384 с.

105. *Зубець М.В.* Розвивати внутрішній аграрний ринок / М.В. Зубець // Економіка АПК. – 2007. – № 1. – С. 50-51.

106. *Калінчик М.В.* Рівень споживання продуктів харчування як основа розробки стратегії розвитку АПК / М.В. Калінчик, В.С. Шовкалюк // Економіка АПК. – 2001. – № 3. – С. 20-25.

107. *Карлова Н.* Агропродовольственная политика и международная торговля: российский аспект / Карлова Н., Кобута И., Прокопьев М. – М.: Институт экономики переходного периода, 2001. – 162 с.

108. *Карпенко Н.* Маркетинг и прогнозирование продовольственного рынка / Н. Карпенко // Бизнесинформ. – 1997. – № 22. – С. 72-77.

109. *Кваша С.М.* Конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції на світовому аграрному ринку / С.М. Кваша, Н.Є. Голомша // Економіка АПК. – 2006. – № 5. – С. 99-104.

110. *Кваша С.М.* Конкурентоспроможність вітчизняної аграрної продукції в умовах вступу України до СОТ / С.М. Кваша, О.Ф. Лука // Економіка України. – 2003. – № 10. – С. 83.

111. *Кейнс Дж.Мейнард.* Общая теория занятости, процента и денег / Кейнс Дж.Мейнард. – М.: Гелиос АРВ, 1999. – 352 с.

112. *Кемпбэлл Р., Макконелл, Стенли Л. Брю.* Экономикс: – М.: Республика, 1992. – Т. 2. – С. 238-249.

113. *Киндзерский Ю.* Проблемы национальной конкурентоспособности и приоритеты национальной политики в Украине / Ю. Киндзерский, Г. Паламарчук // Экономика Украины. – 2006. – № 8. – С. 19-24.

114. *Кирилейза В.* Формування ринку продовольства / В. Кирилейза, В. Галанець // Вісник Львів. держ. аграр. ун-ту / Серія: економіка сільського господарства – Львів, – 1997. – № 3. – С. 160-164.

115. *Клюкач В.А.* Организация оптовых продовольственных рынков: теория, методология, практика / В.А. Клюкач, Д.И. Мельников. Т.1. – М.: 1999. – 242 с.

116. *Клюкач В.А.* Организация оптовых продовольственных рынков: теория, методология, практика / / В.А. Клюкач, Д.И. Мельников. Т.2. – М.: 1999. – 233 с.

117. *Кобута І.В.* Оцінка впливу вступу України до СОТ на окремі ринки сільськогосподарської продукції / І.В. Кобута, О.Л. Шевцов. // Економіка АПК. – 2007. – № 1. – С. 127-135.

118. *Коваленко Ю.С.* Аграрний ринок України: організація та управління / Ю.С. Коваленко – К.: ІАЕ УААН, 1998. – 108 с.

119. *Коваленко Ю.С.* Наукові засади та основні тенденції формування аграрного ринку в Україні / Ю.С. Коваленко // Формування та розвиток аграрного ринку: зб. наук. праць – К.: ННЦ “Інститут аграрної економіки”, 2004. – С. 47-66.

120. *Макроекономічний аналіз аграрного ринку України (науково-методичні рекомендації)* / [Коваленко Ю.С., Охріменко І.В., Зеліско І.М., Демченко О.В., Грищенко О.Ю.]. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005. – 82 с.

121. *Концепція державної політики у сфері управління якістю продукції* // Розпорядження кабінету Міністрів України № 2000-р від 31.03.2004 р.



