ГОЛОВНИЙ РЕДАКТОР:
Мельник Л. Ю.,
д.е.н., професор, професор кафедри Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

ЗАСТУПНИКИ ГОЛОВНОГО РЕДАКТОРА:
Федоренко В. Г.,
д.е.н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, академік УАН
Дацій О. І.,
д.е.н., професор, заслужений працівник освіти України

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ СЕКРЕТАР:
Кучеренко Г. Б.

ЧЛЕНИ РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ:
Бистряков І. К., д.е.н., професор, завідувач відділу ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України»
Васильєва Н. К., д.е.н., професор, завідувач кафедри Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету
Вініченко І. І., д.е.н., професор, завідувач кафедри Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету
Гудзинський О. Д., д.е.н., професор, професор кафедри Національного університету біотехнологій і природокористування
Іванюта В. Ф., д.е.н., професор, професор кафедри Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету
Кадієвський В. А., д.е.н., професор, професор кафедри завідувач кафедри Державної академії статистики, обліку і аудиту
Коренюк П. І., д.е.н., доцент, професор кафедри Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету
Крисанов Д. Ф., д.е.н., професор, провідний науковий співробітник відділу ДУ «Інститут економіки та прогнозування» НАН України
Малік М. Й., д.е.н., професор, завідувач відділу ННЦ «Інститут аграрної економіки НААН України»
Плаксієнко В. Я., д.е.н., професор, завідувач кафедри Полтавської державної аграрної академії
Савченко О. Ф., д.е.н., професор, професор кафедри Полтавського університету економіки та торгівлі
Сорока М. П., д.держ.упр., професор, народний депутат України
Ульянченко О. В., член.кор. НААН України, д.е.н., професор, професор кафедри Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва
Чупіс А. В., д.е.н., професор, завідувач кафедри Сумського національного аграрно-економічного університету

Свідоцтво КВ № 17595-6445ПР від 28.03.2011 року
ISSN 2306-6792
Передплатний індекс: 21847
Засновники:
Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет, ТОВ "ДКС Центр"

Видавець:
ТОВ "ДКС Центр"

Адреса редакції:
04112, м. Київ, вул. Дорогожицька, 18, к. 29
Телефон: (044) 223-26-28, (044) 537-14-33
Телефон/факс: (044) 458-10-73
www.agrosvit.info
E-mail: economy_2008@ukr.net
Відділ реклами: Чурсіна А. М.
Коректор: Строганова Г. М.
Комп'ютерна верстка: Полулященко А. В.
Технічне забезпечення: Дідук Б. Б.

Передрукування дозволяється лише за згодою редакції. Відповідальність за добір і викладення фактів несуть автори. Редакція не завжди поділяє позицію авторів публікацій. За зміст та достовірність реклами несе відповідальність рекламодавець.

АГРОСВІТ

Журнал засновано у січні 2001 року. Виходить 2 рази на місяць.

№ 18 вересень 2015 р.

У НОМЕРІ:

Забуранна Л. В., Забуранний С. В.
Розвиток інноваційних процесів в аграрній сфері 3
Ціхановська В. М., Ковальчук С. Я.
Економічне зростання аграрної сфери: вплив органічного сільського господарства 10
Папп В. В.
Сільський зелений туризм як пріоритетний напрям розвитку сільських територій України 17
Крисак А. І.
Ефективність інституціональних зрушень та соціальної спрямованості у системі регулювання земельних відносин: сільськогосподарський формат 23
Іванова Л. С.
Виробництва органічної продукції: світовий досвід та вітчизняні реалії 30
Міщенко Д. А.
Удосконалення системи державної фінансової підтримки сільського господарства України 36
Беженар І. М., Васюта Т. М.
Стан та перспективи розвитку птахівництва в Україні 41
Домаскіна М. А., Станішевська А. І.
Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності аграрного підприємства 52
Євтушенко О. В.
Реклама території як необхідний чинник її туристичного розвитку 56
Дашевська Н. С.
Формування масиву маркетингової інформації підприємств галузі тваринництва 60
Масляєва О. О.
Формування конкурентної позиції ТОВ "Синельниківський маслозавод" 64
Богдан О. Д.
Реакция агропромышленного сектора экономики Украины на внедрение принципов устойчивого развития ... 69
Мельник Л.Ю., Вініченко І.І.
Рецензія на наукову працю "Трансформація аграрного сектора економіки України до ринкових умов господарювання" 75

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук з ЕКОНОМІКИ
(постанова президії ВАК України № 1-05/2 від 27.05.2009 р., наказ ВАК України № 340 від 21.04.2011 р. «Про внесення змін до переліку наукових фахових видань України», наказ Міністерства освіти і науки України № 1528 від 29.12.2014)

Рекомендовано до друку
Вченою радою Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету 24 вересня 2015 р.
Підписано до друку 24.09.15 р.
Формат 60x84 1/8, Ум. друк. арк. 10,9. Наклад — 1000 прим.
Папір крейдований, друк офсетний. Замовлення № 2409/2.
Віддруковано у ТОВ «ДКС Центр»

© АгроСвіт, 2015

АГРОСВІТ

№ 18 / 2015

CONTENTS:

Zaburanna L., Zaburanniy S.
THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE PROCESSES IN AGRARIAN SPHERE 3
Cikhanovska V., Kovalchuk S.
ECONOMY GROWING OF AGRARIAN SPHERE: INFLUENCE OF ORGANIC AGRICULTURE 10
Papp V.
GREEN RURAL TOURISM AS A PRIORITY THE DEVELOPMENT OF RURAL TERRITORY OF UKRAINE 17
Krysak A.
INSTITUTIONAL PROGRESS AND SOCIAL FOCUS EFFICIENCY OF THE SYSTEM OF LAND RELATIONS REGULATION: AGRICULTURAL FORMAT 23
Ivanova L.
ORGANIC PRODUCTION: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND DOMESTIC REALITIES 30
Mishchenko D.
IMPROVING THE STATE FINANCIAL SUPPORT FOR AGRICULTURE UKRAINE 36
Bezhenar I., Vasuta T.
STATE AND PROSPECTS OF THE POULTRY FARMING IN UKRAINE 41
Domaskina M., Stanishevs'ka A.
FORMATION OF THE STRATEGY OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES 52
Yevtushenko O.
ADVERTISING TERRITORY AS A NECESSARY FACTOR IN ITS TOURISM DEVELOPMENT 56
Dashevskaya N.
FORMING OF DATA ARRAY OF MARKETING DATA AT HUSBANDRY ENTERPRISES 60
Maslyaeva O.
FORMATION OF THE COMPETITIVE POSITION OF LLC "SINELNIKOVSKOYE BUTTER PLANT" 64
Bogdan O.
THE REACTION OF THE UKRAINIAN AGRIBUSINESS SECTOR TO INTRODUCE THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT PRINCIPLES ... 69
Mel'nyk L., Vinichenko I.
A REVIEW OF THE SCIENTIFIC WORK "THE TRANSFORMATION OF THE AGRICULTURAL SECTOR OF UKRAINE TO MARKET CONDITIONS OF MANAGING" 75

ДО УВАГИ АВТОРІВ!

ВИМОГИ ДО СТРУКТУРИ ТА ОФОРМЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ

— У статті з лівого боку має стояти індекс УДК (регистр – «ВСЕ ПРОПИСНЫЕ»).

— Ініціали та прізвище автора. Через кому після ПІБ зазначається науковий ступінь, вчене звання, посада, науковий заклад (мовою статті та англійською мовою).

— Назва статті (регистр – «Как в предложениях») мовою статті та англійською мовою.

— Анотація мовою статті та англійською мовою.

— Ключові слова (5—8 слів) мовою статті та англійською мовою.

— Текст статті.

У статті, згідно постанови Президії Вищої атестаційної комісії України «Про підвищення вимог до фахових видань, внесених до переліків ВАК України» від 15 січня 2003 р. № 7-05/1, повинні міститись (із виділенням у тексті) такі елементи: постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями; аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття; формулювання цілей статті (постановка завдання); виклад основного матеріалу дослідження з повним обгрунтуванням отриманих наукових результатів; висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі; список використаних джерел (оформлюється за новими вимогами, які опубліковані у Бюлетні ВАК України, № 3, 2008).

Згідно нових правил, які враховують вимоги міжнародних систем цитування, автори статей повинні давати список літератури в двох варіантах: один на мові оригіналу і окремим блоком той же список літератури **(References) в романському алфавіті (harvard reference system)**, повторюючи в ньому всі джерела літератури, незалежно від того, чи є серед них іноземні

— Обсяг рукопису — 15—25 тис. знаків, включаючи рисунки, таблиці.

— Стаття повинна бути виконана у форматі А-4 текстового редактора Microsoft Word for Windows (шрифт – Times New Roman) у вигляді файла з розширенням .doc або .rtf для Microsoft Word (версія 97-2003). Файли статті обов'язково повинні бути збережені в форматі .doc або .rtf.

— Ілюстративний матеріал повинен бути поданий чітко і якісно у чорно-білому вигляді. Посилання на ілюстрації в тексті статті обов'язкові. Рисунки, виконані у MS Word, потрібно згрупувати; вони повинні бути єдиним графічним об'єктом. Для рисунків, зроблених в програмі Excel, потрібно додатково до статті відправити файл Excel (2003).

— Формули виконуються за допомогою вбудованого редактора формул MS Equation і нумеруються з правого боку.

Редакція залишає за собою право на незначне редагування і скорочення, а також літературне виправлення статті (зі збереженням головних висновків та стилю автора). Надані матеріали не повертаються.

УДК 338.432

Л. В. Забуранна,
д. е. н., професор кафедри менеджменту імені проф. Й.С. Завадського,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
С. В. Забуранний,
к. е. н., провідний економіст,
Національний університет фізичного виховання та спорту України

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

L. Zaburanna,
Dr. Habil of Economics Sciences, Professor at Department of Management named after prof. Zavads'kyi,
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
S. Zaburanniy,
PhD, lead economist, National University of Physical Education and Sport of Ukraine

THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE PROCESSES IN AGRARIAN SPHERE

У статті розкрито сутність та класифікація інноваційних процесів для розв'язання нагальних завдань економічного дослідження інноваційної діяльності. Визначено, що інноваційний процес — це сукупність комплексних, постійно здійснюваних у просторі та часі, прогресивних, науково-технічних, організаційних і соціально-економічних змін, що ведуть до підвищення ефективності суспільного виробництва та вирішення соціальних проблем (екологія, умови праці). Проведені дослідження і практичний досвід функціонування та розвитку аграрної сфери дають змогу виділити такі основні етапи інноваційного процесу: створення інновацій, їхнє поширення й освоєння товаровиробникам. Встановлено, що з урахуванням умов, які історично склалися в Україні, доцільним з метою формування інноваційної інфраструктури для освоєння інновацій є застосування принципу кооперації аграрних товаровиробників, а саме: створення особливого інституту — інноваційного провайдингового кооперативу, який є сучасним та перспективним інтеграційним формуванням для використання інновацій у виробництві.

The article reveals the nature and classification of innovative processes for solving urgent problems of economic research of innovation activity. Determined that the innovation process — a set of comprehensive, continuously implemented in space and time, progressive, scientific, technical, organizational and socio-economic changes leading to increased efficiency of social production and solving social problems (environment, working conditions). Our studies and practical experience of development and agrarian areas allow you to select the following main stages of the innovation process: creating of innovations, their dissemination and development of commodity producers. It is established that, given the conditions that historically in Ukraine advisable to form innovative infrastructure for the development of innovations is the application of the principle of cooperation of agricultural producers, namely the creation of a special institution — innovation providing cooperative, that is modern and promising integration formation to use innovations in production.

Ключові слова: інновації, інноваційний процес, етапи інноваційного процесу, освоєння інновацій, агарна сфера, інноваційний провайдинговий кооператив.
Key words: innovation, innovation process, stages of the innovation process, the development of innovation, agrarian sphere, innovative providing cooperative.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасні економічні процеси характеризуються розвитком як позитивних, так і негативних тенденцій, зумовлених рядом об'єктивних і суб'єктивних причин. Особливе місце при цьому займає аграрний сектор економіки. Наявні

Передплатний індекс 21847

природні умови і трудові ресурси держави дозволяють створити ефективне, конкурентоспроможне на світовому рівні сільське господарство. Проте є нагальна потреба у розвитку інноваційної діяльності, спрямованої на поповнення і використання виробничого потенціалу. Теоретичне узагальнення шляхів реформування, подолання кризових явищ у розвитку аграрного виробництва та вибір правильних орієнтирів показує, що найбільш оптимальним із можливих напрямів розвитку вітчизняного аграрного сектору є інноваційний. Лише таким шляхом можна швидко й ефективно трансформувати сільськогосподарське виробництво, стимулювати аграрне підприємництво і водночас забезпечити вихід на світовий рівень, що надзвичайно важливо для нашої держави з її величезним потенціалом аграрної країни. Без інноваційних процесів неспроможні відбутися структурні перетворення, динамічне економічне зростання, що і обумовлює актуальність дослідження.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Грунтовні дослідження різних аспектів інноваційних процесів у сільському господарстві здійснені провідними вітчизняними вченими такими, як: В.Г. Андрійчук, А.П. Гайдуцький, О.І. Дацій, Л.В. Дейнеко, М.В. Зубець, М.І. Кісіль, М.Ю. Коденська, М.Х. Корецький, М.Ф. Кропивко, М.І. Крупка, М.Й. Малік, Г.М. Підлісецький, М.А. Садиков, А.В. Чупіс, О.М. Шестопаль, О.Г. Шпикуляк, О.В. Шубравська, В.В. Юрчишин та інші. Незважаючи на цінність проведених досліджень, інноваційний процес саме в аграрній сфері є на сьогодні є найменш вивченим, особливо етапи здійснення інноваційних процесів та дифузії інновацій.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Головною метою статті є розкриття сутності та класифікації інноваційних процесів, дослідження особливостей формування й розвитку інноваційного процесу в аграрній сфері для досягнення конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції на світових ринках.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Переважно вітчизняні науковці вважають, що поняття "нововведення " є українським варіантом англійського слова innovatoin. Буквальний переклад з англійської означає "введення новацій", або в нашому розумінні цього слова "впровадження нововведень". У повсякденній практиці, як правило, ототожнюють поняття нововведення, новація, нововведення, інновація, що цілком зрозуміло. Нововведенням може бути впровадження нового порядку, нового методу, винаходу. Нововведення означає констатацію того, що воно використовується. З моменту прийняття до впровадження і розповсюдження нововведення одержує нова якість і стає інновацією. Будь-які винаходи, нововведення, види послуг або нові методи тільки тоді одержують суспільне визнання, коли будуть прийняті до впровадження і розповсюдження (комерціалізації), і вже в новій якості вони виступають як нововведення (інновації) [6].

Узагальнивши теоретичні дослідження, розпочаті українським вченим-економістом світового рівня Михайлом Туган-Барановським, австрійський вчений Йозеф Шумпетер на початку XX ст. вперше ввів у науці терміни "інновація" та "інноваційний процес". У праці "Теорія економічного розвитку" (1911 р.) Й. Шумпетер визначає п'ять типів нових комбінацій змін або інновацій [13]:

— виробництво нового продукту чи відомого продукту в новій якості;

— впровадження нового методу виробництва;

— освоєння нового ринку збуту;

— залучення для виробничого процесу нових джерел сировини;

— проведення реорганізації (уведення нових організаційних форм).

Терміни "інновація" та "інноваційний процес" близькі, але не ідентичні, то слід погодитися, що "інноваційний процес пов'язаний зі створенням, освоєнням і поширенням інновацій" [1, 5]. Необхідно погодитися також з думкою вчених Дж. Брайта і Б. Твісса, що це — "єдиний свого роду процес, який поєднує науку, техніку, економіку, підприємництво та управління у єдине ціле" для одержання суттєвих 14 ефектів і ліпшого задоволення суспільних потреб [10]. Ряд вчених визначає інноваційний процес "як систематичний розвиток і практичне відпрацювання нових ідей" [14].

Ми дотримуємося думки, що інноваційний процес пов'язаний із створенням, освоєнням і поширенням інновацій. Творці інновації (новатори) керуються такими критеріями, як життєвий цикл виробу й економічної ефективності. Їхня стратегія спрямована на те, щоб перевершити конкурентів, створивши нововведення, що буде визнано унікальним у певній галузі. Науково-технічні розробки і нововведення ви-

ступають як проміжний результат науково-виробничого циклу і в міру практичного застосування перетворюються в науково-технічні інновації — кінцевий результат [11]. Науково-технічні розробки і винаходи є додатком нового знання з метою його практичного застосування, а науково-технічні інновації (НТІ) — це матеріалізація нових ідей і знань, відкриттів, винаходів і науково-технічних розробок у процесі виробництва з метою їхньої комерційної реалізації для задоволення визначених запитів споживачів. Неодмінними властивостями інновації є науково-технічна новизна і виробнича придатність. Отже, науково-технічні інновації повинні: мати новизну, задовольняти ринковий попит та приносити прибуток виробнику. Поширення нововведень, як і їхнє створення, є складовою частиною інноваційного процесу. Згідно з нашими міркуваннями, інноваційний процес — це сукупність комплексних, постійно здійснюваних у просторі та часі, прогресивних, науково-технічних, організаційних і соціально-економічних змін, що ведуть до підвищення ефективності суспільного виробництва та вирішення соціальних проблем (екологія, умови праці).

В основі вивчення і реалізації інноваційних процесів лежить класифікаційний метод, що став загальноприйнятим. Свідченням цього є те, що "основні терміни, категорії і визначення інновацій, закріплені у прийнятому в Парижі документі "OSLO MANUAL", цілком відповідають теоретичним концепціям, що грунтуються на цьому методі" [7]. Досліджуючи класифікацію інноваційних процесів в економічній літературі, доходимо висновку, що в кожному джерелі вона подається по-різному. Отже, нині в Україні немає єдиної прийнятої офіційною статистикою класифікації інноваційних процесів. Однією із найбільш вдалих, на наш погляд, є класифікація інноваційних 15 процесів українських вчених А.М. Власової та Н.В. Краснокутської [3], які типологізують їх за такими ознаками: змістом і сферами застосування, масштабом перебігу, сферами розробки і поширення, ступенем новизни та глибини змін, ступенем впливу на зміни, рівнем розробки та поширення, етапами життєвого циклу нововведень і спрямованістю дій. Наведену класифікацію можна використовувати при розв'язанні різних загальних завдань економічного дослідження інноваційної діяльності.

Розрізняють три логічні форми інноваційного процесу: простий внутрішньо організаційний (натуральний), простий між організаційний (товарний) і розширений [11]. Внутрішньо організаційний інноваційний процес припускає створення і використання нововведення усередині однієї і тієї ж організації, нововведення в цьому випадку не приймає безпосередньо товарної форми. При простому інноваційному процесі нововведення виступає як предмет купівлі-продажу. Така форма інноваційного процесу означає відділення функції творця і виробника нововведення від функції його споживача. Розширений інноваційний процес виявляється в створенні нових виробників нововведення, у порушенні монополії виробника-піонера, що сприяє через взаємну конкуренцію удосконалюванню споживчих властивостей товару, що випускається. В умовах товарного інноваційного процесу діють як мінімум два господарюючих суб'єкти: виробник (творець) і споживач (користувач) нововведення. Якщо нововведення — технологічний процес, його виробник і споживач можуть об'єднуватися в одному суб'єкті, що господарює. Простий інноваційний процес переходить у товарний за дві фази: 1) створення нововведення і його поширення; 2) дифузія нововведення. Перша фаза — це послідовні етапи наукових досліджень, дослідно-конструкторських робіт, організація дослідного виробництва і збуту, організація комерційного виробництва. На першій фазі ще не реалізується корисний ефект нововведення, а тільки створюються передумови такої реалізації. На другій фазі суспільно-корисний ефект перерозподіляється між виробниками нововведення (ВН), а також між виробниками і споживачами.

Початкові етапи інноваційного процесу в сільському господарстві, а саме: фундаментальні та прикладні дослідження здійснюються в Україні переважно системою науково-дослідних установ Національної академії аграрних наук, вищими навчальними закладами аграрного профілю. Щодо результатів роботи, то за даними Аналітичної довідки до звіту про використання коштів Державного бюджету України Національною академією аграрних наук за бюджетною програмою у 2014 році кошти загального фонду використовувалися за наступними напрямами [9]: проведення фундаментальних досліджень — 242286,7 тис. грн.; прикладні наукові та науково-технічні розробки — 145639,7 тис. грн.; підготовка наукових кадрів — 14021,8 тис. грн.; розвиток наукової інфраструктури НААН — 734,4 тис. грн.; підготовка та випуск друкованої продукції — 1490,9 тис. грн.; збереження та розвиток об'єктів, що становлять національне надбання — 170,5 тис. грн.;

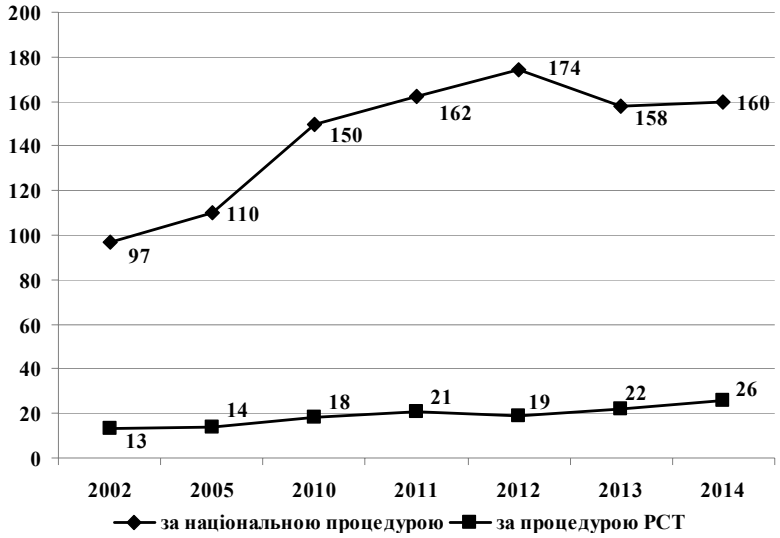

Рис. 1. Динаміка видачі патентів на винаходи у галузі сільського господарства

Джерело: за даними звітів Державної служби інтелектуальної власності України [8].

погашення кредиторської заборгованості, яка виникла станом на 01.01.2014 — 16,4 тис. грн.

У 2014 році в результаті виконання фундаментальних і прикладних наукових досліджень отримано 933 фундаментальних і 940 прикладних розробок у сфері сільськогосподарських наук, створених за рахунок коштів загального фонду державного бюджету.

Науково-дослідними установами Академії створено: 183 сорти і гібриди сільськогосподарських рослин; 67 концепцій та стратегій розвитку; 231 теорія і метод; 3 типи тварин; 22 технології; 117 ліній сільськогосподарських рослин; 79 математичних моделей; 110 баз даних; 121 спосіб.

Установами Академії розроблено: 31 новий вид техніки; 3 нових матеріалів; 5 засобів захисту рослин; 3 сорти і гібриди с.-г. рослин; 285 ліній сільськогосподарських рослин; 5 вакцин, діагностикумів і лікувально-профілактичних препаратів; 81 базу даних; 76 способів; 175 технологій і технологічних прийомів; 276 методичних рекомендацій [9].

Проміжним результатом інноваційного процесу є отримання охоронного документу у державному Департаменті інтелектуальної власності України, що свідчить про готовність наукової розробки до впровадження, тобто перетворення на інновацію. Динаміку видачі патентів на винаходи у галузі сільського господарства наведено на рисунку 1.

Важливою складовою є ефективна передача наукової розробки у виробничий сектор. З цією метою в структурі НААН створено Інститут інноваційного провайдингу. Трансфер інновацій відбувається шляхом створення спільних підприємств (державні підприємства і дослідні господарства з підприємницькими структурами), укладання ліцензійних угод з виробниками та венчурними компаніями.

Сутність інноваційного розвитку різних галузей і сфер національного господарства не виявляє принципових відмінностей в його трактуванні. Водночас в аграрній сфері, і особливо в її основній галузі — сільському господарстві, характер та основні напрями цього процесу істотно різняться.

Основними особливостями формування й розвитку інноваційного процесу в аграрній сфері можна визначити: множинність видів сільськогосподарської продукції і продуктів її переробки, істотна різниця в технології їх виробництва; значна його диференціація в окремих регіонах країни відповідно до конкретних умов; відчутна залежність технологій виробництва в сільському господарстві від природних і погодних умов; велика різниця в періодах виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції і продуктів її переробки; високий ступінь територіальної роз'єднаності сільськогосподарського виробництва; відокремленість сільськогосподарських товаровиробників (на всіх рівнях) від наукових установ, що створюють науково-технічну продукцію; різний соціальний рівень працівників сільського господарства; багатоаспектність форм і зв'язків сільськогосподарських товаровиробників з інноваційними формуваннями; відсутність чіткого й науково обгрунтованого організаційно-економічного механізму передачі досягнень науки сільськогосподарським товаровиробни-

кам і, як наслідок, — істотне відставання галузі з освоєння інновацій у виробництві. Зокрема О.В. Чаянов у своїх працях наголошував на двох основних шляхах впливу на стихійну еволюцію сільського господарства [12]. Це, по-перше, зміни господарських умов за допомогою інструментів економічної політики держави і, по-друге, — коригування господарського світогляду та економічних принципів сільських господарів — товаровиробників унаслідок цілеспрямованого розвитку їхніх творчих здібностей і раціоналізації професійного мислення на науковій основі. Зазначені положення надзвичайно актуальні за сучасних умов при розгляді сутності та організаційних основ інноваційного процесу в агропромисловому виробництві. Інноваційний процес у сільському господарстві вирізняється різноманіттям організаційних форм, що мають принципові відмінності за характером фінансування й економічною основою функціонування. Істотною специфікою функціонування інноваційних формувань є комплексний підхід, що визначає головну мету функціонування: від розробки техніко-технологічної ідеї до її наукового опрацювання, реалізації (впровадження) та надання інформаційних і консультаційних послуг.

Проведені дослідження і практичний досвід їх функціонування та розвитку дають змогу виділити в аграрній сфері такі основні етапи інноваційного процесу: створення інновацій, їхнє поширення й освоєння товаровиробникам.

Найважливішим і найтривалішим етапом інноваційного процесу є створення інновацій. З самого початку цього етапу відбувається зародження ідеї майбутньої інновації. Практично це знаходить прояв у поглибленому аналізі даної проблеми не тільки в умовах країни, але і за кордоном, передусім у найрозвинутіших країнах. Підетап проведення фундаментальних і прикладних досліджень та створення розробок, незважаючи на те, що він пов'язаний з певним ризиком отримання небажаного наслідку, є надто важливим і відповідальним. Розробка вважається закінченою, якщо повністю виконано план проведення досліджень і одержано конкретний результат. За всіх умов така розробка обов'язково проходить виробничу перевірку. Зокрема, це стосується нових сортів сільськогосподарських культур, які передають на державне сортовипробування, нової техніки, що передається на машиновипробувальні станції. Щодо нових технологій або окремих технологічних прийомів, то їх оцінюють у спеціальних технологічних центрах або дослідно-виробничих господарствах. Поряд з виробничою перевіркою проводиться не менш важлива робота — оформлення закінчених розробок як об'єктів інтелектуальної власності з видачею патентів і ліцензій. Тут важливо дотримуватись умови, за якої фактичні показники збігаються з трансформацією вказаних досягнень у конкретні інновації. Наукова розробка стає інновацією, якщо вона рекомендована до масового впровадження у виробництво. Але і в цьому разі вона має пройти стадію підготовки до такого освоєння її у виробництві, що сприятиме найповнішому використанню потенційних можливостей інновації. Відповідальність за етап створення її покладається, як правило, на наукову установу. Про ефективність її функціонування говорить кількість та якість інновацій і освоєння їх у виробництві.

На відміну від створення інновацій, етап розповсюдження (дифузії) охоплює різні напрями й конкретні канали проникнення їх в агропромислове виробництво — від підготовки і перепідготовки кадрів керівників, фахівців і працівників масових професій до розвитку інформаційно-пропагандистської й управлінської діяльності в АПК. Однак, за сучасних умов цьому етапові не приділяється належної уваги. Надалі, у міру розвитку та вдосконалення інформаційних технологій, слід створити умови для того, щоб товаровиробники дізнавалися про інновації не тільки з виробничого досвіду передових підприємств, а й безпосередньо від науки ще на стадії створення новацій. Така практика поширена в усіх економічно розвинутих країнах. Більш повна інформація про рекомендовані до освоєння інновації, як і про перспективи створення чергових новацій, над якими вже працюють вчені, значно розширює можливості для вибору та сприяє підвищенню інноваційної активності товаровиробників. Успішний розвиток інноваційних процесів на стадії розповсюдження інновацій значною мірою залежатиме від інформаційного забезпечення галузі. Відповідальність за належне здійснення цього важливого завдання має покладатися на органи управління АПК, регіональні Центри наукового забезпечення та їхні інформаційно-консультаційні служби. Проте не можуть залишатися осторонь цієї справи і наукові організації — творці інновацій. Вони безпосередньо зацікавлені в оперативному інформуванні товаровиробників про те, що для них готують у лабораторіях і дослідних господарствах.

На завершальному етапі інноваційного процесу відбувається освоєння інновацій у виробництві. Успіх тут значною мірою залежатиме від товаровиробників. Для них важливо мати достатньо чіткий організаційно-економічний механізм освоєння інновацій у виробництві. Основне місце у цій відповідальній і по-справжньому новаторській роботі слід відводити договірним відносинам самих товаровиробників як з творцями інновацій, так і з інформаційно-консультаційною службою АПК. До ініціативи товаровиробників, їхнього бажання освоїти у себе певну новацію слід додати ще одну неодмінну умову успіху — придбання самої інновації і наукоємної продукції, без якої освоєння її неможливе (насіння нових сортів, молодняк нових або поліпшених порід тварин, яйця нових кросів і т.д.).

З урахуванням умов, які історично склалися в Україні, вбачається доцільним прийняття до уваги можливості формування інноваційної інфраструктури для освоєння інновацій на принципах кооперації аграрних товаровиробників. Інтеграція товаровиробників на кооперативних засадах забезпечить концентрацію необхідних ресурсів та розподіл ризиків інноваційної діяльності. Це дозволить забезпечити досягнення конкурентних переваг через інновації, які фінансуються за рахунок внесків членів кооперативу. Основним елементом інноваційної інфраструктури в агарному секторі має стати інноваційний провайдинговий кооператив. Метою його діяльності має стати надання провайдингових послуг своїм членам щодо організації розробки інноваційних продукції та технологій, капіталізації та комерціалізації новацій та реалізації інноваційних проектів. Членами кооперативу можуть бути сільськогосподарські товаровиробники, підприємства харчової та переробної промисловості, навчальні заклади певного регіону. Принципи діяльності такого кооперативу мають співпадати із науково обгрунтованими принципами кооперації, до яких віднесено: добровільне і відкрите членство (кооператив є добровільною організацією, відкритою для всіх сільськогосподарських товаровиробників та інших організацій, які бажають користуватися його послугами); членський демократичний контроль (кооператив організовується на демократичних засадах); економічна участь членів (економічний результат розподіляється між членами відповідно до їх участі в діяльності кооперативу); незалежність і самостійність (кооператив є самостійною організацією, яка контролюється його членами); освіта, навчання та інформація (кооператив забезпечує освіту своїм членам та інформує громадськість про природу і переваги кооперативу); кооперація серед кооперативів (кооператив зміцнює кооперативний рух, підпримуючи зв'язки з місцевими, регіональними та міжнародними структурами); піклування про суспільство (кооператив працює на розвиток громад, що їх оточують) [4, с. 57—58]. Інноваційний провайдинговий кооператив слід розглядати організаційно-правову форму взаємовідносин товаровиробників аграрного сектора з провідними навчальними закладами, науково- дослідними інститутами, консалтинговими фірмами, лабораторіями, переробними і харчовими підприємствами на кооперативних засадах з метою спільної реалізації інноваційних проектів. Вищеназваний кооператив є своєрідним посередником між виробниками інновацій та їх безпосередніми споживачами. Фінансовий результат розподіляється між членами кооперативу, які є замовниками інноваційної продукції, що значно здешевлює просування інновацій.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

У процесі дослідження проведено теоретичний аналіз сутності, а також представлене наукове обгрунтування власного визначення сутності інноваційного процесу. Узагальнюючи існуючі та власні наукові дослідження ми встановили, що інноваційні процеси в аграрній сфері мають свої особливості та форми прояву. Встановлено, що Україна має значний науковий потенціал, який може стати базою розвитку сільського господарства країни на інноваційній основі. Тому першочерговим завданням має стати перегляд розподілу бюджетних коштів та забезпечення науковців матеріально-технічною базою, що відповідає світовим стандартам, забезпечити гідний рівень оплати праці працівників науки. Це питання міжнародного престижу України та конкурентоздатності вітчизняної сільськогосподарської продукції. Проведені дослідження дали змогу виділити в аграрній сфері основні етапи інноваційного процесу (створення інновацій, їхнє поширення й освоєння товаровиробникам) та визначити особливості їх здійснення, а також запропонувати для освоєння інновацій особливий

інститут — інноваційний провайдинговий кооператив, який є сучасним та перспективним інтеграційним формуванням для освоєння інновацій у виробництві.

Перспективи подальших розвідок у даному напрямі можуть полягати в поглибленні обгрунтування основних засад управління інноваційними процесами у вітчизняній аграрній сфері з метою їх ефективного освоєння та набуття Україною статусу конкурентоспроможної держави на світовому ринку.

Література:

1. Арсеенко А. Инновационный процес и инвестирование нововведений (экономические, социологические и социально-психологические аспекты) [Текст] /А. Арсеенко // Віче. — 1995. — №7. — С. 76 — 94.

2. Васюренко О.В. Шляхи розвитку кредитного забезпечення інноваційної діяльності / О.В. Васюренко, І.В. Пасічник // Економіка України. — 2000. — № 2. — С. 23—28.

3. Власова А.М. Инновационный менеджмент: [учебн. пособие] / А.М. Власова, Н.В. Краснокутская.— К.: КНЕУ. — 1997. — 92 с.

4. Зіновчук В.В. Організаційні основи сільськогосподарського кооперативу / В.В. Зіновчук. — Друге видання, доповнене і переробне. — К.: Логос, 2001. — 380 с.

5. Ильенкова С.Д. Инновационный менеджмент [Текст]: учебно-методический комплекс / С.Д. Ильенкова, В.И. Кузнецов, С.Ю. Ягудин. — М.: Изд. центр ЕАОИ. — 2009 — 192 с.

6. Лапко О. Інноваційна діяльність в системі державного регулювання: [монографія]/ О. Лапко. — К.: ІЕПНАНУ, 1999. — 254 с.

7. Макаренко І.П. Інновація: порятунок чи "кризова пастка"? / І.П. Макаренко // Вісн. НАН України. — 1997. — № 7—8. — С. 28—42.

8. Офіційний сайт Державної служби інтелектуальної власності України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://sips.gov.ua — 2015.

9. Офіційний сайт Національної академії аграрних наук України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://naas.gov.ua. — 2015.

10. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями: пер. с англ. / Б. Твисс. — М.: Экономика, 1989. — 271 с.

11. Федулова Л.І. Інноваційна економіка: підручник / Л.І. Федулова. — К.: Либідь, 2006. — 477 с.

12. Чаянов А.В. Крестьянское хозяйство: Избранные труды /А.В. Чаянов. — М.: Экономика, 1989. — 492 с.

13. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, кредита, процента и цыкла коньюктуры): Пер. с нем. / Й. Шумпетер. — М.: Прогресс, 1982. — 453 с.

14. Kreitner R. Management. — Boston Houghton Mifflin Company. — 1989. — P. 118— 120.

References:

1. Arseenko, A.H. (1995), "The innovation process and innovation investment (economic, sociological and socio-psychological aspects)", Viche, vol. 7, pp. 76—94.

2. Vasiurenko, O.V. and Pasichnyk, I.V. (2000), "Pathways of credit support innovation", Ekonomika Ukrainy, vol.2, pp. 23—28.

3. Vlasova, A.M. and Krasnokutskaja, N.V. (1997), Innovacionnyj menedzhment [Innovation management], KNEU, Kyiv, Ukraine.

4. Zinovchuk, V.V. (2001), Orhanizatsijni osnovy sil's'kohospodars'koho kooperatyvu [Organizational bases of agricultural cooperative], 2nd ed, Lohos, Kyiv, Ukraine.

5. Il'enkova, S.D., Kuznecov, V.I. and Jagudin, S.Ju. (2009), Innovacionnyj menedzhment [Innovation management], Izd. centr EAOI, Moscow, Russia Federation.

6. Lapko, O.O. (1999), Innovatsijna diial'nist' v systemi derzhavnoho rehuliuvannia [Innovative activity in the system of state regulation], IEPNANU, Kyiv, Ukraine.

7. Makarenko, I.P. (1997), "Innovation: saving or "crisis trap"?", Visnyk NAN Ukrainy, vol. 7—8, pp. 28—42.

8. State Intellectual Property of Ukraine, available at: http://sips.gov.ua (Accessed 5 September 2015).

9. National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine, available at: http://naas.gov.ua (Accessed 5 September 2015).

10. Tviss, B. (1989), Upravlenie nauchno-tehnicheskimi novovvedenijami [Management of scientific and technical innovations], Jekonomika, Moscow, Russia Federation.

11. Fedulova, L.I. (2006), Innovatsijna ekonomika [Innovative economy], Lybid', Kyiv, Ukraine.

12. Chajanov, A.V. (1989), Krest'janskoe hozjajstvo [Farm], Jekonomika, Moscow, Russia Federation.

13. Shumpeter, J. (1982), Teorija jekonomicheskogo razvitija [Theory of Economic Development], Progress, Moscow, Russia Federation.

14. Kreitner, R. (1989), Management, Boston Houghton Mifflin Company, USA.

Стаття надійшла до редакції 16.09.2015 р.

УДК 338.1:338.432:631.147

В. М. Ціхановська,
д. е. н., доцент, професор кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності готельно-ресторанної справи та туризму, Вінницький національний аграрний університет, м. Вінниця
С. Я. Ковальчук,
к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності готельно-ресторанної справи та туризму, Вінницький національний аграрний університет, м. Вінниця

ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ АГРАРНОЇ СФЕРИ: ВПЛИВ ОРГАНІЧНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

V. Cikhanovska,
d. e. s., a professor of department of management of foreign economic activity hotel-restaurant business and tourism is the Winnitca national agrarian university, Winnitca
S. Kovalchuk,
c. e. s., associate professor, of department of management of foreign economic activity hotel-restaurant business and tourism,is the Winnitca national agrarian university, Winnitca

ECONOMY GROWING OF AGRARIAN SPHERE: INFLUENCE OF ORGANIC AGRICULTURE

У статті визначено маркетингові інструменти на стадіях життєвого циклу органічної продукції. Розкрито основні характеристики та вказано відповідні міжнародні стандарти якості екологічно чистої продукції, згідно з якими виробництво даного виду продукції є перспективним напрямом розвитку. Здійснено аналіз інноваційних та експортних можливостей підтримки операторів органічного ринку в умовах СОТ.

