

**УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І ПІДПРИЄМНИЦТВА**

**СТРАТЕГІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ
СТІЙКОГО РОЗВИТКУ АПК УКРАЇНИ**

Колективна монографія

**Під редакцією
Нестерчук Ю.О.**

**Умань
2015**

УДК 338.43
ББК 65.32
С 76

*Друкується за рішенням вченої ради
Уманського національного університету садівництва
(протокол №2 від 27 листопада 2014 року)*

Рецензенти:

доктор економічних наук, професор Коленська М.Ю.;
доктор економічних наук, професор Малік М.Й.;
доктор економічних наук, професор Непогаченко О.О.

*Автори вміщених матеріалів висловлюють свою думку, яка не завжди збігається
з позицією редакції. За зміст матеріалів відповідальність несуть автори.
Матеріали подаються в авторській редакції.*

**Стратегічні детермінанти формування стійкого розвитку АПК
України / Під ред. д.е.н., професора Ю.О.Нестерук. – Умань :
Видавничо-поліграфічний центр «Візаві» (Видавль «Сочінський»),
2015. – 296 с.**

ISBN 978-966-2643-22-0

У монографії викладені результати дослідження проблем розвитку конку-
рентоспроможного агропромислового виробництва. Значну увагу приділено проблемам
діяльності сільськогосподарських товаровиробників з організаційної, економічної та
фінансової точок зору. В роботі висвітлено питання інноваційної та технологічної
політики забезпечення поступального розвитку АПК України. Зосереджено увагу на
основних напрямках розвитку харчової промисловості у контексті євроінтеграції
України. Розроблено пропозиції щодо організації сільського малого підприємництва.
Враховано вплив екологічних чинників на подальше функціонування аграрної сфери.
Розглянуто на студентів, аспірантів, викладачів, наукових співробітників та
фахівців, які займаються питаннями розвитку аграрної економіки.

УДК 338.43
ББК 65.32

ISBN 978-966-2643-22-0

© Уманський національний
університет садівництва, 2015

ЗМІСТ

1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

1.1. Витоки сучасних уявлень про категорію «продовольча безпека» та її визначення в офіційних документах (Гойчук О.І., д.е.н., професор, Національний університет безпеки і природокористування України, Новицька О.Р., викладач, Тернопільський комерційний інститут).....	9
1.2. Емпірические исследования устойчивого развития агробизнеса (Жууро В.М., ассистент, БГСХА, г.Горки, Беларусь).....	15
1.3. Еколого-економічне оцінювання природно-ресурсного потенціалу аграрного сектора (Прийматчук О.Я., Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу).....	21
1.4. Продовольча безпека України через призму якості водних ресурсів (Судук О.Ю., к.с.-г.н., доцент, Національний університет водного господарства та природокористування).....	26
1.5. Теоретичне підґрунтя державного регулювання інфраструктурного забезпечення збуту сільськогосподарської продукції (Грецька Н.А., м.н.с., ДУ "Інститут економіки та прогнозування" НАНУ).....	32
1.6. Статистичне дослідження діяльності сільськогосподарських підприємств у чинних регіонах України (Прокопович-Павлюк І.В., к.е.н., доцент, Пішчур О.В., Львівський національний університет імені Івана Франка).....	39
1.7. Формування і розвиток ринку агропродовольчої продукції України (Невляд В.Ф., к.е.н., доцент, Уманський національний університет садівництва).....	44
1.8. Особливості політики на сільськогосподарську продукцію (Пуріа І.М., Сумський національний аграрний університет).....	48
1.9. Основні напрями розвитку частно-державного партнерства в аграрному секторі (Жууро М.К., д.з.н., професор, БіЗУ, г. Минск, Беларусь).....	53
1.10. Концептуальні засади управління земельними ресурсами аграрного сектора (Шурик М.В., д.е.н., професор, Івано-Франківський університет права ім. Короля Данила Галицького).....	58
1.11. Пріоритети і особливості реформування земельних відносин на селі (Альбеценко О.С., Миколаївський національний аграрний університет).....	63
1.12. Фіскальний сільськогосподарський податок як спеціальний податковий режим (Власюк С.А., к.е.н., доцент, Андрушівка Р.В., Уманський національний університет садівництва).....	67
1.13. Проблеми застосування кількісних методів оцінки розвитку ринка сільської невідчужимості (Жууро І.Н., соискатель, БГСХА, г. Горки, Беларусь)....	71
1.14. Сутність та методичні основи визначення ефективності функціонування основних засобів (Жууренко Н.М., Сумський національний аграрний університет)	75