122. *Кондратюк О.І.* Підвищення конкурентоспроможності виробництва сільськогосподарської продукції / О.І. Кондратюк // Економіка АПК. – 2005. – № 10. – С. 109-112.
123. *Копитець Н.Г.* Передумови формування ринкової системи збуту та реалізації сільськогосподарської продукції / Н.Г. Копитець // Економіка АПК. – 2004. – № 6. – С. 118-125.
124. *Коуз Р.Г.* Природа фирмы / Р.Г. Коуз // В сб. Вехи экономической мысли / Сост. и общ. ред. В.М. Гальперина. – Т. 2: Теория фирмы. – СПб.: Экономическая школа, 2000. – С. 11-32.
125. *Крисальний О.В.* Формування системи державної підтримки розвитку агропромислового виробництва в Україні / О.В. Крисальний // Економіка АПК. – 1998. – № 7. – С. 8-14.
126. *Крылатых Э.Н.* Аграрные аспекты вступления стран СНГ в ВТО: [науч. тр. ВНИАП] / Э.Н. Крылатых, О.Г. Строкова. – М.: Энциклопедия русских деревень, 2002. – С. 126.
127. *Лайко П.А.* Підвищення якості продовольчих ресурсів / П.А. Лайко, Т.Д. Іщенко, М.Ф. Бабієнко // Економіка АПК. – 2005. – № 4. – С. 16-22.
128. *Левшин Ф.М.* Мировые товарные рынки: методология изучения конъюнктуры / Ф.М. Левшин – М.: Международные отношения, 1978. – 359 с.
129. *Лопатинський Ю.М.* Системний підхід до розвитку аграрного сектора в умовах трансформації / Ю.М. Лопатинський, Т.Л. Шкабара // Економіка АПК. – 2004. – № 1. – С. 78-83.
130. *Лузан Ю.Я.* Україна та Світова організація торгівлі / Ю.Я. Лузан // Економіка АПК. – 2002. – № 4. – С. 4-9.
131. *Лука Ф.О.* Міжнародна конкурентоспроможність сільськогосподарського виробництва в Україні / Ф.О. Лука // Економіка АПК. – 2004. – № 5. – С. 131-138.
132. *Мазур Н.А.* Конкурентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції та основні напрями її підвищен-

ня / Н.А. Мазур, М.В. Місюк // Економіка АПК. – 2007. – № 2. – С. 123-127.

133. *Макконелл Кэмпбел Р., Брю Стэнли Л.* Экономикс: принципы, проблемы и политика / Макконелл Кэмпбел Р., Брю Стэнли Л. – К.: Хагор-Демос, 1993. – 779 с.

134. *Манфред Грунд* Экологическое земледелие: новые шансы? / Грунд Манфред // Новое сельское хозяйство. – 2001. – № 3. – С. 3.

135. *Марченко М.* Словник-довідник / М. Марченко. – К.: К.І.С., 2005. – 450 с.

136. *Маршалл А.* Принципы экономической науки / А. Маршалл – М.: Издательская группа “Прогресс”; “Универс”, 1993. – 416 с.

137. *Малік М.Й., Лупенко Ю.О.* Державне регулювання аграрного сектору економіки в дослідженнях вітчизняних вчених // Економіка АПК. – 2009. – № 10. – С. 153-158.

138. *Милль Дж.Стюарт* Основы политической экономии: [пер. с англ.] / Милль Дж.Стюарт. – М.: Прогресс, 1980. – 494 с.

139. *Михасюк І.* Становлення і розвиток приватних агроформувань / І. Михасюк, А. Герасимчук. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім.Івана Франка, 2000. – 206 с.

140. *Міщенко Н.М.* Формування інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції / Н.М. Міщенко // Економіка АПК. – 2004. – № 4. – С. 115-121.

141. *Могильний О.М.* Державне регулювання аграрного виробництва в період трансформації економіки / О.М. Могильний – К.: ІАЕ УААН, 2002. – 430 с.

142. *Могильний О.М.* Державне регулювання економіки: [навч. посіб.] / О.М. Могильний – К.: ІПК ДСЗУ, 2006. – 336 с.