In the article certainly marketings instruments are on the stages of life cycle of organic products. Basic descriptions are exposed and the proper international standards of quality are indicated ecologically clean products, in obedience to which a production of this type of products is perspective direction of development. The analysis of innovative and export possibilities of support of operators of organic market is carried out in the conditions of SOT.

Ключові слова: органічне сільське господарство, агросфера, органічне виробництво, маркетингові інструменти, органічний рух, сталий розвиток, економічне зростання.
Key words: organic agriculture, agrarian sphere, organic production, marketing's instruments, organic motion, steady development, economy growing.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Глобальні зміни у розвитку світової економіки тісно пов'язані з динамічним зростанням попиту в багатьох країнах світу на високоякісну продукцію органічного агровиробництва, що в порівнянні з традиційним має низку економічних, екологічних та соціальних переваг, слугує основою повноцінного харчування людей та виключає будь-які ризики для їх здоров'я, зберігає довкілля.

Агросфера є однією із стратегічно важливих галузей економіки країн, адже сільське господарство є найбільшим і найважливішим сектором економіки, здійснює вплив на економічну стабільність держави. Особливого значення для світової економіки в ринкових умовах має розвиток органічного виробництва в умовах міжнародної інтеграції. В період інтенсивного розвитку виробництва сільськогосподарської продукції спостері-

гається все більше використання засобів захисту рослин, різноманітних мінеральних добрив, що шкодить здоров'ю людини та зменшує об'єми споживання виробленої продукції. Однак інтенсивне виробництво сільського господарства поряд з отриманням більших прибутків не тільки шкодить природним ресурсам, а й негативно впливає на ринок органічної продукції в перспективі його розвитку. Результатом інтенсивного шляху отримання більших прибутків є зниження якості продуктів, не конкурентоспроможність продукції як на національних, так і на світових ринках, падіння іміджу країн. Все це призводить до зниження інвестиційної привабливості країни в цілому.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ ОСТАННІХ РОКІВ

Наукова і прикладна проблематика екологізації сільського господарства ефективності виробництва органічної сільськогосподарської продукції та продуктів харчування постійно знаходилась у полі зору багатьох зарубіжних і вітчизняних вчених. Важливу роль у формуванні теоретичних концепцій органічного агровиробництва відіграли наукові праці: В. Артиша, Б. Буркинського, В.М. Ганганова, В.Г. Галанца, Г. Калетніка, Л. Купінець, А. Мазура, І. Шишки, В. Степанова, П. Мішеніна, С. Харічкова, Н. Прокопчук, В. Потапенко та інші.

ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЕЙ

Визначення функціонального значення органічного сільського господарства у забезпеченні економічного зростання економіки країни. Мета дослідження поставленої проблеми є визначення економічних умов, що сприяють збільшенню обсягів виробництва в агропромисловому комплексі.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Складна екологічна ситуація, значною мірою спричинена інтенсивною сільськогосподарською діяльністю, спостерігається в більшості країн світу. Тому держави, насамперед економічно розвинуті, дедалі активніше впроваджують альтернативні системи сільського господарювання. До таких методів ведення сільськогосподарського виробництва належать: біоінтенсивне мініземлеробство (Biointensive Mini-Farming); біодинамічне землеробство (Biodynamic Agriculture); технології використання ефективних мікроорганізмів або ЕМ-технології (Effective Microorganism Technologies); маловитратне стале землеробство (LISA — Low Input Sustainable Agriculture); органічне сільське господарство (Organic Agriculture або Organic Farming); точне землеробство (Precision Farming or Precision Agriculture) та ін.

На всіх етапах розвитку сільського господарства одним із основних напрямків є виробництво екологічно чистої продукції, а також обгрунтування заходів щодо стабілізації і підвищення її ефективності. Виробництво органічної продукції є головною метою всіх господарюючих суб'єктів аграрного сектору та спрямоване на формування органічного ринку продовольства. Ефективність розвитку органічного виробництва формується під впливом багатьох чинників, зокрема грунтово-кліматичних, технологічних, біологічних та інших, що ускладнює пошук додаткових можливостей для її підвищення.

У 2010 р. оборот національного ринку органічних продуктів становив 2,4 млн євро, у 2011 р. збільшився до 5,1 млн євро, у 2012 р. — до 7,8 млн євро, а в 2013 р. він склав 10,1 млн євро [1]. Таким чином, незважаючи на кризу та високі ціни, український органічний ринок зростає.

На сьогодні органічні господарства набули поширення по всій території України, зокрема вони є у Полтавській, Закарпатській, Івано-Франківській, Львівській, Вінницькій, Тернопільській, Житомирській областях. За даними останніх офіційних досліджень кількість сертифікованих органічних ферм становить близько 0,11% від усіх аграрних підприємств в середньому по Україні. Більшість органічних господарств України є великими, їхній розмір коливається біля відмітки 5 тис. га [2].

Висока рентабельність продукції органічних агропідприємств за невеликого обсягу виробництва пояснюється високими цінами реалізації органічної продукції. Незважаючи на несформований попит та неоформлену цільову аудиторію, ціни на продукцію органічного виробництва завжди були вищими за ціни на продукцію звичайного способу виробництва [7].

За результатами опитування керівників господарств Київської, Вінницької, Полтавської, Хмельницької, Тернопільської областей визначено фактори, які ускладнюють збут органічної продукції, а саме: наявність посередників на ринку (істотно впливає на збут — 59,2%; впливає — 35,7%, не впливає — 5,1% відповідей); наявність фальсифікації органічної продукції (відповідно 36,2; 45,7 і 18,1%); недостат-

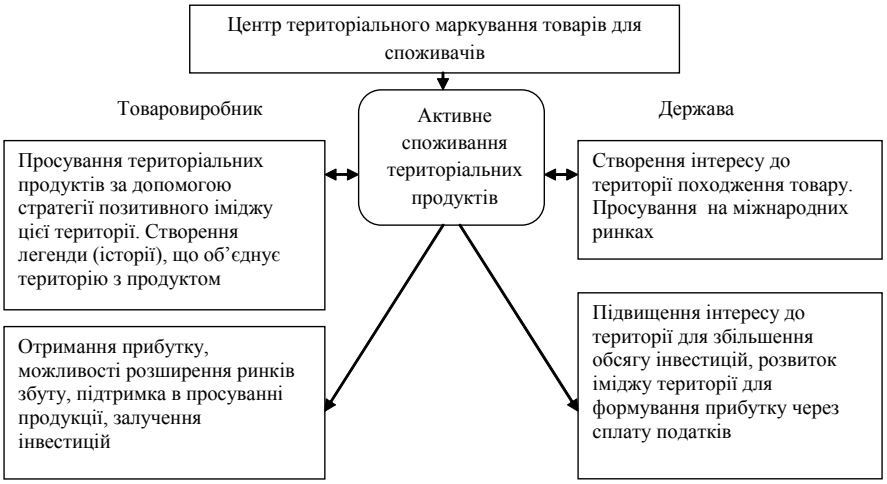

Рис. 1. Інтереси держави і товаровиробників при використанні територіального маркування

ня державна підтримка (відповідно 49,7; 39,3 і 11,0%); бюрократія і корупція у сфері збуту продукції (відповідно 28,2; 55,7 і 16,1%); низька купівельна спроможність населення (відповідно 38,5; 47,0 і 14,5%); нерозвинена торговельна мережа (відповідно 21,2; 55,7 і 23,1% відповідей).

Факторами, які найменше впливають на збут органічної продукції на агропродовольчому ринку, керівники підприємств назвали: слабку поінформованість товаровиробників про переваги ведення органічного сільського господарства, відсутність регламенту виробництва цієї продукції і спеціального маркування, недостатню кваліфікацію кадрів, нижчу продуктивність, низьку затребуваність натуральних продуктів. Також вони зазначили, що контроль господарств за відповідністю органічного виробництва мають здійснювати державні органи — 36,7% відповідей; безпосередні сільгосптоваровиробники — 41,1% відповідей; меншою мірою вони довіряють бізнес-організаціям — 16,8% та іноземним організаціям — 6,9%. При цьому керівники сільськогосподарських підприємств, на відміну від представників регіональних органів управління, більш скептично ставляться до прийняття спеціальної програми з органічного сільського господарства та її впливу на виробництво і доступність органічних продуктів. Так, значна частина сільськогосподарських товаровиробників (52,2%) вважають, що програма не матиме істотного впливу, водночас представники регіональних органів (88,3%) оцінюють прийняття її як вагомий інструмент впливу на виробництво і збут органічної продукції. Більша частина опитаних керівників вважають, що без державної допомоги не можна організувати виробництво і збут натуральних продуктів. При цьому основними стимулами для переходу в категорію органічних керівники господарств вважають наявність гарантованих ринків збуту продукції — 38,9%, фінансову підтримку і захист — 21,6%.

Названі чинники негативно впливають і на розвиток вітчизняного ринку відповідної продукції, оскільки обмежують її товарні поставки та позбавляють споживачів упевненості в придбанні сертифікованих виробів [8].

Окреслені проблеми в цілому визначають першочергові напрями розв'язання завдання розвитку органічного виробництва і ринку в Україні, а саме: вдосконалення законодавчої, нормативної та інформаційної баз у цій сфері; проведення у регіонах, які мають перспективи органічного виробництва, всебічних агрономічних досліджень з метою: поліпшення використання сільськогосподарськими виробниками локальних природних ресурсів (на кшталт контурного землеробства, терасування, загінного випасу, безполицевого обробітку грунтів, біопестицидів і біофунгіцидів тощо); визначення оптимальних сівозмін (для природного внесення у грунт компонентів, що відновлюють його родючість).

Поліпшення фінансового забезпечення виробників органічної продукції досягається за рахунок: отримання ними доступу до урядових грантів, субсидій і кредитів; підвищення прибутковості їх діяльності (зокрема, запровадження первинної обробки продукції і застосування паливоощадних технологій); розвитку відповідної інфраструктури (сільських доріг, фермерських ринків і магазинів, агротуризму тощо). Комплексна реалізація зазначених механізмів зміцнить позиції органічної галузі

сільського господарства в Україні, забезпечить сталий розвиток аграрної сфери, наблизить країну до вирішення проблеми покращення екологічних характеристик господарської діяльності та якісних показників виробленої продукції.

Спираючись на результати дослідження, можна стверджувати, що в умовах посилення конкурентної боротьби товаровиробники органічної продукції аграрного сектору стають лідерами за рахунок комплексних зусиль у сфері маркетингу, продажу, виробництва, фінансів, логістики. Брендинг при цьому є хоча й не основним, однак потужним інструментом. Нині ринок вітчизняних агропродовольчих брендів поступово формується і поки не розглядається як основний пріоритет для місцевих товаровиробників. Однак, зважаючи на процеси глобалізації економіки, українські товаровиробники у боротьбі за покупця повинні створювати власні локальні бренди, які забезпечуватимуть товару конкурентоспроможну позицію на ринку в умовах відкритості економіки. Серед найбільш перспективних напрямів розвитку бренду на агропродовольчому ринку країни слід назвати управління брендовим портфелем шляхом комбінування національних і локальних брендів. Зазначимо, що створення локальних брендів повинно орієнтуватися на чіткі цільові сегменти або ринкові ніші. У подальшому найбільш успішні локальні бренди можна використати як національні бренди, орієнтовані на зовнішні ринки [8].

Таким чином, територіальне маркування товару може істотно вплинути на конкурентоспроможність продукції сільського господарства в цілому, а також органічної продукції як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Водночас маркування має під собою в більшій мірі політичну та економічну спрямованість (рис. 1).

На думку фахівців, маркування PDO і PGI можуть одержати у Закарпатті (овечі сири та вина, наприклад, десертне вино "Троянда Закарпаття"), південних регіонах (винна продукція). Окрім того, поширення локальних брендів на регіональному та національному рівнях вимагає створення дієвої дистриб'юторської мережі, яка відповідатиме особливостям брендової пропозиції.

Прикладом ефективного просування сільськогосподарської продукції місцевих товаровиробників із використанням місцевих брендів є збут продукції під торговими марками "Смак Українських Карпат" та "Волинський екологічний продукт". Під ТМ "Смак Українських Карпат" реалізують свою продукцію 13 виробників чотирьох Карпатських областей — Івано-Франківської, Львівської, Чернівецької та Закарпатської. Торгова марка означає походження продукції з чотирьох областей, відповідний смак, а також є гарантією високої якості продуктів харчування. У цій торговій марці мають право брати участь лише перевірені виробники, які підтримують дану ідею. Асортимент продукції, об'єднаної торговельною маркою, охоплює різні види продукції, специфічної для Карпатського регіону, у тому числі сири, леквари, білі гриби, дикі ягоди, зібрані в горах, карпатський мед, лікувальні травні збори тощо [9].

Під торговим брендом "Волинський екологічний продукт" працюють 20 фермерів Рівненської області, які вирощують овочеву продукцію. Вони зобов'язуються забезпечувати жителів регіону екологічно чистими та недорогими продуктами, зокрема, м'ясо-молочною продукцією, овочами й зерновими культурами.

Розвиток брендингу на вітчизняних підприємствах можливий на основі запровадження бренд-менеджменту, системи управління, що охоплює організацію процесів створення та просування не лише брендів, а й брендової культури, управління брендовим портфелем для підвищення ринкової цінності брендів.

Як виявив аналіз, основними проблемами у запровадженні географічного маркування продукції в Україні є такі: більшість населення не розуміє сутності зазначення географічного походження на продукти, а головне — вигоди для себе; складність процедур українського законодавства щодо реєстрації; відсутність державних програм стимулювання виробництва таких продуктів, а також стимулювання утворення об'єднань виробників, кооперації.

Основним документом, що регулює правовідносини у даній сфері в ЄС, є Регламент Ради № 2081/92 від 14 липня 1992 р. про захист географічних зазначень та найменувань походження сільськогосподарських продуктів і продовольчих товарів. Сфера застосування цього Регламенту обмежується певними сільськогосподарськими продуктами та продовольчими товарами, для яких існує зв'язок між характеристиками продукту чи товару та їхнім географічним походженням [3].

Для ринку органічної продукції в Україні характерним є зародження попиту, загальний

Таблиця 1. Складові комплексу маркетингу на ринку органічної продукції

Етапи життєвого циклу	Пріоритетні завдання
1-й	- створення нормативно-правової бази на основі проведених досліджень; - розробка процедур екологічної сертифікації; - формування екологічного іміджу територій; - введення привабливого терміну для позначення екологічних продуктів; - активність громадських організацій на основі концепції соціального маркетингу; - популяризація органічного виробництва серед товаровиробників; - створення системи забезпечення підприємств галузі результатами маркетингових досліджень вітчизняного і зарубіжних ринків; - розробка екологічних освітніх програм і просвітництво населення через ЗМІ
2-й	- стимулювання внутрішнього виробництва за рахунок створення міжвідомчої групи з просування вітчизняної органічної продукції і визначення пріоритетів у загальній стратегії соціально-економічного розвитку країни; - активізація екологічної діяльності ряду ініціативних груп, що підтримують і обслуговують інші галузі інших сфер агробізнесу; - розширення «зелених» стратегій компанії; - створення інформаційної Інтернет-платформи, що дозволить виробникам обмінюватися інформацією; - організація регулярних спеціалізованих виставок, конференцій, презентацій, що просувають продукцію вітчизняних виробників; - сприяння створенню споживчих і обслуговувальних кооперативів маркетингового типу; - розширення інтеграції з науковими організаціями для спільного просування екологічних інноваційних продуктів
3-й	- створення асоціації виробників і внесення до її складу органів державної влади, що формують державну політику в галузі розвитку органічного ринку; - на основі міжнародних норм опрацювання і впровадження спрощеної процедури експорту органічної продукції; - формування маркетингової діяльності громадських організації, спрямованої на вирішення соціально-значимих і екологічних проблем; - розробка умов для використання територіальних і етичних маркувань; - посилення конкурентних переваг на основі впровадження програм корпоративної соціальної відповідальності; - посилення партнерських взаємовідносин із суб'єктами ринку для забезпечення рішення соціально-еколого-економічних завдань
4-й	- створення державної служби, відповідальної за розвиток експорту органічної продукції (експортне агентство); - збільшення частки вітчизняної продукції на внутрішньому ринку за підтримки високого рівня конкуренції; - регулювання локалізації виробництва продукції іноземних компаній; - вихід великої кількості вітчизняних виробників на зарубіжні ринки за рахунок єдиного просування на основі використання інструментів екологічної реклами; - формування екологічної продукції на всіх стадіях життєвого циклу; - підвищення конкурентних переваг продукції за рахунок зниження внутрішніх витрат виробництва і мінімізації використання ресурсів у маркетинговій діяльності
5-й	- Збільшення частки вітчизняної продукції на світовому ринку; - забезпечення держзамовлень для розподілу продукції в державних установах; - організовування регулярних програм спеціалізованих виставок, конференцій, презентацій, що просуватимуть продукцію на ринках; - створення спеціалізованих PR-агентств для взаємодії з громадськими організаціями для підтримки іміджу вітчизняної органічної продукції; - систематизація моніторингу екологічної інформації; - розвиток сфери агро-еко-туризму; - розробка CRM-проектів з підтримки екологічної активності агробізнесу

обсяг у структурі продажів продовольчих товарів не перевищує 1%. Пропозиція орієнтується, в основному, на преміум сегмент, що зумовлює високу цінову премію. Система розподілу розвивається хаотично, характеризується одиничними товарами в ряді асортиментних груп у міжнародних роздрібних мережах або спеціалізованих магазинах, сконцентрована, в основному, у великих містах. Представлений вузький товарний асортимент, як правило, продукції з великим терміном зберігання.

Привабливість світового ринку і первинний попит на внутрішньому ринку зумовлюватимуть зміну поведінки підприємств агробізнесу, які більшою мірою орієнтовані на "модифікацію" атрибута товарів або проходження міжнародної сертифікації для забезпечення поставок за кордон. За відсутності інструментів державного регулювання та ініціативних груп із сильною мотивацією ця стадія затягнеться на тривалий час і не дозволить перейти на наступний етап [9].

У разі підвищення купівельної спроможності населення відбудеться перехід до наступного етапу формування сектору органічної продукції, на якому загальний обсяг у структурі продажів продовольчих товарів буде становити не більше 3%. На цьому етапі розшириться товарний асортимент за рахунок вітчизняних виробників, які здебільшого представлені невеликою кількістю дрібних і середніх виробників, орієнтованих на один — два сегменти ринку (преміум сегмент і сегмент "турботливі сім'ї"), та їх збут, визначений межами одного регіону. Виходячи з цього, на даному етапі не виділяються компанії-лідери, які б визначали стратегії інших виробників.

Третій етап — етап зростання сектору органічної продукції (загальний обсяг у структурі продажів продовольчих товарів — не більше 10%). Обсяг продажів зростає стрімкими темпами за рахунок охоплення більшої кількості сегментів, зниження середньої цінової премії до 40—50% і розширення внутрішньої пропозиції як органічної продукції, так і додаткових послуг, щоб формувати лояльність споживачів.

Четвертий етап — етап зрілості сектору органічної продукції (загальний обсяг у структурі продажів продовольчих товарів становить 15—18%). Формуються умови масштабного виробництва, що дає можливість задовольнити не тільки внутрішні потреби, а й забезпечувати експорт продукції. Проте світовий ринок уже характеризується високим рівнем насичення і координується великими агропродовольчими корпораціями. Внутрішній ринок виходить на пік продажів і рівномірне охоплення каналами розподілу всіх регіонів, але тут більшою мірою може превалювати вихід на інші ринки за рахунок приватних торгових марок роздрібних мереж.

Середня цінова премія на основні групи продуктів коливається в межах 20—30%, що дає змогу залучити більшу кількість споживачів, підвищуючи лояльність до даної продукції і стимулюючи до постійних покупок. Підприємства прагнуть максимально збільшити свій прибуток за рахунок різноманітних маркетингових інструментів, при цьому відстоюючи і частку ринку.

П'ятий етап — етап стагнації сектору органічної продукції (загальний обсяг у структурі продажів продовольчих товарів на рівні 12—15%). У цей період спостерігається пожвавлення інтеграційних зв'язків як із постачальниками, так і з посередниками для економії витрат на налагодження економічних зв'язків та утримання ринкової частки. З урахуванням розвитку міжнародного ринку можливе партнерство з ТНК для забезпечення стабільного рівня продажів [8]. Спираючись на описані характеристики кожного етапу можна розробити пріоритетні маркетингові завдання (табл. 1).

Розроблені маркетингові інструменти сприятимуть досягненню стратегічних цілей і розв'язанню маркетингових завдань поступового розвитку ринку органічної продукції, оскільки попит населення та зацікавленість товаровиробників цих продуктів зростають, окрім цього органічне сільське господарство становить інтерес як один з інноваційних напрямів розвитку аграрного сектору країни.

Для реалізації заходів щодо впровадження технологій виробництва органічної продукції в України необхідно забезпечити державно-приватне партнерство всіх зацікавлених сторін даного процесу.

Під егідою Міністерства аграрної політики Асоціація учасників органічного виробництва "БІОЛан Україна" розробила перші в Україні стандарти для органічного виробництва. За підтримки Проекту BISTRO-2003 Програми TACIC ЄС "Розвиток органічного агровиробництва в Україні" підготовлено правила для виробництва органічної рослинницької та тваринницької продукції, процедури здійснення сертифікації та державного нагляду і контролю за органічним виробництвом та органами сертифікації [5]. Закон України "Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини" враховує вимоги постанови Ради (ЄЕС) 2092/91, стандартів ІГОАМ та Комісії Кодекс Аліментаріус з тим, щоб система сертифікації та стандартів у сфері органічного виробництва була еквівалентною міжнародним, що сприятиме розвитку внутрішнього ринку органічної продукції та її експорту [5].

Українське органічне виробництво спирається на великомасштабне виробництво органічного зерна та експорт його у країни ЄС, що концентрується у межах кількох агроінвестуючих компаній. На відміну від європейських країн, в Україні немає магазинів органічної продукції або хоча б спеціалізованих вітрин у супермаркетах та гастрономах. Тому невеликі виробники збувають продукцію переважно через ринки традиційних товарів.

ВИСНОВКИ

Органічне агровиробництво в Україні має величезний потенціал. Його повільний розви-

ток пов'язаний, з одного боку, з орієнтацією на експорт в країни ЄС органічної зернової продукції великими сільськогосподарськими підприємствами і залежністю від кількох компаній-інвесторів, а з іншого — з тим, що перехід малих та середніх господарств на органічні методи і виробництво іншої рослинницької продукції залишається другорядним питанням. Виробництво органічної продукції пріоритетний шлях підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва. Така модель господарювання дозволяє на практиці реалізовувати концепцію збалансованого розвитку аграрної сфери, яка передбачає комплексне вирішення задачі — досягнення соціально-економічної та природно-ресурсної збалансованості.

Література:

1. Капштик М.В. Особливості нормативно-правового забезпечення органічного виробництва [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://elibrary.nubip.edu.ua/13333/1/11ina.pdf

2. Ковальова О.В. Щодо напрямів розвитку органічного виробництва сільськогосподарської продукції в Україні: аналітична записка [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/articles/1292/

3. Ковальчук С.Я. Економіко-правові аспекти екологізації аграрного виробництва в Україні [монографія]/ С.Я. Ковальчук, Т.К. Оверковська — Вінниця: Едельвейс, 2013. — 342 с.

4. Органічні євро стандарти на шляху до вдосконалення [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://organic.ua/uk/2013/28/3097-organichni-jevrostandarty-na-shljahu-do-vdoskonalennja

5. Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини: Закон України від 3 вересня 2013 р. № 425-18 [Електронний ресурс]/ Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради України. — 2013. — Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/425-18

6. Світ органічного сільського господарства: статистика та тенденції 2013 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://orgprint.org/2518/7/FiBL_IFOAM_World_of_-Organic_Agriculture_2013_UA_final.pdf

7. Україна стане одним із світових лідерів із виробництва органічної продукції [Електронний ресурс]// Інформаційно-аналітичний бюлетень КМУ. — 04.09.2013. — Режим доступу: http://www.info-kmu.com.ua/2013-09-04-000000am/article/15902467.html

8. Ціхановська В.М. Розвиток агропродовольчого ринку України в умовах глобалізації: [монографія]/ В.М. Ціхановська. — ТОВ "Меркьюрі — Поділля", 2014. — 448 с.

9. Ціхановська В.М. Організаційно-економічний механізм функціонування агропродовольчого ринку України: теорія, методологія, практика: дис. на здобуття наук. ступеня д. е. н. спец: 08.00.03 / В.М. Ціхановська. — Вінниця: ВНАУ, 2014. — 490 с.

References:

1. Kapshtyk, M.V. (2011), "Features of legal support organic production", available at: http://elibrary.nubip.edu.ua/13333/1/11ina.pdf (Accessed 2 June 2015).

2. Koval'ova, O.V. (2014), "As for the areas of organic agricultural production in Ukraine", available at: http://www.niss.gov.ua/articles/1292/ (Accessed 2 June 2015).

3. Koval'chuk, S.Ya. and Overkovs'ka, T.K. (2013), Ekonomiko-pravovi aspekty ekolohizatsii ahrarnoho vyrobnytstva v Ukraini [Economic and legal aspects of greening agricultural production in Ukraine], Edel'vejs, Vinnytsia, Ukraine.

4. organic.ua (2013), "Organic European standards on the way to improving", available at: http://organic.ua/uk/2013/28/3097-organichni-jevrostandarty-na-shljahu-do-vdoskonalennja (Accessed 2 June 2015).

5. Verkhovna Rada of Ukraine (2013), Law "On the production and circulation of organic agricultural products and raw materials", available at: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/425-18 (Accessed 2 June 2015).

6. orgprint.org (2013), "World of Organic Agriculture: Statistics and trends 2013", available at: http://orgprint.org/2518/7/FiBL_IFOAM_-World_of_Organic_Agriculture_2013_UA_final.pdf (Accessed 2 June 2015).

7. KMU (2013), "Ukraine will become a world leader for the production of organic products", available at: http://www.info-kmu.com.ua/2013-09-04-000000am/article/15902467.html (Accessed 2 June 2015).

8. Tsikhanovs'ka, V.M. (2014), Rozvytok ahroprodovol'choho rynku Ukrainy v umovakh hlobalizatsii [Development of agri-food market of Ukraine in the context of globalization], TOV "Merk'iuri — Podillia", Vinnytsia, Ukraine.

9. Tsikhanovs'ka, V.M. (2014), "Organizational-economic mechanism of functioning of the agri-food market of Ukraine: Theory, methodology, practice", Abstract of Ph.D. dissertation, Economy, VNAU, Vinnytsia, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 17.09.2015 р.

УДК 338.48

В. В. Папп,
д. е. н., доц., професор кафедри туризму і рекреації, Мукачівський державний університет

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ

V. Papp,
doctor of economic sciences, associate professor, professor of department of tourism and recreation,
Mukachevo state university

GREEN RURAL TOURISM AS A PRIORITY THE DEVELOPMENT OF RURAL TERRITORY OF UKRAINE

У статті визначено соціально-економічну сутність сільського зеленого туризму. Розглянуто роль сільського зеленого туризму як важливої галузі національного та світового господарства. Досліджено основні тенденції розвитку цього виду туризму, визначено його роль в економіці різних країн і доведено вплив туризму на розвиток пов'язаних з ним галузей діяльності. Розкрито переваги сільського зеленого туризму, визначено умови його розвитку, окреслено основні завдання розвитку зеленого туризму на внутрішньому та зовнішньому ринках.

In the article the socio-economic essence of green tourism. The role of rural green tourism as an important sector of the national and world economy. The basic trends of this kind of tourism and its role in the economy of different countries and proven impact of tourism on the development of related sectors of activity. Revealed the benefits of green tourism, the conditions of its development, outlined the main tasks of the development of green tourism in domestic and foreign markets.

Ключові слова: сільський зелений туризм, туристичний продукт, соціально-економічні умови, природні умови, розвиток, ресурсне забезпечення, системний підхід.
Key words: rural green tourism, tourism product, socio-economic conditions, natural conditions, development, resourced, systematic approach.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасні економічні умови дозволяють позиціонувати туризм, як найважливішу галузь національного і світового господарства, що відрізняється високим рівнем доходу та інтенсивними темпами розвитку. Серед причин, що зумовлюють високу прибутковість і темпи зростання галузі, можна назвати суттєвий попит на подорожі різної спрямованості та рентабельність туристичних послуг. В економіці більшості країн туристична галузь дозволяє стимулювати не тільки економічний, але і соціальний розвиток регіонів, а також відіграє значну роль у збільшенні доходів державного та місцевих бюджетів.

Сільський зелений туризм, як поняття або соціально-економічна категорія ввійшов в обіг широкого українського загалу завдяки окремим вченим і дослідникам. У зв'язку з цим, значна частина фахівців туристичної сфери з розумінням оцінює проблеми туристичної діяльності, проте не завжди мова йде про сільський зелений туризм. Зрозуміло, що в сучасних умовах варто говорити про швидкий розвиток цього напряму туристичної діяльності.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Враховуючи початковий етап розвитку підприємств сільського зеленого туризму, їх самостійне функціонування дає все менші гарантії ефективного досягнення поставлених цілей. Тому дослідження можливостей та шляхів розвитку діяльності підприємств сільського зеленого туризму є актуальним.

Питання розвитку сільського зеленого туризму розкрито в роботах Бирковича В.І. [1], Васильєвої Н.В. [2], Прокопи І.В. [3], Рутинського М.Й. [4] та ін.

Однак дискусійними залишаються питання відносно сутності та специфіки процесів розвитку сільського зеленого туризму.

ЦІЛІ СТАТТІ

Мета статті полягає в розробці та обгрунтуванні теоретико-методичних та практичних підходів щодо розвитку сільського зеленого туризму в Україні.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У світі подорожують щороку близько 700 млн осіб, з них від 10—30% обирають сільський туризм. Кількість "зелених" подорожей на внутрішньому ринку в будь-якій країні набагато більше ніж в інших секторах цієї галузі. Наприклад, у Франції тільки 7% бізнес-туристів зупиняються в готелях, решта 93% обирають сільські готелі і кемпінги [6].

Передплатний індекс 21847

За даними Всесвітньої туристської організації, зелений туризм є одним з п'яти ключових стратегічних напрямків розвитку туріндустрії в світі до 2020 року [6]. У наш час зелений туризм найбільш поширений в Угорщині, Чехії та Великобританії, а також в Іспанії, Італії та Німеччини. Ці, а також деякі інші європейські країни, під егідою Ради Європи об'єдналися в Центрально-Східноєвропейську Федерацію по розвитку сільського зеленого туризму.

За даними Всесвітньої туристської організації при ООН число міжнародних туристських прибуттів в 2013 р зросла більш ніж на 5% і досягла 1087 млн, при цьому експортні надходження від міжнародного туризму склали $ 14000000000 [6]. Відзначимо, що туризм сприяє розвитку багатьох пов'язаних з ним галузей діяльності, наприклад, готельного та ресторанного бізнесу, харчової промисловості, транспортної сфери, інформаційно-комунікаційних технологій та багатьох інших сфер. Одним з перспективних напрямів туристичної галузі є екологічний туризм, який представляє форму сталого туризму, орієнтовану на відвідування незайманих антропогенним впливом природних територій.

У світовій практиці в сільській місцевості, поряд з розвитком сільськогосподарської діяльності, джерелом додаткових доходів стають неаграрні сфери зайнятості населення, зокрема сільський туризм. Починаючи з 1972 р. агротуризм виділений в окрему галузь економіки. У країнах Західної Європи сільський туризм характеризується стійким розвитком з початку 1960-х рр. На даний час це явище дуже поширене, хоча регіональні моделі функціонування даного виду дестинацій суттєво різняться.

Сьогодні сільський туризм розвивається досить швидкими темпами і в деяких країнах привертає значну частину іноземних туристів. Мультиплікативно сільський туризм, особливо в умовах реалізації цільових програм розвитку, справляє позитивний вплив на збереження і розвиток сільських територій, раціональне використання їх ресурсного потенціалу, стимулює розвиток особистих підсобних господарств, розширюючи попит на екологічно чисті, натуральні продукти харчування, а також облаштування сільських територій, сільське будівництво, народні промисли, культуру і самобутність, тобто в цілому на вирішення соціально-економічних проблем сільських територій, насамперед проблем зайнятості населення сільської місцевості. Все це в кінцевому результаті впливає на рівень конкурентоспроможності сільських територій, що проявляється в підвищенні рівня добробуту жителів.

Дослідники вважають, що для успішного розвитку сільського зеленого туризму регіон повинен володіти такими рисами: чистим середовищем, низьким рівнем урбанізації та індустріалізації, обмеженою інтенсивністю сільськогосподарської та лісової діяльності, сприятливою аграрної структурою (господарства середньої величини), гармонійним агрокультурним ландшафтом, невеликими доходами людей (що стимулювало б їх зайнятість у цій сфері), вільними ресурсами приміщень.

Поняття "сільський зелений туризм" близьке за змістом до поняття "екологічний туризм". Але між ними є різниця, тому що, по-перше, об'єктом екотуризму виступає дика природа (первинні, не порушені діяльністю людини ландшафти), а об'єктом зеленого туризму є вторинні ландшафти, тобто змінені в процесі господарської діяльності людини. По-друге, готельно-пізнавальний вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає заняття різними формами активної і більшою мірою пасивної рекреації, без заподіяння шкоди природному навколишньому середовищу і не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти їхні потреби. Тому в основі розвитку сільського зеленого туризму повинні знаходити втілення наступні принципи:

— охорона навколишнього середовища, мінімізація збитку в процесі туристичної діяльності, екологічний нагляд за станом туристичного освоєння території;

— контрольоване використання технологій туристичного обслуговування;

— соціальна справедливість щодо місцевих громад (прибуток та інші блага від цього виду діяльності повинні розподілятися на паритетних засадах, з урахуванням інтересів місцевого населення);

— естетична гармонізація туристичного природокористування (туристична інфраструктура повинна органічно вливатися в історично сформоване середовище і зберігати унікальну своєрідність кожної місцевості).

Україна володіє високим туристично-рекреаційним потенціалом. На її території зосереджені унікальні природні та рекреаційні ресурси, об'єкти національної і світової культурної та історичної спадщини, де проходять важливі економічні, культурні та суспільні події. У багатьох регіонах представлений широкий спектр потенційно привабливих туристичних об'єктів і комплексів, що користуються великою популярністю у вітчизняних та іноземних туристів. Наявність різноманітних туристсько-рекреаційних ресурсів країни дозволяє розви-

вати практично всі види туризму, в тому числі рекреаційний, культурно-пізнавальний, діловий, активний, оздоровчий і екологічний туризм, а також сільський туризм та ін.

В Україні існує великий потенціал для розвитку різних видів туризму. Однак, на превеликий жаль, розвиток йде дуже повільно і несистемно. Одним із пріоритетних видів туризму, на який необхідно зробити ставку в процесі розвитку даної індустрії і залучення додаткового числа туристів (в тому числі й іноземних), є сільський туризм. Для України цей напрям може стати одним з важливих джерел отримання доходів для сільських територій та ринковою нішею для багатьох сільських підприємців.

Сільський туризм є відносно новим і перспективним напрямом, що дозволяє жителям міст долучитися до традиційного укладу життя сільських жителів. Суть даного виду туризму полягає у відпочинку в сільській місцевості, де все організаційне забезпечення проживання туристів (у тому числі харчування, дозвілля, обслуговування та ін.) бере на себе приймаюча сім'я. Сільський туризм представляє можливості відпочинку для тих, хто з яких-небудь причин інші види туризму дозволити собі не може. Його привабливими рисами є чисте повітря, домашня атмосфера, незаймана природа, натуральні продукти, тиша і неквапливий побут. За оцінками фахівців, потенційний щорічний попит на зазначений вид туризму становить близько 600 тис. осіб.

Перспективним для регіонів України є розвиток сільського туризму або прийому гостей в будинках сільських жителів. Сьогодні цей вид широко розвинений в Центральній Європі. Як правило, люди, що користуються цим видом відпочинку, беруть свої відпустки частинами і одну з частин своєї відпустки проводять у сільській місцевості. Ця форма відпочинку надає унікальні цінності. У Європі визнається цінністю сільський господар, тобто та людина, яка інформує свого гостя за своїм особистим враженням і розповідям батьків і дідів. І, дійсно, перетворюються в цінності такі буденні речі, як свіже повітря, гостинність, природні та культурні пам'ятки та різні види активного відпочинку, наприклад, участь у сільськогосподарських роботах.

Як показує практика, у міжнародної спільноти є серйозна зацікавленість у цьому виді специфічного відпочинку. Примітно, що сьогодні в Західній Європі налічується приблизно стільки ж ліжко-місць для відпочиваючих у сільській місцевості вдома у господарів, скільки і в готелях. Розвиток туризму приводить до динамізації села, його життя, оскільки залучаються місцеві ресурси, всі місцеві можливості, продукти вироблені в селі: вино, фрукти, овочі, продукти народної творчості, місцеві ремесла. Але для розвитку сільського зеленого туризму повинні бути створені економічні та організаційні передумови, повинно бути бажання місцевих органів влади пропагувати і розвивати цей вид туризму, ефективно використовувати наявний житловий фонд.

Україна досить велика за розмірами території та чисельністю населення європейська держава. Проте на відміну від більшості європейських держав-членів ЄС вона є менш урбанізованою. Щільність сільського населення в перерахунку на одиницю сільських угідь є досить рівномірною, за винятком гірських регіонів, в усіх українських регіонах, що може служити доброю основою порівняльності в оцінці ефективності сільського зеленого туризму в різних регіонах, ситуації на їхніх сільських територіях та прогнозу розвитку на середньострокову перспективу.

Враховуючи значну частину сільського населення в структурі населення України, а також складність соціальних проблем на сільських територіях українських регіонів, при прогнозуванні та плануванні регіонального розвитку необхідно оцінити реальну ситуацію у сфері сільського зеленого туризму в Україні в цілому, а також по групам українських регіонів. Оцінка ж ефективності та перспективності обраного курсу розвитку туристичного сектору української економіки неможлива без порівняння із загальними тенденціями в країнах-членах ЄС, передусім нових членах та країнах сусідах України.

Тенденції до урбанізації територій, які були характерними для більшості країн у минулому столітті, дещо уповільнились і для багатьох країн частка сільського населення стабілізувалась. Спостерігається тенденція зменшення частки великих міст у розподілі міського населення.

Відсоток сільського населення незначно зростає у Польщі (притому там він суттєво вищий, аніж в Україні — майже 39% проти неповних 32%). Це є непрямим свідченням успішності реформ на селі — люди обирають для життя сільську місцевість.