- отігування стабілізації ціни на соняшник.
 - зниження попиту від країн-імпортерів на українську олію;
 - зростання пропозиції на олію від Аргентини, де найвищий задовільний об'єм соняшнику та олії;
 - зниження попиту від українських переробників та експортерів;
 - зниження ціни на європейському ринку соняшникової олії;
 - зтігування зниження світових цін на сою та нафтопродукти.
- Враховуючи наявність задовільних запасів соняшнику (у переробників та продавців) та олії та очікування чималого об'єму виробництва соняшнику у 2012/13 МР, збільшилась вірогідність подальшого зниження ціни.

Знизилась ціна на європейському ринку олії, що зменшило попит від українських експортерів олії й відповідно зменшило вірогідність подальшого зростання ціни. Згідно із нашими дослідженнями, попит на сільськогосподарську продукцію та продукти її переробки, як на внутрішньому так і на зовнішньому ринку має зростати, що зумовлює підвищення світових цін на неї.

З огляду на викладене можна було б зробити висновок про підвищення доходів в аграрному секторі економіки. Однак насправді цього не відбувається з ряду причин. По-перше, сільське господарство пов'язано з використанням обмежених ресурсів. А це означає збільшення виробничих витрат сільськогосподарських підприємств з нарощуванням пропозиції своєї продукції. Через те, що виробничі ресурси обмежені, зростання попиту на них односторонньо зумовлює зростання цін на них. Більше того, в умовах нарощування використання певних видів ресурсів при фіксації інших видів починає спрацьовувати закон зниження віддачі ресурсів, а це означає зростання собівартості сільськогосподарської продукції. У такій ситуації доходи аграрних підприємств мають тенденцію до зниження.

Отже, відносне зниження пропозиції агропродовольчої продукції на світовому ринку та підвищення попиту на неї впливають на зростання цін на продукцію сільського господарства.

1.8. Особливості попиту на сільськогосподарську продукцію

Рівень попиту на продукцію сільськогосподарських підприємств на внутрішньому ринку є об'єктом їх маркетингових досліджень, мета яких полягає в забезпеченні відповідності вартісних параметрів та якісних характеристик цієї продукції сучасним вимогам. Результати маркетингових досліджень є основою для управління попитом, який вкотре не лише визначення можливостей підприємства до пристосування ринковим умовам, а й до здійснення цілеспрямованого впливу на вибір та процес прийняття рішення покупцем. Від ефективності процесу управління попитом, який посідає особливе місце у системі маркетингу сільськогосподарського підприємства, залежить його конкурентна позиція на ринку та успіх у збутовій діяльності.

Ватомний внесок у розробку теоретичних основ та наукових підходів щодо вирішення проблем та методичних підходів щодо попиту на сільськогосподарську продукцію та його особливостей а також функціонування аграрного ринку зробили провідні вчені-економісти, зокрема: О.Д. Гузунівський, Г.М. Калетнік, М.Ю. Колоньська, В.Д. Месель-Веселак, П.Т. Саблук, М.М. Федоров, О.М. Шинчак, О.О. Шмига, О.Г. Шпигулак та інші. Ними висвітлені основні положення становлення аграрного ринку та формування

його економічного механізму.

Щодо важливості аналізу попиту і пропозиції для розуміння процесів, які відбуваються у сфері аграрної економіки, П. Самуельсон писав: «Сільське господарство – це сфера важливих проблем... Нікто, певно, не зможе зрозуміти головних аспектів у цій галузі, не розібравшись спочатку в основних економічних поняттях попиту і пропозиції»⁹⁰.