143. *Могильний О.М.* Роль і місце держави у становленні і розвитку аграрного ринку / О.М. Могильний // Економіка АПК. – 2003. – № 1. – С. 37-43.
144. *Молдаван Л.В.* Баланс інтересів на продовольчому ринку / Л.В. Молдаван – К.: Партнер, – 1999. – № 1. – С. 36-40.
145. *Монахов А.В.* Математические методы анализа экономики / А.В. Монахов. – СПб.: Питер, 2002. – С. 44-60.
146. *Мостовий Г.І.* Агробізнес: державне регулювання / Г.І. Мостовий – Харків: Основа, 2002. – 320 с.
147. *Мунтіян В.І.* Економічна безпека України / В.І. Мунтіян – К.: Національний інститут стратегічних досліджень, 1999. – 462 с.
148. *Наконечний С.І.* Економетрія: [навч. посіб.] / Наконечний С.І., Терещенко Т.О., Романюк Т.П. – К.: КНЕУ, 1997. – С. 20-24.
149. *Наукові основи агропромислового виробництва в Зоні Полісся і Західного регіону України* / Редкол.: М.В. Зубець (голова) та ін. – К.: Логос, – 2004. – 560 с.
150. *Норт Д.* Вклад неоинституционализма в понимание проблемы переходной экономики / Лекционное выступление Д. Норта 7 марта 1977 г. – <http://www.rusref.nm.ru/indexpub167.htm>
151. *Норт Д.* Институты, институциональные изменения и функционирование экономики: [пер. с англ. А.Н. Нестеренко] / Д. Норт – М.: “Начала”, 1997. – 192 с.
152. *Наукові основи агропромислового виробництва в Зоні Лісостепу України* / Редкол.: М.В. Зубець (голова) та ін. – К.: Логос, – 2004. – 776 с.
153. *Наукові основи агропромислового виробництва в Зоні Степу України* / Редкол.: М.В. Зубець (голова) та ін. – К.: Логос, – 2004. – 884 с.

154. *Одинцов М.М.* Прогнозування попиту і споживання продуктів харчування як чинник сталого розвитку продовольчого ринку регіону / М.М. Одинцов // Економіка АПК. – 2007. – № 4. – С. 145-149.

155. *Олійник О.О.* Теоретико-методологічні засади державного регулювання аграрного ринку / О.О. Олійник // Економіка України. – 2005. – № 7. – С. 65-73.

156. *Осташко Т.О.* Очікування сільського села від СОТ / Т.О. Осташко – К.: Інститут сільського розвитку, 2005. – 40 с.

157. *Осташко Т.О.* Ринкова трансформація аграрного сектора / Т.О. Осташко – К.: Фенікс, 2004. – 280 с.

158. *Осташко Т.О.* Сільське господарство в умовах СОТ і ЄС / Т.О. Осташко – К.: Інститут сільського розвитку, 2005. – 72 с.

159. *Осташко Т.О.* Структурно-інституційний аналіз аграрного ринку / Т.О. Осташко – К.: Ін-т економіки та прогнозування, 2006. – 56 с.

160. *Осташко Т.О.* Хто в грі, а хто поза грою, або перспективи України у формуванні нових правил гри у СОТ // Національна сільськогосподарська палата України – 2008. – № 7-8. – С. 2-5.

161. *Пасхавер Б.Й.* Ціноутворення в продовольчому комплексі / Б.Й. Пасхавер // Економіка АПК. – 1995. – № 10. – С. 60-64.

162. *Пасхавер Б.И.* Ценообразование в финансовой системе продовольственного рынка / Б.И. Пасхавер // Економіка АПК. – 2007. – № 5. – С. 29-33.

163. *Перспективи розвитку аграрного сектора України після вступу до СОТ. Мінагрополітики.* – <http://www.wto.inform.org.ua>