Для України також характерною тенденцією останніх років є стабілізація частки сільського населення на рівні близько 32%. Це досить високий показник. З одного боку, така висока частка сільського населення може свідчити про наявність на сільських територіях людських ресурсів. З іншого боку, така кількість сільського населення може слугувати підставою для диверсифікації економіки та розвиток

Таблиця 1. Регіональний вимір сільського населення України

Регіони України	Населення, тис. осіб. (наявне населення. Чисельність населення на 1 січня 2012 року)	Сільське наявне населення, тис. осіб. (На 1 січня 2012 року)	Сільських жителів на Га
Україна	**45633,6**	**14252,7**	**0,3907**
АР Крим	1963	730,8	0,4876
області			
Вінницька	1634,2	818,4	0,4489
Волинська	1038,6	499,5	0,6031
Дніпропетровська	3320,3	548,1	0,2492
Донецька	4403,2	415,8	0,2337
Житомирська	1273,2	532,8	0,4131
Закарпатська	1250,7	785,5	1,9409
Запорізька	1791,7	412,4	0,1933
Івано-Франківська	1380,1	782,4	1,5974
Київська	1719,5	660,4	0,4363
Кіровоградська	1002,4	379,5	0,2131
Луганська	2272,7	301,1	0,1752
Львівська	2540,9	996,1	0,9657
Миколаївська	1178,2	380,1	0,2130
Одеська	2388,3	793,3	0,3579
Полтавська	1477,2	572,3	0,3056
Рівненська	1154,3	602	0,7293
Сумська	1152,3	373,1	0,2593
Тернопільська	1080,4	605,5	0,6311
Харківська	2742,2	544,9	0,2499
Херсонська	1083,4	420,9	0,2386
Хмельницька	1320,2	592	0,4030
Черкаська	1277,3	558,9	0,4261
Чернівецька	905,3	522,2	1,1633
Чернігівська	1088,5	401,1	0,2332

Джерело: [5].

у його структурі секторів, що потребують значної кількості робочих рук, зокрема сільського зеленого туризму.

Проте ці висновки можуть бути хибними без детального аналізу вікової структури сільського населення та професійної підготовки сільських мешканців працездатного віку. Виходячи із того, що рівень урбанізації українських регіонів є різним, а так само і структура їхньої регіональної економіки, вплив сільського зеленого туризму на економічну та соціальну ситуацію у різних регіонах оцінюється по-різному. Проте, незважаючи на стереотипи, що склались відносно сільського туризму у різних регіонах, його роль на ситуацію в регіоні є дуже важливою, а стан розвитку сільських територій, особливо його складової — людського капіталу, визначатиме тенденції розвитку держави та її регіонів на середньострокову перспективу.

Щодо регіонального розрізу сільського населення України, то він представлений у таблиці 1.

Як видно із наведеної таблиці, лише гірські області України — Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Чернівецька, за таким показником, як щільність сільського населення на сільські угіддя, більш ніж у два рази перевищують середньоукраїнський показник. З іншого боку, найнижчу щільність сільського населення на гектар сільських угідь, мають Луганська та Миколаївська області.

Для збільшення частки малого та середнього підприємництва в структурі сільського туризму, а, як наслідок для комплексного розвитку сільських територій, необхідно вжити комплекс заходів для залучення інвестицій у зміцнення туристської інфраструктури села. Необхідне створення системи стратегічного планування розвитку туризму в сільській місцевості. Мова йде не тільки про розробку державної цільової програми з розвитку сільського туризму, а насамперед про необхідність розробки та реалізації програм соціально-економічного розвитку муніципальних утворень всіх рівнів — від сільського поселення до району та області.

Стан економічної активності населення у сільській місцевості в Україні представлений у таблиці 2.

Для створення комплексної стратегії розвитку сільського туризму на території країни, з чітким індикативним механізмом реалізації, необхідно достовірно визначити рівень стану і перспективи розвитку даного сегмента туристського ринку. Необхідно визначити основні переваги сільського туризму для економіки країни:

— високий сільський потенціал країни;

— високий природно-рекреаційний потенціал;

— наявність культурних та історичних пам'яток не тільки державного, а й світового значення;

— наявність громадських і комерційних організацій, які можуть сприяти розвитку туризму в сільській місцевості;

— багатогалузева спрямованість селянських і особистих підсобних господарств.

До слабких сторін, що стримують розвиток сільського зеленого туризму в країні можна віднести:

— низький рівень розвитку туристичної інфраструктури в сільській місцевості;

— слабка система просування турпродуктів на внутрішньому і міжнародному туристичних ринках;

— відсутність впізнаваності та привабливості сільських регіонів (відсутність бренду);

— відсутність галузевої статистики, що забезпечує інформаційну та управлінську підтримку розвитку індустрії туризму;

— низький рівень підготовки туристських кадрів;

— незначний обсяг інвестицій;

— недосконалість законодавства, пов'язане з питаннями виділення земельних ділянок для туристично-рекреаційних потреб;

— відсутність спеціальних програм підтримки для жителів сільської місцевості, які бажають розпочати підприємницьку діяльність у сфері туризму.

До потенційних можливостей сільського зеленого туризму можна віднести:

— зростання доходів місцевого населення і регіонів в цілому;

— створення додаткових робочих місць;

— розвиток малого підприємництва на селі;

— пожвавлення об'єктів соціальної інфраструктури села;

— залучення іноземних туристів;

— зростаюча конкуренція серед туристських ринків країн ближнього і далекого зарубіжжя.

До загроз розвитку цієї галузі можна віднести:

— недосконалість нормативно-правової бази, що регулює туристську галузь;

— зниження попиту платоспроможного населення внаслідок скорочення прибутковості основних галузей економіки;

— ризик зниження туристського потоку при погіршенні криміногенної обстановки в країні;

— соціально-економічна і політична дестабілізація в країні;

— погіршення екологічної ситуації;

— втрата туристського ринку через низький рівень туристського сервісу на селі.

Таблиця 2. Економічна активність населення у сільській місцевості в Україні

Показники	Середньорічне значення	
	2014	2013
Економічно активне населення		
у віці 15-70 років - усього, тис. осіб	5850,6	6511,7
у тому числі:		
- працездатного віку	5482,5	5817,9
- старше працездатного віку	368,1	693,8
Зайняте населення		
у віці 15-70 років - усього, тис. осіб	5292,4	6033,5
у тому числі:		
- працездатного віку	4924,4	5339,8
- старше працездатного віку	368,0	693,7
Безробітне населення (за методологією МОП)		
у віці 15-70 років - усього, тис. осіб	558,2	478,2
у тому числі:		
- працездатного віку	558,1	478,1
- старше працездатного віку	0,1	0,1
Економічно неактивне населення		
у віці 15-70 років - усього, тис. осіб	3615,9	3008,9
у тому числі:		
- працездатного віку	2456,6	2086,6
- старше працездатного віку	1159,3	922,3
Рівень економічної активності, у відсотках до населення відповідної вікової групи:		
- у віці 15-70 років	61,8	68,4
- працездатного віку	69,1	73,6
- старше працездатного віку	24,1	42,9
Рівень зайнятості, у відсотках до населення відповідної вікової групи:		
- у віці 15-70 років	55,9	63,4
- працездатного віку	62,0	67,6
- старше працездатного віку	24,1	42,9
Рівень безробіття (за методологією МОП), у відсотках до економічно активного населення відповідної вікової групи:		
- у віці 15-70 років	9,5	7,3
- працездатного віку	10,2	8,2
- старше працездатного віку	0,0	0,0

Джерело: [5].

Зацікавленість держави в розвитку цієї діяльності базується насамперед на тому, що для держави приблизно в 20 разів дешевше обходиться створення нормальних умов для сільського жителя на селі, ніж створити для нього ті ж умови в місті. У зв'язку з цим більшість держав Європи реально заохочують розвиток сільського зеленого туризму, надаючи пільги та преференції. У першу чергу, на певному етапі потрібно повне звільнення цієї діяльності від податків. У системі державної освіти деяких країн створюються умови для навчання цьому виду діяльності та для отримання відповідних консультацій.

В Україні розглядаються два можливих напрями розвитку сільського туризму. Перший — можливість використання наявного потенціалу сільських регіонів, житлового фонду сільських жителів, інформаційну та організаційну інфраструктуру, історико-етнографічні маршрути та ін. Другий — створення нових сільських приміщень за рахунок переобладнання існуючого житлового фонду на селі та нового будівництва з урахуванням потреб сімейного, молодіжного, культурного, дитячого, мисливського туризму та ін.

Привабливим є те, що сільський туризм практично єдина галузь, яка на початковому етапі не вимагає інвестицій, великих капітальних вкладень, але може принести велику користь багатьом громадянам держави насамперед тим, що розширює ринок збуту вітчизняних товарів і послуг, створює нові робочі місця і сприяє надходженню іноземної валюти.

У перспективі, у міру накопичення досвіду і засобів, повинно здійснюватися поступальне формування нової інфраструктури сільського туризму, особливо таких його напрямів, як мікротуризм, мініготельне господарство, спорудження мисливських і рибальських будиночків, мінімагазини та ін. На рівні проектних рішень необхідно створювати нові зразки садиб та інших будівель.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Природний, історичний і культурний потенціал країни здатний залучити мільйони туристів. У сучасних економічних умовах сільський туризм служить стабілізуючим фактором, який сприятиме не тільки підтримці нормального життєвого рівня сільських жителів, а й розвитку інфраструктури сервісу, побутового обслуговування, соціальної сфери. Ця обставина дозволяє розглядати національні особливості і традиції населення як важливий ресурс туристичної діяльності, а для цього слід об'єктивно оцінити ремесла, промисли і в цілому національну майстерність українців. Історичні факти свідчать про те, що кожен народ характеризується своєю самобутньою майстерністю, яка по мірі розвитку культури знаходить оригінальні і неповторні форми та методи відображення й осмислення об'єктивної дійсності. Науковий зміст його можуть розробити вітчизняні вузи. Наукова підтримка сільського та інших видів туризму полягатиме в розробці маршрутів для відвідування територій, заснованих на використанні історичних, ландшафтних, археологічних та інших пам'яток, створенні маршрутів наукового, історичного та іншого цільового туризму.

Важливим є дослідження видів сільського зеленого туризму в регіонах України, що може стати об'єктом подальших наукових досліджень.

Література:

1. Биркович В.І. Сільський зелений туризм — пріоритет розвитку туристичної галузі України / В.І. Биркович / Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник. — 2011. — №1 (6). — С. 138—143.
2. Васильєва Н.В. Зелений туризм — панацея чи черговий міф? / Васильєва Н.В. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.greentour.com.ua/ukrainian/progress/arch/
3. Прокопа І.В. Матеріали наради-семінару "Аналіз розвитку та рекомендації щодо вирішення проблемних питань сільського зеленого туризму України". — Яремче, 2011.
4. Рутинський М.Й. Зелений туризм / М.Й. Рутинський, Ю.В. Зінько. — К.: Знання, 2008. — 271 с.
5. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua — офіційний веб-сайт Державної служби статистики України.
6. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://mkt.unwto.org/ru/barometer — World Tourism Organization UNWTO

References:

1. Byrkovych, V.I. (2011), "Green rural tourism — tourism development priority of Ukraine", Stratehichni priorytety. Naukovo-analitychnyj schokvartal'nyj zbirnyk, vol.1(6), pp. 138—143.
2. Vasyl'ieva, N.V. (2006), "Green tourism — Panacea or another myth?", Turyzm sil's'kyj zelenyj, vol.4, pp. 5—14.
3. Prokopa, I.V. (2011), Materialy narady-seminaru "Analiz rozvytku ta rekomendatsii schodo vyrishennia problemnykh pytan' sil's'koho zelenoho turyzmu Ukrainy" [The materials of the seminar "Analysis of development and recommendations to address the issues of rural green tourism Ukraine"], Yaremche, Ukraine.
4. Rutyns'kyj, M.J. and Zin'ko, Yu.V. (2008), Zelenyj turyzm []Green tourism, Znannia, Kyiv, Ukraine.
5. State Statistics Committee of Ukraine (2015), Statistical information, available at: http://www.ukrstat.gov.ua/ (Accessed 5 September 2015).
6. World Tourism Organization UNWTO (2015), http://mkt.unwto.org/ru/barometer (Accessed 5 September 2015).

Стаття надійшла до редакції 16.09.2015 р.

УДК 332.3

А. І. Крисак,
к. е. н., докторант, Луцький національний технічний університет, м.Луцьк

ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИХ ЗРУШЕНЬ ТА СОЦІАЛЬНОЇ СПРЯМОВАНОСТІ У СИСТЕМІ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН: СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИЙ ФОРМАТ

A. Krysak,
PhD in Economics, Doctor Applicant, Lutsk National Technical University, Lutsk

INSTITUTIONAL PROGRESS AND SOCIAL FOCUS EFFICIENCY OF THE SYSTEM OF LAND RELATIONS REGULATION: AGRICULTURAL FORMAT

У статті досліджено окремі аспекти ефективності земельних відносин та здійснено їх стандартизацію через розрахунок індивідуальних територіальних індексів. Критерій оцінки ефективності інституціональних зрушень та соціальної спрямованості у системі регулювання земельних відносин передбачає застосування підкритеріїв оцінки, таких, як: частка сільськогосподарських земель в оренді, частка сільськогосподарських земель в державній власності, частка сільськогосподарських земель у приватній власності. Здійснено порівняльну оцінку та розглянуто динаміку ефективності соціально-інституціонального регулювання земельних відносин за 2000, 2008 та 2013 роки. Результати розрахунку інтегрального територіального індексу визначають рівень ефективності інституціональних зрушень та соціальної спрямованості регулювання земельних відносин щодо володіння та розпорядження землями сільськогосподарського призначення та групування його за порівняно низьким, нижчим середнього рівня, вищим середнього рівня та порівняно високим інтервалами в розрізі регіонів України.

Particular aspects of land relations efficiency are investigated in the article and its standardization thanks to the individual territorial indexes calculation is also provided. The criterion to estimate the institutional progress and economic focus of the land relations regulation efficiency provides following subcriteria: agricultural lands part of the rent, agricultural lands part of the state property, agricultural lands part of the private property. The comparative estimation and the efficiency dynamic of social and institutional land relations regulation in 2000. 2008, and 2013 are provided and reviewed by the author. Results of the integral territorial index calculation defines the level of land relations regulation institutional progress and economic focus efficiency concerning agricultural lands and its grouping according to comparatively low, lower than the average, higher than the average, and comparatively high level of intervals in different regions of Ukraine.

Ключові слова: земельні відносини, соціальна ефективність, регулювання, інтегральний індекс, землі сільськогосподарського призначення.
Key words: land relations, social efficiency, regulation, integral index, agricultural lands.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Землі сільськогосподарського призначення станом на 01.01.2014 р. становлять 42756 тис. га, що складає 70,84% у загальній площі земельного фонду України [7]. Такий значний відсоток зумовлює необхідність регулювання земельних відносин щодо використання, володіння та розпорядження, охорони та відтворення цих земель. Інституціональні зрушення та соціальна спрямованість у системі регулювання земельних відносин в агропромисловому секторі потребує кваліфікованого обгрунтування їх ефективності, сприяє зменшенню соціальної напруги серед сільського населення, бо торкається перерозподілу власності на основний аграрний капітал.

Передплатний індекс 21847

Таблиця 1. Сукупність показників оцінки ефективності інституціональних зрушень у системі регулювання земельних відносин

Регіони	Значення показників								
	частка сільськогосподарських земель в оренді, %			частка сільськогосподарських земель в державній власності, %			частка сільськогосподарських земель в приватній власності, %		
	2000 рік	2008 рік	2013 рік	2000 рік	2008 рік	2013 рік	2000 рік	2008 рік	2013 рік
АР Крим	65,8	84,6	91,2	48,5	32,3	31,3	46,6	66,6	68,7
Вінницька	74,4	95,7	97,2	39,9	26,6	25,8	50,4	72,0	74,2
Волинська	75,3	96,8	95,7	49,2	32,8	31,8	46,3	66,1	68,2
Дніпропетровська	73,6	94,6	93,0	39,1	26,1	25,3	50,7	72,4	74,7
Донецька	73,9	95,1	96,5	38,0	25,3	24,6	51,2	73,1	75,4
Житомирська	72,0	92,5	95,6	37,6	25,1	24,3	51,4	73,4	75,7
Закарпатська	36,2	46,6	67,8	62,6	41,7	40,5	40,4	57,6	59,4
Запорізька	73,3	94,2	95,2	29,4	19,6	19,0	55,0	78,6	81,0
Івано-Франківська	74,9	96,4	96,6	52,5	35,0	33,9	44,9	64,1	66,1
Київська	72,4	93,2	95,1	39,5	26,3	25,5	50,3	71,9	74,1
Кіровоградська	75,0	96,5	96,6	41,5	27,7	26,8	49,7	71,0	73,2
Луганська	72,6	93,4	95,8	28,9	19,3	18,7	55,0	78,6	81,0
Львівська	73,7	94,7	96,6	58,0	38,7	37,5	42,4	60,6	62,5
Миколаївська	71,2	91,6	92,9	36,4	24,2	23,5	51,9	74,2	76,5
Одеська	72,9	93,8	94,2	38,6	25,7	24,9	51,0	72,8	75,1
Полтавська	74,1	95,2	96,8	45,4	30,2	29,3	48,0	68,5	70,6
Рівненська	73,1	94,0	95,3	36,2	24,1	23,4	52,0	74,3	76,6
Сумська	74,5	95,8	95,8	43,7	29,1	28,3	48,7	69,6	71,7
Тернопільська	76,0	97,8	98,6	36,6	24,4	23,7	51,7	73,9	76,2
Харківська	72,6	93,4	93,5	36,8	24,6	23,8	51,7	73,9	76,2
Херсонська	71,2	91,6	93,7	34,4	22,9	22,2	52,8	75,4	77,7
Хмельницька	74,9	96,4	98,0	31,8	21,2	20,6	53,9	77,0	79,4
Черкаська	75,0	96,4	91,9	36,7	24,5	23,8	51,7	73,9	76,2
Чернівецька	73,6	94,7	95,6	35,3	23,5	22,8	52,4	74,9	77,2
Чернігівська	73,2	94,1	97,8	40,0	26,7	25,9	50,3	71,9	74,1
Середне значення	71,8	92,4	94,3	40,7	27,108	26,3	50,0	71,45	73,7

Джерело: розроблено автором на основі аналізу [7].

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Загальним проблемам ефективності у природокористувані присвятили свої роботи провідні науковці такі, як: П. Борщевський [1], З. Герасимчук і В. Голян [2], Б.Данилишин [3], Д. Добряк та А. Мартин [4], Я. Коваль [5], А. Третяк [8], М. Хвесик [9], та ін., зокрема, у сфері землеустрою Мартин А.Г. звертає увагу на ефективність землевпорядних заходів при використанні земель, Третяк А.М. зосереджується на екологічній ефективності управління земельних відносин, Борщевський П.П. на підвищенні ефективності використання відтворення і охорони земельних ресурсів регіону, тобто у більшій мірі дослідження проводяться лише частково, що грунтуються на теоретичних підходах та методологічних засадах земельних відносин, і, таким чином, досі не в повній мірі з аналітичної точки зору визначено оцінку ефективності інституціональних зрушень та соціальної спрямованості у системі регулювання земельних відносин. Не зважаючи на достатньо значний науковий доробок в даній сфері необхідно здійснити більш ретельний підбір відповідних показників, опрацювання яких дозволить забезпечити ефективніше регулювання земельних відносин.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Оцінити рівень ефективності інституціональних зрушень та соціальної спрямованості регулювання земельних відносин в частині використання земель сільськогосподарського призначення, дослідити існуючі проблеми та обгрунтувати магістральні шляхи вирішення у системі їх регулювання.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБГРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Для ідентифікації найбільш детермінуючих чинників та виявлення наявних резервів підвищення рівня ефективності регулювання земельних відносин визначимо рівень ефективності соціально-інституціональної складової в розрізі основних категорій земель: земель сільськогосподарського призначення.

Починаючи з 1992 року в Україні відбувається земельна реформа, що пов'язана з інституціональними зрушеннями у сільськогосподарському землекористуванні. Інституціоналізація приватної форми власності призвела до формування багатоукладності у сільськогоспо-

дарському виробництві. Центр тяжіння у виробництві сільськогосподарської продукції перемістився у приватний сектор — сектор домашніх та фермерських господарств та сектор сільськогосподарських підприємств. Така ситуація значною мірою вплинула на концентрацію земельної власності та ефективність використання сільськогосподарських земель. Це вимагає врахування інституціональних зрушень, які відбулися в аграрній сфері, для вибору сучасних форм та методів раціонального та невиснажливого землекористування. Характерною рисою інституціональних зрушень в системі земельних відносин є використання значної частини розпайованих сільськогосподарських угідь на основі угод оренди. Виходячи з викладеного вище виникає необхідність узагальнюючої оцінки рівня ефективності інституціональних зрушень на основі врахування трансформаційних процесів, які призвели до зрушень у структурі власності на землі сільськогосподарського призначення. Використовуючи метод таксономічного аналізу [6] така оцінка у нашому дослідженні буде базуватися на наступних показниках:

— частка сільськогосподарських земель в оренді (показник-дестимулятор);

— частка сільськогосподарських земель в державній власності (показник-стимулятор);

— частка сільськогосподарських земель в приватній власності (показник-стимулятор), які зведені нами в розрізі областей України у таблиці 1.

Стандартизація даних показників відбувалася шляхом розрахунку індивідуальних територіальних індексів. Порівняно високий рівень частки сільськогосподарських земель в оренді за 2000 рік спостерігався у Закарпатській області. Це зумовлено тим, що в цьому регіоні частка сільськогосподарських земель в оренді, порівняно з іншими регіонами, є найнижчою (найвище значення індивідуального територіального індексу зумовлено тим, що даний показник є показником дестимулятором). Вищий середнього рівень зустрічався в УР Крим, Дніпропетровській, Миколаївській, Одеській, Харківській, Херсонській та Черкаській областях. Нижчий середнього рівень мав місце у Вінницькій, Волинській, Донецькій, Житомирській, Запорізькій, Івано-Франківській, Київській, Кіровоградській, Луганській, Львівській, Полтавській, Рівненській, Сумській, Тернопільській, Хмельницькій, Чернівецькій та Чернігівській областях. Переважна більшість регіонів України входить до групи з нижчим середнього рівня індивідуального територіального індексу, який відображає частку сільськогосподарських земель в оренді, оскільки перебування в середньому більш як 90% сільськогосподарських угідь в оренді не закладає необхідних стимулів для їх повноцінного відтворення та охорони. Тимчасовий характер землекористування культивує монокультуризацію виробництва, виробництво експортоорієнтованої продукції та продукції, яка виступає сировиною для виробництва енергетичних ресурсів.

Незважаючи на масштабні інституціональні зрушення у сфері сільськогосподарського землекористування, які супроводжувалися роздержавленням та приватизацією земель та майна державних та колективних сільськогосподарських підприємств, у структурі землеволодіння зберігається потужний державний сектор. Зокрема частка сільськогосподарських земель у державній власності в розрізі регіонів України коливається в межах від 18,7 до 40,5%. Порівняно високий рівень індивідуального територіального індексу спостерігається у Запорізькій, Луганській, Хмельницькій, Херсонській та Чернівецькій областях. Порівняно низький рівень має місце в АР Крим, Волинській, Закарпатській, Івано-Франківській, Львівській, Полтавській областях.

Необхідною передумовою становлення та нарощення потенціалу аграрного підприємництва є формування5 приватного сектора у сільськогосподарському землеволодінні. В розрізі регіонів України частка сільськогосподарських земель у приватній власності коливається в межах від 50,4 до 81%. На перший погляд інститут приватної власності на сільськогосподарські землі вже сформувався, але періодична пролонгація мораторію не дає можливості повною мірою використати потенціал приватного землеволодіння для нарощення конкурентних переваг вітчизняного аграрного сектора.

Порівняно високий рівень індивідуального територіального індексу зустрічався у Хмельницькій та Запорізькій областях. Вищий середнього рівень мав місце у Вінницькій, Дніпропетровській, Донецькій, Житомирській, Київській, Миколаївській, Одеській, Рівненській, Тернопільській, Харківській, Херсонській, Черкаській, Чернівецькій та Чернігівській областях. Порівняно низький рівень спостерігався у Закарпатській, Івано-Франківській, Львівській областях. Тобто, найнижче значення мало місце в областях з високим рівнем лісистості.

Стандартизацію індексів ефективності інституціональних зрушень та соціальної спря-

Таблиця 2. Індекси ефективності інституціональних зрушень та соціальної спрямованості

Регіони	Індивідуальні територіальні індекси									Інтегральний територіальний індекс		
	частка сільськогосподарських земель в оренді, %			частка сільськогосподарських земель в державній власності, %			частка сільськогосподарських земель в приватній власності, %					
	2000 рік	2008 рік	2013 рік	2000 рік	2008 рік	2013 рік	2000 рік	2008 рік	2013 рік	2000 рік	2008 рік	2013 рік
АР Крим	1,091	1,091	1,034	0,839	0,839	0,839	0,932	0,932	0,932	0,951	0,951	0,933
Вінницька	0,966	0,966	0,970	1,020	1,020	1,020	1,007	1,007	1,007	0,998	0,998	0,999
Волинська	0,954	0,954	0,985	0,826	0,826	0,826	0,925	0,925	0,925	0,901	0,901	0,911
Дніпропетровська	0,976	0,976	1,014	1,039	1,039	1,039	1,014	1,014	1,014	1,010	1,010	1,022
Донецька	0,972	0,972	0,977	1,070	1,070	1,070	1,023	1,023	1,023	1,021	1,021	1,023
Житомирська	0,998	0,998	0,986	1,081	1,081	1,081	1,027	1,027	1,027	1,035	1,035	1,031
Закарпатська	1,983	1,983	1,391	0,650	0,650	0,650	0,807	0,807	0,807	1,072	1,072	0,924
Запорізька	0,980	0,980	0,990	1,384	1,384	1,384	1,100	1,100	1,100	1,148	1,148	1,152
Івано-Франківська	0,958	0,958	0,976	0,775	0,775	0,775	0,897	0,897	0,897	0,875	0,875	0,881
Київська	0,991	0,991	0,991	1,030	1,030	1,030	1,006	1,006	1,006	1,009	1,009	1,009
Кіровоградська	0,957	0,957	0,976	0,980	0,980	0,980	0,993	0,993	0,993	0,977	0,977	0,983
Луганська	0,989	0,989	0,984	1,406	1,406	1,406	1,100	1,100	1,100	1,158	1,158	1,156
Львівська	0,975	0,975	0,976	0,701	0,701	0,701	0,848	0,848	0,848	0,838	0,838	0,838
Миколаївська	1,009	1,009	1,015	1,118	1,118	1,118	1,038	1,038	1,038	1,054	1,054	1,057
Одеська	0,985	0,985	1,001	1,055	1,055	1,055	1,019	1,019	1,019	1,019	1,019	1,025
Полтавська	0,970	0,970	0,974	0,896	0,896	0,896	0,959	0,959	0,959	0,941	0,941	0,943
Рівненська	0,982	0,982	0,989	1,123	1,123	1,123	1,040	1,040	1,040	1,048	1,048	1,050
Сумська	0,964	0,964	0,984	0,930	0,930	0,930	0,974	0,974	0,974	0,956	0,956	0,963
Тернопільська	0,945	0,945	0,956	1,111	1,111	1,111	1,034	1,034	1,034	1,029	1,029	1,033
Харківська	0,989	0,989	1,008	1,104	1,104	1,104	1,034	1,034	1,034	1,042	1,042	1,048
Херсонська	1,009	1,009	1,006	1,182	1,182	1,182	1,055	1,055	1,055	1,081	1,081	1,080
Хмельницька	0,958	0,958	0,962	1,278	1,278	1,278	1,078	1,078	1,078	1,101	1,101	1,102
Черкаська	0,958	0,958	1,026	1,107	1,107	1,107	1,034	1,034	1,034	1,032	1,032	1,055
Чернівецька	0,975	0,975	0,986	1,152	1,152	1,152	1,048	1,048	1,048	1,057	1,057	1,061
Чернігівська	0,981	0,981	0,964	1,017	1,017	1,017	1,006	1,006	1,006	1,001	1,001	0,996
Середне значення	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

Стандартне відхилення індексів від середнього за 2000 рік (σ) =				0,074
Рівень ефективності у 2000 році:				
1 інтервал:		I <	0,926	порівняно низький
2 інтервал:	0,926	≤ I <	1	нижчий середнього рівня
3 інтервал:	1	≤ I <	1,074	вищий середнього рівня
4 інтервал:		I ≥	1,074	порівняно високий
Стандартне відхилення індексів від середнього за 2008 рік (σ) =				0,074
Рівень ефективності у 2008р:				
1 інтервал:		I <	0,926	порівняно низький
2 інтервал:	0,926	≤ I <	1	нижчий середнього рівня
3 інтервал:	1	≤ I <	1,074	вищий середнього рівня
4 інтервал:		I ≥	1,074	порівняно високий
Стандартне відхилення індексів від середнього за 2013 рік (σ) =				0,076
Рівень ефективності у 2013 році:				
1 інтервал:		I <	0,924	порівняно низький
2 інтервал:	0,924	≤ I <	1	нижчий середнього рівня
3 інтервал:	1	≤ I <	1,076	вищий середнього рівня
4 інтервал:		I ≥	1,076	порівняно високий

Джерело: розроблено автором.

мованості у системі регулювання земельних відносин щодо володіння та розпорядження землями сільськогосподарського призначення приведемо у таблиці 2.

Інтегральний територіальний індекс за критерієм "ефективність інституціональних зрушень та соціальної спрямованості", що розраховувався на основі індивідуальних терито-

Таблиця 3. Групування областей України за рівнем ефективності інституціональних зрушень у системі регулювання земельних відносин у 2013 році

Критерій оцінки	Рівень ефективності регулювання земельних відносин			
	порівняно високий	вищий від середнього	нижчий від середнього	порівняно низький
Інституціональні зрушення та соціальна спрямованость у системі регулювання земельних відносин щодо володіння та розпорядження землями сільськогосподарського призначення	Запорізька Луганська Херсонська Хмельницька	Дніпропетровська Донецька Житомирська Київська Миколаївська Одеська Рівненська Тернопільська Харківська Черкаська Чернівецька	АР Крим Вінницька Закарпатська Кіровоградська Полтавська Сумська Чернігівська	Волинська Івано-Франківська Львівська

Джерело: розроблено автором.

ріальних індексів у 2000 році відзначався порівняно високим рівнем у Запорізькій (1,148), Луганській (1,158) областях. Порівняно низький рівень даного показника спостерігався у Волинській (0,901), Івано-Франківській (0,875), Львівській (0,838) областях. Найбільша кількість регіонів України входить в групи з вищим та нижчим середнього рівнем. З огляду на приведене вище можна стверджувати, що станом на 2000 рік найбільш інтенсивно інституціональні зрушення відбувались в південно-східних областях, а найменш інтенсивно — в зоні Полісся та Карпат.

В динаміці інтегрального територіального індексу за критерієм "ефективність інституціональних зрушень та соціальної спрямованості" за 2000, 2008 та 2013 роки, бачимо таку картину: не значні коливання даного показника у 2000 році, у 2008 та 2013 роках відбувалися у тих регіонах, де він спостерігався порівняно високий та вищий середнього рівня, а також у регіонах, де мав місце порівняно низький та нижчий середнього рівень зростання, лише в деяких регіонах відбулися зміни.

Так, даний інтегральний територіальний індекс у Запорізькій області у 2008 році порівняно з 2000 роком не змінився, у 2013 порівняно з 2008 збільшився на 0,004. У Луганській області даний показник у 2008 році в порівнянні з 2000 також залишився без змін; а у 2013 порівняно з 2008 роком навпаки зменшився на 0,002. У Волинській, Івано-Франківській та Львівській областях інтегральний територіальний індекс у 2008 році порівняно з 2000 роком не змінювався, у 2013 році порівняно з 2008 роком у Волинській області зріс показник на 0,010, в Івано-Франківській на 0,006, а у Львівській області залишився на тому ж рівні. Але в АР Крим та Закарпатській області індекс у 2008 році порівняно з 2000 роком не змінювався, а в 2013 порівняно з 2008 роком спостерігається зменшення цього показника у АР Крим на 0,018, а в Закарпатській області показник зменшився на 0,148, тобто у гірських регіонах за рахунок збільшення частки земель, що перебувають в оренді дестимулюючий показник мав найбільший вплив.

На основі проведених розрахунків здійснимо групування областей України за рівнем ефективності інституціональних зрушень та соціальної спрямованості у системі регулювання земельних відносин щодо володіння та розпорядження землями сільськогосподарського призначення у 2013 році (табл. 3).

За результатами інтегральної порівняльної оцінки відносно високий рівень ефективності інституціональних зрушень у системі регулювання земельних відносин щодо сільськогосподарських земель у 2013 році спостерігається в Запорізькій, Луганській, Херсонській та Хмельницькій областях. Це пов'язано з тим, що у регіонах найбільш сильні позиції має інститут державної форми власності (серед яких науково-дослідні господарства, колишні радгоспи, тваринницькі ферми, насіннєві та обслуговуючі державні сільськогосподарські підприємства, які і донині провадять свою господарську діяльність на землях сільськогосподарського призначення). Тому, в даних регіонах необхідною є підтримка тих стандартів регулювання, які уже зарекомендували себе як діючі та ефективні, а також їх відповідність суб'єктам сучасних земельних відносин.

За інтегральним територіальним індексом ефективності інституціональних зрушень у системі регулювання земельних відносин щодо володіння та розпорядження землями сільськогосподарського призначення до групи з

вищим від середнього рівня входять Дніпропетровська, Донецька, Житомирська, Київська, Миколаївська, Одеська, Рівненська, Тернопільська, Харківська, Черкаська, Чернівецька області (це 11 із 25 областей, що становить 44%, тобто спостерігається тенденція, що сприяє нормалізації системи регулювання). У цій групі за названим показником виділяється Чернівецька область, яка серед регіонів Карпатського економічного району демонструє найвищий рівень показника, що відображає розвиток інституту приватної власності щодо сільськогосподарських земель, і, таким чином, регіон демонструє високий рівень ефективності інституціональних зрушень та соціальної спрямованості у системі регулювання земельних відносин. Отже, у групі з вищевказаними областями необхідно посилювати базові елементи системи регулювання, які вказують на позиціонування регіону із вищим від середнього рівня ефективності інституціональних зрушень, для забезпечення потреб оптимального існування землевласників та землекористувачів.

Найнижчим рівнем ефективності інституціональних зрушень та соціальної спрямованості у системі регулювання земельних відносин щодо сільськогосподарських земель, як показують результати інтегральної порівняльної оцінки, відзначаються Волинська, Івано-Франківська, Львівська області, що пояснюється небезпечно низькою часткою незавершених процесів приватизації сільськогосподарських земель, що приводить до відсутності ефективного землевласника і землекористувача та незадовільним рівнем ефективності інституціональних зрушень при регулюванні земельних відносин. Тому основою реалізації системи ефективного регулювання виступає формування інституціональних зрушень, що передбачає переорієнтацію існуючої інституціональної інфраструктури під потреби сільських жителів та сільгоспвиробників.

Занепокоєння викликає нижчий від середнього рівень ефективності інституціональних зрушень та соціальної спрямованості у системі регулювання в АР Крим, Вінницькій, Кіровоградській, Полтавській, Сумській, Чернігівській, та особливо у Закарпатській області. Це пояснюється тим, що регіон відзначається найнижчими рівнями частки сільськогосподарських земель у державній та приватній власності у порівнянні з іншими областями, та найвищим рівнем показника дестимулятора. Тому в областях, що віднесені до даної групи, можна досягти значно кращих результатів щодо володіння та розпорядження земельноресурсним потенціалом, його соціально-інституційного регулювання шляхом активізації процесів перерозподілу власності та користування земельними ділянками, стимулювання соціально-інституційних інструментів системи регулювання, унеможливлення корумпованої складової у цій галузі, покращення культури обслуговування землевласників та землекористувачів у сфері земельних відносин.

Прийняття та впровадження в дію Земельного кодексу в 2001 році та закріплення Конституцією України в 1996 році державної, комунальної та приватної форм власності створило сприятливі умови для інституціональних зрушень в системі земельних відносин щодо володіння та розпорядження землями. Щоправда діючий мораторій на землі сільськогосподарського призначення обмежує право розпорядження цією категорією земель, тому що на даний час розпорядження поширюється лише на передачу земель в оренду, та набуття права власності внаслідок спадкування, але здійснення цивільно-правових угод (купівля, продаж, дарування, міна, передача в іпотеку тощо) заборонені до 1 січня 2016 року. Тобто, розпоряджатися на свій розсуд власник у повній мірі не може. Не набули також ще широкого поширення в рамках даного обмеження договори концесії, емфітевзису та суперфіцію.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Отримані результати розрахунків показують можливості підтримання на належному рівні та покращення заходів, завдяки яким буде здійснюватися ефективне регулювання трансформації інституціональних зрушень у сфері земельних відносин щодо володіння та розпорядження землями сільськогосподарського призначення у кожній із чотирьох груп регіонів. Високий рівень регулювання досягатиметься через децентралізацію владних структур та утворення територіальних громад, що будуть розпоряджатися землями сільськогосподарського призначення як в межах, так і за межами населених пунктів, відстоювати інтереси місцевих власників та землекористувачів сільськогосподарських земель тощо (сьогодні ж, права територіальних громад у даній царині обмежені територіальними органами Держгеокадастру). Напрями подальших досліджень у цій сфері будуть пов'язані з підбором вихідних даних для проведення відповідних розрахунків для визначення рівнів ефективності економічної та

екологічної складових регулювання земельних відносин щодо земель сільськогосподарського призначення, що дозволить провести комплексну оцінку ефективності регулювання земельних відносин стосовно використання, володіння та розпорядження, охорони та відтворення цих земель.

Література:

1. Борщевський П.П. Підвищення ефективності використання, відтворення і охорони земельних ресурсів регіону / П.П. Борщевський, М.О. Чернюк, В.М. Заремба, П.І. Коренюк, О.П. Князьков; НАН України. Рада по вивч. продукт. сил України. — К.: Аграр. наука, 1998. — 237 с.

2. Герасимчук З.В. Трансформація інституціонального механізму природокористування в умовах глобалізації: екологічні імперативи та системні суперечності: монографія / З.В. Герасимчук, І.М. Вахович, В.А. Голян, А.О. Олексюк. — Луцьк: Надстир'я, 2006. — 228 с.

3. Данилишин Б.М. Економіка природокористування: підручник для аспірантів науково-дослідних установ та вищих навчальних закладів / Б.М. Данилишин, М.А. Хвесик, В.А. Голян; М-во освіти і науки України, Нац. Академія Наук України, Рада по вивченню продуктивних сил України. — К.: Кондор, 2010. — 464 с.