Узагальнюючи підходи вітчизняних і зарубіжних вчених до визначення категорій попиту, можна дійти висновку, що попит на аграрну продукцію визначається тим обсягом сільськогосподарської сировини та продуктами її переробки, яку покупець здатний придбати за визначеною ціною в даний момент часу⁹¹.

Аналіз попиту є одним із найважливіших напрямів економічного аналізу в ринкових дослідженнях і вислідок своєї складності вимагає підвищеної уваги як на макро-, так і мікрорівні. Насамперед, проблематичність дослідження попиту зумовлюється такими факторами:

- структура та тенденції формування попиту визначаються великою кількістю як внутрішніх, так і зовнішніх чинників, які часто набувають неконтрольованого характеру і варіюються залежно від специфіки кожного конкретного продукту;
- попит, який виражається у сформованому бажанні придбати товар, важко піддається точному кількісному виміру і, насамперед, у плані протного на середньо- та довготривалу перспективу;
- оскільки дослідження попиту передбачає аналіз товарів, призначених для продажу, то область економічного аналізу лежить у сфері реалізації, де зосереджено переважну частину аналітичної інформації а складність дослідження попиту на сільськогосподарську продукцію полягає у різноманітні видів економічної діяльності, форм власності та територіальному розосередженні споживачів;
- інформація про попит та його динаміку розпорошена за сферами виробництва й обігу, що вимагає диференціації підходів до методів її збору та обробки;
- висока динамічність попиту в часі і просторі;
- безпосередній взаємозв'язок попиту з результатами діяльності як окремих виробників, так і всієї галузі⁹².

Складність вивчення та аналізу попиту на продукцію агрофери обумовлюється тісним взаємозв'язком з великою кількістю суміжних галузей – покупців і споживачів сільськогосподарської сировини. Отже, сукупний попит на аграрну продукцію буде складатися з попиту безпосередньо на сільськогосподарську сировину, попиту на продукцію, призначену для переробки на продовольство, попиту на продукцію для промислової технічної переробки за різними галузями народного господарства, державних закупівель для підтримки продовольчої та економічної безпеки країни через формування резервних фондів, обсягів експорту.

Фактори формування попиту на продукцію агрофери можна згрупувати таким чином:

- 1) демографічні фактори;
- 2) ринкові фактори;
- 3) економічні фактори;

⁹⁰ Самуельсон П. Економіка. Львів, Світ. 1993. - 493с.

⁹¹ Вистрова І.О. Методичні підходи до оцінки попиту на продукцію агрофери / І.О. Вистрова // Збірник наукових праць (економічні науки) Таврійського державного агротехнологічного університету. - 2010. - №11. - С. 114-120.

⁹² Гавришова Н.Д. Спрос, анализ и управление: учеб. Пособие / Под ред. И.К. Ведишевского. - 2-е изд. перер. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 256 с.

- 4) політико-правові фактори;
- 5) міжнародні фактори;⁹³
- 6) поведінкові фактори.⁹⁴

Продукція селя відрізняється від інших видів товарів і послуг тим, що зростання фізичної потреби в ній має певні межі. У якийсь момент, коли у людей продукцію харчування в надлишку, зростання загального об'єму їх споживання повинно припинитися. Згідно із статистикою, збільшення доходу на душу населення в цілому призводить до менш пропорційного зростання витрат на продукти харчування. Ця закономірність була вперше помічена Е.Енгелем і названа законом Енгеля.

Іншим чинником, що стримує зростання попиту на сільськогосподарську продукцію, є низький темп приросту населення в розвинутих країнах. Є також і інші демографічні і соціальні чинники, які можуть спричинити важливий вплив на попит на сільськогосподарську продукцію в розвинутих країнах. Одним з таких чинників є зростаюче старіння населення. Підраховано, що до 2020 року в країнах ЄС частка осіб старше 60 років збільшиться до 27%. Загалом, люди старшого віку їдять менше. Тому наслідком таких змін у віковій структурі населення повинно стати зменшення споживання продуктів харчування в цілому. В сучасних умовах попит на сільськогосподарську продукцію може також стримуватися, а іноді і скорочуватися під впливом наукових і інших рекомендацій по раціональному харчуванню населення і здоровому способу життя. В результаті кількісне зростання попиту на продовольство потрапить у стан, пов'язаний з обмеженими можливостями споживання не лише з розрахунку на душу, але і з розрахунку на усе населення цих країн.⁹⁴