164. *Пиндайк Р.* Микроэкономика / Р. Пиндайк, Д. Рубинфельд. – М: Экономика, 1992. – 510 с.
165. *Пирожков С.* Соціально-економічний розвиток аграрного сектора в інтересах суспільства / С. Пирожков // Економіка України. – 2005. – № 4. – С. 4-20.
166. *Підвальна О.Г.* Маркетингова стратегія субринків регіонального продовольчого комплексу / О.Г. Підвальна // Економіка АПК. – 2007. – № 1. – С. 116-122.
167. *Підприємництво в аграрній сфері економіки* / [Малік М.Й., Луценко Ю.О., Романова Л.В. П.Т. Саблук]. – К.: ІАЕ, 1998. – 514 с.
168. *Пигу А.* Экономическая теория благосостояния / А. Пигу – М.: Прогресс. 1985. – Т. 1. – 512 с.
169. *Пигу А.* Экономическая теория благосостояния А. Пигу – М.: Прогресс. 1985. – Т. 2. – 454 с.
170. *Портер М.* Стратегія конкуренції: [пер. з англ.] / М. Портер – К.: Основи, 1997. – 390 с.
171. *Портер М.* Конкурентное преимущество: создание и обеспечение более высокого уровня деятельности / М. Портер – Нью-Йорк: Фри-Пресс. – 1995. – 103 с.
172. *Портер М.* Конкуренция: [уч. пос.] / М. Портер. – М.: Изд. дом “Вильямс”, 2000. – 495 с.
173. *Портер М.* Международная конкуренция / М. Портер – М.: Международные отношения, 1993. – С. 13.
174. *Прадун В.П.* Сталий розвиток регіональних агропромислових комплексів / В.П. Прадун, В.М. Трегобчук. – Київ, 2005. – 256 с.
175. *Проект в рамках програми БІСТРО-2003* Європейського Союзу. Досвід ведення органічного агровиробництва в Єв-

ропейському Союзі: моделі розвитку в Україні. – К.: “Оранта”, 2004. – 26 с.

176. *Райхлин Э.* Основы экономической теории. Макроэкономическая теория рынка продукции / Э. Райхлин – М.: Наука, 1995. – 347 с.

177. *Результати Уругвайського раунду багатосторонніх торговельних переговорів: тексти офіційних документів.* – 520 с.

178. *Речмен Д.Д.* Современный бизнес: [пер. с. англ.] / Речмен Д.Д., Мексон М.Х., Боуви К.Л. – М.: Из-во “Республика”, 1995. – 479 с.

179. *Рылько Д.* Мировая продовольственная система: уроки для России / Д. Рылько, В. Демьяненко // Мировая экономика и международные отношения – 1999. – № 1. – С. 28.

180. *Рудницька О.В.* Визначення цільового споживача органічної продукції в Україні за допомогою інструментів сегментації / О.В. Рудницька // Агроінком. – 2006. – № 7-8. – С. 17-20.

181. *Рудницька О.В.* Формування попиту на органічну продовольчу продукцію в Україні: аналіз і перспективи / Рудницька О.В. // Економіка АПК. – 2005. – № 10. – С. 116-120.

182. *Саблук П.Т.* Про концентрацію державної підтримки на здійснення заходів з впровадження сучасних технологій сільськогосподарського виробництва конкурентоспроможної продукції та виробництво соціально значущих видів сільськогосподарської продукції з врахуванням вимог СОТ // Матеріали доповіді на Відділені аграрної економіки та земельних відносин УААН, м. Київ, 26.10.2007 р. – К.: 2007. – 13 с.

183. *Саблук П.Т.* Аграрна економіка і політика в Україні: підсумки минулого і погляд в майбутнє / П.Т. Саблук – К.: ІАЕ УААН, 2001. – Т. 1. 430 с.; Т.2. 481 с.; Т.3. – 485 с.

184. *Саблук П.Т.* Государственное регулирование аграрного рынка Украины / П.Т. Саблук // АПК: экономика, управление. – 2006. – №4. – С. 35-36.

185. *Саблук П.Т.* Основи організації сільськогосподарського ринку / Саблук П.Т., Карич Д.Я. Коваленко Ю.С. – К.: ІАЕ УААН, 1997. – 139 с.
186. *Саблук П.Т.* Ринок продовольства: проблеми формування і розвитку / П.Т. Саблук, В.І. Бойко, М.Г. Лобас. – К.: Укр.. ІНТЕІ, 1993. – 236 с.
187. *Саблук П.Т.* Ринок продовольства. / [Бойко В.І., Коржинський М.П., Лазня В.В., Саблук П.Т.]. – К.: ІАЕ УААН, 1996. – 278 с.
188. *Саблука П.Т.* Формування та функціонування ринку агропромислової продукції / П.Т. Саблука. [практ. посіб.] – К.: ІАЕ, 2000. – 556 с.
189. *Савощенко А.С.* Інфраструктура товарного ринку: [навч. посіб.] / А.С. Савощенко – К.: КНЕУ, 2005. – 336 с.
190. *Саєнко Ю.І.* Соціальні та економічні наслідки вступу України до СОТ: експертні оцінки / Ю.І. Саєнко, В.М. Денисенко. – Львів, Українські технології, 2004. – 142 с.
191. *Самуельсон П.* Макроекономіка: [пер. с англ.] / П. Самуельсон, В. Нордгауз – К.: Основи, 1995. – 574 с.
192. *Самуельсон П.* Экономика / П. Самуельсон. – М.: НПО “Алгон”, 1992. – 333 с.
193. *Світова організація торгівлі: перспективи та виклики для України.* – К.: Український центр міжнародної інтеграції, 2005. – 108 с.
194. *Ситник В.П.* Трансформація АПК України в ринкові умови / В.П. Ситник – К.: ІАЕ УААН, 2002. – 518 с.
195. *Сеперович Н.* Оптова торгівля та формування продовольчих ринків в Україні / Н. Сеперович // Актуальні питання аграрної політики: зб. робіт 2002-2003 рр. – К.: – 2003. – С. 292-340.