4. Добряк Д.С. Напрями вдосконалення нормативно-правової бази регулювання земельних відносин / Д.С. Добряк, А.Г. Мартин // Землеустрій і кадастр. — № 4. — 2009. — С. 5—10.

5. Коваль Я.В. Научные основы рационального использования и охраны природных ресурсов Полесья Украины / А.С.Новоторов, Я.В.Коваль, Д.К.Прейгер и др. — К.: Наукова думка, 1993. — 192 с.

6. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях: Методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта; пер. с пол. В.В. Иванова; науч. Ред. В.М. Жуковской. — М.: Статистика, 1980. — 151 с.

7. Статистичний збірник "Україна" 2014 рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm

8. Третяк А.М. Методичні рекомендації оцінки екологічної стабільності агроландшафтів і сільськогосподарського землекористування / А.М. Третяк, Р.А. Третяк, М.І. Шквир. — К.: Інт землеустрою УААН, 3001. 15 с.

9. Хвесик М.А. Комплексна економічна оцінка природних ресурсів: [монографія] / [за заг. ред. д. е. н., проф., акад. НААН України М.А. Хвесика]. — К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2013. — 206 с.

References:

1. Borshchevskiy, P.P. Cherniuk, M.O. Zaremba, V.M. Koreniuk, P.I. and Kniazkov, O.P. (1998), Pidvyshchennia efektyvnosti vykorystannia, vidtvorennia i ohorony zemelnyh resursiv rehionu [Increasing of regional land resources usage, recreation, and protection efficiency], Ahrarna nauka, Kyiv, Ukraine.

2. Herasymchuk, Z.V. Vahovych, I.M. Holian, V.A. and Oleksiuk, A.O. (2006), Transformaciya instytucionalnoho mehanizmu pryrodokorystuvannia v umovah hlobalizaciyi: ekolohichni imperatyvy ta systemni superechnosti: Monohrafiya [Institutional land usage mechanism transformations under conditions of the globalization: ecological imperatives and systematic contradictions: Monography], Nadstyrya, Lutsk, Ukraine.

3. Danylyshyn, B.M. Hvesyk, M.A. and Holian, V.A. (2010), Ekonomika pryrodokorystuvannia [Land usage economics], Kondor, Kyiv, Ukraine.

4. Dobriak, D.S. and Martyn, A.H. (2009), "Directions for the land relations regulation normative sources improvement", Zemleustriy i kadastr, vol. 4, pp. 5—10.

5. Koval, Y.V. Novotvorov, A.S. and Preiher, D.K. (1993), Nauchnye osnovy racionalnoho ispolzovaniya i ohrany prirodnyh resursov [Scientific basis for the rational natural resources usage and its preservation], Naukova dumka, Kyiv, Ukraine.

6. Pliuta, V. (1980), Sravnitielnyy mnohomernyy analiz v mnohomernyh issliedivaniyah: Metody taksonomii i faktornoho analiza [Comparative multidimensional analysis in the economic researche: methods of the taxonomy and the factor analysis], Statistika, Moscow, Russia.

7. Statistics digest "Ukraine" (2014), available at: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm

8. Tretiak, A.M. Tretiak, R.A. and Shkvyr, M.I. (2001), Metodychni rekomendacii ocinky ekolohichnoyi stabilnosti ahroholandshaftiv i silskohospodarskoho zemlekorystuvannia [Methodical recommendations for the ecological stability estimation of the agricultural holdings and agricultural land usage], Instytut zemleustroyu UAAN, Kyiv, Ukraine.

9. Hvesyk, M.A. (2013), Kompleksna ekonomichna ocinka pryrodnyh resursiv [Complex economic estimation of natural resources], DU IEPSR NAN Ukrayiny, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 08.09.2015 р.

УДК 338.439:504

Л. С. Іванова,
к. е. н., асистент кафедри менеджменту ЗЕД,
Білоцерківський національний аграрний університет

ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ

L. Ivanova,
PhD, department of Management Of Foreign-Economic Affair,
Bila Tserkva National Agrarian University

ORGANIC PRODUCTION: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND DOMESTIC REALITIES

У статті розкривається першопричини нарощення обсягів виробництва органічної продукції в провідних країнах світу та Україні. Зокрема, з'ясовано основні першопричини розвитку органічного землеробства в світі. Основна увага приділялася розгляду методів державного регулювання, які використовуються в провідних країнах світу з метою нарощення обсягів виробництва основних видів органічної продукції. Встановлено, що основним виробником органічної продукції в економічно розвинутих країнах світу є дрібні сільськогосподарські товаровиробники. Переробляють і пакують таку продукцію невеликі та середні підприємства, розташовані, як правило, поблизу відповідних ферм.

Встановлено, що основними каналами збуту органічної продукції є: супермаркети традиційних роздрібних мереж, спеціалізовані продуктові магазини, ринки, інтернет-магазини, прямі продажі фермерських господарств.

Доведено, що основними чинниками, що сприяють розвитку органічного виробництва в Україні, є незадоволений попит неї у провідних країнах із розвиненою економікою, що пояснює їхню зацікавленість щодо розвитку органічного виробництва в нашій країні.

Встановлено, що основним фактором, який негативно впливає на відсутність позитивних тенденцій розвитку органічного землеробства є відсутність дієвої державної підтримки.

The article deals with the causes of increasing amounts of organic production in developed countries Ukraine. The main causes of organic farming in the world. The attention is mostly paid to review methods of state regulations used in leading countries to increase the production of main organic products. It was established that the main producers of organic products in developed countries are small agricultural producers. Small and medium enterprises process and pack these products usually near the farms.

The main distribution channels of organic products are: traditional supermarket retailers, special grocery stores, markets, online stores, direct sales farms.

It was proved that the main factors contributing to the development of organic production in Ukraine are unsatisfied demand in major developed economies, which explains their interest in the development of organic production in our country.

The main factor affecting the lack of positive trends in the development of organic agriculture is the absence of effective governmental support.

Ключові слова: органічне землеробство, державна підтримка, виробництво, сільське господарство.

Key words: organic farming, state support, manufacturing and agriculture.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Складна екологічна ситуація значною мірою спричинена інтенсивною сільськогосподарською діяльністю, спостерігається в більшості країн світу. Тому держави, насамперед економічно розвинуті, дедалі активніше впроваджують альтернативні системи сільського господарювання. До таких методів ведення сільськогосподарського виробництва належать: біоінтенсивне міні-землеробство; біодинамічне землеробство; технології використання ефективних мікроорганізмів або ЕМ-технології; маловитратне стале землеробство; органічне сільське господарство; точне землероб-

ство та ін. Особливістю зазначених технологій ведення сільського господарства є поєднання біологічного підходу й управлінського мистецтва. Головним при цьому стає вибір оптимальних сівозмін, збереження родючості грунтів, різноманіття культур і тварин, боротьба зі шкідниками природними способами.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Теоретичні й практичні аспекти виробництва органічної продукції в Україні знайшли відображення у працях таких науковців та практиків, як: С.С. Антонець, Г.Я. Антонюк, Р.М. Безус, О.О. Маслак, В.М. Писаренко. Проте подальшого дослідження вимагають проблеми і перспективи розвитку їх виробництва органічної продукції в Україні, визначення місця нашої держави на міжнародному ринку органічних продуктів.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Здійснити оцінку сучасного стану виробництва органічної продукції в провідних країн світу основі узагальнення їх досвіду запропонувати шляхи по їх нарощенню в Україні.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Існують різні підходи до визначення способу ведення сільського господарства, при якому виробляють органічні, не шкідливі для організму людини продукти. Вибір певного способу найчастіше залежить від мети його використання. Якщо основною характеристикою досліджуваного процесу сільськогосподарського виробництва вважати натуральність, чистоту вироблених продуктів, найбільш прийнятним буде "органічний". Це поняття вперше було використано у 1940 р. засновником сучасного наукового органічного сільського господарства В. Нортборном у праці "Look to the Land". Поняття "органічне сільське господарство" (organic agriculture) законодавчо закріплено в англомовних країнах. Як відповідник в Італії, Франції, Португалії, Нідерландах використовують термін "біологічне сільське господарство", у Фінляндії — "природне сільське господарство" [1].

Умови ведення органічної діяльності формалізуються і періодично переглядаються IFOAM (Міжнародна Федерація органічного сільськогосподарського руху) на основі консультацій із її членами. Окрім IFOAM, до складу якої входять 760 представників із понад 100 країн світу (у т. ч. 2 з України), на різних рівнях функціонують також міжнаціональні та національні об'єднання, членами яких є фермери і їх асоціації, переробні підприємства, вантажовідправники, сертифікаційні й консультаційні служби, брокери, дистриб'ютори, роздрібні торговці, що працюють у сфері органічної індустрії.

На кожному рівні затверджують і контролюють власні стандарти виробництва, перероблення та збуту органічної продукції. На міжнародному рівні таке управління здійснюється IFOAM, яка розробляє відповідні базисні вимоги, що конкретизуються і доповнюються з урахуванням місцевих особливостей на нижчих рівнях. Наприклад, IFOAM затверджує стандарти органічного тваринництва, ЄС співвідносить їх з європейськими умовами, національні союзи (асоціації) фермерів розробляють канони виготовлення молокопродуктів, а підприємства — детальні технології виробництва сирів, сметани, масла тощо.

Структурно система міжнародного регулювання органічного сільського господарства поєднує чотири складові, а саме: фермерів і переробників, тобто тих, хто виробляє органічну продукцію; органи інспектування або органи відповідного оцінювання, які підтверджують, що виробники дотримують певних правил; систему контролю за інспекторами, тобто їх акредитації (зазвичай це урядовий або приватний акредитований орган чи їх поєднання, які засвідчують компетентність інспекторів і відповідність їхньої діяльності визначеним вимогам); підсистему маркування, яка є практичним результатом усього зазначеного вище і вказує покупцеві на те, що продукцію вироблено згідно з наведеним механізмом.

За даними IFOAM, у світі налічується понад 31 млн га земель, що використовуються для виробництва органічної сільськогосподарської продукції. Загалом понад 558 тис. ферм у 108 країнах світу є органічними, а у сферах виробництва, перероблення, торгівлі та розповсюдження таких продуктів зайнято мільйони людей.

За площею органічних земель на першому місці Австралія (12,1 млн га), на другому — Китай (3,5 млн га). В Австралії до того ж найбільша частка органічних площ у сільськогосподарських угіддях. В Європі найвищим цей показник є у Швейцарії та скандинавських країнах. У структурі органічних земель частка орних площ становить менше половини, решта — луки, пасовища і лісові угіддя для бджільництва [2].

Попит на органічну продукцію в основному виявляє населення країн, де досягли певного рівня економічного розвитку й утворив-

ся прошарок населення, яке не лише вірить у корисність такого продовольства для людського організму, але й здатне платити вищу ціну за його екологічну чистоту. Відповідно найрозвиненішими є ринки органічної продукції країн Північної Америки і Західної Європи, кожний житель яких у середньому щорічно витрачає на придбання зазначених товарів 30—50 доларів.

Уряди цих держав вдаються до заходів, спрямованих на екологізацію сільського господарства. Зокрема вони вводять митне регулювання ввезенню хімічних добрив, преміальні за невикористання хімічних засобів, державні субсидії для ведення органічного землеробства і на період конверсії (переходу від традиційного сільськогосподарського виробництва до органічних технологій), частково компенсують вартість процедур із сертифікації й контролю тощо.

У США на державному рівні виробництво органічного продовольства було законодавчо регламентовано у 1990 р. Усі продукти, які продаються або маркуються у цій країні як органічні, мають бути сертифіковані згідно із затвердженими законом правилами. Близько 80% органічної продукції виробляють сімейні ферми, менші за розмірами, ніж традиційні господарства. Переробляють і пакують таку продукцію невеликі та середні підприємства, розташовані, як правило, поблизу відповідних ферм.

Країни Євросоюзу офіційно надають підтримку менш інтенсивному способу агровиробництва як засобу зниження негативного впливу на навколишнє природне середовище з 1989 р. (Постанова 4115/88/EWG про державне стимулювання екстенсифікації). Нині кожний захід Спільної аграрної політики ЄС обов'язково узгоджується з агроекологічними програмами охорони довкілля з метою мінімізації шкоди від фермерського господарювання та збереження природних ландшафтів [3].

За даними організації FIBL, на початок 2012 р. понад 37,2 млн га сільськогосподарських угідь у світі обробляється для виробництва органічної продукції (у 2001 р. — 17 млн га, у 2005 р. — 26 млн га). Нині виробництвом органічної продукції на планеті займаються 1,8 млн виробників. Для порівняння у 2001 р. цей показник був відповідно 246,9 тис. суб'єктів господарювання.

Більшість країн, що розвиваються, не мають ринків сертифікованої органічної продукції. Становлення і зростання цього сегмента тут пов'язують передусім із відповідною експортною діяльністю (переважно за рахунок поставок тропічних і міжсезонних товарів). Водночас експортери мають дотримувати технологій виробництва і процедур сертифікації органічної продукції, затверджених у розвинутих державах, а також дбати про зміну споживчих пріоритетів їхніх жителів, які традиційно віддають перевагу місцевим товарам.

Як свідчать результати аналізу, Європа дещо відстає від США за темпами збільшення обсягів продажу екологічної продукції, де вони становлять близько 5% на рік, однак країни ЄС і країни, що розвиваються, лідирують за такими показниками, як площа земель під органічним сільським господарством і кількість ферм, які займаються ним. Найбільший попит на органічну продукцію склався у Швейцарії та Німеччині, де частка органічних продуктів у загальному обсязі продажів харчових продуктів становить близько 7%, в Данії — 3,5, у Франції — лише 1—1,5% [4].

За прогнозами деяких дослідницьких компаній, ринок органічної продукції зростатиме до 2020 р. з оборотом у 200—250 млрд дол. на рік. Це пояснюється збільшенням обсягів продажу органічної продукції в країнах, що розвиваються, але прогнозованої стабілізації попиту на ці продукти в провідних країнах поки не виявлено. На сьогодні у світі сформувалися повноцінні ринки органічної продукції в таких сегментах, як овочі та фрукти, молоко і молочні продукти, дитяче харчування, яйця й деякі інші продукти. Проте можемо спостерігати специфіку споживання в певних країнах тих чи інших органічних продуктів.

Аналіз структури обсягів продажу органічних продуктів у США дав змогу виявити суттєву різницю в споживанні порівняно з європейськими країнами, де попит вищий на молочну продукцію, а у США найбільш значущими в ній є фрукти та овочі.

Основними каналами збуту органічної продукції є: супермаркети традиційних роздрібних мереж, спеціалізовані продуктові магазини, ринки, інтернет-магазини, прямі продажі фермерських господарств. Зарубіжна практика також демонструє високу цінову премію на органічні продукти. Аналіз цінових премій у різних країнах показує, що середня ціна на органічну пшеницю перевищує ціну на традиційну на 50—200%, водночас перевищення цін по картоплі коливається від 100 до 500%. Цінова премія на продукти тваринного походження дещо нижча: яловичина — до 30%, свинина — 20—70%.

Як свідчать результати дослідження, належну допомогу у стимулюванні розвитку органічного ринку надає держава, і не тільки за рахунок державних заходів підтримки товаровиробників, хоча це теж є важливим фактором. Наприклад, у 2006 р. Міністерство сільського господарства Польщі оприлюднило трирічну програму популяризації органічного землеробства та органічної продукції з бюджетом 4 млн дол. США. Кошти були витрачені на рекламу в ЗМІ, проведення тренінги для фермерів, оплату послуг консультантів.

Ключовим елементом реформи сільськогосподарського сектора ЄС, початком проведення якої був 2013 р., є система перерозподілу відповідного виду субсидій (їх обсяг сягає в ЄС 55 млрд євро щороку, основні одержувачі — Німеччина і Франція), що має на меті вирівняти виплати фермерам у Західній та Східній Європі. Нині сільськогосподарські підприємства в Німеччині та Франції отримують близько 300 євро за гектар, а нові члени із Центральної та Східної Європи — тільки близько 100 євро.

Основними чинниками, що сприяють розвитку органічного виробництва в Україні, є незадоволений попит неї у провідних країнах із розвиненою економікою, що пояснює їхню зацікавленість щодо розвитку органічного виробництва в нашій країні. Наприклад, інституційну підтримку національного органічного виробництва в Україні надала Швейцарія — найбільший у світі споживач органічної продукції на душу населення. Так, в Україні реалізовано проекти міжнародної технічної допомоги Швейцарської Конфедерації "Сертифікація в органічному сільському господарстві та розвиток органічного ринку в Україні" (2005—2011 рр.) та "Сталий розвиток аграрного виробництва в Україні" (2003—2010 рр.). У 2013 р. у межах цієї технічної допомоги розпочато новий проект "Розвиток органічного ринку в Україні".

Окрім цього успішний досвід введення близько 40 років ресурсозберігаючого землеробства мають окремі вітчизняні сільгосппідприємства. Так, у Полтавській області, яка відзначається давніми традиціями екологічно спрямованого сільськогосподарського виробництва, у 2010 р. на базі ПП "Агроекологія" та Полтавської державної аграрної академії створено Центр органічного землеробства, завданнями якого є наукові дослідження та консультування з даної проблематики, а також безпосередньо виробництво органічної продукції.

Сприятливим чинником слід вважати наявність великих площ сільськогосподарських угідь, придатних для ведення органічного виробництва. Сільськогосподарські угіддя, на яких впровадження технологій органічного виробництва є екологічно можливим та економічно доцільним, становлять близько 8 млн га. Передусім це землі Північно-Полтавського, Вінницько-Прикарпатського, Південно-Подільського та Північно-східно-Луганського регіонів.

Найбільш вагомим чинником є значна ємність внутрішнього ринку. Так, за дослідженнями Федерації органічного руху України, внутрішній споживчий ринок органічних продуктів постійно зростає: у 2008 р. він оцінювався у 600 тис. євро, у 2009 р. — 1,2 млн євро, у 2010 р. — 2,4, у 2011 р. — 5,1, у 2013 р. —7,9 млн євро. В останні три роки спостерігається тенденція до наповнення внутрішнього ринку власною органічною продукцією за рахунок налагодження переробки органічної сировини на вітчизняних підприємствах. Зокрема, це крупи, соки, сиропи, повидло, сухофрукти, мед, м'ясні та молочні вироби. Тому необхідно формувати внутрішній попит саме на сертифіковану органічну продукцію, основними потенційними споживачами якої є жителі міст. Оскільки в Україні традиційно "екологічно чистою" вважається продукція, що виробляється у сільській місцевості в господарствах населення (обсяг якої становить близько 50% у валовому виробництві продукції сільського господарства), платити значні кошти за органічну продукцію, за винятком дитячого харчування, споживачі часто не готові.

Сприяє подальшому розвитку ринку органічного сільського господарства потужний екологічний органічний рух. Виробники органічної продукції та їхні організації є достатньо активними на ринку та в інформаційному просторі, формуючи попит на марковану продукцію: регулярно провадяться ярмарки органічної продукції, науково-практичні конференції, семінари, круглі столи з проблематики розвитку органічного виробництва, виставкові заходи, розміщується інформація у ЗМІ. Такі вітчизняні організації, як Міжнародна Громадська Асоціація "БІОЛан Україна", Федерація органічного руху України, ТОВ "Органік стандарт", ТОВ "УКРАГРОФІН" є членами IFOAM, а Всеукраїнська громадська організація "Жива планета" — її асоційованим членом.

Протягом 2011—2012 рр. на законодавчому рівні були зроблені дієві кроки щодо формування нормативно-правової бази функціонування органічного землеробства в Україні. Зокрема Верховна Рада ухвалила Закон України "Про

виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини", який має врегулювати правові та економічні основи виробництва й обігу органічної сільськогосподарської продукції та сировини, передбачає заходи контролю та нагляду за такою діяльністю. Закон спрямовано на забезпечення справедливої конкуренції й належного функціонування ринку органічної продукції та сировини, покращення показників стану здоров'я населення, збереження навколишнього природного середовища, раціонального використання грунтів і відтворення природних ресурсів

Аналіз законодавчої бази свідчить, що поняття органічного виробництва не визначено, не розроблено національні стандарти щодо органічного виробництва та органічної продукції. Тому органічна продукція вітчизняного виробництва, представлена на ринку, сертифікується стандартами, за визнаними на міжнародному ринку. Так, українська сертифікаційна компанія ТОВ "Органік стандарт" входить до офіційного переліку сертифікаційних органів, визнаних в ЄС і Швейцарії, та здійснює сертифікацію за стандартами "БІОЛан" (приватними українськими стандартами). Стандарти органічного сільськогосподарського виробництва та маркування продукції і продуктів харчування "БІОЛан" було розроблено на основі Базових Стандартів Міжнародної федерації органічного сільського господарства, Постанови Ради (ЄЕС) № 2092/91 щодо органічного виробництва сільськогосподарських продуктів і Стандартів BIOSWISS Асоціації Швейцарських організацій виробників органічної продукції. Відсутність законодавчого поля унеможливлює організацію системи акредитації й унормування діяльності сертифікаційних органів, а також перешкоджає позиціонуванню України як експортера органічної продукції на міжнародному ринку.

Держава жодним чином не підтримує вітчизняних органічних виробників, статус їхньої продукції не підтверджений на внутрішньому ринку. Незважаючи на це, галузь досить динамічно розвивається, переважно з ініціативи окремих прихильників цієї справи. Господарства, які ведуть органічне землеробство, розташовані в Західній Україні, Полтавській, Київський, Вінницькій, Одеській областях і спеціалізуються переважно на вирощуванні кукурудзи, цукрових буряків, соняшнику, пшениці. Найстаріше органічне господарство з понад 30-річним досвідом роботи розташоване у Шишацькому районі Полтавської області.

Нині ринок органічної продукції в Україні досить складно оцінити за кількісними параметрами. Водночас ступінь готовності вітчизняного продовольчого ринку до абсорбції екологічно чистої продукції зростає з підвищенням добробуту населення країни. Водночас Україна має позитивний досвід експорту органічної продукції, однак необхідні для цього сертифікаційні процедури здійснюються іноземними компаніями [5].

Площа сертифікованих сільськогосподарських угідь в нашій країні, відведена під вирощування різноманітної органічної продукції, перевищує 250 тис. га. Україна займає двадцять перше місце серед світових країн-лідерів органічного руху, перше — в східноєвропейському регіоні за сертифікованою площею органічної ріллі та спеціалізується переважно на виробництві зернових, зернобобових і олійних культур.

За даними Міжнародної Федерації органічного сільськогосподарського руху, наприкінці 2013 р. в Україні налічувалось 164 сертифікованих органічних господарства, загальна площа сертифікованих органічних сільськогосподарських земель становила 278,8 тис. га. Більшість українських органічних господарств розташовані в Вінницькій, Житомирській, Закарпатській, Львівській, Полтавській, Тернопільській, Одеській, Херсонській областях. Внутрішній споживчий — ринок органічних продуктів в Україні — становить понад 5,1 млн євро.

Дослідженням виявлено, що вітчизняні сертифіковані органічні господарства мають різного розміру: від кількох гектарів до десятків тисяч гектарів ріллі. Серед основних сільгосптоваровиробників, які працюють за правилами органічного виробництва, слід назвати агрофірму "Агроекологія" Шишацького району Полтавської області. Окрім того, на принципах органічного виробництва працює асоціація учасників органічного виробництва ТОВ "БіоЛан", створена на базі Іллінецького аграрного технікуму до складу якої входять юридичні та фізичні особи, які обробляють землю загальною площею понад 16,5 тисяч гектарів.

У Донецькій області розвитком органічного виробництва активно займається ТОВ "Чистий продукт-С", яке вирощує овоче-баштанні та ягідні культури, картоплю, соняшник, часник. Водночас, в Україні станом на 01.01.2012 р. працює 16 сертифікаційних компаній-нерезидентів, які здійснюють сертифікацію сільськогосподарського виробництва, що розви-

вається на принципах органічного. Серед цих сертифікаційних органів є тільки одна українська — Органік Стандарт, створена в межах реалізації швейцарсько-українського проекту "Сертифікація в органічному сільському господарстві та розвиток органічного ринку в Україні" і працює відповідно до стандартів, розроблених Дослідним інститутом органічного сільського господарства (FiBL), в рамках імплементації Постанови Ради ЄС № 834/2007 від 28.06.2007 р.

Стратегічним напрямом розвитку аграрного сектору на період до 2020 р. Мінагрополітики України визначило основні індикативні показники нарощування органічного виробництва, а саме: зростання частки сільськогосподарських угідь, сертифікованих відповідно до органічних стандартів у 2015 р. до 5%, у 2020 р. — до 7%; збільшення кількості сертифікованих органічних товаровиробників, що займаються виробництвом молока, овочів, фруктів і лікарських рослин до 2015 р. не менше як утричі, до 2020 р. — у 10 разів; зростання частки органічної продукції у 2015 р. до 7%.

В Україні налічується понад 164 сільгосппідприємств, які здійснюють свою діяльність за принципами органічного господарювання та сертифіковані відповідно до чинних міжнародних стандартів. Площа, зайнята під органічним виробництвом, становить понад 278,8 тис. га. Проте подальший активний розвиток органічного руху в Україні можливий за умови створення чіткої, ефективної системи підтримки і забезпечення на національному рівні.

ВИСНОВКИ

Зменшення застосування вітчизняними господарствами хімічних засобів захисту рослин і мінеральних добрив сприяли тому, що великі території можна вважати відносно чистими. Україна за своїми природно-кліматичним і ресурсним потенціалом може посісти одне з провідних місць серед виробників сільськогосподарської органічної продукції, її реалізації на експорт, а також для постачання на внутрішній ринок, що значно збільшить прибутки.

Застосування в Україні органічних систем землеробства стане прибутковішим за рахунок інноваційних біотехнологій, в результаті чого знижуються виробничі витрати, зменшується частка відходів, збільшуються врожаї, прискорюється інтенсивність росту рослин, їх посухостійкість. У сукупності це вплине на зниження собівартості продукції, отже збільшаться попит і прибутки сільськогосподарських виробників. Подальший розвиток органічного сільського господарства сприятиме створенню додаткових робочих місць у сільській місцевості та новим перспективам для малих фермерських господарств, життєдіяльності й життєздатності сільських громад, які є надзвичайно важливими для України.

Література:

1. Willer H. The World of Organic Agriculture — Statistics and Emerging rends 2012 / H. Willer, L. Kilcher. = Bonn, Switzerland:Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), and International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), 2012.
2. Федерація органічного руху України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://organic.com.ua
3. Willer H. The World of Organic Agriculture — Statistics and Emerging Trends 2012 / H. Willer, L. Kilcher. — Bonn, Switzerland:Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), and International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), 2012.
4. Organic Agriculture, Environment and Food Security. Rome, FAO, 2002. — p. 86, Haring A., Vairo D., Dabbert S., Zanoli R. Organic farming policy development in the EU: What can multi-stakeholder processes contribute? // Food Policy. — 2009. — № 34. — P. 265—272.
5. Гармашов В.В. До питання органічного сільськогосподарського виробництва в Україні / В.В. Гармашов, О.В. Фомічова // Вісн. агар. науки — 2010. — №7. — С. 11—16.

References:

1. Willer, H. and Kilche, L. (2012), The World of Organic Agriculture — Statistics and Emerging rends 2012, Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), and International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM) Bonn, Switzerland.
2. Organic Federation of Ukraine (2015), http://organic.com.ua
3. FAO (2002), Organic Agriculture, Environment and Food Security, Rome, Italy.
4. Haring, A. Vairo, D. Dabbert, S. and Zanoli R. (2009), "Organic farming policy development in the EU: What can multi- stakeholder processes contribute?", Food Policy, vol.34, pp. 265—272.
5. Harmashov, V.V. and Fomichova, O.V. (2010), "On the issue of organic agricultural production in Ukraine", Visn . ahar . nauky, vol. 7, pp. 11—16.

Стаття надійшла до редакції 16.09.2015 р.

УДК 330. 332

Д. А. Міщенко,
д. н. з держ. упр., доцент, професор кафедри фінансів,
Університет митної справи та фінансів

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПІДТРИМКИ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

D. Mishchenko,
PhD in Public Administration, lecturer, Professor, Department of Finance, University of customs and finance

IMPROVING THE STATE FINANCIAL SUPPORT FOR AGRICULTURE UKRAINE

У статті розглянуто основні перешкоди щодо ефективного функціонування системи державної підтримки сільського господарства в Україні. Визначено, що державна підтримка є невід'ємною частиною державного регулювання та являє сукупність різних важелів і інструментів, пільгового фінансування найбільш вразливих підприємств і галузей сільського господарства, удосконалення механізму державної підтримки сприятиме розвитку сільськогосподарського виробництва, позитивно відобразиться на становищі сільських територій. Її необхідно здійснювати з урахуванням специфіки регіональної ситуації, а також фінансових можливостей бюджету. Державна підтримка у майбутньому має бути переорієнтована з сільськогосподарського виробництва на підтримку індивідуальних проектів, що визначаються за єдиними, заздалегідь відомими критеріями, які забезпечують їх високу ефективність. Підтримуючи розвиток сільськогосподарських підприємств, стимулюючи створення агрохолдингів, держава створює попит, який є локомотивом сільського господарства, одночасно створюючи стимули для формування кооперації на базі дрібних господарств.

In the article the basic problems of state support of agriculture in Ukraine; determined that the state support is an integral part of state regulation and is a set of different levers and instruments, concessional financing companies and the most vulnerable sectors of agriculture, improve the mechanism of state support to promote the development of agricultural production, positive impact on the situation of rural areas. It must take into account the specific regional situation and financial capacity of the budget. State support in the future should be shifted from agriculture to support individual projects, defined by the only criteria known in advance, making them highly effective. Supporting the development of agricultural enterprises, encouraging the creation of agricultural holdings, the state creates demand, which is the engine of agriculture, while creating incentives that lead to cooperation based on small farms.

Ключові слова: сільське господарство, державне регулювання, підтримка, фінансування, фінансовий стан.
Key words: agriculture, government regulation, support, financing, financial position.

ВСТУП

У сучасних умовах сільське господарство є однією з найбільш важливих галузей вітчизняної економіки. В складній фінансовій ситуації, в якій опинилася наша країна, сільськогосподарське виробництво не лише покликане забезпечити населення якісними і доступними продуктами харчування та підтримувати на належному рівні продовольчу безпеку країни, але є і однією з основних експортоорієнтованих галузей. При цьому, в силу підвищеної чутливості до впливу різного роду негативних чинників нестабільності сільське господарство потребує певної державної підтримки та сприяння у розвитку. Зважаючи на такі фактори, як залежність отримання кінцевої продукції від сезонності та природно-кліматичних умов, уповільнений обіг коштів, високу капіталомісткість виробництва та порівняно низьку дохідність недивно, що навіть за сприятливих економічних умов воно потребує фінансової підтримки держави.

Фінансовий стан значної частини вітчизняних сільськогосподарських підприємств сьогодні не можна визнати задовільним. Багато сільськогосподарських товаровиробників не здатні реалізувати принцип самофінансування не лише розширеного, але і простого відтворення, що робить галузь інвестиційно непривабливою. Одним з чинників успішного розвитку сільського господарства є державна підтримка на державному і регіональному рівнях. Її ефективна реалізація сприяє створенню необхідних умов для сталого розвитку сільських територій, прискоренню темпів зростання обсягів сільськогосподарського виробництва та

підвищенню конкурентоспроможності галузі [9].

Питання державної підтримки сільськогосподарського виробництва досліджувалися багатьма вченими, зокрема: В. Андрійчуком, В. Бойком, П.Гайдуцьким, Б. Кваснюком, Ю. Лузаном, В. Месель-Веселяком, О.Могильним, Б.Пасхавером, М.Присяжнюком, П. Саблуком, А. Стельмащуком, Г. Черевком та ін. Вони обгрунтували необхідність державної підтримки сільського господарства, запропонували шляхи вдосконалення системи його бюджетного фінансування. Водночас теоретичні та методологічні аспекти проблеми застосування різних важелів механізму державної підтримки залишаються недостатньо дослідженими і потребують поглибленого опрацювання.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Мета статті — розглянути основні проблеми системи державної підтримки сільського господарства в Україні, запропонувати заходи щодо удосконалення механізму державної підтримки вітчизняного сільського господарства.

РЕЗУЛЬТАТИ

Основним напрямом державного регулювання сільського господарства є державна бюджетна підтримка. Вона дозволяє істотно пом'якшити наслідки нееквівалентності в товарообміні сільського господарства з іншими галузями економіки, забезпечити ефективне функціонування сільськогосподарського виробництва України в цілому [1].

Серед проблем, які можна виокремити у системі державної підтримки сільського господарства в Україні окремо слід відмітити відсутність довіри до дій держави у цій сфері з боку сільсьгоспвиробників, а також недостатній рівень впливу заходів бюджетної підтримки на розвиток вітчизняного сільського господарства. Зазначені недоліки у функціонуванні системи державної підтримки сільського господарства обумовлені тим, що програми бюджетної підтримки в Україні страждають від постійного недофінансування, а розрив між плановими і фактичними бюджетними витратами за останні роки тільки збільшився; крім того, правила розподілу бюджетних коштів за відповідними програмами підтримки зазвичай схвалюються на щорічній основі і часто змінюються з року в рік, також важко передбачити терміни надходження коштів, тобто виробники сільськогосподарської продукції часто не отримують підтримки, коли вона їм терміново потрібна. Недивно, що сільськогосподарські товаровиробники не дуже покладаються на цю підтримку. Крім того, необхідно враховувати корупційні прояви та непрозорість у розподілі бюджетних витрат, наявність обмежень та ускладнень для доступу до програм бюджетної підтримки для малих і середніх сільгоспвиробників.

Розвинені країни, де державні органи управління виділяють значні фінансові кошти на підтримку сільського господарства, стимулюючи модернізацію техніки і технологій агропромислового виробництва, отримали високі результати в продовольчому забезпеченні населення.

Світовий досвід переконує, що основою створення раціонального та стійкого, економічно збалансованого сільськогосподарського виробництва є цілеспрямована державна підтримка.

Механізм державної підтримки сільського господарства регулюється Законом України "Про державний бюджет України" і "Про державну підтримку сільського господарства України" [7], а порядок витрачання бюджетних коштів щорічно визначається окремими постановами Кабінету Міністрів України.

Механізми державної підтримки можна класифікувати таким чином:

— залежно від джерел фінансування виділяють бюджетний механізм підтримки, коли за рахунок бюджетів усіх рівнів надаються бюджетні послуги, а також розробляються та реалізуються програми регулювання галузі сільського господарства, і позабюджетний, який передбачає здійснення заходів економічної політики, які не потребують витрачання коштів державного бюджету;

— залежно від періоду дії заходів, спрямованих на сталий розвиток сільського господарства, розрізняють короткостроковий (до одного року) і довгостроковий (більше одного року) механізм державної підтримки;

— за рівнями виокремлюють два види державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників: регіональний, коли заходи державної підтримки поширюються тільки всередині окремого регіону або суб'єкта господарювання та національний, який передбачає реалізацію загальнодержавних програм підтримки сільськогосподарських товаровиробників [6].

Державна підтримка є невід'ємною частиною державного регулювання та являє сукупність різних важелів і інструментів, пільгового фінансування найбільш вразливих підприємств і галузей сільського господарства.

Удосконалення механізму державної підтримки сприятиме розвитку сільськогосподарського виробництва, позитивно відобразиться на становищі сільських територій. Її необхідно здійснювати з урахуванням специфіки регіональної ситуації, а також фінансових можливостей бюджету

Держава повинна не тільки сприяти індивідуальному підходу в державній підтримці сільськогосподарських товаровиробників, але і стимулювати їх розвивати власну збутову інфраструктуру, що допоможе позбавитися від посередників у сільському господарстві та наблизитися до світових моделей розвитку агропромислового комплексу [9].

Аналіз обсягів підтримки сільського господарства України з боку держави за рахунок бюджетних програм та податкових пільг свідчить про досить низький її рівень, так за період 2012—2014 років така підтримка складала в середньому близько 8% валового випуску сільського господарства України, в той час як в країнах Організації Економічного Співробітництва та Розвитку (ОЕСР) така підтримка складала 12% за аналогічний період часу. В той же час, у відсотках ВВП, обсяг фіскальної підтримки сільського господарства в Україні складав близько 2% у 2014 році, що вище ніж у країнах ОЕСР.

Державна підтримка сільського господарства за рахунок бюджетних виплат в Україні здійснюється переважно у вигляді бюджетних субсидії, дотації та фінансування суспільних послуг, інститутів та інфраструктури.

Фінансування суспільних послуг, установ та інфраструктури включає в себе бюджетні виплати для надання таких державних послуг, як розвиток інфраструктури, освіти, наукових досліджень і розробок, санітарного та фітосанітарного контролю, заходів щодо забезпечення продовольчої безпеки тощо. Ці витрати потрапляють до так званих "не викривляючих" заходів підтримки або заходів підтримки "зеленої скриньки" (відповідно до класифікації СОТ). Обсяг фінансування цієї категорії не обмежується правилами СОТ, а програми підтримки вважається такими, що стимулюють довгостроковий розвиток сільського господарства. Фінансування суспільних послуг домінує в структурі бюджетних витрат на сільське господарство з 2009 року: 63% в 2012 році і 77% в 2014 році [8].

Бюджетні субсидії та дотації сільгоспвиробникам спрямовувались переважно на окремі підгалузі (польові культури, свині, велика рогата худоба), і в першу чергу через платежі на одиницю площі певних культур, кількості тварин, рівня виробництва, та через програму компенсації відсоткових ставок за банківськими кредитами. Ця категорія державних субсидій поєднує в собі виплати, пов'язані з виробництвом, певним видом продукції та виробничими ресурсами.

Ці програми підтримки потрапляють до так званих "викривляючих ринок" заходів або заходів підтримки "жовтої скриньки" (відповідно до класифікації СОТ). Україна повинна зберегти державну підтримку, яка "викривляє ринок" в рамках 3,04 мільярдів грн, або що еквівалентно приблизно 613 млн $ на момент вступу України до СОТ (у 2008 році).

У цілому бюджетні витрати на сільське господарство зміщуються від пов'язаних з виробництвом субсидій та дотацій до не пов'язаної з виробництвом підтримки [8].

Такий процес, з точки зору ефективних підходів державної підтримки, в цілому можна вважати як рух в правильному напрямку. Це дає можливість вивільняти обмеженні бюджетні ресурси з неефективних (з точки зору підтримки сталого розвитку) та порушуючих торгівлю заходів підтримки на користь бюджетних інвестицій в аграрну освіту, науку, дорадчі послуги, сільську інфраструктуру, інфраструктуру із забезпечення санітарного та фітосанітарного благополуччя, що приносять довгострокові вигоди для всього сектору. Звичайно, з позиції сьогодення теперішня ефективність діяльності, наприклад, аграрної освіти, науки, систем санітарного та фітосанітарного контролю тощо доволі сумнівна та потребує фундаментального переформатування.