Оскільки індивідуальні споживачі в чистому вигляді споживають сільськогосподарську сировину в обмеженій кількості, то попит на неї на первинному ринку можна вважати виробничим. Дана обставина надає специфічних ознак попиту на переважно більшість видів сільськогосподарської сировини, виставляючи більшість товарів виробничого призначення: вторинність попиту, в результаті чого попит буде формуватися залежно від кон'юнктури ринку на товари – продукти переробки, які формують первинний попит; низька еластичність, оскільки сільськогосподарська продукція і продукти її переробки є основою життєдіяльності людини, оскільки спрямовані на задоволення фізіологічних потреб та сировиною для великої кількості галузей народного господарства; нестійкість, що пов'язана з високою чутливістю до факторів зовнішнього середовища, в тому числі природного, та специфікою діяльності сучасних галузей.

Нормативи споживання аграрної продукції і обсяги попиту залежать від рівня соціального, економічного, науково-технічного розвитку та історичних традицій⁹⁵. Кількісним вираженням існуючого попиту на сільськогосподарську продукцію та продукції її переробки є їх фактичне споживання в регіоні. Оскільки певна частина сільськогосподарської продукції не набуває товарної форми, тобто не реалізується на ринку, то попит, що задовольняється шляхом купівлі, визначається Кіпокачем В.А. як товарний. Відповідно, величина товарного попиту та його асортимент повинні бути

⁹³ Бистрова І.О. Методичні підходи до оцінки попиту на продукцію агрофери / І.О. Бистрова // Збірник наукових праць (економічні науки) Таврійського державного агротехнологічного університету – 2010. - №11. - С. 114-120.
⁹⁴ Ойніков М.М. Теоретико-методичні засади формування і регулювання цін на сільськогосподарську продукцію / М.М. Ойніков // Електронний ресурс. – Режим доступу <http://www.economy.nauka.com.ua/1&z=1656>
⁹⁵ Кіпокач В.А. Маркетинг сільськогосподарської продукції, сировини і продовольства. – М.: ІТІ УСЗ Міністерства Росії, 1998. 208 с.

об'єктом постійних досліджень як на рівні окремих регіонів, так і країн в цілому. Дослідження попиту на продукцію агрофери ґрунтуються на аналізі його обсягів, структури й динаміки. Важливим елементом вивчення попиту є визначення його функціональних можливостей, тобто емоцій аграрного ринку в цілому та окремих його сегментів.

Загальном під емоційно ринку розуміють можливий обсяг продажу товару при даному рівні цін протягом конкретного проміжку часу. При цьому окремо розглядають емоційно потенційного, реального, цільового та освоенного ринку.⁹⁶

Під емоційно потенційного ринку розуміють можливі обсяги продажу товарів покупцями, які виявляють потребу в них і виявляють інтерес до продукції підприємства:

$$Q_p = n \cdot q_p \cdot r \quad (1)$$

де Q_p – емоційно потенційного ринку, грн;

n_p – кількість потенційних споживачів, осіб;

q_p – кількість закупівель продукції середнім потенційним споживачем за науково-обґрунтованими нормами, кг;

r – протізна середня ціна продукту, грн.

Смість реального ринку обмежується купівельною спроможністю споживачів і визначається за формулою:

$$Q_r = n_r \cdot q_r \cdot r \quad (2)$$

де Q_r – емоційно реального ринку, грн;

n_r – кількість реальних споживачів, осіб;

q_r – фактичний середній обсяг закупівель продукції реальним споживачем, кг;

Враховуючи складність накопичення достовірної інформації для практичного використання вищевказаних формул, дослідники пропонують розрахунок реальної емоційно окремого сегмента аграрного ринку проводити за формулою⁹⁷:

$$Q_s = V + 3(-)D_3 + I - E \quad (3)$$

де V – обсяги виробництва продукції в поточному періоді;

D_3 – наявність невикористаних товарних запасів на початок періоду;

I – обсяги імпорту, в т.ч. і непрямого;

E – обсяги експорту, в т.ч. і непрямого.