196. *Сеперович Н.* Соціальний аспект продовольчої безпеки / Н. Сеперович // Актуальні питання аграрної політики: зб. робіт 2002-2003 рр., Проект “Аграрна політика для людського розвитку”, – К.: – 2003. – С. 339-499.

197. *Солодкий М.О.* Біржовий ринок / М.О. Солодкий – К.: Джерела М, 2001. – 336 с.

198. *Статистичний збірник “Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2006 р.”.* – Том.1. – К.: Держкомстат України, 2007. – 156 с.

199. *Статистичний щорічник “Сільське господарство України” за 2005 р.* // Держкомстат України: Під заг. кер. Ю.М. Остапчука. – К.: – 2006. – 366 с.

200. *Статистичний щорічник “Сільське господарство України” за 2006 р.* // Держкомстат України: Під заг. кер. Ю.М. Остапчука. – К.: – 2007. – 367 с.

201. *Статистичний щорічник “Сільське господарство України” за 2008 р.* // Держкомстат України: Під заг. кер. Ю.М. Остапчука. – К.: – 2009. – 369 с.

202. *Стешенко В.* Демографічна перспективи України до 2026 року / Стешенко В., Рудницький О., Хомра О., Стефановський А. – К.: ІЕ НАН України, – 1999. – 56 с.

203. *Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки) “Шляхом Європейської інтеграції”* / Авт. кол.: А.С. Гальчинський, В.М. Геєць та ін.; Нац. ін-т стратег. дослідж., Ін-т екон. прогнозування НАН України, М-во економіки та з питань європ. інтегр. України. – К.: ІВЦ Держкомстату України, – 2004. – 416 с.

204. *Супіханов Б.К.* Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва в умовах підготовки вступу до СОТ / Б.К. Супіханов // Економіка АПК. – 2007. – № 5 – С. 44-49.



205. *Супіханов Б.К.* Бюджетна підтримка сільського господарства / Б.К. Супіханов // Економіка АПК. – 2007. – № 2. – С. 61-66.
206. *США: економіка, політика, идеологія.* – 1998. – № 12. – С. 84-91.
207. *Толбатов Ю.А.* Економетрика: [підручник] / Ю.А. Толбатов – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 41-84.
208. *Топіха В.І.* Формування ринку тваринницької продукції в Україні: проблеми та перспективи / В.І. Топіха – Миколаїв: МДАУ, 2004. – 221 с.
209. *Точилін В.О.* Формування галузевих ринків України: перехідний період / В.О. Точилін. – К.: Фенікс, 2004. – 332 с.
210. *Точилін В.О.* Формування ринкових структур у регіональних агропродовольчих комплексах / Точилін В.О., Осташко Т.О., Костирко І.Г., Кузубов М.В. – К.: ІЕ НАН України, 1995. – 148 с.
211. *Трегобчук В.М.* Основні передумови формування конкурентоспроможного агропродовольчого ринку в Україні / В.М. Трегобчук // Формування та розвиток аграрного ринку: зб. наук. праць – К.: ННЦ “Інститут аграрної економіки”, 2004. – С. 156-162.
212. *Трегобчук В.М.* Про довгострокову стратегію сталого розвитку агропромислового комплексу / В.М. Трегобчук, Б.Й. Пасхавер, А.Е. Юзефович // Економіка АПК. – 2005. – № 7. – С. 3-11.
213. *Трегобчук В.* Відтворення та ефективне використання ресурсного потенціалу АПК (теоретичні й практичні аспекти) / В.М. Трегобчук. – К.: Ін-т економіки НАН України, 2003. – 259 с.
214. *Тринько Р.І.* Методика економічних досліджень / Р.І. Тринько – Львів, Українські технології, 1999. – 356 с.