Державна підтримка у майбутньому має бути переорієнтована з сільськогосподарського виробництва на підтримку індивідуальних проектів, що визначаються за єдиними, заздалегідь відомими критеріями, які забезпечують їх високу ефективність. Підтримуючи розвиток сільськогосподарських підприємств, стимулюючи створення агрохолдингів, держава створює попит, який є локомотивом сільського господарства, одночасно створюючи стимули для формування кооперації на базі дрібних господарств.

Відповідно до світової практики слід також переходити від стимулювання витрат на виробництво до заохочення кінцевого результату виробництва. За наявності активної державної підтримки в країні має бути створено повний цикл виробництва сільськогосподарської продукції — від сортового насіння, інкубаторних яєць, племінної худоби та птиці через сільсько-

господарське виробництво, промислову переробку, логістичну інфраструктуру до реалізації в оптовій і роздрібній торгівлі. При цьому слід зосередити основні зусилля на таких напрямах:

— забезпечити зростання виробництва сільськогосподарської продукції як важливої умови стабілізації кормової бази тваринництва й відповідно збільшити експортні можливості країни;

— стимулювати зростання виробництва м'яса та молока;

— скоротити залежність від імпорту сільськогосподарської продукції [9].

Ефективність функціонування механізму державної підтримки багато в чому залежатиме від того, наскільки гармонійно і раціонально він сформований в господарюючих суб'єктах; як внутрішньогосподарський механізм реагує на виклики зовнішнього середовища; чи спроможний він ефективно використовувати можливості зовнішнього оточення. Науково обгрунтований і гармонійно сформований організаційно-економічний механізм державної підтримки повинен протистояти впливу несприятливих чинників. Державна підтримка мусить мати стимуляційний, а не підтримуючий характер. Її слід розглядати як стратегічний ресурс, що дає змогу використовувати новітню техніку і прогресивні технології, впроваджувати інновації. Механізм державної підтримки повинен поєднувати в собі різні форми її забезпечення — пряму, непряму та опосередковану, гармонійне поєднання яких забезпечує додаткову стійкість та ефективність [6].

Механізм бюджетного фінансування сільськогосподарського виробництва повинен працювати так, щоб забезпечити реальне зміцнення економіки, формування умов для економічного зростання сільськогосподарських підприємств.

Ефективність державної підтримки сільського господарства як економічна категорія охоплює три рівноцінні компоненти: обсяг фінансування, його доступність та ефективність використання. Форми держпідтримки реалізуються через організаційно-економічний механізм.

Сьогодні державна підтримка сільського господарства не є такою дієвою та ефективною, якою має бути. Слід передусім підвищити її наукову обгрунтованість, встановити обсяг необхідних коштів для державної підтримки виходячи з відповідних економіко-математичних моделей; вивчити ступінь відповідності балансової і реальної економічної ефективності інвестування сільськогосподарських підприємств, обгрунтувати оптимальні моделі різних типів сільськогосподарських підприємств для сільських територій і розрахувати на їх основі можливості зростання виробництва, прибутку, оплати праці та ін [6].

ВИСНОВКИ

Отже, державна підтримка сільського господарства є неодмінною умовою його сталого розвитку та забезпечення продовольчої безпеки держави. Сьогодні потрібен принципово новий підхід до організації фінансового забезпечення сільського господарства, удосконалення розглянутих напрямів державної підтримки шляхом проведення активних заходів на рівні сільськогосподарських підприємств, створення нових фінансово-кредитних структур. Системі державної підтримки необхідно бути гнучкою та забезпечувати цілеспрямоване ефективне функціонування агропромислового комплексу як єдиного цілого. Аграрна політика країни має бути спрямована на розвиток сталого та конкурентоспроможного сільськогосподарського виробництва, підвищення якості життя й соціальної інфраструктури на сільських територіях.

У найближчій перспективі державі слід продовжувати політику участі в економічному процесі як безпосередньому суб'єкту суспільних і економічних відносин, що сприятиме посиленню підтримки ринкових інституцій і розвитку інфраструктури агропромислового комплексу. Доцільно встановити частку сільського господарства у витратній частині бюджету відповідно до питомої ваги галузі у ВВП, а також регламентувати надання бюджетної підтримки сільському господарству в регіонах у законодавчому порядку.

З метою підвищення ефективності системи державної підтримки сільського господарства в Україні необхідно:

— забезпечити підвищення справедливості, прозорості та ефективності використання бюджетних ресурсів, що може бути досягнуто у результаті впровадженя наступних заходів: широке інформування громадськості про використання бюджетної підтримки у сільському господарстві, та її ефективність; забезпечення можливості доступу та отримання бюджетної підтримки для всіх виробників; вдосконалення процесу управління реалізацією програм державної підтримки сільського господарства; зменшення кількості програм, полегшення умов для потенційних отримувачів підтримки, що обмежить можливості для зловживань;

— спрямовувати кошти бюджетної підтримки сільського господарства на програми перед-

бачені у "зеленій скринці"; зумовити надання такої бюджетної підтримки виконанням певних умов по збереженню навколишнього середовища, ландшафту тощо; збільшити фінансування програм розвитку сільських територій;

— здійснити перехід від державної підтримки через податкові пільги до бюджетних програм підтримки;

— розробити новий чи вдосконалити існуючий підхід щодо підтримки дрібних та середніх фермерів чи фермерських організацій;

— забезпечти удосконалення існуючої моделі державної підтримки із покращенням умов доступу та спрощенням адміністрування програм підтримки, що може бути досягнуто у результаті впровадженя наступних заходів: збільшення фінансування програм підтримки підгалузей сільського господарства, які знаходяться в кризовому становищі; збільшити фінансування заходів підтримки жовтої скриньки, при цьому не перевищуючи Сукупний вимір підтримки на рівні 613 млн дол. США; зосередити наявні фінансові ресурси на підгалузях, які знаходяться в гострому кризовому становищі (наприклад, молочне та мясне скотарство) до моменту відкриття експортних ринків (ЄС, Росії тощо); збільшити фінансування програм розвитку сільських територій; збереження існуючої системи податкових пільг для сільського господарства.

Література:

1. Антонов А.В. Напрями удосконалення форм державної підтримки розвитку сільських територій / А.В. Антонов // Державне управління: удосконалення та розвиток. — 2012. — №7.

2. Бойко В.І. До проблеми визначення механізму державної підтримки виробників аграрної продукції / В.І. Бойко, О.А. Козак // Економіка АПК. — 2010. — № 7. — С. 37—39.

3. Булат М.А. Напрями державної бюджетної підтримки сільського господарства/ М.А. Булат // Економіка АПК. — 2010. — № 3. — С. 46—50.

4. Козлова К.Г. Державна підтримка розвитку сільського господарства / К.Г. Козлова // Вісник Харківського регіонального інституту державного управління. — 2012. — С. 1—6.

5. Лузан Ю.Я. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку агропромислового виробництва України: монографія / Ю.Я. Лузан. — К.: ННЦ ІАЕ, 2012. — 472 с.

6. Онисько С. Концептуальні засади формування ефективної системи державної підтримки сільськогосподарських підприємств / С. Онисько, М. Кіц // Аграрна економіка. — 2014. — Т. 7. — № 1—2. — С. 7—12.

7. Про державну підтримку сільського господарства: України Закон України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>

8. Проект Єдиної комплексної стратегії розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015—2020 роки [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://minagro.gov.ua/node/16025

9. Пуцентейло П.Р. Напрями вдосконалення державної підтримки сільського господарства України / П.Р. Пуцентейло // Торгівля і ринок України. — 2013. — Вип. 36. — С. 256—266.

References:

1. Antonov, A.V. (2012) "Areas of improvement of forms of state support for rural development", Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok, vol. 7.

2. Boiko, V.I. and Kozak, O.A. (2010), "To the problem of determination of mechanism of state support of producers of agrarian products", Ekonomika APK, no. 7, pp. 37—39.

3. Bulat, M.A. (2010), "Directions of state budgetary support of agriculture", Ekonomika APK, no. 3, pp. 46—50.

4. Kozlova, K.G. (2012), "Public support for agricultural development", Visnyk Harkivskoho rehionalnoho instytutu derzhavnoho upravlinnya, pp. 1—6.

5. Luzan, Yu.Ya. (2012), Orhanizatsiyno-ekonomichnyy mechanism zabezpechennya rozvytku ahropromyslovoho vyrobnytstvav Ukrayiny [Organizational-economic mechanism of ensuring the development of the agricultural production of Ukraine], NNC IAE, Kyiv, Ukraine.

6. Onysko, C. and Kits, M. (2014), "Conceptual bases of formation of effective system of state support of agricultural enterprises", Ahrarna ekonomika, vol. 1—2, pp. 7—12.

7. Verkhovna Rada of Ukraine, The Law of Ukraine "About state support of agriculture", available at: http://zakon2.rada.gov.ua

8. Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine, Project Single integrated strategy to develop agriculture and rural areas in 2015—2020 years. available at: http://minagro.gov.ua/node/16025

9. Putsenteylo, P.R. (2013), "Areas of improvement of the state support of agriculture of Ukraine", Torhivlya i rynok Ukrayiny, no. 36, pp. 256—266.

Стаття надійшла до редакції 16.09.2015 р.

УДК 636.5/.6(477)

І. М. Беженар,
к. е. н., ст. наук. співр., Національний науковий центр "Інститут аграрної економіки", м. Київ
Т. М. Васюта,
аспірант, Національного університету біоресурсів та природокористування, м. Київ

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПТАХІВНИЦТВА В УКРАЇНІ

I. Bezhenar,
ph.d. (або candidate of economic sciences), senior researcher fellow,
National scientific center "Institute of agrarian economics", Kyiv
T. Vasuta,
graduate, National University of life and environmental Sciences, Kyiv

STATE AND PROSPECTS OF THE POULTRY FARMING IN UKRAINE

У статті досліджено сучасні тенденції розвитку галузі птахівництва в Україні в контексті статистичного аналізу динаміки поголів'я, виробництва основних продуктів — м'яса птиці та яєць, економічної ефективності реалізації, розглянуто експортно-імпортні операції. Коротко розглянуто особливості світового розвитку даної галузі. Відмічено головні пріоритети для подальшого ефективного розвиту птахівничої галузі, що полягають у впровадженні технологічних інновацій з селекції та племінної роботи, підвищенні генетичного потенціалу, механізації і автоматизації процесів, оптимізації кормової бази та поліпшенню умов утримання відповідно до ветеринарно-санітарних норм з метою прискореного розвитку і насичення внутрішнього ринку високоякісною вітчизняною продукцією галузі, що в свою чергу гарантуватиме продовольчу безпеку держави, забезпечення переробної промисловості сировиною, населення — м'ясом та яйцями відповідно до норм споживання. Визначено певні перспективні напрями підвищення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку, які полягають у сертифікації якості відповідно до світових стандартів, що дозволить виробнику активніше просувати свою продукцію, розширити ринки збуту.

In the article the major trends of development of poultry farming in Ukraine were determinated through the context of the statistical analysis of the dynamics of livestock, production of major products — poultry and eggs, economic efficiency of sales and export-import operations. The features of the global development of the industry are briefly considered. There are marked the main priorities for further effective development of the poultry industry, which are the technological innovations in selection and breeding process, improving of the genetic potential, mechanization and automation of processes, feed optimizing and improving of the conditions of retention according to the veterinary and sanitary standards in order to acceleration of the development and saturation of the domestic market with high-quality domestic products sector. Such measures will guarantee food security of the state, raw material provision for processing industry and meat and eggs production in accordance with intake for people. There are determined some perspective directions of increase of product's competitiveness on the global market, that consist in certification of quality according to international standards, which allow the producer to promote his products more actively and to expand markets.

Ключові слова: птахівництво, продукція галузі птахівництва, промислове виробництво, конкурентоспроможність, економічна ефективність.
Key words: poultry, production of poultry farming industry, industrial production, competitiveness, economic efficiency.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Прагнення до досягнення найвищого прибутку спонукають виробників обирати види діяльності, що характеризуються швидким оборотом вкладених коштів. Тому швидкий розвиток птахівнцтва є закономірним і передбачуваним явищем, адже це одна з найбільш високопродуктивних галузей тваринництва (з високим забійним виходом), яка при незначних затратах праці й кормів продукує наступні види продукції: доросла птиця, молодняк, інкубаційні і харчові яйця, продукти забою і переробки, пух

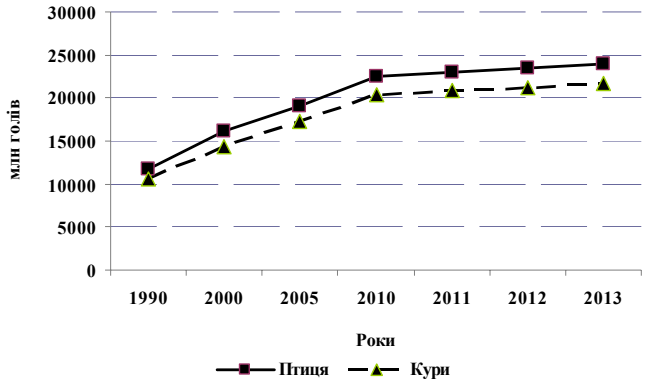

Рис. 1. Поголів'я птиці у світі, млн гол.

та пір'я, забезпечуючи сировиною харчову, легку, парфумерну, промисловість та медицину. В зв'язку з подорожчанням вартості енергетичних ресурсів, кормів, ветеринарних препаратів та обмеженістю розміщення у територіальному плані утримування ВРХ, свиней є менш вигідною справою, ніж розведення курей, гусей, індиків.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питанням забезпечення продовольчої безпеки у векторі забезпечення м'ясом приділяли свою увагу О.І. Гойчук, О.В. Мазуренко, В.Я. Месель-Веселяк, В.Я. Амбросов, В.Г. Андрійчук, П.С. Березівський, М.Я. Дем'яненко, М.В. Зубець, М.Г. Лобас, Б.А. Мельник, В.Я. Месель-Веселяк, С.І. Михайлов, О.М. Оніщенко, М.М. Рудий, П.Т. Саблук, О.В. Шкільов, М.Ф. Шкляр, Ф.О. Ярошенко та ін.

Проте галузь птахівництва розвивається досить швидкими темпами, тому потребує постійної уваги та аналізу тенденцій під впливом глобалізаційних змін.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є узагальнення особливостей розвитку світового птахівництва та оцінка розвитку птахівництва в Україні, виявлення проблем та пошук шляхів для підвищення ефективності галузі, забезпечення населення високоякісними продуктами харчування, утримання і підвищення конкурентних позицій та створення умов для виходу зовнішній ринок, визначення перспектив розвитку в сучасних умовах.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Птахівництво — найбільш скоростигла галузь з найкоротшим відтворювальним циклом, що займається розведенням, вирощуванням, утриманням, годівлею птиці.

Зі зростанням населення у світі на перший план виходить проблема забезпечення його продовольчої безпеки, а особливо білком, основним джерелом якого є м'ясо. Оскільки м'ясо птиці наразі є найбільш дешевим видом, тому багато виробників саме на ньому роблять акцент, з огляду на те, що саме його можуть собі дозволити купити більшість населення світу, відповідно до їх доходів. Тому поголів'я птиці невпинно зростає (рис. 1).

Птахівництво є галуззю, що розвивається досить стрімко. Найбільшими виробниками м'яса птиці у 2012 р. були країни, в яких широко застосовують інноваційні досягнення, а саме: США (17976 тис. т або 18,7% світового виробництва), Китай (18230 тис. т або 17,3%) та Бразилія (12050,6 тис. т або 11,4%). Країни Євросоюзу виробили 12623,7 тис. т м'яса птиці або 450,8 тис. т на одну країну. Лідерами є Франція (13,6%), Великобританія (12,8%), Польща (12,2%), Німеччина (11,3%), Італія (10%), Іспа-

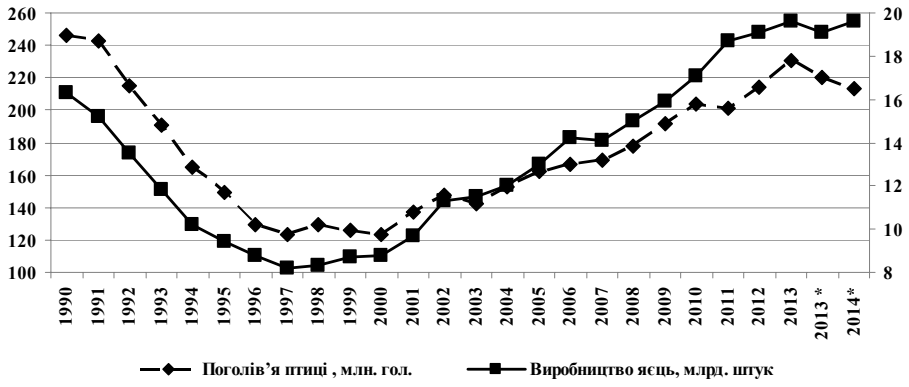

Рис. 2. Динаміка поголів'я та виробництва яєць, 1990—2014 рр.

Джерело: розраховано за даними Державного комітету статистики України [2; 3].

*Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя; за 2014 рік — також без урахування частини зони проведення антитерористичної операції.

нія (9,2%). Україна за даними ФАО знаходиться на 26 місці в світі за виробництвом м'яса птиці.

Лідером у виробництві яєць є Китай, який у 2012 р. виробив 490000 млн шт. (39,2%), США — 92275 млн шт. або 7,4%, Індія — 65450 млн шт. або 5,2% і Мексика — 46360,6 млн шт. або 3,7%, Японія — 41778 млн шт. або 3,3% від світового виробництва. Країни Європейського Союзу виробили 111142,3 млн шт. або 8,9%.

Україна до 1991 р. входила в число країн з високим рівнем розвитку даної галузі. В історичному ракурсі розвиток галузі характеризувався спадом виробництва продукції птахівництва з 1990—1997 рр., і відродження виробництва з 1998 року і до теперішнього часу [1].

В Україні у 2014 році вироблено 1547,6 тис. т у живій вазі і 1164,7 тис. т у забійній вазі м'яса птиці, 19587,3 млн шт. яєць, але обсяги виробництва постійно зростають, що свідчить не тільки про відродження галузі птахівництва, а й про її динамічний і швидкий розвиток.

Порівнюючи розвиток галузі у 1990 р. та у 2014 р., варто відмітити, що незважаючи на деяке зменшення поголів'я на 13,3%, виробництво яєць збільшилося на 20,2% (з 16,3 млрд штук до 19,6 млрд штук), що є свідченням нарощення продуктивності (рис. 2).

Виробництво м'яса птиці у 2014 році перевищило виробництво у 1990 р. на 64,4% (у забійній масі) та на 64,6% (у живій масі) (табл. 1).

Отже, з наведених даних можна констатувати, що спостерігається позитивна динаміка росту чисельності поголів'я птиці і відповідно покращуються показники забезпечення потреб населення у продукції птахівництва.

Таблиця 1. Динаміка виробництва м'яса птиці в Україні за 1990—2014 рр.

Роки	Виробництво м'яса птиці	
	(у живій масі), тис. т	(у забійній масі), тис. т
1990	940,1	708,4
2000	264,9	193,2
2010	1278,8	953,5
2011	1316,1	995,2
2012	1414,1	1074,7
2013	1568,9	1168,3
2013*	1475,3	1096,2
2014*	1547,6	1164,7

Джерело: розраховано за даними Державного комітету статистики України [2; 3].

*Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя; за 2014 рік — також без урахування частини зони проведення антитерористичної операції.

Галузь птахівництва досягла світових показників продуктивності, середня річна несучість курей-несучок зросла з 214 шт. у 1990 р. до 276 шт. у 2014 р., проте спостерігається певне зменшення порівняно з 2012 р. — 293 шт.

Щодо зонального розподілу птахівництво історично широко розвинене в Україні, тобто виступає традиційною галуззю сільського господарства, завдяки наявним сприятливим кліматичним умовам та високому рівню розвитку зернового господарства. Тому при переході до ринкових умов, саме дана галузь завдяки своїй низькій матеріаломісткості, собівартості та мобільності змогла швидко адаптуватися та наростити власний потенціал.

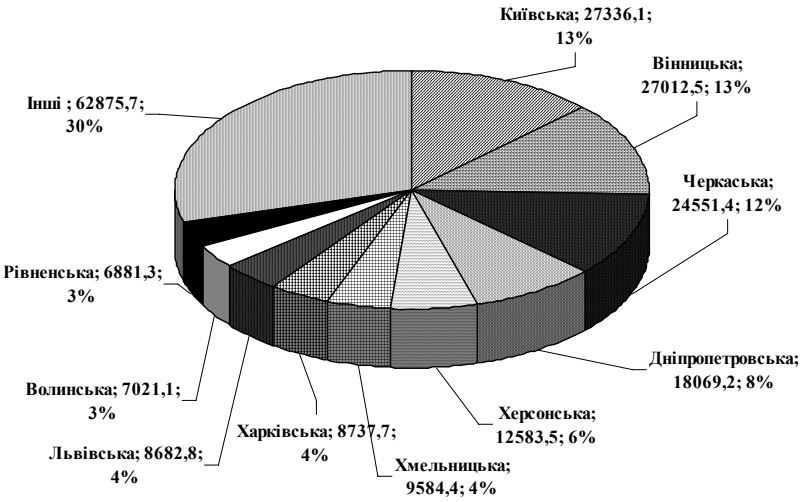

Рис. 3. Розподіл поголів'я птиці по областях України на 1 січня 2015 р.

Джерело: розраховано за даними Державного комітету статистики України [2; 3].

*Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя; за 2014 рік — також без урахування частини зони проведення антитерористичної операції.

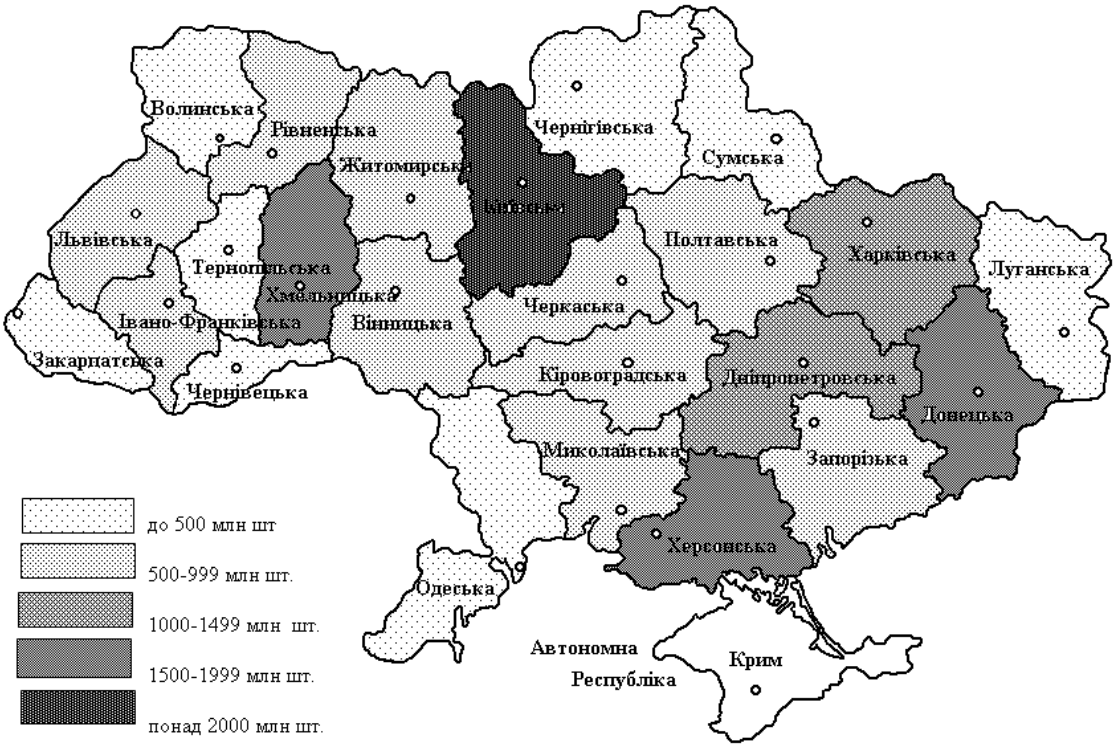

Рис. 4. Картограма виробництва яєць по Україні, 2014 р.

*Дані по Луганській та Донецькій областях за 2014 рік можуть бути уточнені. Даних по виробництву у тимчасово окупованій території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя немає.

Аналізу розподілу поголів'я птиці по областях України виявив безумовних лідерів, які разом утримують 71% поголів'я птиці в Україні. Серед яких Київська, Вінницька, Черкаська, Дніпропетровська, Херсонська області що утримують від 6 до 13% загального поголів'я (рис. 3).

Виробництво м'яса птиці зосереджено у Лісостепу, де у 2014 р. вироблено 733,7 тис. т або 63% загальноукраїнського виробництва, на Степ і Полісся припадає 21,5% і 15,5% відповідно. До п'ятірки областей-лідерів за виробництвом м'яса птиці належать: Черкаська (23%), Вінницька (18,9%), Дніпропетровська (14%), Київська (13,6%) області та Волинська область з часткою виробництва 5,8% від загального обсягу.

В Україні спостерігається стрімка динаміка росту виробництва яєць, зокрема як зазначалося вище, виробництво яєць в 2014 році збільшилось на 20,3% проти показника 1990 року і у 2,2 рази проти 2000 року. Цьому сприяло збільшення виробництва яєць у Херсонській і Хмельницькій — у 4,6 рази, Івано-Франківській — у 2,8 рази, Рівненькій майже у 2 рази, Київській на 86,2%, Житомирській — 56,1%, Черкаській — 52,2%, Чернівецькій — 43,1%, Донецькій — 26,5%, Закарпатській —

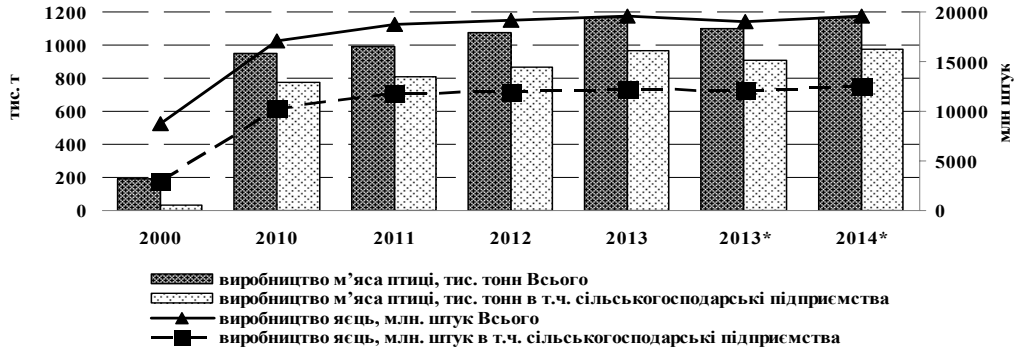

Рис. 5. Розподіл виробництва продукції птахівництва відповідно до категорії господарств

Джерело: розраховано за даними Державного комітету статистики України [2; 3].

*Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя; за 2014 рік — також без урахування частини зони проведення антитерористичної операції.

22,1%, Тернопільській — 20,5%, Вінницькій області -17,8%, Миколаївській — 9,5%Кіровоградській — 8,5% проти 1990 р.

Про концентрацію виробництва яєць по областях України свідчить рисунок 4.

З даного рисунку видно, що більше 2 млрд яєць, а саме (2,7 млрд шт.) виробляє Київська область або 13,8%, яка виступає беззаперечним лідером. Донецька, Херсонська, Хмельницька разом виробляють 24,7%, їх частка коливається від 8,4% до 9,8%. Харківська і Дніпропетровська області займають по 5,3% у всеукраїнському виробництві яєць.

Виробництво на 1 особу яєць поступово збільшується з 314 шт. у 1990 році до 456 шт. у 2014 р. або на 45,2%.

Таблиця 2. Групування сільськогосподарських підприємств за наявністю поголів'я птиці всіх видів на 1 січня 2015 року

	Кількість підприємств		Чисельність поголів'я	
	одиниць	у % до загальної кількості	тис. голів	у % до загальної чисельності
Підприємства – всього	**531**	**100,0**	**122077,8**	**100,0**
з них мали, голів				
до 50	65	12,2	1,3	0,0
51 – 199	47	8,9	5,6	0,0
200 – 499	32	6,0	9,4	0,0
500 – 999	29	5,5	22,3	0,0
1000 – 1999	36	6,8	51,9	0,0
2000 – 2999	21	4,0	51,5	0,0
3000 – 3999	33	6,2	115,1	0,1
4000 – 4999	12	2,3	53,8	0,0
5000 – 6999	14	2,6	82,2	0,1
7000 – 9999	10	1,9	86,1	0,1
10000 – 24999	40	7,5	657,2	0,5
25000 – 49999	33	6,2	1168,7	1,0
більше 49999	159	29,9	119772,7	98,2

Джерело: розраховано за даними Державного комітету статистики України [2; 3].

*Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя; за 2014 рік — також без урахування частини зони проведення антитерористичної операції.

Розглядаючи частку поголів'я птиці відповідно до категорії господарств, можна констатувати наступне, якщо у 1960 р. на сільськогосподарські підприємства припадало 23,3% вирощеного поголів'я птиці, 1990 р. — 54%, 2000 р. — 20,5%, то в 2010 р. — 54,3%, 2012 р. — 55,1%, 2013 р. — 57,4%, 2014 р. — 57,2%, що свідчить про те, що на даний час це єдина галузь, яка інтенсивними темпами переходить на промислову основу до сільськогосподарських підприємств, адже тільки за таких умов можна ефективно застосовувати засоби механізації, автоматизації та ветеринарної профілактики і забезпечувати продовольчу безпеку країни.

Відповідно і виробництво продукції галузі птахівництва в основному сконцентроване у сільськогосподарських підприємствах (рис. 5).

Оскільки вище доведено факт переміщення галузі птахівництва у сільськогосподарські підприємства, розглянемо які саме підприємства займаються розведенням птиці (табл. 2).

З даних таблиці видно, найбільша кількість підприємств, а саме: 159 (або 29,9%) мали пого-

Таблиця 3. Групування сільськогосподарських підприємств за обсягом виробництва яєць у 2014 році

	Кількість підприємств		Вироблено яєць	
	одиниць	у % до загальної кількості	млн шт.	у % до загального обсягу
Підприємства – всього	**425**	**100,0**	**12536,2**	**100,0**
з них з обсягом, тис. шт.				
до 10,0	122	28,7	0,5	0,0
10,1 – 50,0	69	16,2	1,8	0,0
50,1 – 100,0	30	7,1	2,2	0,0
100,1 – 500,0	48	11,3	11,5	0,1
500,1 – 1000,0	12	2,8	9,2	0,1
1000,1 – 5000,0	36	8,5	108,0	0,9
5000,1 – 10000,0	22	5,2	162,1	1,3
10000,1 – 50000,0	36	8,5	947,1	7,5
більше 50000,0	50	11,7	11293,8	90,1

Джерело: розраховано за даними Державного комітету статистики України [2; 3].

*Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя; за 2014 рік — також без урахування частини зони проведення антитерористичної операції.

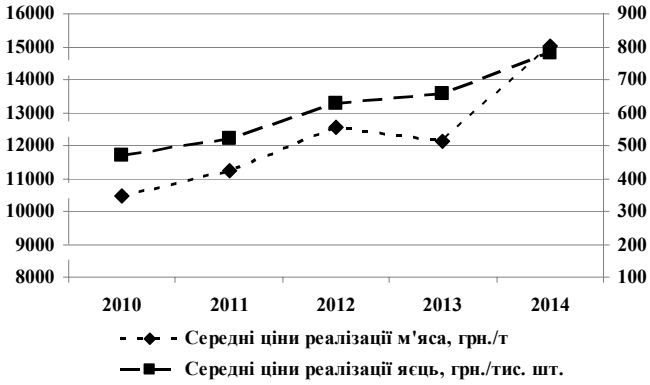

Рис. 6. Середні ціни реалізації на продукцію галузі птахівництва, 2010—2014 рр.

Джерело: розраховано за даними Державного комітету статистики України [3].

*Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя; за 2014 рік — також без урахування частини зони проведення антитерористичної операції.

лів'я більше 50 тис. голів (або 98,2% від загальної чисельності), що свідчить про великопромислове утримання птиці.

Це ж припущення підтверджують і дані таблиці 3.

З даних таблиці 3 випливає, що 90,1% загального обсягу вироблених яєць припадає на 50 підприємств, що виробляють більше 50 млн штук.

Ціни на продукцію галузі птахівництва мають тенденцію до зростання, що в першу чергу пояснюється зростанням вартості кормів та зростанням витрат на матеріально-технічні ресурси (рис. 6).

Собівартість м'яса птиці зросла протягом 2010 — 2014 років на 23,9% відповідно з 1034,37 грн. до 1281,46 грн. за 1 центнер. Ціна реалізації м'яса птиці за 2010 — 2014 також зросла на 9,6 % відповідно з 989,29 грн. до 1084,47 грн. за 1 центнер. Зважаючи на те, що собівартість виробництва м'яса птиці перевищує ціну реалізації, то збитковість виробництва м'яса птиці у 2014 році складала 15,4%. Однак виробництво продукції птахівництва досить ефективне, завдяки тому що у 2014 р. рентабельність виробництва яєць склала 58,8%. Собівартість яєць (1000 шт.) у 2010—2014 зросла на 26,5% , ціна на 69,4%.

Якщо знову звернутися до історичного ракурсу розвитку галузі, то слід згадати, що протягом 1990 — 1993 років виробництво м'яса птиці було прибутковим, а з 1997 р. по 2000 р. — збитковим, з 2001 р. спостерігається зменшення збитковості, а з 2004 по 2006 рр. виробництво м'яса птиці знову стало прибутковим. Рентабельність виробництва харчових яєць з 1990 (27,3 %) зростала до 1993 р. — 75,1%, потім почала зменшуватися (рис. 7).

Розглядаючи рентабельність виробництва продукції відповідно до типу господарства, слід відмітити, що виробництво м'яса птиці є рентабельним у фермерських та державних підприємствах, а виробництво яєць — у господарських товариствах, інших підприємствах, недержавних і сільськогосподарських підприємствах (табл. 4).

Отже, галузь птахівництва характеризується промисловим розвитком та концентрацією у

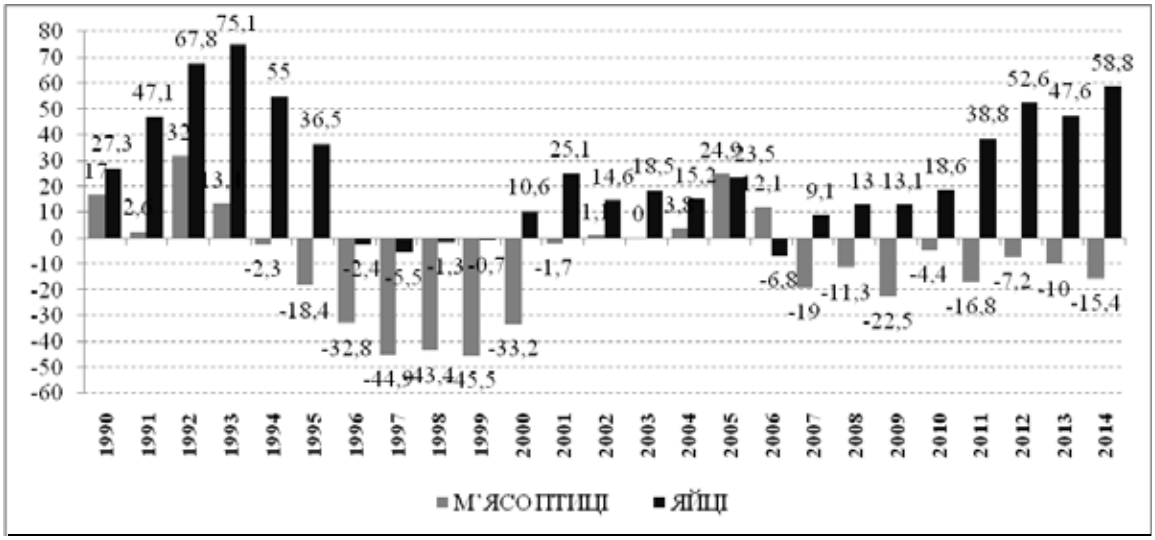

Рис. 7. Динаміка рівня рентабельності продукції птахівництва, 1990—2014 рр.

Джерело: розраховано за даними Державного комітету статистики України [4].

*Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя; за 2014 рік — також без урахування частини зони проведення антитерористичної операції.

Таблиця 4. Діяльність птахівничих господарств різних організаційно-правових форм, 2014 р.

	Господарські товариства	Приватні підприємства (включаю чи фермерські)	з них селянські (фермерські) господарства	Сільгоспко-оперативи (виробничі)	Інші підприємства (включаючи міжгоспи)	Недержавні підприємства	Державні підприємства	Сільськогос-подарські підприємства
Кількість продукції, - в живій масі, ц	810315	110044	30519	630	22175	943164	269	943433
- тис. штук	9948463	240855	8	1086	591076	10781480	178	10781658
Виробнича собівартість продукції, тис. грн. - м'яса птиці	870781,6	140580,1	32899,8	1143,3	22182,5	1034687,5	521,8	1035209,3
- яєць	4380435,8	158840,3	12,3	1650	165667,6	4706593,7	157,2	4706750,9
Повна собівартість продукції, тис. грн. - м'яса птиці	1034205,6	146773,7	33841	1341,6	26101,9	1208422,8	552,4	1208975,2
- Яєць	5063255	175786	13,4	1847,4	184504,2	5425392,6	175,2	5425567,8
Чистий дохід (виручка), тис.грн. Від реалізації - м'яса птиці	870899,4	131799,7	38669,5	784	19079,7	1022562,8	559,7	1023122,5
- яєць	7947071,8	166467,8	5,2	1053,3	500981	8615573,9	126,9	8615700,8
Прибуток (збиток), тис.грн. - м'яса птиці	-163306,2	-14974	4828,5	-557,6	-7022,2	-185860	7,3	-185852,7
- яєць	2883816,8	-9318,2	-8,2	-794,1	316476,8	3190181,3	-48,3	3190133
Повна собівартість, грн. - 1 ц м'яса птиці	1276,3	1333,77	1108,85	2129,52	1177,09	1281,24	2053,53	1281,46
- 1000 шт. яєць	508,95	729,84	1675	1701,1	312,15	503,21	984,27	503,22
Ціна реалізації - 1 ц м'яса птиці	1074,77	1197,7	1267,06	1244,44	860,41	1084,18	2080,67	1084,47
- 1000 шт. яєць	798,82	691,15	650	969,89	847,57	799,11	712,92	799,11
Рентабель-ність - м'яса птиці	-15,8	-10,2	14,3	-41,6	-26,9	-15,4	1,3	-15,4
- яєць	57	-5,3	-61,2	-43	171,5	58,8	-27,6	58,8

Джерело: розраховано за даними Державного комітету статистики України [4].

*Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя; за 2014 рік — також без урахування частини зони проведення антитерористичної операції.