Іноте Бистрова І. вважає, що за існуючої в Україні статистичної бази даних найбільш ґрунтним підходом до визначення емоційно аграрного ринку у розрізі кожного виду продукції або галузі є застосування такої формули⁹⁸:

$$Q_r = (N \cdot w_i \cdot z_i) / P_i \quad (4)$$

де N – кількість населення;

w_i – частка витрат населення на придбання і-того продукту;

z_i – середньодушовий рівень доходів споживачів;

P_i – ціна одиниці і-того виду продукції.

В таблиці 1 наведені дані, що характеризують емоційно українського внутрішнього ринку, за розрахунками Державної служби статистики України.

⁹⁶ Ірменко С.С. Маркетинг: підручник. – К.: Лібра, 2002. - 712 с.

⁹⁷ Ірменко С.С. Маркетинг: підручник. – К.: Лібра, 2002. - 712 с.

⁹⁸ Бистрова І.О. Методичні підходи до оцінки попиту на продукцію агрофери / І.О. Бистрова // Збірник наукових праць (економічні науки) Таврійського державного агротехнологічного університету – 2010. - №11. - С. 114-120.

Оцінка ємності внутрішнього ринку (тис. т)

Таблиця 1

	Ємність внутрішнього ринку (за даними Держстату)		2012 рік у відсотках до 2011 року
	2012 рік	2011 рік	
Хліб і хлібопродукти (у перерахунку на борошно)	4990	5047	98,9
М'ясо і м'ясопродукти	2478	2339	105,9
Молоко і молокопродукти	9797	9363	104,6
Риба і рибопродукти	620	614	101,0
Яйця (млн. шт.)	14020	14165	99,0
Овочі та баштанні	7452	7440	100,2
Плоди, ягоди та виноград	2432	2405	101,1
Картопля	6394	6368	100,4
Цукор	1713	1758	97,4
Олія рослинна всіх видів	591	625	94,6
із неї олія соняшникова (розрахунково)	450	426	105,6

Порівняно з попереднім роком у 2012 році відбулося збільшення ємності внутрішнього ринку по більшості продовольчих груп. Примітно, що відбулося зростання споживчого попиту на ті види продовольства, споживання яких найбільше відстає від раціональних норм (м'ясо, молочні та рибні продукти). Разом з тим, зниження середньодушового споживання призвело до скорочення ємності внутрішнього ринку за такими групами продовольства: "хліб і хлібопродукти", "цукор", "яйця".

Ці та інші дані свідчать про те, що на сучасному етапі попит на сільськогосподарську продукцію ще далекий від досягнення рівня потенційної ємності ринку, відтак заходи, направлені на стимулювання попиту, дадуть позитивні результати як для виробників аграрної продукції, так і для її споживачів.

За думкою Х.Махмудова⁹⁹, створення стимулюючого організаційно-економічного механізму формування попиту і пропозиції передбачає виконання таких положень: комплексний підхід до формування попиту у взаємозв'язку з каналами збуту, їх обсягами, фактором часу та цінними факторами; системний характер формування механізму, тобто складається із взаємозалежних структурних елементів, які взаємодіють між собою; адаптивність до мінливих змін потреб споживачів і формування широкого асортименту аграрно-продовольчої продукції; оптимальне співвідношення між експортом та імпортом аграрно-продовольчої продукції; сприяння енергетичної сільськогосподарської продукції і виробництва біопального (біоетанолу, біодізелю, біогазу) та інших видів продукції господарського використання.

Пропозиція сільськогосподарської продукції формується за рахунок товарної продукції сільськогосподарських підприємств та особистих господарств населення.