215. *Тринько Р.І.* Рівень життя населення і проблеми становлення агропродовольчого ринку / Р.І. Тринько, О.А. Біттер // Вісник аграрної науки. – 1997. – № 12. – С. 21-24.

216. *Тринько Р.І.* Теорія статистики: [навч. посіб.] / Р.І. Тринько – Львів: НВФ “Українські технології”, 2003. – 320 с.

217. *Туган-Барановський М.* Політична економія: курс популярний / М. Туган-Барановський – К.: Наук. думка, 1994. – 345 с.

218. *Уильямсон О.И.* Вертикальная интеграция производства: соображения по поводу неудач рынка / О.И. Уильямсон, В.М. Гальперина. – Т. 2: Теория фирмы. – СПб.: Экономическая школа, 2000. – С. 11-32.

219. *Уткин Э.А.* Маркетинг / Э.А. Уткин – М.: Ассоциация авторов и издателей “ТАНДЕМ”. Издательство ЭКМОС, 1999. – 320 с.

220. *Фостолович В.А., Бралатан В.П.* Розвиток інфраструктури аграрного ринку / В.А. Фостолович, В.П. Бралатан // Економіка АПК. – 2007. – № 3. – С. 112-114.

221. *Ходжосон Дж.* Экономическая теория и институты: Манифест современной институциональной экономической теории: [пер. с англ.] / Дж. Ходжосон – М.: Дело, 2003. – 464 с.

222. *Хорунжий М.Й.* Організація агропромислового комплексу / М.Й. Хорунжий – К.: КНЕУ, 2001. – 340 с.

223. *Царенко О.М.* Економічний механізм управління агропромисловим виробництвом з урахуванням екологічного фактора / О.М. Царенко // Економіка АПК. – 1998. – № 10. – С. 53-58.

224. *Царенко О.М.* Екологізація виробництва як основа продовольчої безпеки України / О.М. Царенко, П.В. Тарахов, В.П. Щербань. // Економіка АПК. – 2001. – № 5. – С. 15-20.

225. *Червен І.І.* Аграрний ринок вимагає зваженої цінової політики / І.І. Червен, І.Д. Бурковський, А.В. Бурковська. // Економіка АПК. – 2007. – № 3. – С. 99-104.

226. *Черевко В.Г.* Держава і ринок / В.Г. Черевко, П.С. Березівський. – Львів: Українські технології, 1998.

227. *Чопенко В.* Стандартний хаос / В. Чопенко // Дзеркало тижня. – 2006. – № 7 (586).

228. *Шебаніна О.В.* Біржовий ринок: ретроспектива розвитку, основні проблеми і напрями їх розв'язання / О.В. Шебаніна // Економіка АПК. – 2007. – № 3. – С. 104-109.

229. *Шерер Ф.М., Росс Д.* Структура отраслевых рынков: [пер. с англ.] / Шерер Ф.М., Росс Д. – М.: Инфра-М, 1997. – 698 с.

230. *Шпичак О.М.* Давайте працювати на ринку зерна без шарахань у різні боки / О.М. Шпичак // Зерно і хліб. – 2005. – № 4. – С. 4-6.

231. *Шпичак О.М.* Формування нормативних витрат і доходів та баланси сільськогосподарської продукції в Україні та інших країнах світу / О.М. Шпичак. – К.: ІАЕ УААН, 2003. – 483 с.

232. *Шпичак О.М.* Ціноутворення в процесі реформування агропромислового комплексу України (1990-2001 рр.) / О.М. Шпичак. – К.: ІАЕ, 2002. – 449 с.