великих сільськогосподарських підприємствах і агрохолдингах, що зуміли побудувати в Україні технологічно нові, забезпечені сучасною технікою і обладнанням птахофабрики, птахокомплекси; залучити інвестиції та інноваційний розвиток галузі, комп'ютеризувати управління технологічними процесами та забезпечити відповідність екологічним стандартам та системам якості продукції згідно з ISO 9 000 та ISO 22 000, та вимогам до безпечності харчових продуктів тваринного походження НАССР. Саме вони стали прикладом для демонстрації ефекту від запровадження інновацій (виведення нових та поліпшення існуючих порід, підвищення їх стійкості до хвороб; використання нових технологій утримання, годівлі; поліпшення умов праці; забезпечення екологічної безпеки шляхом утилізації відходів тощо).

Виробництвом яєць в Україні в промислових масштабах зайняті аграрні холдинги, сучасні вертикально інтегровані підприємства, що виробляють високоякісну продукцію під власними торговими марками — ПАТ "Миронівський хлібопродукт" (МХП) (≈50% промислово-

Таблиця 5. Динаміка експорту продукції птахівництва, 2010—2014 рр.

Роки			2010	2011	2012	2013	2014
Експорт							
Яйця	Всього	ціна, дол./т	1382,82	1341,02	1828,00	1963,22	1777,37
		кількість, т	20416,93	39042,57	29462,61	37486,72	56029,64
		вартість, дол. /т	28232,92	52357,05	53857,64	73594,59	99585,30
	Європа	ціна, дол./т	1764249,81	3309635,16	3955420,34	3959973,37	2981313,38
		кількість, т	18,08	2,30	1,96	2,25	1,95
		вартість, дол. /т	31,90	7,62	7,76	8,92	5,81
	Азія	ціна, дол./т	1371376,42	1301823,00	1836398,66	1885129,24	1768611,46
		кількість, т	12552,18	14614,62	18529,15	29074,54	49042,45
		вартість, дол. /т	17213,76	19025,65	34026,91	54809,27	86737,04
	Африка	ціна, дол./т	832,12	1085,91	1694,50	1994,09	1850,04
		кількість, т	1891,96	4426,07	6260,53	4376,33	3736,55
		вартість, дол. /т	1574,33	4806,30	10608,50	8726,81	6912,77
	Америка	ціна, дол./т	3070,01	2410,37	2643,96	2774,61	2042,97
		кількість, т	4,00	6,45	9,66	7,76	7,90
		вартість, дол. /т	12,29	15,56	20,25	21,52	16,14
	Австралія і Океанія	ціна, дол./т	32461,97	2114,90	3993,34	3859,18	2769,56
		кількість, т	0,15	1,59	0,27	0,97	0,64
		вартість, дол. /т	4,93	3,37	1,07	3,74	1,76
М'ясо та їстівні субпродукти свійської птиці	Всього	ціна, дол./т	1274521,05	1587105,83	1800628,09	1595622,47	1580375,72
		кількість, т	32456,84	49797,01	80655,45	145458,30	174725,50
		вартість, дол. /т	41366,93	79033,13	145230,47	232096,53	276131,94
	Європа	ціна, дол./т	4685089,58	3892217,16	4602446,91	2332556,68	3065584,12
		кількість, т	4,46	4,09	3,25	447,56	16908,16
		вартість, дол. /т	20,91	15,92	14,97	1043,97	51833,39
	Азія	ціна, дол./т	745763,92	818746,80	1070284,03	1553641,28	1445698,47
		кількість, т	12675,80	11622,11	11035,81	43062,27	65116,47
		вартість, дол. /т	9453,15	9515,57	11811,45	66903,32	94138,78
	Африка	ціна, дол./т	511,16	1060,66	813,41	1206,69	1267,72
		кількість, т	27,99	273,01	3114,95	10994,88	8385,26
		вартість, дол. /т	14,30	40,43	2533,73	13267,41	10630,13
	Америка	ціна, дол./т	3919,13	1486,50	3459,86	1874,38	2331,27
		кількість, т	8,64	40,43	14,71	66,97	43,53
		вартість, дол. /т	33,86	60,10	50,90	125,53	101,49
	Австралія і Океанія	ціна, дол./т	29883,27	2273,87	4238,11	4482,85	2520,44
		кількість, т	0,56	3,20	0,42	1,73	1,66
		вартість, дол. /т	16,74	7,29	1,76	7,74	4,18

го виробництва), ТОВ "Комплекс "Агромарс" (14%), АК "Дніпровська" — 7,5%, корпорація "Агро-Овен" — 6%, Володимир-Волинська птахофабрика — 3% [5].

Тому окремі з них, а саме ПАТ "Миронівська птахофабрика", Миронівський м'ясопереробний завод "Легко", ТОВ "Агромарс" і ТОВ "Птахофабрика "Снятинська Нова" ще у 2013 році отримали дозвіл на постачання своє ї продукції на ринки країн Євросоюзу-,адже їх виробництво відповідає всім вимогам законодавства ЄС [6].

Щодо експорту та імпорту, відмічається стійка тенденція до перевищення експортних поставок над імпортними, що свідчить про зменшення імпортозалежності від продукції птахівництва та заміщення вітчизняною продукцією, а також нарощення експортного потенціалу (табл. 5). Україна перетворилася з імпортера в експортера продукції птахівництва. Так, експорт м'яса птиці у 2014 році становив 174,7 тис. тонн, або в 5,4 рази більше, ніж у 2010 році.

Таблиця 6. Динаміка імпорту продукції птахівництва, 2010—2014 рр.

Роки			2010	2011	2012	2013	2014
Імпорт							
Яйця	Всього	ціна, дол./т	5183,62	5292,30	5107,91	4959,25	5194,63
		кількість, т	4579,99	3179,07	3464,31	4143,16	6998,91
		вартість, дол. /т	23740,93	16824,56	17694,36	20546,95	36356,77
	Європа	ціна, дол./т	5100,10	4898,11	4222,74	4103,64	4877,28
		кількість, т	2676,98	1094,01	846,10	1882,41	4455,81
		вартість, дол. /т	13652,86	5358,81	3572,85	7724,75	21732,23
	Азія	ціна, дол./т	-	-	-	-	1030,50
		кількість, т	-	-	-	-	23,05
		вартість, дол. /т	-	-	-	-	23,75
	Америка	ціна, дол./т	5414,54	5499,14	5393,95	5668,70	5811,14
		кількість, т	1843,19	2085,01	2618,21	2259,94	2446,93
		вартість, дол. /т	9980,01	11465,75	14122,51	12810,82	14219,46
М'ясо та їстівні субпродукти свійської птиці	Всього	ціна, дол./т	1142,34	989,24	1371,43	1424,12	1297,80
		кількість, т	154618,21	61095,90	114603,52	71081,41	60985,83
		вартість, дол. /т	176627,22	60438,44	157171,12	101228,35	57634,84
	Європа	ціна, дол./т	1096,06	984,48	1387,76	1457,13	907,41
		кількість, т	66018,20	55415,26	76555,25	55546,11	56680,09
		вартість, дол. /т	72360,21	54555,05	106240,24	80971,13	51432,22
	Азія	ціна, дол./т	-	1068,40	2033,94	1961,13	1710,38
		кількість, т	-	96,12	162,15	63,48	63,35
		вартість, дол. /т	-	102,70	329,81	124,49	108,36
	Америка	ціна, дол./т	1174,69	899,55	1335,61	1297,80	1435,83
		кількість, т	88258,97	4917,43	37886,11	15416,31	4094,65
		вартість, дол. /т	103676,76	4423,48	50601,07	20007,31	5879,23

Впровадження світових стандартів виробництва на вітчизняних птахопідприємствах дозволило їм розширювати свою географію експорту, на разі підприємства експортують яйця та яєчні продукти в 50 країн світу, а м'ясо та м'ясопродукти птиці в 37 країн.

За підсумками 2014 року, Україна входить до десятки провідних країн світу — виробників та експортерів птахівничої продукції, а уже з початку 2015 р. Україна стабільно займає 3 місце по постачанню курятини в ЄС, поступаючись лише Бразилії і Таїланду ("старожилам" даного ринку збуту). Найбільшим попитом українська курятина користується в Німеччині (2,55 тис. т), Нідерландах (2,95 тис. т). Дані тенденції свідчать, що птахівництво України має потенціал стати вагомою складовою частиною світового птахівництва.

Розглядаючи імпорт продукції птахівництва варто відмітити, що імпортуємо ми продукцію птахівництва переважно з Європи та Америки, хоча в останні роки в невеликих кількостях і з Азії (табл. 6).

Оскільки куряче м'ясо є найбільш доступним видом м'яса для населення (різниця у вартості продукції порівняно із свининою 2—3 рази), рівень споживання продукції птахівництва в Україні з розрахунку на 1 особу в рік починаючи з 2000 р. зростав з 166 шт. яєць до 310 шт. яєць у 2014 році, м'яса птиці з 5,1 кг в 2000 р. до 23,6 кг у 2014 р., що уже відповідає рівню споживання цієї продукції в розвинених країнах світу.

Постійнодіючі глобалізаційні процеси спонукають до підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, поліпшення її якості, покращення генетичного потенціалу, ветеринарного захисту птиці та використання передового вітчизняного і міжнародного досвіду [7]. Залучення інвестицій в сільськогосподарські підприємства дасть змогу їм оновити свої фізично і морально зношені виробничі фонди, запровадити енерго- і ресурсозберігаючі технології та наукові розробки у виробництво, підвищити свою частку на ринку продукції птахівництва, зміцнити фінансовий стан, застосовувати інноваційні підходи до розвитку,

вирішити соціальні проблеми сільських територій через створення нових робочих місць та поліпшені умови праці для працівників, сприяти збереженню навколишнього природного середовища та конкурувати з агрохолдингами. Але в даних підприємствах потрібно в першу чергу впровадити новітні технології, модернізувати — механізувати і автоматизувати технологічні процеси з метою підвищення продуктивності праці та виходу продукції, налагодити систему менеджменту та маркетингу, що сприятиме раціональній організації ведення виробництва і ефективному управлінню.

Щоб відповідати вимогам ЄС та їх стандартам якості дрібним сільськогосподарським товаровиробникам доцільно переходити на замкнений цикл виробництв із застосуванням комплексно-механізованих і автоматизованих безвідходних технологій, що в свою чергу передбачає інтеграційну взаємодію між ними та переробними, збутовими підприємствами. Саме за вищенаведеною схемою і діють агрохолдинги, які зуміли організувати цілорічне безперебійне виробництво продукції, завдяки розробленим методикам збалансованої годівлі та результативним технологічних рішенням (впровадженню прогресивних технологій, застосуванню інновацій), що забезпечило їм низький рівень собівартості продукції і високу продуктивність птиці та відповідність екологічним умовам тощо [8; 9; 10].

Тому важливими питаннями є розвиток птахівництва на основі кооперації, концентрації, інтеграції та внутрігосподарської спеціалізації сільськогосподарських товаровиробників.

Протистояти агрохолдингам зможуть також високотехнічні інтеграційні об'єднання — кластери. Тільки так можна буде відновити та розширити робочі можливості спеціалізованих комплексів з виробництва продукції птахівництва, поліпшити матеріально-технічну базу, більш повно використовувати генетичний потенціал високопродуктивних порід птиці, раціонально організовувати технологічні процеси, впроваджувати ресурсоощадні технології та інновації у виробництво продукції; поглиблювати переробку птахівничої сировини, розширювати асортимент і підвищувати якість продукції; освоювати сучасні методи маркетингу, збуту, реклами.

Важливим напрямом розвитку птахівництва є державна підтримка підприємств, які займаються виробництвом продукції птахівництва, що полягає у застосуванні пільгового оподаткування та кредитування, покриття лізингових витрат, витрат на купівлю племінних ресурсів, на застосування енергозберігаючих технологій виробництва тощо. Інші напрями державної підтримки можуть включати в себе дотаційну підтримку комбікормової промисловості; розробку та реалізацію програми розвитку птахівничої галузі з використанням коштів місцевих бюджетних при умові децентралізації; пряму фінансову допомогу птахівничим підприємствам [11; 12].

ВИСНОВКИ

Галузь птахівництва характеризується скоростиглістю, продукуванням високоякісних харчових продуктів. На даному етапі розвитку агропромислового виробництва займає одне з найпріорітетніших місце серед галузей тваринництва.

В Україні спостерігається стрімкий розвиток галузі птахівництва, який полягає у збільшенні поголів'я птиці, обсягів виробництва м'яса та яєць, що можна пояснити у свою чергу зростанням попиту з боку населення та підприємств харчової промисловості у даному виді продукції через його відносну дешевизну порівняно з іншими видами м'яса. Галузь виявилася найбільш мобільною при трансформаційних зрушеннях і змогла швидко адаптуватися до умов ринку.

Галузь наразі розвивається на високотехнологічних підприємствах, які довели свою ефективність в умовах ринку, завдяки інноваційно-інвестиційному підходу до виробництва. Вони збільшують випуск продукції і завдяки підвищенню продуктивності при одночасному зменшенні затрат кормів.

Найбільш раціональні організаційні напрями розвитку та ефективного ведення виробництва за умов ринкових відносин повинні грунтуватися на підходах кооперації, раціонального розміщення з урахуванням природно-кліматичних умов, концентрації, інтеграції, внутрішньогосподарської спеціалізації, оптимізації та диверсифікації виробництва сільськогосподарських товаровиробників. Можливим варіантом розвитку є створення кластерів, як інтеграційних об'єднань.

Основною науково-технічною продукцією для відновлення та забезпечення подальшого ефективного розвитку галузі будуть новітні ресурсоощадні малозатратні механізовані технології виробництва та переробки продукції птахівництва, проектно-технологічні рішення (проекти) й технічні засоби для їх реалізації, а також якісне поліпшення племінних ресурсів і запровадження міжнародних стандартів якості та безпечності продукції.

Дослідивши позиції України у експортно-імпортних операціях, можна стверджувати, що Україна може стати одним із беззаперечних лідерів-експортерів м'яса птиці та яєць в Європу, завдяки наявності великих площ угідь як для утримання птиці, так і для вирощування кормів для неї, сучасних технологій вирощування, порівняно низькій ціні та низькій затратності виробництва, при умові відповідності продукції сертифікатам якості, що діють у ЄС. Також є всі передумови для того щоб українське птахівництво досягло європейського рівня.

Література:

1. Присяжнюк М.В. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / [М.В. Зубець, П.Т. Саблук та ін.]; за ред. М.В. Присяжнюка, М.В. Зубця, П.Т. Саблука, В.Я. Месель-Веселяка, М.М. Федорова. — К.: ННЦ ІАЕ, 2011. — 1008 с.

2. Статистичний збірник: Сільське господарство України. [за ред. Н. С. Власенко; відп. за вип. О. М. Прокопенко]. — К.: Держкомстат України, 2014. — 370 с.

3. Статистичний збірник: Тваринництво України за 2014 рік / [за ред. Н. С. Власенко; відп. за вип. О. М. Прокопенко]. — К., 2015. — 212 с. — (Держкомстат України).

4. Основні економічні показники виробництва сільськогосподарської продукції у сільськогосподарських підприємствах [відп. за вип. О.М. Прокопенко] / Державна служба статистики України. — К., 2014. — 88 с.

5. Дичаковська В. Ринок птиці та яйця: стабільне зростання [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.agrotimes.net/journals/article/rinok-ptici-ta-yajcya-stabilne-zrostannya

6. Новини: курятина [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrinform.ua/ukr/news/tags/kuryatina?page=1

7. Свиноус І.В. Економічні проблеми розвитку птахівництва України / І.В. Свиноус, О.Ф. Кирилюк // Сучасне птахівництво. — 2009. — № 6—7. — С. 3—8.

8. Ярошенко Ф. О. Підвищення ефективності галузі птахівництва на базі інновацій / Ф.О. Ярошенко // Економіка АПК. — 2003. — № 11. — С. 16—19.

9. Щетініна І.О., Дяченко В.І. Значення інноваційного розвитку для птахівництва. Сучасний стан виробництва м'яса птиці в Україні та перспективи розвитку // Інститут птахівництва УААН. — 2009. — С. 32—38.

10. Дацій О.І., Кузнецов О.О. Розвиток інновацій у птахівництві // Економіка АПК. — 2004. — № 1. — С. — 89—93.

11. Івко І.І. Перспективи ресурсозбереження у птахівництві України // Птахівництво: між. від. темат. наук. зб. / ІП УААН. — Харків, 2003. — С. 407—412.

12. Колесова Л. В птичьем царстве-государстве // Мясной бизнес. — 2008. — № 4. — С. 26—28.

References:

1. Prysiazhniuka, M.V. Zubtsia, M.V. Sabluka, P.T. Mesel-Veseliaka, V.Ya. and Fedorova, M.M. (2011), Ahrarnyj sektor ekonomiky Ukrainy (stan i perspektyvy rozvytku) [Agricultural sector of Ukraine (state and prospects)],, NNTs IAE, Kiev, Ukraine.

2. State Statistics Service of Ukraine (2014), Statystychnyj zbirnyk: Silske hospodarstvo Ukrainy [Statistical Yearbook: Agricultural Ukraine], Derzhkomstat, Kyiv, Ukraine.

3. State Statistics Service of Ukraine (2015), Statystychnyj zbirnyk: Tvarynnytstvo Ukrainy za 2014 [Statistical Yearbook: Livestock Ukraine for 2014], Derzhkomstat, Kyiv, Ukraine.

4. State Statistics Service of Ukraine (2014), Osnovni ekonomichni pokaznyky vyrobnytstva silskohospodarskoi produktsii u silskohospodarskykh pidpryiemstvakh [Key economic indicators of agricultural production in agricultural enterprises], Derzhkomstat, Kyiv, Ukraine.

5. Dychakovska, V. (2014), "Poultry and egg market: strong growth", available at: http://www.agrotimes.net/journals/artitsle/rinok-ptitsi-ta-iajtsia-stabilne-zrostannia (Accessed 8 Aug 2015)

6. Ukrinform (2015), "News: chicken", available at: http://vvv.ukrinform.ua/ukr/nevs/tags/kuriatina?page=1 (Accessed 8 Aug 2015)

7. Svynous, I.V. (2009), "Economic problems of development poultry Ukraine", Suchasne ptakhivnytstvo, vol. 6—7, pp. 3—8.

8. Yaroshenko, F.O. (2003), "Improved poultry industry based on innovation", Ekonomika APK, vol. 11, pp. 16—19.

9. Schetinina, I.O. and Diachenko, V.I. (2009), "The value of development innovation for poultry. Present situation poultry production in Ukraine and prospects of development", Instytut ptakhivnytstva UAAN, pp. 32—38.

10. Datsij, O.I. Kuznetsov, O.O. (2004), "To encourage innovations in poultry", Ekonomika APK, vol. 1, pp 89—93.

11. Ivko, I.I. (2004), "Prospects resource in poultry Ukraine", Ptakhivnytstvo: mizh.vid. Temat. Nauk. z.b. IP UAAN. vol. 1, pp. 407—412.

12. Kolesova, L. V (2008), "In the bird kingdom-state", Miasnoj byznes. vol. 4, pp. 26—28.

Стаття надійшла до редакції 11.09.2015 р.

УДК 330.341.1

М. А. Домаскіна,
к. е. н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики і математичного моделювання,
Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв
А. І. Станішевська,
магістр, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

M. Domaskina,
Ph.D. in Economics, docent of the department of economic cybernetics and mathematical modeling,
Mykolayiv national agrarian University, Mykolayiv
A. Stanishevs'ka,
Master, Mykolayiv national agrarian University, Mykolayiv

FORMATION OF THE STRATEGY OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

У статті розглядаються фактори, що впливають на експортну політику підприємства, і на основі їх аналізу схеми формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства

The paper discusses the factors influencing the export policies of the enterprise, and based on their analysis of a scheme for forming a strategy of foreign economic activity of the company.

Ключові слова: стратегія, зовнішньоекономічна діяльність, підприємство, стратегія.
Key words: strategy, foreign economic activity, enterprise, strategy.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасних умовах ведення господарства, які характеризуються високим рівнем розвитку міжнародних відносин, міжнародним поділом праці й тісним міждержавним торговоекономічним співробітництвом, реалізація оптимальної моделі функціонування українських машинобудівних підприємств неможлива без забезпечення їх інтеграції в міжнародний економічний простір. Однак процес виходу підприємства на зовнішній ринок є досить важким і тривалим і передбачає розв'язок ряду завдань, зокрема: зменшення видатків, формування раціональної ресурсної бази, підвищення конкурентоспроможності продукції, збільшення ринкової капіталізації підприємства, мінімізацію ризиків і одержання конкурентних переваг. Однак у сучасному мінливому середовищі однієї з найгостріших проблем, які стримують вихід підприємства на міжнародні ринки, є відсутність достатнього обсягу фінансових ресурсів як ключового елемента забезпечення діяльності підприємства. Враховуючи це, виникає потреба розробки механізму фінансового забезпечення зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД), який дозволив би сформувати ефективну стратегію фінансування ЗЕД і створити передумови для розширення діяльності підприємства.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Концепція стратегічного розвитку підприємства є предметом пильної уваги зарубіжних та вітчизняних науковців і практиків. Теоретичні та практичні аспекти проблеми розробки стратегії знайшли відображення у наукових працях багатьох науковців, зокрема Р. Акоффа, О. Амоші, І. Ансоффа, Л. Довгань, В. Нємцова, А. Стрікленда, А. Томпсона, Е. Чандле-

ра, З. Шершньової, Р. Фатхутдінова та ін. Проте специфічні умови господарювання національних підприємств вимагають подальшого дослідження методичних аспектів процесу розробки корпоративної стратегії підприємства, як суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.

ЦІЛЬ СТАТТІ

Метою статті є дослідження процесу розробки зовнішньоекономічної стратегії підприємства як суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Зростання виробництва, недостатня місткість внутрішнього ринку стимулюють підприємства до ухвалення рішення щодо виходу на зовнішні ринки. Даний процес вимагає здійснення більш поглибленого аналізу перспектив і можливостей функціонування на світовому ринку, а також наявності необхідних для цього ресурсів.

При розробці стратегії ЗЕД необхідно забезпечувати максимальну відповідність цілей і конкретних методів їх реалізації. Що, у свою чергу, вимагає деталізованої розробки стратегії маркетингу, стратегії розвитку та забезпечення виробництва, фінансового плану підприємства, а також стратегії розвитку системи менеджменту.

Вибір стратегії здійснює керівництво підприємства на основі аналізу ключових факторів, що характеризують його стан і зовнішнє середовище, портфель продукції, а також характеру сутності реалізованих стратегій.

Є основні моменти, що дозволяють говорити про певні узагальнені принципи розробки стратегії діяльності підприємства. З ключових факторів, насамперед, досліджуються сильні сторони галузі та сильні сторони підприємства. Найчастіше вони є вирішальними при виборі стратегії.

Необхідно прагнути до максимального використання наявних можливостей. При цьому важливо вишукувати інші можливості — розвиток бізнесу в нових галузях, що мають потенційні можливості зростання.

Суттєво впливають на вибір стратегії фінансові можливості підприємства. Такі кроки в поведінці фірми, як вихід на нові ринки, розробка нового продукту або перехід у нову галузь, вимагають більших фінансових витрат. Тому фірми, що мають більші фінансові ресурси або, що володіють легким доступом до них, перебувають у набагато кращому положенні для вибору варіантів стратегії.

Кваліфікація працівників, так само як і фінансові ресурси, є сильним обмежувальним фактором при виборі стратегії підприємства. Поглиблення та розширення кваліфікаційного потенціалу працівників — найважливіша умова, що забезпечує можливість переходу до нових виробництв або якісного технологічного оновлення існуючого.

Великий вплив на вибір стратегії підприємства чинить рівень залежності від зовнішнього середовища. Існують такі ситуації, коли підприємство настільки залежить від постачальників або покупців її продукції, що не спроможне зробити вибір стратегії виходячи з можливостей більш повного використання свого потенціалу. У цьому випадку зовнішня залежність відіграє більш значну роль у виборі стратегії фірми, проти всіх інші факторів.

Сильна зовнішня залежність може бути зумовлена також правовим регулюванням поведінки підприємства, наприклад, антимонопольним законодавством, соціальними обмеженнями, впливом природного середовища, політичними факторами тощо.

Ще один ключовий фактор — інтереси керівництва підприємства. Обов'язково має братися до уваги часовий фактор. Справа в тому, що і можливості, і загрози для підприємства, і плановані зміни завжди обмежені в часі. При цьому важливо враховувати і календарний час, і тривалість інтервалів здійснення конкретних дій щодо реалізації стратегії.

Заключним етапом вибору стратегії є її оцінка. Зміст оцінки — дати відповідь на запитання, чи приведе обрана стратегія до досягнення поставлених цілей. Оцінка стратегії здійснюється за наступними напрямами:

— відповідність обраної стратегії стану і вимогам оточення. Перевіряється, наскільки стратегія узгоджена з вимогами основних суб'єктів оточення, наскільки враховані фактори динаміки ринку та життєвого циклу продукту, чи сприятиме реалізація стратегії появі нових конкурентних переваг;

— відповідність обраної стратегії потенціалу і можливостям підприємства. У цьому випадку оцінюється, наскільки обрана стратегія відповідає можливостям персоналу, фінансовим ресурсам підприємства, чи дозволяє існуюча структура підприємства успішно реалізувати стратегію, чи вивірена програма реалізації в часі;

— прийнятність ризику, закладена в стратегії. Оцінка виправданості ризику переві-

Передплатний індекс 21847

ряється за трьома напрямами: реалістичність передумов, що становлять основу вибору стратегії; негативні наслідки для фірми, до яких може призвести провал стратегії; виправданість (при можливому позитивному результаті) ризику втрат від провалу в реалізації стратегії.

Результатом впровадження стратегії управління ЗЕД на аграрному підприємстві має стати підвищення конкурентоспроможності. Конкурентоспроможний товар — це товар, що має високу цінність для споживача. Конкурентоспроможність товару залежить як від його споживчих властивостей, включаючи послуги і ціни. Чим вище споживчі властивості товару, тем реальніше можливість його реалізації. Для оцінки конкурентоспроможності підприємства необхідно провести діагностику стану конкуренції на ринку і визначити тип структури конкурентного середовища. Умови функціонування господарюючого суб'єкта і його конкурентоспроможність визначаються минулими, теперішніми і майбутніми (очікуваними) станом елементів конкурентного середовища і зовнішнього середовища макро- і мікрорівнів.

ВИСНОВКИ

Отже, розробка стратегії підприємства як суб'єкта ЗЕД — складний і творчий процес, який не можна втиснути в рамки готових шаблонів, наборів, рекомендацій. Проте окремі методичні аспекти залишаються аксіомою, яка потребує постійного перегляду та адаптації до вимог зовнішнього середовища. Вектором розвитку підприємства є зовнішньоекономічна стратегія, яка розглядається як найважливіший інструмент підвищення фінансової ефективності діяльності підприємства та однією зі складових його стійкого розвитку. Лише зважені рішення на основі ефективного методичного інструментарію щодо розробки стратегії дозволять підприємству домогтися лідерства не лише на внутрішньому, але і на зовнішньому ринках.

Література:

1. Chandler A.D. Jr. Strategy and structure: Chapters in the history of American enterprise / Chandler A.D. Jr. — Cambridge: Mass., MITPress, 1962. — 465 p.

2. Selznik P. Leadership in administration: A sociological interpretation / Selznik P. — New York: Harper & Row, 1957. — 162 p.

3. Andrews K.R. The concept of corporate strategy / Andrews K.R. — Homewood, 1971. — 245 p.

4. Ансофф И. Стратегическое управление [Текст]: пер. с англ. / И. Ансофф. — М.: Экономика, 2005. — 306 с.

5. Porter M.E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors / M.E. Porter. — N. Y.: The Free Press, 1980. — 347 p.

6. Collis D. J. Competing on resoursing: Strategy for the 90s / D. J. Collis, C.A. Montgomery / / Harvard Business Review. — 1995. — July-Aug. — P. 118—128.

7. Peteraf M.A. The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View / M.A. Peteraf // Strategic Management Journal. — 1993. — Vol. 14, No. 3. — P. 179—191.

8. Prahalad C.K. The core competence of the corporation / C.K. Prahalad, G. Hamel // Harvard Business Review. — 1990. — Vol. 68, No. 3. — P. 79—91.

9. Rumelt R.P. How much does industry matter? // R.P. Rumelt // Strategic Management Journal. — 1991. — Vol. 12, No. 3. — P. 167—185.

10. Teece D. Dynamic Capabilities and Strategic Management / D. Teece, G. Pisano, A. Shuen // Strategic Management Journal. — 1997. — Vol. 18, No. 7 — P. 509—533.

11. Економічний словник-довідник / [за ред. С.В. Мочерного]. — К.: Феміна, 1995. — 549 с.

12. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебное издание / О.С. Виханский. — М.: Гардарики, 1999. — 296 с.

13. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: монографія // А.П. Наливайко. — К.: КНЕУ, 2001. — 227 с.

14. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: навч. посіб. // З.Є. Шершньова, С.В. Оборська. — К.: КНЕУ, 1999. — 384 с.

15. Могилова А.Ю. Концептуальні підходи до визначення стратегії підприємства / А.Ю. Могилова // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки: Вип. 30. — Черкаси: ЧДТУ, 2012. — Ч. 1. — 265 с.

16. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" № 959-XII від 16 квітня 1991 р. / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgibin/laws/main.cgi?nreg=959-12

17. Господарський Кодекс України № 436-IV від 16 січня 2003 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgibin/laws/main.cgi?nreg=436-1

18. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: підруч. / В.Є. Новицький. — К.: КНЕУ, 2003. — 948 с.

19. Покровская В.В. Международные коммерческие операции и их регламентация. Внешнеторговый практикум. — М.: Инфра-М, 1996. — 346 с.

20. Соркин С.Л. Эффективность внешнеэкономической деятельности: понятие, измерение и оценка: [монография]/ С.Л. Соркин. — Гродно: ГрГУ, 2011. — 130 с.

21. Дегтярова О.И. Внешнеэкономическая деятельность: [учеб. пособие] / О.И. Дегтярова, Т.Н. Полякова, С.В. Соркисов. — М.: "Дело", 2006. — 424 с.

22. Ростовский Ю.М. Внешнеэкономическая деятельность: [учебник] / Ю.М. Ростовский, В.Ю. Гречков. — [2-е изд. с изм.]. — М.: "Экономистъ", 2006. — 589 с.

23. Шталь Т.В. Наукові підходи до визначення поняття зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Т.В. Шталь, Ж.С. Зосимова // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова, 2013. — Т. 18, Вип. 1/1. — С. 134—136.

24. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. / М.І. Дідківський. — К.: Знання, 2006. — 462 с.

References:

1. Chandler, A.D. Jr. (1962), "Strategy and structure: Chapters in the history of American enterprise", Cambridge, UK.

2. Selznik, P. (1957), "Leadership in administration: A sociological interpretation" New York, USA.

3. Andrews, K.R. (1971), "The concept of corporate strategy" Homewood.

4. Ansoff Y. (2005) Stratehycheskoe upravlenye [Strategic Management] Ekonomyka.

5. Porter, M.E. (1980), "Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors" N. Y., USA.

6. Collis, D. J. (1995), "Competing on resoursing: Strategy for the 90s" Harvard Business Review. July-Aug. pp. 118—128.

7. Peteraf, M.A. (1993), "The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View", vol. 14, pp. 179—191.

8. Prahalad, C.K. (1990), "The core competence of the corporation" Harvard Business Review, vol. 68, pp. 79—91.

9. Rumelt, R.P. (1991), "How much does industry matter?" Vol. 12, pp. 167 — 185.

10. Teece, D. (1997), "Dynamic Capabilities and Strategic Management" , vol. 18, pp. 509—533.

11. Ekonomichnyj slovnyk-dovidnyk (1995), [za red. S.V. Mochernoho]. — K.: Femina. — 549 s.

12. Vykhanskyj, O.S. (1999), Stratehycheskoe upravlenye: uchebnoe yzdanye [Strategic Management: A Training posibie].

13. Nalyvajko, A.P. (2001), Teoriia stratehii pidpryiemstva. Suchasnyj stan ta napriamky rozvytku: monohrafiia [The theory of business strategy. Current state and trends of development] KNEU, Kyiv, Ukraine.

14. Shershn'ova, Z. Ye. and S.V. Obors'ka, (1999), Stratehichne upravlinnia [Strategic Management], KNEU, Kyiv, Ukraine.

15. Mohylova, A.Yu. (2012), "Kontseptual'ni pidkhody do vyznachennia stratehii pidpryiemstva" Zbirnyk naukovykh prats' Cherkas'koho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. vol. 30, pp 143—145.

16. The Verkhovna Rada of Ukraine (1991), The Law of Ukraine "On Foreign Economic Activity", available at: http://zakon.rada.gov.ua/cgibin/laws/main.cgi?nreg=959-12 (Accessed 16 April 1991).

17. The Verkhovna Rada of Ukraine (2003), Commercial Code of Ukraine available at: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=436-1 (Accessed 16 January 2003).

18. Novyts'kyj, V.Ye. (2003), Mizhnarodna ekonomichna diial'nist' Ukrainy [International economic activity of Ukraine] KNEU, Kyiv, Ukraine.

19. Pokrovskaia, V.V. (1996), Mezhdunarodnye kommercheskye operatsyy y ykh rehlamentatsyia. Vneshnetorhovyj praktykum. [International commercial transactions and their regulation. Foreign trade workshop] Ynfra-M, Moscow, Russia.

20. Sorkyn, S.L. (2011), Effektyvnost' vneshneekonomycheskoj deiatel'nosty: poniatye, yzmerenye y otsenka [The effectiveness of foreign economic activity: concept,measurement and evaluation] Hrodno, Belarus.

21. Dehtiarova, O.Y. Poliakova, T.N. and Sorkysov, S.V. (2006), Vneshneekonomycheskaia deiatel'nost': [Foreign trade] "Delo", Moscow, Russia.

22. Rostovskyj, Yu.M. and Hrechkov, V.Yu. (2006), Vneshneekonomycheskaia deiatel'nost' [Foreign trade] 2nd ed Ekonomyst', Moscow, Russia.

23. Shtal', T.V. and Zosymova, Zh.S. (2013), "Scientific approaches to the definition of International Business" Visnyk ONU imeni I.I. Mechnykova, vol. 18., pp. 134—136

24. Didkivs'kyj, M.I. (2006), Zovnishn'oekonomichna diial'nist' pidpryiemstva [Foreign trade enterprises], Znannia, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 15.09.2015 р.

УДК 338.46

О. В. Євтушенко,
к. е. н., доцент кафедри туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

РЕКЛАМА ТЕРИТОРІЇ ЯК НЕОБХІДНИЙ ЧИННИК ЇЇ ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ

O. Yevtushenko,
PhD in Economics, Associate Professor V.N. Karazin Kharkiv National University

ADVERTISING TERRITORY AS A NECESSARY FACTOR IN ITS TOURISM DEVELOPMENT

Стаття присвячена питанням туристичної привабливості території, показано роль маркетингових комунікацій у формуванні та сприйнятті туристичного образу території. Формування позитивного іміджу регіонів та країни загалом є фактором підвищення конкурентоспрможності країни, що сприяє одержанню сукупності соціально-економічних ефектів на мікро-, мезо- та макрорівнях.

Article is devoted to the tourism attractiveness, the role of marketing communications in shaping the image and perception of the tourist area. Creating a positive image of the region and the country in general is a factor increasing konkurentosprmozhnosti countries, contributing to obtaining a set of socio-economic effects at the micro, meso and macro levels.

Ключові слова: реклама, бренд території, туристична привабливість, маркетингові комунікації.
Key words: advertising, brand territory, tourist attraction, marketing communications.

В умовах стійкої конкуренції серед регіонів за надходження інвестицій, кваліфікованої робочої сили та екологічно безпечного виробництва усе більше актуальною проблемою стає підвищення туристичного іміджу й інвестиційної привабливості регіону. Кроки здійснені в цьому напрямку, носять несистемний характер і, як правило, комплексно не вирішують проблему. Насамперед, це викликано недостачею теоретичних надбань, на підставі яких можна було б розробити комплексну маркетингову стратегію регіону, а також зручного й надійного інструментарію, що надає підтримку при розробці й реалізації такої стратегії.

В умовах швидкої зміни економічної й соціальної ситуації, як у регіоні, так і за його межами, для успішної розробки і здійснення маркетингової стратегії території усе більш актуальним завданням стає прийняття обгрунтованих і своєчасних управлінських рішень, спрямованих на підвищення привабливості території, зміцнення й розвиток позитивної інвестиційної динаміки. Розви-

ток регіону як туристичного об'єкту пов'язаний з його конкурентоспроможністю. Підвищення конкурентоспроможності турдестінації можливо за допомогою розробки та ведення його іміджевої політики. Імідж створюється пропагандою, рекламою, які формують в масовій свідомості відповідне ставлення до об'єкта [2, с. 256].

Різним аспектам формування туристичної привабливості території присвячені роботи закордонних Г.Берсона, Ф.Котлера, Дж. Траута, А.Є. Кирюніна, А.П. Панкрухіна та вітчизняних А. Акайомової, Д.Богуша, В. Терещук. З точки зору формування туристичного іміджу території значний інтерес становлять праці українського вченого М.Г. Бойко.

Однак, незважаючи на велику кількість наукових праць та значні досягнення в області формування туристичного іміджу, низка завдань розроблена не досить повно.

Туристична привабливість території формується, насамперед, при наявності природних або історико-культурних туристичних ресурсів, а ще краще — при їх поєднання.

Туристична привабливість часто непостійна і може змінюватися в залежності від багатьох факторів, що впливають на привабливість туристичної території. Саме до них відноситься наявність сучасної матеріально-технічної бази туризму, зокрема новітніх готельних комплексів, спеціалізованих установ з відповідним асортиментом послуг, які вони виробляють і т.д.

Дуже важливою складовою привабливості в сучасних умовах виникає якість навколишнього середовища. У ринкових умовах господарювання велике значення в організації навколишнього середовища набуває використання маркетингу в, що сприятиме зміцненню конкурентоспроможності певній території і може спочатку впливати на її привабливість.

Реклама, як і будь-який інший вид маркетингових комунікацій, відіграє важливу роль у реалізації стратегії розвитку туризму. Вона надає соціально-культурне та психологічний вплив на суспільство. Цивілізована реклама — це не маніпулювання суспільною свідомістю, а формування актуальних, спрямованих на саморозвиток потреб людини. Реклама дає споживачеві нові знання, досвід, посилює задоволеність від покупки. Будучи засобом конкурентної боротьби, реклама загострює її, сприяючи підвищенню якості туристського обслуговування.

Реклама території спрямована на формування, просування і позитивний розвиток її іміджу, що є найважливішою умовою залучення туристів.