⁹⁹ Махмудов Х.З. Взаємозалежність попиту і пропозиції на аграрно-продовольчому ринку / Х.З.Махмудов // Електронний ресурс. – Режим доступу http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soс_gum/ir/bary/2011_3/1/1_31_23.pdf

Сільськогосподарські підприємства є головними виробниками таких видів продукції, як зерно, насіння соняшнику, цукрові буряки, господарства населення забезпечують внутрішній ринок в молоці, м'ясі, картоплі, овочах а приватний сектор забезпечує надокладний попит на трудові продукти.

Виконані дослідження дозволяють прийти до висновку про нецільовість чистування в Україні методів цінового регулювання аграрного ринку, які використовуються на сьогодні в розвинутих європейських країнах. У перехідній економіці, де закони попиту і пропозиції аграрного ринку мають свою специфіку, цінове регулювання має бути спрямоване на розширення попиту на сільськогосподарську продукцію.

1.9. Основні напрями розвитку частно-державного партнерства в аграрному секторі

Виконані аналітичні, експериментальні дослідження дозволяють констатувати, що фундаментальним критерієм економічного процвітання і прийняття інвесторами ефективних інвестиційних рішень в сучасній економіці виступає стратегічна ціль позитивного протекання процесів інтелектуалізації і капіталізації в бізнесі не тільки в умовах сучасного ринка капіталу, але і в умовах його турбулентності. Она відносять до визначеної філософії «інноваційного, інвестиційного кінцевого результату підприємствального видіння» всіма учасниками бізнесу нерозривного його розвитку.

Ім'я чим важко констатувати, що к важчим проблем, традиційно ринковим учасниками бізнесу в умовах стабільного ринка капіталу являється «інноваційне» обслуговування бізнес-рішень, яке дозволяє отримувати максимальну капіталізовану цілісність. Это рішення може бути формалізовано о поміжній цілі, зв'язаній з результатами діяльності підприємства (увеличення обсягу виробництва; удешевлення продукції; розширення системи розподілу і т.д.), а також в виді ефективності і рентабельності (максимізація прибутку; зниження издержек; підвищення рентабельності оборота і т.д.). В ході виконаних досліджень установлено, що, незважаючи на значительні расходи бюджету на розвиток аграрного сектора в Беларусі в последние годы не наблюдается тренда экономического роста в АПК. Это, прежде всего, касается сохранения в последние годы процессов стагнации финансового состояния экономики аграрных организаций, которые обусловлены главным образом имеющимися диспропорциями между новизной и аграрное производство ресурсами и результатами их использования в АПК. Важнейшим аргументом этому выступает рост привлекаемых в аграрный сектор инвестиций и стагнация их окупаемости (таблица 1).

Експертна оцінка даних таблиці 1 свідчить, що, з однієї сторони, о сучасним ростом в последние годы инвестиций и валового внутреннего продукта в аграрном секторе страны, что дает основание утверждать о повышении эффективности и его конкурентоспособности. С другой стороны, наблюдается превращение роста объема привлечения инвестиций в бездумный рост в АПК за 2000-2012 годы по сравнению с его динамикой в целом по народному хозяйству. При этом реальный рост инвестиций, хотя и имеет место, но значительно ниже в пересчете на доллар США и свидетельствует о том, что он был обусловлен преимущественно высокими темпами

Наукове видання

**СТРАТЕГІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ
СТІКОГО РОЗВИТКУ АПК УКРАЇНИ**

Колективна монографія

Під редакцією д.е.н., професора Нестерчук Ю.О.

Комп'ютерне верстання
Коректура

М.І.Мальований
Л.М. Абрамець

Підписано до друку 29.12.2014. Формат 60х84/16
Папир офсет. Ум. арк. 17,20
Тираж 300. Зам. № 2347

Видавничо-поліграфічний центр «Візаві»
(Видавець та виготовник «Сочінський»)
вул. Тишчика, 18/19, м. Умань, 20300
Свідомство суб'єкта видавничої справи
ДК № 2521 від 08.06.2006.
тел. (04744) 4-64-88, 4-67-77
е-мал: vizav108@mail.ru

У виданні було допущено помилку на звороті
титлу – вказано неправильний ISBN.
Правильний ISBN 978-966-304-105-6.
Видавництво приносить свої вибачення!