233. *Шпичак О.М.* Ціни, витрати, прибутки агровиробництва та інфраструктура продовольчих ринків України / Шпичак О.М., Саблук П.Т., Ситник В.П. – К.: ІАЕ УААН. – 2000. – 585 с.

234. *Шморгун Л.Г.* Оцінка моносонічної ринкової влади на первинному аграрному ринку / Л.Г. Шморгун, Т.Н. Гедзь. // Економіка АПК. – 2006. – № 12. – С. 111-114.

235. *Юлдашев О.* Методологічні проблеми переходу від гармонізації зі стандартами ЄС до створення конкурентного се-

редовища / О. Юлдашев // Український правовий часопис. – 2003. – № 6. – С. 129-134.

236. Якубчак О. НАССР – Ефективна превентивна система гарантії безпеки продуктів харчування / [Якубчак О., Мельничук С., Звон А., Дейнеко О.]. – К.: – 2003. – № 4. – С. 37.

237. Янчевський Р.В. Демпінговий імпорт агропродовольчої продукції в Україну: можливість виникнення та шляхи запобігання / Р.В. Янчевський // Агроінком. – 2006. – № 1. – С. 16-19.

238. Balassa B. Trade Liberalization and Reveal Comparative Advantage // Manchester School of Economic and Social Studies. – 1965. – Vol. 33. – P. 99-123.

239. Commons J.R. Institutional Economics // American Economic Review/ – V.21. – 1931. – PP. 68-657. – <http://www.socserv2.socsci.mcmaster.ca>

240. Endres Alfred. Umweltökonomie eine Einführung. Darmstadt. Wiss, Buchges. 1994.

241. *Methodology for the Measurement of Support and Use in Policy Evaluation.* – <http://www.oecd.org/data-oecd/36/47/1937457.pdf>

242. *The Pocket Oxford Dictionary of Current English / Revised Eighth Edition.* – New York: Oxford University Press, 1996. – P. 543.

243. *Strategy for Ukraine.* Document of the European Bank for Reconstruction and Development. Approved by the Board of Directors on 3 September 2002: <http://www.ebrd.org/about/strategy/country/ukraine/ukraine.pdf>

244. UNIDO. *International Comparative Advantage in Manufacturing. Changing Profiles of Recourses and Trade.* – Vienna, 1986.

245. Willer Helga and Minou Yussefi. *The World of Organic Agriculture. Statistic and Emerging Trends 2005.* IFOAM, Bonn Germany, p. 118.

246. *WOT Negotiation in the Field of Agriculture*. Negotiation Strategies/ European Parliament. Directorate-General for Research. Working paper AGRI 136 EN 01-2002: <http://www.europarl.eu.int>

247. <http://www.fao.org>

248. <http://www.minagro.gov.ua>

249. <http://www.delukr.cec>

250. <http://www.kmu.gov.ua>

251. <http://www.apk-inform.com.ua>

252. <http://www.agroperspektiva.com.ua>

253. <http://www.ukrstat.gov.ua>

254. <http://www.iad.kiev.ua>

255. <http://www.ekoconnekt.org>

256. <http://www.wto.inform.org.ua>

257. <http://www.europa.eu.int>

258. <http://www.ebrd.org>

259. <http://www.agroua.net>

260. <http://www.weforum.org>

261. <http://www.ifoam.org>

262. <http://www.oecd.org>

*Наукове видання*

**ДУДАР Тарас Григорович  
ДУДАР Володимир Тарасович**

**ФОРМУВАННЯ РИНКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ  
АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ**

**Монографія**

Літературний редактор Б.С. Легкий  
Дизайн обкладинки Г.С. Крет

---

Підписано до друку 10.12.2009 р. Формат 60x48/16.  
Папір офсетний. Гарнітура Таймс.  
Обл.-вид. арк. 16,8. Тираж 500 прим. Замовлення 316

---

**Видавництво ТНЕУ “Економічна думка”  
46004 м. Тернопіль, вул. Львівська, 11**

Віддруковано з готових діапозитивів  
у ПП “Притнер-інформ”  
м. Тернопіль, вул. Довга, 15 “А”, тел. 25-17-01