Особливу роль у залученні туристів на ту чи іншу територію грає професійно вибудувана рекламно-інформаційна діяльність. Реклама відіграє провідну роль, але не є єдиним інструментом маркетингу. Істотну роль у просуванні грають заходи щодо зв'язків з громадськістю, а також інструменти прямого маркетингу (особисті продажу), що приймають форму різного роду переговорів. Особливо важливими є загальнотериторіального константи, які можна віднести до елементів брендингу (герби і державні прапори для держав, герби і загальноприйняті символи міст, логотипів, рекламні слогани, міфи, перекази, легенди тощо). У багатьох країнах приділяється величезна увага створенню образів міст, регіонів, країни в цілому привабливих для туристів [4, с. 132].

У маркетингових комунікаціях з просування туристських територій широко використовуються також заходи подієвого характеру, великі міжнародні заходи, національні, регіональні та місцеві свята, спортивні змагання, унікальні природні явища на конкретній території в певний час, спеціально організовувані змагання з екзотичних видів спорту (наприклад, стрітболу, екстрім-велосипеду).

Особливості регіону, національних традицій, історичної пам'яті народу, ідеології та інші, створюють цілісний образ, на основі якого ідентифікують певну країну серед усього світового співтовариства. Важливу роль у формуванні туристичного образу території відіграють також людські фактори — інформація зі ЗМІ, інтернет, міфи і т.д.

Фактори, що впливають на формування і сприйняття туристичного образу території, взаємообумовлені і, одночасно, ієрархічно структуровані. Відповідно серед них можна виділити базові чинники, що формують стрижневі елементи ядра образу, які сформувавшись, майже не зазнають змін і забезпечують ідентифікаційний базис, тобто репрезентацію суспільства, країни і території в міжнародному середовищі.

Найважливішим чинником є туристичний бренд, який служить окремою категорією типів інформації, тому що він є причиною — домінантою визначення привабливості тури-

Передплатний індекс 21847

стичного образу території для потенційних туристів.

Територіальний бренд — найпотужніший інструмент розвитку певного регіону, службовець підвищенню його цінності та вартості. Суть територіального бренду полягає у створенні відмітної, привабливого образу як для його інвесторів, влади, туристів, так і для жителів даної території.

До значимих характеристик бренду території належать його відмінності від всіх інших і акцентування уваги на його унікальності, бо іншої такої території не існує. Також приваблива, сучасна візуальна символіка відіграє ключову роль при комунікаціях.

Найбільш вдалий бренд територій, насамперед, той, який має привабливий нематеріальний образ, який неможливо зруйнувати зовнішніми чинниками. Асоціації бренду території повинні викликати бажання і потреби у цільової аудиторії.

Наприклад, Париж — місто закоханих! У це місто приїжджають закохані з усього світу.

Існують різні види брендів: товарні, сервісні, особистостей, організацій, подій, а також географічні. Для маркетингу іміджу особливу роль виконують "географічні" бренди ("Geographical" brands), де об'єктом брендингу є міста, країни, курорти. Цей вид бренду поступово стає поширеним, особливо в туристичному бізнесі, так як його створення і успішне просування дозволяють отримувати додаткові доходи. Найбільш яскраві приклади вже сформованих географічних брендів — гірськолижний курорт Сент-Морітц, Французька Рів'єра і Сейшельські острови — приносять туристським територіям і компаніям, які займаються їх просуванням, чималі прибутки.

По ширині охоплення споживачів географічні бренди ділять на три основні категорії — локальний, національний і мультинаціональний.

Місцевий, або локальний, бренд можна визначити як бренд, існуючий на певній обмеженій території — в межах одного міста або навіть міського району, в рамках одного туристського центру, пам'ятки. Локальність бренду не є ознакою його слабкості: як правило, це результат продуманої стратегії брендингу, раціональний розподіл ресурсів. Багато компаній і території воліють створювати сильні локальні бренди та концентруватися на одному регіоні замість створення "розмитого" бренду національного рівня. Прикладами сильних брендів локального рівня є відомі туристичні центри Італії — Венеція, Флоренція, Неаполь.

Національний бренд існує в межах однієї країни, вимагає значних фінансових вкладень на формування і розвиток, однак робота з формування національного туристичного бренду є необхідною для успішного просування країни на міжнародному туристичному ринку.

Мультинаціональний (світовий) бренд — це бренд, який базується на єдиних стратегічних принципах в області позиціонування і маркетингу в світових масштабах, в той же час конкретні маркетингові заходи в різних регіонах можуть відрізнятися в залежності від національних особливостей країн і туристських регіонів [1, с. 32].

Процес брендингу територій в порівнянні з процесом брендингу товарів і послуг вирішує подібну основне завдання: пошук і оптимальне відображення допомогою різних комунікаційних технологій винятковості території (товару, послуги).

Брендингова концепція, або концепція бренду туристичної території, є в даному контексті домінуючої творчою ідеєю, побудованої на символізації основних цінностей і ресурсів території, втіленої в смисловому, графічному, звуковому, анімаційному та інших виразах.

Дослідники Ел і Лора Райс стверджують, що бренд — це унікальна ідея або концепція, яку нав'язують споживачеві. Брендинг туристичної дестинації, таким чином, є процесом просування брендингової концепції до споживача. Тільки після формування ставлення споживача до товару, послуги або території допомогою брендингу концепція стає фактичним брендом.

При розробці концепції бренду туристичної дестинації необхідно керуватися такими основними принципами:

— Визначення основної місії регіону в цілому та його місії в туризмі.

— Виявлення основних груп споживачів;

— Виявлення основних ресурсних цінностей дестинації.

— Формування основних принципів функціонування та розвитку регіону в цілому, а також управління ним [2, с. 266].

У рамках робіт зі створення брендингової концепції та підготовки брендингової стратегії як частини комплексної маркетин-

гової стратегії спочатку проводиться вивчення наявних брендів, під-брендів окремих туристичних продуктів і туристичних центрів. Виявляються загальні комунікаційні елементи, які використовуються або можуть бути використані в брендінгу території.

Концепція брендингу туристичної території включає в себе розробку брендингової стратегії, а також правил та інструкції застосування бренду і всіх його компонентів: логотипу, слогану, торгової марки та ін.

Бренди туристичних територій висловлюють її основні цінності, їх місію в туризмі та основні типи туристичних ресурсів.

При створенні концепції бренду туристичної території слід керуватися низкою фундаментальних принципів:

— Простота, легкість і дохідливість комунікації.

— Можливість міжнародного застосування.

— Сполучуваність бренду з основними мотиваціями в туризмі.

— Комплексність, повнота сприйняття бренду споживачем.

— Базування на гуманістичній основі туристичної діяльності.

Візуалізація брендів туристичних територій у вигляді товарного знака, будучи квінтесенцією процесу брендингу, формується на основі декількох стилістичних підходів, як показує світова практика:

1. Дитячий малюнок, дитяча анімація: стилі, що повідомляють споживачеві, що туризм є життєрадісною, по-дитячому безпосередній, відкритої людською діяльністю.

2. Квіти як національні символи або символи гостинності, привітності.

3. Кольори національних прапорів як основні елементи територіальної приналежності, символи національних або регіональних цінностей.

4. Основні інтернаціональні символи привітності і гостинності [1, с. 128].

Процес розробки концепції бренду туристичної дестинації, являє собою систему послідовних робіт та заходів.

Щоб створити сильний регіональний бренд, необхідно глибоко вивчити внутрішній світ споживачів в рамках одного регіону. Вищевикладені приклади не можна розглядати як керівництво до дії, і вони не можуть застосовуватися до інших територій, оскільки в Брендобудівництво немає типових рішень, і в кожному окремому випадку використовується свій індивідуальний спосіб. Необхідно пам'ятати про те, що управління вже створеним брендом території — процес безперервний і вимагає постійного моніторингу навколишнього середовища.

Література:

1. Джанджугазова Є. Маркетинг туристичних територій: навч. посібник для студ., вищ. навч. закладів, 2-е видання — М.: Видавничий центр "Академія", 2008. — 282 с.

2. Євтушенко О.В. Роль реклами туристичного продукту у формуванні туристичного іміджу регіону. Туристичний імідж регіону: Монографія / За ред. А.Ю. Парфіненко. — Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011. — 256—272 с.

3. Зеркаль Д.А. Формування бренду території як ресурс розвитку муніципальної освіти // Без теми. — № 2 (12). — 2009. — С. 27—33.

4. Карпова Г.К., Хорева Л.В. Економіка та управління туристичною діяльністю: навчальний посібник в 2-х частинах. Ч.1. — СПб.: Изд-во СПбГУЕФ, 2011. — 268 с.

References:

1. Dzhandzhugazova, E. (2008), Marketang turystychnyh terytorij:navch.posibnyk dlya studentiv vywih navchalnyh zarkadiv, [Tourist marketing areas: textbook for students of higher educational institutions], 2nd ed, Vydavnychyj zentr "Akademiya", Moscow, Russia.

2. Ievtushenko, O.N. (2011), Rol reklamy turystychnogo produktu u formuvanni turystychnogo imidzhu regionu. Turystuchnyi imidzhu regionu: Monografiya [The role of advertising the tourist product in the formation of tourist image of the region. The tourist image of the region: Monograph], CHNU imeni V.N. Karazina, kharkiv, Ukraine.

3. Zerkal, D.A. (2009), "Formation of the brand as a resource for the territory of the municipality", "Bez temy", vol. 2 (12) , pp. 27—33.

4. Karpova, G.K. (2011), Ekonomika ta upravlinnyi turystychnoiu diyalnistiu: navchalnyi posibnyk v2-h chastynah. Ch.1. [Economics and management of tourism activities: Tutorial in 2 parts], SPbGUEF, St. Petersburg, Russia.

Стаття надійшла до редакції 16.09.2015 р.

УДК 631.1.027: 631.14: 636

Н. С. Дашевська,
асистент кафедри фінансів і кредиту, Полтавська державна аграрна академія, м. Полтава

ФОРМУВАННЯ МАСИВУ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ТВАРИННИЦТВА

N. Dashevskaya,
assistant of cathedral finance and credit, Poltava state agrarian academy

FORMING OF DATA ARRAY OF MARKETING DATA AT HUSBANDRY ENTERPRISES

Стаття присвячена питанням отримання, поширення та використання маркетингової інформації на підприємствах галузі тваринництва в сучасних умовах. Уточнено поняття маркетингової інформаційної системи, уточнено її сутність та особливості формування в галузі тваринництва, можливості використання ресурсів підприємства за допомогою управління з використанням маркетингової системи інформації.

The article is devoted issues connected with problems of receiving, disributing and using the marketing information of husbandry enterprises under current conditions. The concept "marketing data system" is specified and its essence opening the possibilities for the rationalized usage of the resources of enterprise operated by means of the informstion marketing system at husbandry enterprises has been defined.

Ключові слова: інформаційна система, маркетингова інформаційна система, маркетинг тваринницької продукції.
Key words: data system, marketing data system, marketing of husbandry production.

АКТУАЛЬНІСТЬ ТЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Комерційний успіх будь-якого підприємства потребує постійного аналізу та контролю ринкового середовища, найбільш ефективним інструментом чого є маркетинг. Застосування маркетингових підходів до взаємодії із зовнішнім середовищем потребує створення постійного раціонального потоку інформації. Сьогодні значення маркетингової інформації постійно зростає, що зумовлене збільшенням глобальної складової. Розвиток ринків та вдосконалення інформаційних і транспортних технологій призводить до збільшення асортименту товарів а споживачі стають ще більш обізнаними. Виробники продукції для того щоб реагувати на зміни споживчого попиту та впливати на його формування повинні мати максимальний обсяг інформації, яка допомагає у розробці маркетингових заходів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Розвитку концепції формування масиву маркетингової інформації присвячені праці низку зарубіжних вчених, зокрема: І. Ансоффа, Г.Асселя, Ф. Котлера, М. Мак-Дональда. Окремі аспекти розвитку інформаційного забезпечення маркетингової діяльності в сільському господарстві досліджували українські науковці такі, як: О. Єранкін, Т. Лозинська, П. Макаренко, Л. Михайлова, В. Писаренко, В. Рибінцев, А. Чупіс, О. Шпичак та ін.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Незважаючи на значний обсяг наукових досліджень присвячених питанням інформаційного забезпечення маркетинговій діяльності підприємств аграрного сектору, низка питань залишаються невисвітленими повністю або ча-

стково. Зокрема недостатньо вивченими залишаються аспекти пов'язані із формуванням системи маркетингової інформації як однієї із підсистем управління підприємством в галузі тваринництва та аграрного сектора в цілому. Також практично відсутні методики формування та використання інформації в підприємствах тваринницького підкомплексу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Під маркетинговою інформацією в загальному вигляді розуміють сукупність даних, які є основою прийняття маркетингових рішень та допомагає зменшити ступінь невизначеності. При цьому специфіка маркетингової інформації полягає саме в її унікальності та відсутності альтернативи при прийнятті управлінських рішень. Будь-який етап маркетингових дій, від проведення досліджень до розробки конкретних заходів, вимагає даних, які характеризують параметри ринку та внутрішні процеси підприємства. Таким чином, маркетингова інформація виступає своєрідним "маркетинговим ресурсом", який слід використовувати в якості бази порівняння при визначенні ефективності маркетингової діяльності підприємства.

У загальному вигляді маркетингова інформаційна система є комплексом прийомів та методів, що за наявності належної інфраструктури надходження даних, допомагає фахівцям приймати рішення з питань маркетингових заходів [2, с. 52].

Більшість науковців вважають маркетингову інформаційну систему сукупністю заходів із збору, сортування, аналізу та презентації даних, які використовуються при прийнятті маркетингових рішень. Г.Л. Багієв визначає маркетингову інформаційну систему як організацію людей, устаткування і методичних прийомів, призначена для збору, класифікації, аналізу, оцінки і поширення актуальної, своєчасної, точної інформації для використання її у сфері маркетингу [1, с. 112].

На думку Ф. Котлера, маркетингова інформаційна система — це сукупність персоналу, устаткування, процедур і методів, призначена для збору, обробки, аналізу і розподілу своєчасної і достовірної інформації, необхідної для підготовки і ухвалення маркетингових рішень. Це визначення має концептуальне значення в розумінні суті маркетингової інформаційної системи, але в той же час воно не демонструє важливість взаємозв'язків між елементами системи [3, с. 208].

Існує думка, що маркетингова інформація — це дані, які одержується шляхом пізнання та дослідження процесів обміну результатами суспільно корисної діяльності і взаємодії при цьому учасників ринку. Також маркетингову інформацію можна визначити як сукупність відомостей, які використовуються з метою підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Використання маркетингової інформації передбачає низку вимог до неї як загальних, так і специфічних.

До загальних вимог можна віднести наступні:

— достовірність — точне і правдиве віддзеркалення об'єктивної реальності;

— актуальність — високий рівень новизни інформаційних даних, близькість за часом моментів настання певних подій і отримання відомостей про них;

— повнота — наявність усіх необхідних і достатніх для ухвалення рішення параметрів;

— релевантность — відповідність пропонованих даних вирішуваній задачі;

— порівнянність — характеризує одноманітність порівнюваних показників і методології дослідження, співмірність вживаних методик виміру;

— валідність — визначає якість використовуваних джерел інформації;

— доступність — визначає зручний для сприйняття вид, зрозумілий і прийнятний для суб'єкта носій інформації;

— економічність — виражає низький рівень витрат на придбання і обробку інформаційних ресурсів в порівнянні з ефектом, що отримується від їх застосування;

— цілеспрямованість — характеризує міру цільового збору даних про внутрішній і зовнішній стан об'єкту дослідження що відповідає вирішуваним завданням.

Також для маркетингової інформації пред'являються наступні вимоги:

— структурованість — рівень взаємопов'язаності та взаємообумовленості даних та їх інфраструктура;

— ієрархічність — тобто ієрархію відомостей всередині потоку інформації;

— авторизація — визначення правомочності використання даних;

— товарність — придатність інформації для реалізації.

На нашу думку, доцільно виділити три групи характеристик маркетингової інформації:

— якісні — достовірність, системність, актуальність, значущість;

— часові — своєчасність, періодичність;

— спеціальні — відповідність темі дослідження (прийняття рішення), функціональність, доступність тощо.

До особливостей маркетингової діяльності в галузі тваринництва слід віднести, передусім, вплив біологічних факторів на результати господарської діяльності підприємства та кон'юнктуру ринків. Відповідно, при формуванні та використанні інформації для обгрунтування маркетингових рішень, керівникам та спеціалістам тваринницьких підприємств необхідно враховувати необхідність використання спеціальних показників, які з одного боку, характеризують технологічні процеси в середині підприємства, а з іншого — визначають ступінь ризику при плануванні обсягів та якісних показників продукції.

Управління підприємством неможливе без інформації, яка відповідає усім вимогам, тобто має достатній обсяг і надходить у мінімальний термін. Для кожного аспекту управління підприємством характерна відповідна сукупність маркетингової інформації, яка найбільш точно відповідає досягненню мети та дозволяє розв'язати поставлені завдання.

Сучасний набір способів збір, систематизація, збереження та аналіз інформації дозволяють створювати інформаційні системи з метою подальшої підтримки прийняття управлінських рішень. Інформаційні системи забезпечують стабільність функціонування підприємства та його конкурентоспроможність. Більшість сучасних інформаційних систем орієнтовані переважно на підтримку певного рівня використання виробничого потенціалу, при цьому питання розвитку аналітичної роботи та створення масиву даних практично не розглядаються як важливі цілі.

Створення маркетингової інформаційної системи передбачає передусім забезпечення координації даних щодо відповідності продукції вимогам ринку. Маркетингова інформаційна система повинна складатися згідно принципів формування складної структури з урахуванням взаємозв'язків між об'єктами та ієрархії відносин, що забезпечить оперативність і відповідність надання потрібних даних. Кожна інформаційна система продукує нові знання і складається з активної і пасивної частини, що забезпечує досягнення синергетичного ефекту переробки даних і утворення нової інформації. Прикладом такого ефекту є матриця Boston Consulting Group та матриця SWOT-аналізу.

Ефективність використання маркетингової інформації залежить від здатності управлінського апарату сформувати та використати саме той обсяг даних, який потрібен для прийняття конкретних рішень. При цьому слід формувати інформаційні масиви відповідно до ланок управління: вищий рівень керівництва повинен отримувати стратегічну інформацію для прийняття управлінських рішень, середній рівень — аналітичну для їх обгрунтування, керівники нижчого рівня — зведену інформацію.

У процесі господарської діяльності підприємства взаємодіють між собою, в тому числі в сфері обміну інформацією, шляхом пошуку інформації та проведення маркетингових досліджень. У процесі проведення досліджень використовуються два види інформаційних джерел — інформаційних об'єктів, які відповідають параметрам пошуку, та ринкові структури котрі виступають одночасно в якості об'єктів та суб'єктів інформаційного пошуку. З метою ефективної організації маркетингової діяльності підприємства необхідно визначення усіх інформаційних джерел, які забезпечуватимуть підтримку прийняття управлінських рішень, та дослідити зв'язки між ними.

Маркетингову інформацію, яка використовується при ухваленні відповідних рішень, доцільно поділити на п'ять основних видів:

— обліково-аналітична інформація про фінансово-господарську діяльність підприємства;

— статистичні дані, які дозволяють проаналізувати основні тенденції та закономірності розвитку явищ та процесів, що відбуваються на ринках, всередині галузі або регіону;

— інформація додаткових досліджень ринків (анкетування, експертні оцінки тощо);

— дані про інституціональні обмеження господарської діяльності підприємства;

— показники ефективності маркетингових прийомів та методів господарювання.

Головними труднощами забезпечення підприємства маркетинговою інформацією є процеси пошуку та одержання необхідної інформації, що зумовлене обмеженням даних, їх доступністю, наявністю різних каналів отримання та впливом людського фактору, який найчастіше призводить до викривлення даних.

Невідповідність маркетингової інформації вищеозначеним вимогам, може призвести до помилок, які суттєво вплинуть на прийняття рішень та підвищення конкурентоспроможності підприємства. Найбільш типовими помилками є наступні:

— використання застарілої інформації, наслідком чого є прийняття рішень, які не відпо-

відають реальній ситуації на риках та всередині підприємства;

— неповнота інформаційного масиву, що може позначитися на реалізації маркетингових заходів, оскільки, з одного боку — не в повному обсязі визначаються ризики та їх вплив, а з іншого — можуть бути проігноровані можливі вигоди;

— відсутність відображення зворотного зв'язку між тими, хто приймає рішення та об'єктом управління, оскільки в цьому випадку втрачається можливість оперативного коригування маркетингових процесів.

Причини таких помилок зазвичай пояснюються неправильною організацією маркетингової діяльності саме в аспектах, пов'язаних із інформаційним забезпеченням. Найбільш типовими помилками при організації маркетингової інформаційної системи, які призводять до одержання неякісних даних є такі:

— відсутність інформаційного підрозділу, до якого надходять усі дані і в якому розраховуються основні аналітичні показники;

— відсутність кваліфікованих фахівців з маркетингу, що викликає необхідність використовувати послуги сторонніх організацій;

— надходження непрофільної інформації, наслідком чого може бути неповна її обробка;

— відсутність методики розрахунку похідних показників, або використання складних для сприйняття форм її подання, надмірність інформаційного масиву, що знижує ефективність використання інформації керівництвом та фахівцями;

— наявність "рутини" у роботі з інформацією, наслідками чого є невідповідність потребам господарської діяльності прийомів пошуку та обробки даних;

— наявність конфліктів між ланками управління в тих випадках, коли певна інформація може погрожувати становищу керівників або спеціалістів, що в подальшому може призвести до нерозуміння сутності явищ та процесів та прийняття невідповідних рішень.

ВИСНОВКИ

Ми пропонуємо створення маркетингової інформаційної системи на засадах, які дозволять уникнути більшості типових помилок забезпечення підтримки маркетингових рішень. Обов'язковими елементами (підсистемами) інформаційної маркетингової системи повинні бути:

— збір інформації;

— зберігання, систематизація та структуризація даних;

— обробка і аналіз даних;

— дослідження зовнішнього середовища підприємства;

— обгрунтування маркетингових рішень;

— комунікаційна підсистема.

Комунікаційна підсистема як складова частина маркетингової інформаційної системи в сучасних умовах функціонування усіх галузей економіки, визначає якість інформаційного забезпечення маркетингової діяльності. При створенні маркетингової інформаційної системи особливої уваги заслуговують аспекти, які визначаються специфікою його діяльності (технологія виробництва, параметри функціонування ринків та галузі, інституціональні обмеження, особливості створення інформаційного потоку).

Особливу увагу при створенні маркетингової інформаційної системи слід приділити комунікаційній складовій. Будь-яка маркетингова політика повинна спиратися на комплекс завдань, вирішення яких дозволить сформувати імідж, який сприятиме зростанню попиту на продукцію, наслідком чого буде зростання прибутковості і рентабельності роботи підприємства. На жаль, в котре доводиться повторювати, що сьогодні комунікаційна політика підприємств аграрного сектору існує лише в теорії або в міркуваннях незначної кількості власників та управлінців. Політика підприємства в сфері комунікації повинна мати в якості головної мети встановлення зв'язків із споживачами на усіх рівнях.

Література:

1. Багиев Г.Л. Маркетинг / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн. — 2-е изд., перераб. и доп. М.: Экономика, 2001. — 718 с.

2. Ковалев, А.И. Маркетинговый анализ: [учебное пособие]/ А. И. Ковалев, В.В. Войленко. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1997. — 176 с.

3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. — СПб.: Питер, 2006. — 464 с.

References:

1. Bagiev, G.L. and Tarasevich, V.M. (2001), Marketing [Marketing], Economica, Moscow, Russia.

2. Kovalev, A.I. (1997), Marketingoviy analiz [Marketing analysis], Centr economiki i marketinga, Moscow, Russia.

3. Kotler, F. (2006), Marketing Management. Express course, [Marketing Management. Express course] Piter, Sanct-Peterburg, Russia.

Стаття надійшла до редакції 09.09.2015 р.

УДК 338.455.014.1

О. О. Масляєва,
викладач, Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ТОВ "СИНЕЛЬНИКІВСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД"

O. Maslyaeva,
lecturer, Dnepropetrovsk State Agrarian and Economic University

FORMATION OF THE COMPETITIVE POSITION OF LLC "SINELNIKOVSKOYE BUTTER PLANT"

Визначено, що головним завданням будь-якого молокопереробного підприємства є формування оптимальної асортиментної структури продукції, що дозволяє найбільш повно задовольняти вимоги певних груп споживачів і ефективно використовувати наявні виробничі ресурси. Істотний вплив на конкурентну позицію переробного підприємства має фізичний стан його виробничого потенціалу. Сучасні умови господарювання ставлять результативність діяльності переробних підприємств в значну залежність від вміння господарюючих суб'єктів використовувати елементи маркетингу для вирішення поставлених цілей.

It was determined that the main task of any milk processing enterprise is to create optimal assortment structure of production, allowing more fully meet the demands specific groups of consumers and efficient use of available production resources. Significant effect on the competitive position of processing enterprise the physical condition of its productive capacity. The modern economic conditions put the efficiency of processing plants in significant dependence on the ability of economic agents use the marketing to attain these goals.

Ключові слова: виробничі ресурси, ефективність, конкурентна позиція, молочна продукція, молокопереробні підприємства, ринок, споживачі, технології, якість молока.
Key words: production resources, efficiency, competitive position, dairy products, milk processing enterprises, markets, customers, technology, quality of milk.

ВСТУП

З усіх чинників формування ринку молока та молочної продукції головною характеристикою є сфера виробництва. Молокопереробна галузь Дніпропетровської області представлена неоднорідною сукупністю виробників, які мають різні конкурентні позиції. Переробкою молока в регіоні займаються 18 промислових підприємств різних за розмірами, спеціалізацією та організаційно-правовими формами господарювання. Незважаючи на позитивну динаміку останніх років, у 2014 році спостерігається зниження регіональних обсягів виробництва всіх видів молокопродукції. Головною причиною погіршення економічного стану на сегментах галузевого ринку є зниження споживчого попиту на продукцію. Сформовану систему конкурентних відносин між регіональними молокопереробними підприємствами характеризує конкурентна структура ринку та його сегментів. А характер конкурентної поведінки окремого переробного підприємства, так само як і типи створюваних конкурентних переваг, обумовлений наявними можливостями й ресурсами, а також цілями його подальшого розвитку.

Теоретичні, методичні та практичні аспекти розвитку конкуренції та формування конкурентоспроможності підприємств, в тому числі в аграрній сфері та молокопродуктовому комплексі розглянуті у працях Васильчак С., Винтоняк В., Глібова Р., Саблука П., Желєзняк А., Ільчук М., Пащенка О. [1—7] та інших вчених. Ці наукові дослідження дуже важливі, однак вони недостатньо розв'язують проблеми, пов'язані з особливостями формування, розвитку та підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств України.

Таблиця 1. Динаміка виробництва молокопродукції, тис. ц

Види продукції	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 у % до	
						2010	2013
Масло тваринне	241,5	248,8	204,0	162,0	222,0	91,9	137,0
Цільномолочна продукція в перерахунку на молоко	663,2	716,3	659,0	523,0	565,0	85,2	108,0
Нежирна молочна продукція в перерахунку на знежирене молоко	208,0	214,3	150,0	102,0	140,0	67,3	137,3

Таблиця 2. Характеристика товарного асортименту

Асортимент продукції					
Складові асортименту	Молоко цільне	Дієтична продукція	Сметана	Масло тваринне	Нежирна продукція
	молоко пастеризоване жирністю 3,2 %	ряжанка жирністю 4,0 %	жирністю 15 %	жирністю 75 %	творог знежирений
	молоко пастеризоване жирністю 2,5 %	ряжанка жирністю 2,5 %	жирністю 15 %	жирністю 15 %	кефір нежирний

Таблиця 3. Характеристика виробничої бази

Види продукції	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 у % до	
						2010	2013
Коефіцієнт завантаження виробничих потужностей, %	73,6	78,0	67,0	52,1	61,3	-12,3	+9,2
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	7134,3	7011,2	7310,5	7312,0	7700,0	107,9	105,3
Інвестиції в технологічне оснащення виробництва, тис. грн.	667,1	459,0	587,5	510,4	680,1	101,9	133,2

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Поточною концепцією конкурентного розвитку ТОВ "Синельниківський маслозавод" є стратегія універсального аутсайдера. Підприємство орієнтоване на випуск молочної продукції більш дешевої цінової категорії зі слабко вираженими конкурентними перевагами. Складна функціональна структура внутрішнього середовища виробників молочної продукції зумовлює важливість кожного з внутрішніх факторів у формуванні стратегії конкурентного розвитку. Сферою виробничої діяльності ТОВ "Синельниківський маслозавод" є наступні сегменти регіонального ринку: масла тваринного, цільномолочної та нежирної молочної продукції (табл. 1).

Дані таблиці засвідчують провідне місце в структурі виробництва продукції з незбираного молока. Водночас випуск масла тваринного і нежирної молочної продукції при менших обсягах виробництва характеризується більш високими темпами приросту.

Головним завданням будь-якого молокопереробного підприємства є формування оптимальної асортиментної структури продукції, що дозволяє найбільш повно задовольняти вимоги певних груп споживачів (сегментів ринку) і ефективно використовувати наявні виробничі ресурси (табл. 2).

Продукція підприємства представлена вузьким асортиментом, номенклатура якого налічує чотири групи: продукція з незбираного молока, нежирна молочна продукція, сметана, масло вершкове. Наявність в асортименті підприємства декількох видів молочної продукції свідчить про достатню виробничу базу, яка дозволяє використовувати різноманітні технологічні рішення. Технологічна схема виробництва молочної продукції ТОВ "Синельниківський маслозавод" характеризується досить простими, але надійними виробничими рішеннями. ТОВ "Синельниківський маслозавод" повністю укомплектований всім необхідним, переважно вітчизняним обладнанням для виробництва основних видів молочних продуктів. Весь спектр продукції підприємства проводиться відповідно до вимог галузевих стандартів. Залишковим продуктом застосовуваної є обрат, який реалізується, або передається постачальникам сировинного молока.

Істотний вплив на конкурентну позицію переробного підприємства має фізичний стан його виробничого потенціалу. Характерною особливістю більшості українських виробників молочної продукції є наявність сильно зношеного або морально застарілого обладнання і, як наслідок, підвищення собівартості кінцевої продукції (табл. 3).

Дані таблиці свідчать про низьку завантаженість виробничих потужностей підприємства протягом досліджуваного періоду. Найвищий рівень завантаження виробничих потужностей був у 2011 році і склав 78,0 % від потенційно можливого обсягу виробництва. При постійній величині ви-

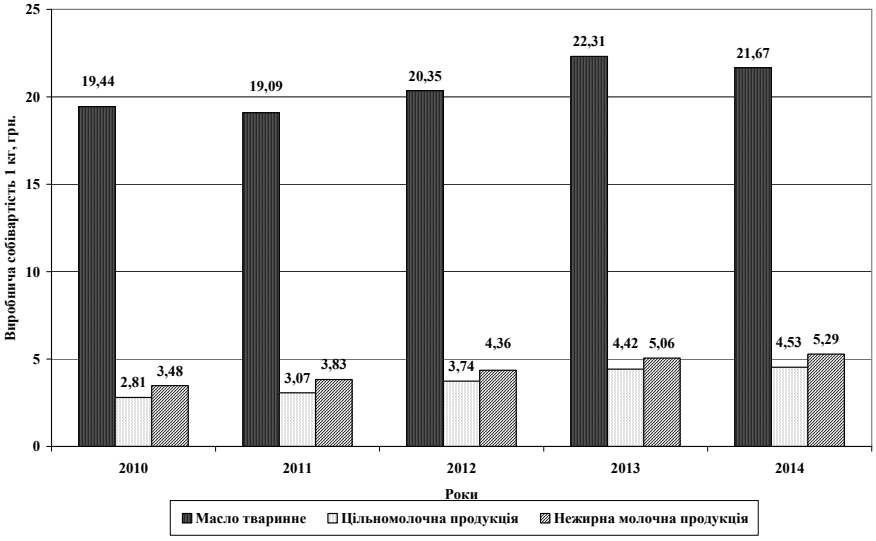

Рис. 1. Виробнича собівартість молочної продукції

Передплатний індекс 21847

Таблиця 4. Структура виробничої собівартості основних видів молочної продукції у 2014 році, %

Статті витрат	Види молочної продукції		
	Цільномолочна продукція	Масло тваринне	Нежирна молочна продукція
Сировина та матеріали	59,04	75,02	58,27
Роботи і послуги	6,05	2,98	5,99
Паливо та енергія	7,68	3,97	7,61
Затрати на оплату праці	24,10	12,48	24,70
Амортизація основних засобів	0,96	0,53	0,99
Податки	0,29	0,39	0,31
Інші витрати	1,88	4,63	2,13
Всього витрат	100,0	100,0	100,0

Таблиця 5. Якість закупленого молока

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 у % до	
						2010	2013
1 - сорт	7478,6	7963,7	6794,8	5293,9	6259,2	83,7	118,2
2 - сорт	98,4	67,5	103,2	65,8	53,1	54,0	81,5
Несортове	0,9	0,6	0,5	0,5	0,7	77,8	140,0
Середній вміст жиру, %	3,47	3,48	3,49	3,52	3,51	101,2	99,7

користовуваних основних засобів, інвестиції в технічне переозброєння виробництва залишаються на недостатньому рівні, і в основному йдуть на придбання окремих вузлів устаткування, комплектуючих та проведення робіт з технічної модернізації.

Результатом ефективності застосовуваних на підприємстві технологій та використовуваного обладнання є виробнича собівартість молочної продукції (рис. 1).

Дані рисунка свідчать про нестійку різнорідну динаміку зміни собівартості виробництва молочних продуктів протягом періоду дослідження. Зростання собівартості виробництва молокопродукції пояснюється декількома причинами: зношенням технологічного устаткування, зростанням цін на сировину та енергоресурси тощо. Разом зі зміною собівартості виробництва основних видів молочної продукції, трансформувалася і структура виробничих затрат (табл. 4).

Структура виробничої собівартості продукції з незбираної та нежирної молочної продукції має ідентичний характер, що пояснюється схожістю виробничих процесів. Найбільшою статтею витрат при виробництві даних видів продукції є сировина та матеріали. Структура собівартості масла тваринного відрізняється високою питомою вагою витрат на сировину і матеріали та низькою часткою витрат на оплату праці.

Важливе значення для забезпечення нормального і ритмічного виробничого процесу має своєчасне постачання сировинного молока, обсяги закупівель якого за останні роки дещо знизилися. Однією з причин є те, що в умовах зростаючого дефіциту сировинного молока великі регіональні переробні організації роблять активні спроби захоплення сировинної бази дрібних виробників. Загострення боротьби за сировинні ресурси призводить до зміцнення співробітництва виробників з найбільш пріоритетними постачальниками. Вибір і залучення останніх до співробітництва з молокопереробним підприємством все частіше розглядається через призму привабливості господарств-постачальників з точки зору якості виробленого молока (табл. 5).

Дані таблиці свідчать про високу якість сировинного молока, що поставляється на ТОВ "Синельниківський маслозавод". Протягом усього досліджуваного періоду переважна частка в структурі постачання припадала на молоко 1-го сорту. Тенденція підвищення жирності закуповуваного молока пояснюється придбанням переробним підприємством сучасної охолоджувальної техніки, контрольно-вимірювальної апаратури, а також правильною організацією закупівельної роботи з виробниками сировини.

Формування сировинних баз регіональних виробників відбувається під впливом багатьох факторів, до числа яких належить існуючий з радянських часів територіальний розподіл молокопереробних виробництв. Відповідно оптимізаційного підходу надходження молочної продукції до центрів споживання здійснюється найкоротшим шляхом, що гарантує мінімізацію витрат на транспортування та раціональне використання виробничих потужностей підприємств.

Важливий вплив на формування каналів сировинного забезпечення ТОВ "Синельниківський маслозавод" мають природно-кліматичні умови,

Таблиця 6. Динаміка чисельності персоналу, осіб

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2014 у % до	
						2010	2013
Середньорічна чисельність персоналу	68	72	73	68	71	104,4	104,4
в т.ч.: промисловий персонал	54	57	58	54	56	103,7	103,7
управлінський персонал	9	9	9	8	9	100,0	112,5
Кількість співробітників з вищою та середньою спеціальною освітою	26	29	29	28	28	107,7	100,0
Питома вага витрат на організацію управлінської діяльності у вартості реалізованої продукції, %	4,70	4,44	4,21	4,36	4,48	95,3	102,8
Частка кваліфікованого персоналу, %	38,2	40,3	39,7	41,2	39,4	103,1	95,6
Фонд оплати праці, тис. грн.	1591	1836	2138	2046	2208	138,8	107,9
в т.ч. одного співробітника, тис. грн.	23,4	25,5	29,3	30,1	31,1	132,9	103,3
Коефіцієнт забезпеченості трудовими ресурсами	94,4	98,6	100,0	93,2	95,9	101,6	102,9

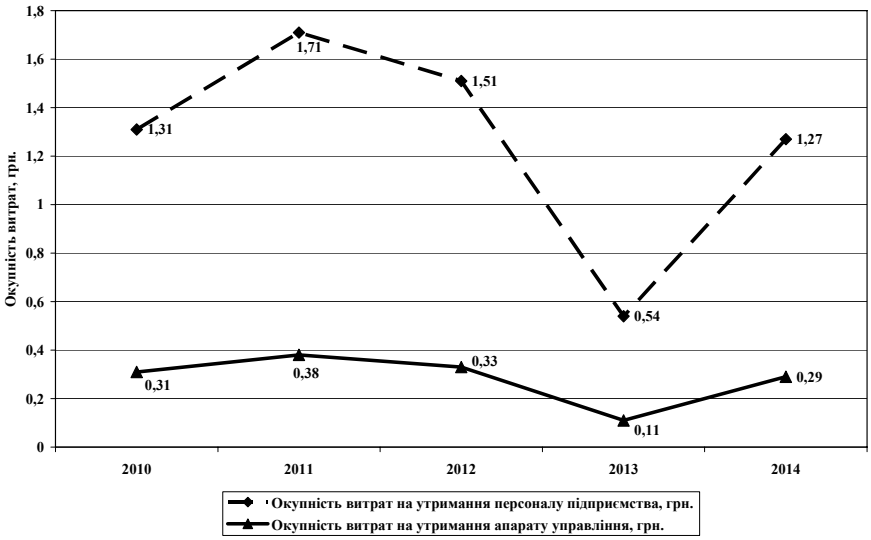

Рис. 2. Ефективність діяльності персоналу

які утворюють характерну структуру постачання з 3-х груп постачальників, що розрізняються між собою як обсягами поставок, так і закупівельними цінами. Найбільші обсяги молока надходять від сільськогосподарських підприємств (76,4 %). Питома вага молока, що надійшов з особистих підсобних господарств населення, склав 21,9 %, фермерських господарств — 1,7 %. З метою типологічного групування постачальників проведено кластерний аналіз класифікації виробників сировини за такими характеристиками: обсяг реалізації молока у фізичній вазі, жирність молока, фактична ціна реалізації 1 кг молока. В результаті були отримані чотири групи виробників, що представляють собою різні типи постачальників. Виділені групи істотно різняться між собою обсягами постачання молока, якістю сировини і закупівельною ціною.

Важливе значення в процесі виробництва молочної продукції належить трудовим ресурсам. Наявність на підприємстві необхідної кількості працівників відповідної кваліфікації є приоритетною умовою досягнення підприємством цілей стратегічного розвитку. Рівень забезпеченості ТОВ "Синельниківський маслозавод" трудовими ресурсами та кількісний склад персоналу представлені в таблиці 6.

Згідно аналізу протягом досліджуваного періоду значення коефіцієнта забезпеченості трудовими ресурсами варіювалося в діапазоні від 93,1% до 100,0%, що свідчить про достатньо високий трудовий потенціал підприємства. Кількісний склад персоналу характеризується переважанням в структурі працівників, які обслуговують процес виробництва. Діяльність управлінського персоналу спрямована на підвищення ефективності управління підприємством і полягає у формуванні дієвої системи прийняття рішень та створення досконалої організаційної структури. Зміни, що відбулися в обсягах коштів, витрачених на оплату праці трудового персоналу, характеризується вираженою позитивною динамікою. В цілому за період 2010—2014 рр. рівень оплати зріс на 38,8 %, а за останній звітний рік на 7,9 %. При цьому питома вага фінансових витрат на організацію управлінської діяльності змінювався протягом звітного періоду менш високими темпами.

Важливою характеристикою результативності діяльності трудових ресурсів підприємства, у тому числі управлінського персоналу, є величина окупності витрат на їх утримання. Рівень окупності витрат підприємства на утримання співробітників є відносно невисоким, і протягом досліджуваного періоду має нестійку динаміку. Стосовно управлінського персоналу, то рівень окупності витрат на його утримання знаходиться на більш високому рівні і схильний до значних коливань (рис. 2).

Сучасні умови господарювання ставлять результативність діяльності переробних підприємств в значну залежність від вміння господарюючих суб'єктів використовувати елементи маркетингу для вирішення поставлених цілей. Економічна роль маркетингу полягає в тому, що він підвищує обгрунтованість прийнятих керівництвом управлінських рішень, сприяє планомірному розвитку господарських взаємозв'язків через раціоналізацію процесу руху товарів, удосконалення обліку та прогнозування змін ринкової ситуації. Зважаючи на відносно невеликі розміри виробництва, ТОВ "Синельниківський маслозавод" не має у своїй структурі маркетингової служби, а всі обов'язки з управління маркетингом покладені на заступника генерального директора по збуту. Основні його функції полягають у визначенні маркетингової стратегії розвитку підприємства; формуванні цінової політики; організації рекламних кампаній, PR-акцій і заходів стимулювання збуту; контроль фінансових і товарних потоків тощо.

За сучасних конкурентних відносин формування стійкої конкурентної стратегії на довготривалу перспективу неможливе без нарощування та зміцнення фінансового потенціалу переробного підприємства. Фінансовий стан підприємства характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, необхідними для нормального функціонування товаровиробника, доцільністю їх розміщення та ефективністю використання, фінансовими взаємовідносинами з іншими господарюючими суб'єктами, платоспроможністю і фінансовою стійкістю. Найважливіший вплив на фінансовий стан товаровиробника, його стійкість і стабільність мають результати виробничої, комерційної та фінансової діяльності переробного підприємства (табл. 7).

Передплатний індекс 21847

Таблиця 7. Результати фінансово-господарської діяльності

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 у % до	
						2010	2013
Виробнича собівартість молочної продукції, тис. грн.	7284,4	7769,4	7265,1	6444,8	8103,4	111,2	125,7
Повна собівартість молочної продукції, тис. грн.	7374,2	7866,3	7356,1	6539,5	8219,4	111,5	125,7
Виручка від реалізованої молочної продукції, тис. грн.	8015,5	8692,8	8010,3	6734,4	8860,7	110,5	131,6
Прибуток від реалізованої молочної продукції, тис. грн.	641,3	826,5	654,2	194,9	641,3	100,0	329,9
Прибуток до оподаткування, тис. грн.	606,2	796,1	611,5	189,6	609,1	100,5	321,3
Чистий прибуток, тис. грн.	454,7	597,1	458,6	142,2	456,8	100,5	321,3
Рентабельність виробничої діяльності, %	6,2	7,6	6,2	2,2	5,6	- 0,6	+ 3,4
Рентабельність продажу, %	8,7	10,5	8,9	3,0	7,8	- 0,9	+ 4,8
Рентабельність капіталу, %	7,7	10,2	8,5	2,4	7,9	- 0,2	+ 5,5
Коефіцієнт фінансової автономії	0,37	0,38	0,42	0,38	0,41	+ 0,04	+ 0,03
Коефіцієнт поточної ліквідності	0,95	0,93	0,95	0,94	0,96	+ 0,01	+ 0,02

Дані таблиці свідчать про позитивні зміни в сфері фінансово-господарської діяльності підприємства. Незважаючи на збільшення собівартості молочних продуктів, зберігається позитивна динаміка в сфері реалізації, що пояснюється стабільним ростом ринкових цін. Розміри виручки і чистого прибутку в досліджуваному періоді значно варіюються внаслідок коливання обсягів виробництва та реалізації молочної продукції по роках.

ВИСНОВОК

Протягом останніх років спостерігається позитивна динаміка показників рентабельності, що характеризують кінцеві результати господарювання підприємства. Коефіцієнт фінансової автономії характеризується також позитивним змінами, що є передумовою подальшого зниження фінансової залежності від зовнішніх інвесторів. Значення коефіцієнтів поточної ліквідності, що визначають межі безпеки для можливого зниження ринкової вартості оборотних активів, характеризуються мінімально можливим рівнем, що не сприяє залученню ззовні грошових коштів та негативно впливає на фінансовий стан підприємства. Виявлені в результаті дослідження зовнішні і внутрішні джерела формування конкурентних позицій досліджуваного молокопереробного підприємства створюють всі передумови для подальшої оцінки конкурентних переваг товаровиробника та розробки конкурентної стратегії його розвитку.

Література:

1. Васильчак С.В. Удосконалення системи заготівлі молока / С.В. Васильчак // Економіка АПК. — 2004. — № 12. — С. 109—112.

2. Винтоняк В. Развитие украинского рынка экспортно-ориентированных молокопродуктов промышленной группы / В. Винтоняк // Молочный мир. — 2011. — № 12. — С. 81—91.

3. Глібов Р.В. Маркетингова діяльність вітчизняних товаровиробників на ринку молока / Р.В. Глібов // Економіка АПК. — 2012. — № 12. — С. 125—131.

4. Економіка виробництва молока і молочної продукції в Україні / За ред. П.Т. Саблука і В.І. Бойка. — К.: ННЦІ "ІАЕ", 2005. — 328 с.

5. Желєзняк А.М. Виробництво і реалізація молока і молокопродуктів: аналіз і перспективи / А. Желєзняк // Вісник аграрної науки Причорномор'я. Спец. вип. 2 (26). — Т. 2. — 2013. — С. 132—137.

6. Ільчук М.М. Прогноз попиту та пропозиції молокопродуктів: продовольче споживання, експорт та обсяги виробництва / М.М. Ільчук // Аграрна наука і освіта. — 2010. — № 3—4. Т.4. — С. 106—111.

7. Пащенко О.В. Соціально-економічні аспекти формування ринку молочної продукції в Київській області / О.В. Пащенко // Економіка АПК. — 2011. — № 6 — С. 125—128.

References:

1. Vasyl'chak, S.V. (2004), "Improving the system of the purveyance of milk", Ekonomika APK, vol. 12, pp. 109—112.

2. Vintonjak, V. (2011), "The development of Ukrainian market of export-oriented dairy industry group", Molochnyj mir, vol. 12, pp. 81—91.

3. Hlibov, R.V. (2012), "Marketing activities of domestic producers on the milk market", Ekonomika APK, vol. 12, pp. 125—131.

4. Sabluk, P.T. Bojko, V.I. (2005), Ekonomika vyrobnytstva moloka i molochnoi produktsii v Ukraini [Economics of milk and dairy products in Ukraine], NNTsI "IAE", Kyiv, Ukraine.

5. Zheliezniak, A.M. (2013), "Manufacture and sale of milk and dairy products: analysis and perspectives", Visnyk ahrarnoi nauky Prychornomor'ia, vol. 2 (26), pp. 132—137.

6. Il'chuk, M.M. (2010), "Forecast demand and supply of milk, food consumption, exports and production", Ahrarna nauka i osvita, vol. 3—4, pp. 106—111.

7. Paschenko, O.V. (2011), "Socio-economic aspects of the formation of the dairy market in the Kiev region", Ekonomika APK, vol. 6, pp. 125—128.

Стаття надійшла до редакції 09.09.2015 р.

УДК 338.262

О. Д. Богдан,
аспирант кафедры менеджмента инновационной и инвестиционной деятельности,
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка

РЕАКЦИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ НА ВНЕДРЕНИЕ ПРИНЦИПОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

O. Bogdan,
PhD student, Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE REACTION OF THE UKRAINIAN AGRIBUSINESS SECTOR TO INTRODUCE THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT PRINCIPLES

В статье раскрыто понятие устойчивого развития, основные предпосылки для его реализации в пределах агропромышленного комплекса Украины. Автором рассмотрены объемы государственных закупок в секторах сельского хозяйства, науки и общественного питания. На основе анализа закупок проведена оценка перспектив устойчивого развития агропромышленного сектора экономики Украины и основных барьеров для его реализации.

Благодаря проведению опроса и консультаций, исследована реакция некоторых ключевых отраслей агропромышленного сектора на внедрение нового подхода на предмет отзывчивости рынка. Также автором рассмотрен международный опыт реализации подхода к устойчивому развитию.

Ключевым выводом автора являются определенные в статье приоритетные задачи для сектора, которые помогут усовершенствовать государственную политику в области устойчивого развития.

The article describes the concept of sustainable development, and the main preconditions for its implementation within the agro-industrial complex of Ukraine. The author considers the volume of public procurement in the sectors of agriculture, science and food sector. The author evaluated the prospects of sustainable development of the agricultural sector of the economy of Ukraine and the main barriers to its implementation based on the analysis of procurement.

Thanks for survey and consultations, studied the reaction of some of the key sectors of the agricultural sector to implement the new approach on the subject of market responsiveness. The author also discussed the international experience in the implementation approach for sustainable development. The key conclusions in article are defined priorities for the sector, which will help improve the state policy in the field of sustainable development.

Ключевые слова: агропромышленный сектор, устойчивое развитие, государственные закупки, евроинтеграция.

Key words: agro-industrial sector, sustainable development, public procurement, the European integration.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Успешность государства зависит от направления финансового и ресурсного потенциала на усовершенствование наиболее конкурентоспособных отраслей экономики, а также обеспечение продовольственной безопасности. Политика европейской интеграции и сама интеграция в европейское сообщество — это, по сути, стратегическая возможность формирования и реализации сбалансированной политики перехода Украины к устойчивому развитию.

Устойчивое развитие как новый вектор развития экономики требует от правительств стран и руководств организаций рассматривать

социальные, экономические и экологические аспекты своей деятельности в комплексе. Новый подход к потреблению и производству должен обеспечить реструктуризацию системы и улучшение работы государственных механизмов [1].

Для построения системного подхода к устойчивому развитию важно идентифицировать возможности и риски, связанные с принятием решения о закупках работ, товаров и услуг определенной категории, а также произвести их оценку. Расстановка приоритетов в данном случае помогает скоординировать и обосновать решения относительно того, какие именно услуги и продукция должны стать частью политики плана внедрения принципов устойчивого развития.

АНАЛИЗ ПОСЛЕДНИХ ИССЛЕДОВАНИЙ И ПУБЛИКАЦИЙ

Разработке методических подходов к оценке устойчивости развития посвящены исследования международных организаций, таких как ООН, Всемирный банк; национальных научно-исследовательских институтов; а также зарубежных и отечественных ученых. Авторитетность исследователей и многочисленные публикации ведущих экспертов в отрасли говорит о признанной популярности устойчивого развития в разных странах. На сегодняшний день существуют многочисленные методики использования подходов к устойчивому развитию (далее — УР), но они все еще остаются несогласованными и недоработанными в масштабах страны.

Работы российских ученых посвящены преимущественно классификации методик и их критическому разбору. К примеру, А.И. Бородин [2, с. 4—14] провел анализ методических подходов к классификации социо-эколого-экономических индикаторов устойчивого развития. В своих работах Н.Ю. Сорокина рассматривает методические аспекты оценки и прогнозирования устойчивости и приходит к выводу, что единопризнанной методикой является та, что позволяет развиваться без построения сложных условий [3, с. 37—44].

Зарубежные ученые, такие, как Д. Ригби, Вудхаус, П. Янг, Т. и М. Бертон [4, с. 463—478], едины в мысли, что усилия властей должны быть направлены на научную оценку фермы/предприятия на местного и регионального уровня, как "экологически устойчивого блока" с учетом социальной конструкции. Индексы устойчивости могут быть полезным инструментом для оценки организационной единицы, чтобы искоренить деструкцию.

Вопросами эффективности агропромышленного сектора Украины с позиций его устойчивого развития и совершенствования занимаются ученые Совета по изучению производительных сил Украины НАН Украины, Института экономики НАН Украины, Института аграрной экономики, Института землеустройства, Украинской академии аграрных наук и тому подобное. Среди авторов, которые разработали теоретико-методические основы и занимались прикладными аспектами этой проблемы можно выделить Дорогунцова С.И., Борщевского П.П., Данилишина Б.М., Чернюк Л.Г., Лисецкого А. С., Прейгер Д.К., Ивануху Р.А., Паламарчука М.М. и других.

ФОРМУЛИРОВАНИЕ ЦЕЛЕЙ СТАТЬИ

Автор поставил цель определить реакцию агропромышленного сектора на "включение", принципов УР, которые помогут усовершенствовать государственную политику и улучшить инновационный и инвестиционный потенциал отрасли. Достижение цели предусматривает рассмотрение следующих задач:

— понятия устойчивого развития, основных категорий и предпосылок для его реализации в пределах агропромышленного комплекса Украины.

— объемы государственных закупок в секторах сельского хозяйства, науки и общественного питания.

— на основе анализа закупок провести оценку перспектив устойчивого развития в агропромышленном секторе экономики Украины и основных барьеров для его реализации.

— исследовать реакцию некоторых ключевых отраслей агропромышленного сектора на внедрение нового подхода на предмет отзывчивости рынка.

— проанализировать международный опыт реализации подхода к устойчивому развитию.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА

Поскольку агропромышленный комплекс является одной из важнейших составляющих экономической системы Украины, устойчивость его развития во многом определяет характер функционирования экономики государства в целом.

Устойчивое развитие сектора в данном случае — это акцент на значимости уравновешенного функционирования экономической, экологической и социальной системы и особого статуса агропродовольственной сферы в отечественном хозяйственном комплексе.

Рис. 1. Динамика затрат государственного бюджета на государственные закупки Министерства аграрной политики и продовольствия Украины, тыс. грн.

Джерело: [6].

Действительно, внедрение основ устойчивого развития требуют от правительств стран в агропромышленный комплекс требует рассмотрения социальных, экономических и экологических аспектов своей деятельности без предпочтение каком-то из них, то есть в комплексе. В условиях технологической и ресурсной истощенности национальных ресурсов нужно рассматривать государственные закупки через призму их "устойчивости". Новый подход к потреблению и производству должен обеспечить реструктуризацию экономики и в частности агропромышленного сектора страны [5].

В связи с этим, рассмотрим в динамике за последние три года объемы затрат в соотношении с оформленными договорами на государственные закупки (рис. 1).

Основываясь на данных затрат бюджета 2013 и 2014 гг., наблюдается существенное сокращение государственных расходов во всех сферах экономики в связи со сложной политической и экономической ситуацией в Украине. В соотношении к 2013 году в 2014 динамика затрат государственного бюджета на государственные закупки равна 25,7%.

Объемы государственных закупок в Украине в "Сельском хозяйстве" составил 878,31 млн грн. (2780 соглашений); "Научные исследования и разработки" закупались в размере 14085,53 млн грн. (1253 соглашений). Наибольший процент соглашений относительно объемов закупок в отрасли "Пищевая промышленность и общественное питание" 5503,14 млн грн. (14799 соглашений), что говорит об активизации этой отрасли [7].

Автором было сформировано фокус-группы для выявления ключевых проблем национального и местного уровня агропромышленного комплекса. По результатам обсуждения, исполнительные органы власти сформированы проекты управленческих решений, которые обеспечивающих устойчивое социально-экономическое развитие региона, что открыло перспективы для следующих исследований автора.

Для получения данных к последующему анализу, следует оценить перспективы развития групп: основные индикаторы устойчивого развития (загрязнение атмосферного воздуха, воды; проблема отходов; использование ресурсов; окружающая среда на региональном уровне; здоровье; образование и трудоустройство; общество и социальная среда (табл. 1).

Национальные приоритеты тесно связаны с ожидаемыми выгодами внедрения устойчивого развития. Для того, чтобы понять каким образом компоненты устойчивого развития влияют на сектор, следует рассмотреть детально каждый из них.

Таблица 1. Экспертная оценка перспектив внедрения основ устойчивого развития агропромышленного сектора Украины

№	Название отрасли	Загрязнения				Использование ресурсов				ООС					Социальные факторы				Общая оценка (+)	%
		Изменения климата	Другие загрязнения	Загрязнения воды	Опасные вещества	Материалы	Энергия	Другие природные ресурсы	Вода	Биоразнообразие	ООС на региональном уровне	Здоровье	Образование	Трудоустройство	Общественность	Права человека	Разнообразие	Другие факторы		
1.	Научные исследования и разработки	-	-	-	+	+	+	-	-	-	+	-	+	-	+	+	-	+	8	5,76
2.	Пищевая промышленность и общественное питание	+	-	-	+	+	+	+	+	-	+	-	-	+	+	+	-	+	11	7,91
3.	Сельское хозяйство	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	-	+	-	-	+	-	-	11	7,91

* ООС – охрана окружающей среды.

Таблица 2. Анализ реакции ключевых индикаторов на пути устойчивого развития

	Название отрасли	Реакция рынка			Реакция общественности		Реакция поставщиков			Оценка
		Насыщенный рынок	Доля рынка	Товарооборот	Клиенты	Общество	Политика	Законодательство	Поддатливость	
1.	Научные исследования и разработки	-	+	-	-	+	-	-	+	3
2.	Пищевая промышленность и общественное питание	+	+	+	+	-	-	+	-	5
3.	Сельское хозяйство	+	+	+	+	-	+	+	-	6

Основным выводом проведенного в процессе исследования прогнозирования состояния трудовых ресурсов на ближайшую перспективу является их постепенное уменьшение. Параллельно этим изменениям происходит сокращение в составе трудовых ресурсов села лиц трудоспособного возраста и лиц старше трудоспособного возраста и подростков, занятых в отраслях экономики. Ключевой проблемой формирования трудового потенциала села сегодня является обеспечение способности к труду, повышения деловой квалификации работников, поэтому развитие трудовых ресурсов требует расширения системы профессиональной подготовки молодежи, включая и к рабочим период с целью достижения персоналом соответствующего уровня квалификации, способного эффективно работать в рыночных условиях.

Закупка устойчивых товаров и услуг позволит содействовать достижению социальных целей и развитие модели устойчивого потребления, которая решит ключевые социальные проблемы, как: недостаточное количество рабочих мест, плохое качество условий труда, вялое региональное развитие, занятость населения; бедность; демографическая динамика; низкий уровень образования и воспитания общества; защита и улучшение здоровья людей.

Решение проблемы обеспечения устойчивого развития сектора предусматривает смещение акцентов в отношениях товаропроизводителя и окружающей среды с ресурсопотребления, что не соответствует требованиям экологической безопасности. Самым целесообразным в условиях техногенной нагрузки является ресурсосбережение путем экологизации сельскохозяйственной деятельности, под которой следует понимать процесс целенаправленных преобразований в производительных силах и производственных отношениях, снижающих негативное воздействие на окружающую среду и обеспечивающих эффективное использование ресурсов.

Создание устойчивых комплексных механизмов финансирования капиталовложений и мотивации к использованию / модернизации энергоэффективных технологий и более чистого производства помогут решить проблемы экологической компоненты: сохранение качества водных ресурсов; комплексный подход к планированию и рациональному использованию земельных ресурсов; содействие ведению устойчивого сельского хозяйства и развитию сельских районов; защита атмосферы.

Количественные и качественные показатели человеческого капитала как основной производительной силы общества, непосредственно участвует в сельскохозяйственном производстве, постоянно ухудшаются. Это является одним из факторов сокращения производства валовой продукции сельского хозяйства. Уменьшение численности работающих в сельском хозяйстве связано с расстройством социальной инфраструктуры, снижением уровня заработной платы, которая является самой низкой среди всех отраслей экономики.

Создание недискриминационных механизмов управления обеспечения эффективного доступа к рынку всех участников рынка, включая новых позволит решить экономические проблемы отрасли: пассивное международное сотрудничество для создания потенциала в развивающихся странах; риски изменения структуры потребления; недостаток финансовых ресурсов и несовершенство механизмов; облегчение трансфера технологий более чистого производства; развитие инновационного потенциала Украины.

Два разнонаправленных вектора развития — экологический и экономический объединяются в процессе устойчивого развития путем минимизации расходов ресурсного потенциала для обеспечения материального благососто-

яния общества и уменьшение техногенной нагрузки на природную среду. Поэтому уравновешенный эколого-экономическое развитие аграрного сектора региона требует комплексности в решении вопросов взаимодействия природы и субъектов хозяйствования. Суть такой комплексности заключается в объединении усилий людей и органов местного самоуправления для обеспечения продовольственной безопасности региона по качеству и количеству продовольствия, охраны и восстановления природных ресурсов, а также управление использованием имеющихся ресурсов с целью минимизации негативного влияния на окружающую среду [8, с. 330—335].

Произведем объективную оценку трех ключевых индикаторов при помощи голосования "за" или "против" (таблица 2).

Индикатор "Рынок": достаточно ли доля рынка каждой отрасли насыщенна предложением и удовлетворяет ли продажа товаров массового потребления и предоставление платных торговых услуг населению личных потребностей в обмен на его денежные доходы или предприятиям. Индикатор "Реакция общественности": оказывают ли влияние на клиентов социальные инструменты государства. Индикатор "Поставщики": влияют ли законодательные нормы в стране на деятельность отрасли и податливы ли к изменениям экономической среды предприятий в отраслях.

Оценки влияния были определены на основании мнения экспертов. Индикаторы предназначены для практического использования на национальном уровне в различных странах мира при принятии политических решений. Разумеется, не все индикаторы являются пригодными для применения в любой ситуации. Данный метод заключается в присвоении критериям признакам весовых коэффициентов. Экспертами с помощью голосования "за" или "против" проставлены акценты для каждого пункта влияния. Суммарный ответ был подвержен процентной оценке, а наибольший процент внесен в таблицу. Общая оценка для отрасли выставлялась на основании суммы всех акцентов. Процент по каждой отрасли показывает значимость (вес) оценки среди всех остальных. Наиболее зависимой от внешних факторов оказалось: сельское хозяйство. Организации этой государственной формы собственности этих отраслей являются одними из наиболее затратных в государственном бюджете.

Обращаясь к мировому опыту внедрения устойчивости в привычный режим экономического развития, следует отметить, что самыми успешными примерами являются небольшие страны, в которых реформы подобного рода проходят достаточно быстро и качественно. К примеру, Вьетнам имеет хорошо сформированную структуру государственного управления с подструктурами поддержки через организации производителей, организаций, инфраструктуры, системы здравоохранения. В стране построена система стратегического сотрудничества между научным и производственным секторами. Вьетнамские ориентиры на политику, применяются в исследовательских институтах и университетах, чтобы тысячи студентов общественных деятелей могли заниматься разработкой рекомендаций относительно устойчивой продовольственной системы. Кроме того, такая система предлагает перспективы для построения повторных консультаций и повышенного мониторинга результатов устойчивости [9].

Германия, практикующая применение принципов устойчивого развития с середины двадцатого века, активно развивает органическое производство, становясь примером для подражания для миллионов фермерских угодий по всему миру. Устойчивое развитие укоренилось в сознании немца на потребительском уровне, что помогает развивать государственную политику быстрыми темпами.

ВЫВОДЫ

Украина готова и впредь выступать надежным партнером в консолидации международной деятельности в области устойчивого развития, преодолении последствий мирового финансово-экономического и продовольственного кризиса, вызовов, обусловленных изменением климата, и предотвращении других глобальных угроз человечеству в будущем. Внедрению принципов устойчивого развития мешает прежде всего отсутствие понимания органов государственной власти относительно рациональности и эффективности данной модели закупок. Также в качестве других факторов можно отметить слабый уровень информированности по данному вопросу и отсутствие действенных экономических стимулов для производителей внедрять энергоэффективные и ресурсосберегающие технологии более чистого производства.

— Усилить информирование общества и органов власти о необходимости внедрения принципов устойчивого развития.

— Разработать и обеспечить внедрение системы мониторинга устойчивого развития.

При расстановке приоритетов следует руководствоваться критериями национального законодательства: энергоэффективность и бо-

лее чистые технологии производства, охрана окружающей среды, экологизация производства, развитие экологических инноваций, товары и услуги с улучшенными экологическими характеристиками.

К процессу целесообразно привлечь представителей всех заинтересованных сторон: органы исполнительной власти, органов местного самоуправления муниципальных образований, коммерческие организации, общественные объединения и население.

Литература:

1. Официальный сайт Организации объединенных наций (2014) "SPP Plan" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.un.org/esa/sustdev/natlinfo/indicators/guidelines.pdf

2. Бородин А.И. Экономика. Предпринимательство. Окружающая среда //ЭПОС. — 2005. — № 3 (23).

3. Сорокина Н.Ю. Моделирование влияния экономических и социальных факторов на развитие потенциала старопромышленного региона // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. Вып. 3. Ч.I. — Тула: ТулГУ, 2015.

4. Rigby D., Woodhouse P. Young T. and Burton, M. (2001) Constructing a farm level indicator of sustainable agricultural practice. Ecological Economics, № 39.

5. Ежегодный доклад Всемирного Банка "Индикаторы мирового развития" [Электронный ресурс]. — Режим доступа: data.worldbank.org/products/wdi

6. О государственном бюджете на 2014 год: Закон Украины // Ведомости Верховного Совета Украины от 16.01.2014 № 719-VII [Электронный ресурс]. — Режим доступа: zakon.rada.gov.ua/go/1622-18

7. Офіційний сайт Державного комітету статистики України: Обсяг державних закупівель в Україні за 2012—2014 рр. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: ukrstat.gov.ua/

8. Мартинов С.В. Управління сталим розвитком АПК: регіональний аспект // Вісник Львівського державного аграрного університету. Економіка АПК. — 2004. — № 11 (2).

9. Steffanie Scott: Agriculture and Agri-food Canada, 2004. Vietna m Agri-Food Country Profile Statistical Overview. Accessed 10/10/05 at http://atn-riae.agr.ca/asean/3834_e.htm

References:

1. The official website of the United Nations (2014), "SPP Plan", available at: http://www.un.org/esa/sustdev/natlinfo/indicators/guidelines.pdf (Accessed 5 September 2015).

2. Borodin, A. (2005), Ekonomika. Predprinimatelstvo. Okruzhayushchaya sreda [Economy. Entrepreneurship. Environment], EPOS-2005, vol. 3 (23).

3. Sorokina, N. (2015), "Modeling the impact of economic and social factors on the development of the capacity of an old industrial region", News TulGU. Ekonomicheskie and yuridicheskiye nauki. vol. 3. no. 1.

4. Rigby, D. Woodhouse, P. Young, T. and Burton, M. (2001), "Constructing a farm level indicator of sustainable agricultural practice", Ecological Economics, № 39.

5. The official site of the World Bank (2015), "The annual report of the "World Development Indicators", available at: data.worldbank.org/products/wdi" (Accessed 5 September 2015).

6. The Verkhovna Rada of Ukraine (2014), The Law of Ukraine "On State Budget for 2012—2014", available at: zakon.rada.gov.ua/go/1622-18 (Accessed 5 September 2015).

7. State Statistics Service of Ukraine (2009), Obsiagy derzhavnyh zakupivel v Ukraini 2012—2014" Statystychnyj zbirnyk [The volume of public procurement in Ukraine 2012—2014] Derzhkomstat, Kyiv, Ukraine.

8. Martin, S. (2004), "Agrarian and industrial complex sustainability management: a regional perspective", Visnyk Lvivskogo derzhavnogo agrarnogo universitetu. Ekonomika APK, vol.11 (2).

9. Scott, S. (2005), "Agri-Food Country Profile Statistical Overview", available at: http://atn-riae.agr.ca/asean/3834_e.htm (Accessed 5 September 2015).

Стаття надійшла до редакції 17.09.2015 р.

РЕЦЕНЗІЯ
НА НАУКОВУ ПРАЦЮ "ТРАНСФОРМАЦІЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ДО РИНКОВИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ"

З початку ринкової трансформації одержавленого аграрного сектора економіки України минуло чверть століття. Будь-яка господарська реформа має на меті розвиток виробництва, підвищення його економічної ефективності та стійкості, — і на цих засадах покращення добробуту населення, у т.ч. селян. В іншому випадку реформа втрачає сенс. Тим більше це стосується аграрної реформи 90-х років XX ст. Адже на рівні Президента України (Л.Д. Кучми) її було визначено як справжню доленосну мирну революцію, "коли належало знову поставити все з голови на ноги, знову повернути українському селу його предвічне покликання". Дійсно, в контексті існуючих раніше відносин власності і господарювання в аграрній сфері економіки відбулися "революційні" зміни. Зумовлені вони були тим, що одержавлене сільське господарство, як зазначав В.Я. Месель-Веселяк "Протягом семи десятиліть на найкращих землях не змогло розв'язати продовольчої проблеми і не забезпечило підвищення ефективності галузі до рівня передових країн світу. Основною причиною такого стану була відсутність зацікавленості в результатах виробництва його основних учасників — селян-працівників".

Цілком очевидно, що до практичної реалізації докорінних змін суспільного й економічного устрою в аграрній сфері економіки країни безпосередньо чи опосередковано причетні мільйони людей, і передусім селяни. Але, напевне, вагоме значення в цьому процесі належить науковцям Української академії аграрних наук. У їхньому складі провідне місце займають науково-методологічні та практичні розробки вчених економістів-аграріїв. Вони грунтовно викладені в науково-практичній роботі "Трансформація аграрного сектора економіки до ринкових умов господарювання", висунутої на здобуття Державної премії України в галузі науки і техніки 2015 року. Усі без виключення автори цієї роботи є провідними вченими як в Україні, так і поза її межами: П.Т. Саблук, П.І. Гайдуцький, В.Я. Месель-Веселяк, А.С. Даниленко, М.Й. Малік, М.М. Федоров, М.В. Гладій, Ю.О. Лупенко, Ю.Я. Лузан, І.Г. Кириленко.

З проблем трансформації аграрного сектору України до ринкових умов господарювання авторами — членами колективу претендентів на здобуття Державної премії опубліковано 873 наукових праці, з яких 36 одноосібних і 74 колективних монографій, підготовлено 68 науково-практичних рекомендацій і посібників для виробництва, взято участь у підготовці 64 проектів Законів України, 42 Указів Президента, 18 Постанов Кабінету Міністрів України, 12 нормативних документів міністерств і відомств, розробці 111 пропозицій урядовим структурам, підготовлено 170 кандидатів, 76 докторів економічних наук. За даними пошукової системи Google Scholar (HYPERLINK "http://scholar.google.com.ua/" http://scholar.google.com.ua/) з використанням пакету "Publish or Perish" (HYPERLINK "http://www.harzing.com/pop_win.htm "http://www.harzing.com/pop_win.htm), на наукові праці авторів — претендентів на здобуття Державної премії здійснено 6876 посилань, індекси цитувань складають: h-index — від 6 до 29, i10-index — від 2 до 66.

До речі, П.Т. Саблук, М.В. Гладій і І.Г. Кириленко в різні часи були віце-премьєрами з питань аграрної політики і продовольства. Цілком очевидно, що проблематика науково-практичної роботи "Трансформація аграрного сектора економіки до ринкових умов господарювання" — складна і багаторівнева. Вона охоплює теоретико-методологічні й практичні питання щодо напрямів та засобів переходу до ринкової економіки, виділяються його етапи, висвітлено правовий аспект аграрної реформи. В роботі зокрема виділено наступні здобутки аграрної реформи:

— в Україні відпрацьовано власну модель реформування аграрного сектору в цілому, і земельних відносин зокрема;

— забезпечено багатоукладність виробництва на селі, де функціонують різні рівноправні форми господарювання, побудовані на приватній власності на землю у поєднанні з індивідуальною, сімейною і колективною формами організації праці;

— створено нові сільськогосподарські підприємства ринкового спрямування, які в організаційному плані, внаслідок підвищення мотивації праці, мають більші можливості й перспективи ефективного господарювання;

— особисті селянські господарства значною мірою забезпечили трудову зайнятість селян, стали фактором збереження виробництва від спадів в умовах зменшення потреби сільського господарства у трудових ресурсах і нерозвиненості інфраструктури на селі; відбулися позитивні соціальні зрушення;

— сформована принципово нова система державного регулювання аграрного сектора економіки, яка дозволила досягти позитивних результатів.

Збулися історичні прагнення селян: земля передана у їхню власність та збережена за ними, власник може вільно розпоряджатися нею: створювати власне господарство, передавати в оренду й одержувати орендну плату, передавати спадкоємцям. Земля належить селянам і захищена від привласнення окремими групами підприємців, як це відбувалося з майном у промисловості, де її працівники залишились без фабрик і заводів.

Важливим, на наш погляд, є аналіз результатів аграрних перетворень (динаміка кількості аграрних

Передплатний індекс 21847

підприємств за період 1990—2014 рр.) та їх землекористування, виділення й оцінка досягнутих позитивних зрушень в сільському господарстві. У цьому зв'язку підкреслюється підвищення рівня інтенсифікації виробництва продукції на 100 га сільгоспугідь. В усіх категоріях господарств у 2014 році цей показник перевищує показники 1999 року — у 2,1 рази, 1990 року — на 6,3%.

Автори приходять до висновку, що трансформація аграрних підприємств забезпечила позитивні організаційні зрушення, що дало поштовх до суттєвого приросту продукції рослинництва й прискорення розвитку тваринництва. Значно зросли ефективність виробництва сільськогосподарських підприємств, продуктивність праці і експортний потенціал. Незаперечним є певний соціальний ефект аграрної реформи.

Разом з тим, на наш погляд, в роботі доцільно було б більшу увагу приділити основним сучасним проблемам аграрної сфери економіки, а також в контексті оцінки результатів аграрної реформи, напрямів і засобів її проведення. До речі, П.Т. Саблук у цьому зв'язку (2011 р.) не без підстав відмічав: "Допрацювалися до того, що маючи найкращі в світі чорноземи й відданого землі селянина, живемо з кожним роком дедалі гірше". Досягнуті за останні роки здобутки сільського господарства не приводять до адекватного підвищення добробуту більшості селян. Більшість науковців відзначають погіршення використання земельних ресурсів, зниження їхньої родючості. "Земельні ресурси настільки виснажені, що без серйозної роботи по відновленню їх родючості важко розраховувати на конкурентоспроможність галузі. Не кращі справи із матеріально-технічною базою сільськогосподарських підприємств. Вона значно зменшилася кількісно, морально і фізично застаріла" (М.В. Зубець). Прибутковість більшості агропідприємств не достатня для розширеного відтворення на інноваційних засадах. А на часі для України, як загальновизнано, необхідність формування вже в найближчий перспективі інноваційної моделі сільського господарства.

Чимало спірних питань щодо проведення земельної реформи. Зокрема не реалізовано її первинне гасло — "земля належить тим, хто її обробляє". Натомість близько 90% сільгоспугідь в секторі аграрних підприємств використовують земельні угіддя на орендних засадах. Тобто процеси землеволодіння й землекористування знову уособлені. Незаперечною є теза, згідно з якою державне регулювання й підтримка сільського господарства недостатньо ефективні. Тут відсутній системний підхід, належний професіоналізм управлінців та нерідко їхня корумпованість. Усі ці питання й багато інших, наприклад, проблема "дуалізації" господарської складової агарної сфери потребують нині більш поглиблених досліджень. Особливо це стосується посилення економічної ролі надвеликих агропромислових формувань. Економічний їх ефект — незаперечний. Але вони не сприяють вирішенню актуальних соціальних проблем, зокрема розвитку села.

Таким чином, підсумовуючи викладене, слід наголосити на наступному: здобутки авторського колективу щодо ринкового реформування аграрного сектора економіки України — важко переоцінити, адже є всі підстави вважати, що аграрна реформа була науково обгрунтованою, теоретично дослідженою, нормативно забезпеченою і практично впровадженою. А це в значній мірі, досягнуто працею авторського колективу, яким була розроблені та схвалені ідеологія й програма реформування аграрного сектору економіки.

Саме вони стояли у витоків формування засад економіки перехідного періоду, відродженні приватної власності на засоби виробництва, становленні ринкових відносин в аграрній сфері. Орієнтуючись на першочергові запити суспільства авторським колективом в стислі терміни обгрунтовано напрями економічних перетворень агарної сфери економіки.

Стабілізація розвитку суспільного господарства України є результатом ринкових трансформацій в аграрному секторі економіки. Наша країна утверджується серед основних виробників продовольства к світі, впевнено наповнюючи світовий ринок зерном, олійною продукцією, що дало можливість Україні зайняти лідируючі позиції у світі й впевнено утримувати їх.

Наукові здобутки авторів постійно проявляються в методологічних і методичних підходах вирішення як глобальних, так і практичних завдань, в їхньому умінні здійснювати глибокий, принциповий, анатомічний аналіз складних економічних процесів і на цій основі роботи єдино вірні пропозиції. Використання цього надзвичайно цінного арсеналу методичних прийомів сприяє вирішенню сучасних конкретних завдань.

Наукові надбання є ваговим внеском у розвиток сучасної економічної науки і практики. В цілому проведена колективом авторів науково-практична робота щодо розробки теоретико-методологічних засад трансформації аграрного сектору економіки України до ринкових умов господарювання, забезпечення наукового супроводу при практичному їх здійсненні та підвищення його ефективності належить до основних агроекономічних здобутків фундаментальної науки. Їхніми науковими розробками вперше в історії людства проведено перехід від одержавленої планової до ринкової системи господарювання шляхом роздержавлення землі та передачі її у приватну власність тим, хто на ній працює, і на цій основі створення підприємницьких структур ринкового типу.

Рецензенти:

Мельник Л.Ю., Заслужений працівник освіти України, д. е. н., професор, Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет.

Вініченко І.І., Відмінник аграрної освіти України д. е. н., професор, Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет.