



Львівська
обласна універсальна наукова
бібліотека

У розвитку села – майбутнє нашої держави

Дайджест

Випуск 15

**ТЕНДЕНЦІЇ РИНКІВ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Львів – 2016

ББК 78.657+78.349.7(4УКР-4ЛБВ)+65.32-82

У 11

У розвитку села – майбутнє нашої держави [Текст] : дайджест /
упоряд. О. Летунова; ред. Д. Дигас. – Вип. 1 (2010). – . – Львів, 2016.

Вип. 15: Тенденції ринків сільськогосподарської продукції. – 2016. – 22 с.

**Упорядник
Редактор**

**О. Летунова
Д. Дигас**

**Комп'ютерний набір,
верстка, макетування**

М. Малюков

Відповідальна за випуск Л. Колодій

© ЛОУНБ, 2016

© ВВЛ, 2016

Передмова

За різноманітністю продуктів, інфраструктурою, територіальним розміщенням, роллю у життєзабезпеченні населення ринок сільськогосподарської продукції є чи не найважливішим в країні. Він характеризується самобутніми теоретичними засадами, пройшов специфічну еволюцію розвитку, яка стала підґрунтям для формування основ інших ринків, має своєрідні особливості прояву відносин між учасниками, що відбуваються, в основному, в умовах конкуренції.

Ринок створює умови для ефективної діяльності сільських виробників і став головним каналом реалізації їхніх товарів. На відміну від інших, ринок сільськогосподарської продукції характеризується наявністю окремих сегментів, які взаємопов'язані між собою та формують його структуру. Кожен окремий сегмент: виробництва, продукту, реалізації і споживача – наділений властивими йому однорідними функціями і забезпечує в повному обсязі виконання визначеного виду діяльності.

На ринку сільськогосподарської продукції проглядаються дві домінуючі проблеми: проблема виробника і проблема споживача, які тісно взаємопов'язані. Існує низка невирішених проблем, особливо щодо врегулювання відносин на шляху товароруху, формування пропорційності структури узгодження попиту і пропозиції та встановлення репрезентованих цін, які стали б надійним засобом просування товарів на ринку.

Учасники ринку сільськогосподарської продукції – виробники, суб'єкти господарювання та структури соціально-економічного спрямування – для прийняття управлінських рішень і регулювання своєї діяльності потребують високої поінформованості. Вирішити цю проблему можна створенням Єдиного інформаційного центру в країні, який би мав регіональні територіальні та місцеві мережі аналогічних осередків з безпосереднім залученням до них кожного господарюючого суб'єкта.

У дайджесті матеріал систематизований за такими рубриками:

- стратегія функціонування ринку сільськогосподарської продукції;
- стимулювання інноваційної функції ринку сільськогосподарської продукції на стадії виробництва;
- зарубіжний досвід і вітчизняне сьогодення.

Формування ринку сільськогосподарської продукції

Реалізація потенційних можливостей аграрного сектору України, який є стратегічно важливим для розвитку національної економіки, значною мірою визначається ступенем розвитку і функціонування ринку сільськогосподарської продукції. На сучасному етапі він характеризується нерозвиненістю ринкової інфраструктури та каналів реалізації, недостатньою прозорістю торгових операцій, слабкою організацією заготівель і збуту продукції, нестачею служб, які б вивчали кон'юнктуру ринку.

Стимуляція інноваційної функції ринку сільськогосподарської продукції й адаптація аграрних підприємств до вимог євроінтеграції має відбуватися за умов сприяння аграрної політики України з таких напрямів: дотримання міжнародних стандартів на продукцію, удосконалення цінової політики, доведення відповідності структури експорту до попиту країн ЄС, фінансової державної підтримки товаровиробників, створення ринкової інфраструктури, підприємств сільськогосподарської кооперації та наближення економіко-соціальних відносин до європейських стандартів.

Особливої актуальності набуває процес інформаційності для аграрних підприємств, які є базовими у формуванні ринку сільськогосподарської продукції та беруть безпосередню участь у всіх етапах виробництва, розподілу, обміну і споживання. Саме аграрні підприємства, що формують сегменти виробництва й продукту в загальній структурі ринку сільськогосподарської продукції, є спонукальними і первинними елементами продукування ланцюга товароруху, що беззаперечно мотивує створення єдиного інформаційного простору та запропонованої моделі проекту «Інформаційного центру».

***МАЛІК М. Методологічні та методичні засади
формування ринку сільськогосподарської продукції [Текст]
/ М. Малік // Економіка АПК. – 2015. – № 3. – С. 106-109.***

Проблеми захисту внутрішнього ринку агропромислової продукції

Політика фритредерства, що застосовувалася з метою активізації розвитку внутрішнього виробництва, об'єктивно призвела до погіршення конкурентних позицій вітчизняних виробників продукції АПК, потенціал виробництва якої в Україні традиційно був високим. Глобалізація, наростаючі інтеграційні процеси у світі, набуття Україною повноправного членства в СОТ та створення зони вільної торгівлі з країнами – членами ЄС формували якісно нові «правила гри» для виробників сільськогосподарської продукції як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках. З одного боку, вітчизняний АПК одержав можливість наростити експортний потенціал, а з іншого – посилилася конкуренція на внутрішньому ринку сільськогосподарської продукції. Такі трансформаційні та структурні зміни зумовлюють потребу в перегляді існуючих підходів до забезпечення політики протекціонізму й захисту внутрішнього аграрного ринку від експансії іноземних виробників в аспекті гарантування зовнішньоторговельної безпеки України.

Залежність внутрішнього ринку від імпорту традиційно конкурентоспроможних товарів, що виробляються на території держави, посилюються. Захист внутрішнього ринку від експансії з боку іноземних виробників аграрної продукції ускладнюється наявністю зобов'язань держави в рамках укладених міжнародних договорів стосовно лібералізації зовнішньої торгівлі; недостатнім рівнем конкурентоспроможності вітчизняної аграрної продукції; низькими темпами модернізації та техніко-технологічного переоснащення АПК; наявністю корупційних схем у митній сфері й контрабандного переміщення сільськогосподарської продукції через державний кордон.

Лібералізація аграрного ринку створює унікальні можливості для України щодо завоювання потужної ніші на світовому ринку продовольства. Цьому сприяє як наявний природно-ресурсний потенціал, так і географічне розташування України, яка знаходиться

на перетині економічно вигідних транспортних шляхів між заходом і сходом.

Введення Україною додаткових імпорتنих квот суперечить тарифній лібералізації, яку передбачає ратифікована «Угода про асоціацію між Україною та ЄС». Цей документ дає можливість вітчизняним виробникам завозити регламентований обсяг окремих видів товарів без сплати ввізних мит. Імплементація Угоди передбачає також поступове скасування вивізного мита на вітчизняну продукцію.

Практика показує, що особливої уваги з боку держави потребує проблема обмеження доступу на внутрішній ринок іноземних виробників і зміцнення конкурентоспроможності вітчизняних товарів у сферах, де існують факторні конкурентні переваги й можливості росту.

ВЛАСЮК Т. Проблеми захисту внутрішнього ринку агропромислової продукції [Текст] / Т. Власюк // Економіка АПК. – 2015. – № 11. – С. 45-51.

«Зелені ринки» як складова ринкової інфраструктури продовольчого ринку

Сформована інфраструктура агропродовольчого ринку не зорієнтована на оперативне просування сільськогосподарської продукції до споживача. При цьому збитків зазнають і товаровиробники, які змушені використовувати неорганізовані канали збуту з непрозорими умовами купівлі-продажу та диктатом посередника, і споживачі, які змушені купувати продукцію часто сумнівної якості за вищими цінами. Така ситуація зумовлює брак цивілізованих прозорих каналів від виробника до кінцевого споживача на вигідних для всіх учасників процесу умовах, а особливо – стабільних зв'язків у ланцюгу «виробник – оптовик – роздрібний продавець – споживач». Наслідком цього є значні цінові коливання на агропродовольчому ринку, неефективне використання ресурсів,

додаткові витрати для виробників, переробників, споживачів, що, зрештою, призведе до втрат державного та місцевих бюджетів.

У разі створення мережі «зелених ринків» як елемента ринкової інфраструктури в Україні доцільно задіяти управлінські механізми щодо стимулювання інвестиційної активності суб'єктів господарювання. Їх орієнтування на впровадження структурних і структурно-інноваційних зрушень є правильним рішенням держави.

У складі гуртових «зелених ринків» доцільно виокремити регіональний агромаркетинговий центр, який стане найголовнішою складовою мережі структури цих ринків. За такого підходу «зелений ринок» буде сформований у вигляді багатофункціонального логістичного комплексу, що поєднуватиме складський, виробничий, торговельний та офісний формати. Кооперативні і оптові ринки мають відводити селянину-виробнику головну роль у формуванні пропозиції товарів і цін на них. Багаторічний досвід роботи таких ринків у світі довів, що саме співпраця із селянином-виробником забезпечила їм сталий, прогнозований і позитивний розвиток. Ринок укладає угоди із сільськими радами, де сконцентровано виробництво плодоовочевої продукції. Кожен селянин може отримати картку виробника, яка гарантує йому наявність торгового місця на ринку; знижку в сезон у розмірі 10 %; останні новини щодо торгівлі, цін, обсягу продукції та асортименту; контакти адміністрації ринку.

Оптові ринки, які є одним із організаторів розподільчої інфраструктури, неспроможні вирішити питання раціональної організації оптової торгівлі продовольством. До системи розподілу продовольства доцільно ввести наявні підприємства, які мають місткості для зберігання, площі та обладнання для переробки вантажів, переробні і допоміжні підприємства, а також розподільчі термінали великих оптових організацій, створюючи на їх основі оптові продовольчі ринки, розподільчі центри.

***ІБАТУЛІН М. «Зелені ринки» як складова ринкової інфраструктури продовольчого ринку [Текст]
/ М. Ібатулін // Вісник аграрної науки.
– 2015. – № 12. – С. 57-62.***

Перспективи зернового ринку

Жорстка осіння посуха зачіпає більшість регіонів країни, за винятком хіба що західних областей. Частина аграріїв не наважується сіяти озимину в суху землю, а брак вологи не дозволяє сходам достатньо розвинутися й набрати сили перед входженням в зиму.

І хоча нині прогнозувати наступний врожай ще зарано, бо невідомо, як перезимує озимина, як відсіються аграрії навесні, втім, уже можна говорити, що зерна ми зберемо менше, ніж цього року.

Ціну також сьогодні важко прогнозувати, адже чи не основним чинником у ціноутворенні нині є курс гривні до долара США і євро. Проте ймовірніше, що далі ціни на продовольчу пшеницю зростатимуть через скорочення її обсягів у загальному врожаї, стримування продажу аграріями та негативних очікувань щодо врожаю наступного року.

Досвід засвідчує, що найвищі ціни на зернові встановлюються у другій половині сезону, зокрема для пшениці це лютий – травень. Однак на ринок постійно діє багато чинників, які нерідко викликають на ньому значну волативність – це і рівень пропозиції, і обсяг експорту, і поточні світові ціни. Тому керувати ціновими ризиками слід не лише стримуванням продажу, а й іншими доступними для аграріїв інструментами.

Для недопущення завеликого продажу продовольчої пшениці за кордон, поточного маркетингового року, як і кілька попередніх, воно підписало меморандум із зернотрейдерами, у якому встановлюються граничні межі експорту зернових.

Цього року, як і торік, найбільш рентабельною серед зернових культур буде пшениця, серед олійних – соняшник. На жаль, значною мірою ця рентабельність буде забезпечена девальвацією гривні, оскільки світові ціни на сільгоспкультури вже другий рік поспіль

утримуються на мінімальних рівнях, а з ними безпосередньо корелюють і наші внутрішні ціни.

Попит на хліб істотно не знижується навіть за зростання цін, оскільки люди все одно його купують і купуватимуть. Слід також врахувати, що на хлібному ринку немає великої конкуренції – в кожному регіоні зазвичай домінують два-три великих виробники (а подекуди й зовсім монополіст).

***БІРЮКОВА І. Прогноз для хліба [Текст] / Інна Бірюкова
// The Ukrainian Farmer. – 2016. – № 1. – С. 26-27.***

Ринок борошна і круп

Давно відомо, що рівень розвитку економіки будь-якої країни визначається тим, як глибоко й повно переробляється у цій економіці сировина. Сільське господарство дає нашій переробній промисловості багато сировини, яка перетворюється на борошно, олію, крупи тощо. Однак глибина та повнота цього перетворення ще далеко не повні.

Переробка зерна в Україні на крупи і борошно традиційно орієнтувалася передусім на внутрішніх споживачів. Експортери завжди віддавали перевагу сировині в чистому вигляді, адже вони не зацікавлені платити українським виробникам за додану вартість.

Найголовнішим чинником, що впливає на внутрішнє споживання борошна, є динаміка зменшення чисельності населення України. Відповідно, щоб прогодувати меншу кількість людей, потрібно менше харчів.

Хліб, крупи та макаронні вироби традиційно входять в число найдешевших продуктів, складаючи основу харчування абсолютної більшості українців. Конкурувати з ними можуть хіба що овочі, у першу чергу, картопля. Тому зменшення кількості українців прямо впливає на зменшення продуктів переробки зерна. Динаміка експорту круп з України не може похвалитися оптимізмом проти експорту борошна. Основними покупцями українських круп є Білорусь (21%), Молдова (9%), а також Німеччина, Нідерланди та Єгипет (7%). З

досвіду багатьох виробників, налагодити експорт готових фасованих круп вкрай важко. Особливо складним у цьому плані є вихід на ринок ЄС. Європа на українські фасовані крупи взагалі дивитися не хоче. Річ в тім, що відповідальність за готовий продукт, вироблений в Україні, буде покладена на першого імпортера у ЄС. Тож в разі проблем відповідати буде не український виробник, а імпортер.

Багато експертів борошномельного сектору стверджують, що розвивати галузь в Україні можна, лише орієнтуючись на збільшення експорту пшеничного борошна, оскільки внутрішнє споживання, виходячи з офіційної статистики, знижується з року в рік.

Серед інших чинників, що в найближчому майбутньому впливатимуть на роботу борошномельного сектору, слід назвати такі:

- кількість пропозицій продовольчої пшениці на ринку;
- якісні показники сировини;
- вартість пшениці борошномельних кондицій;
- динаміка експорту української пшениці та борошна.

Ситуація на ринку пшениці навряд чи є втішною для борошномелів України. Якість зерна традиційно не відповідає всім вимогам. Тому українським борошномелам доведеться конкурувати за зерно з експортерами, адже висока частка постачань є основним трендом ринку пшениці в останні роки.

Активний експорт, невелика частка продовольчої пшениці в загальному валовому зборі, девальвація національної валюти сприятимуть загостренню конкуренції між переробниками.

***МІХНО М. Ринок борошна й круп [Текст] / Марія Міхно
// The Ukrainian Farmer. – 2015. – № 10. – С. 13-15.***

Розвиток ринку олієжирової продукції в Україні

Враховуючи сучасний розвиток економіки України, а саме: ряд трансформаційних змін, викликаних входом до ЄС, вивчення питання нарощування експортного потенціалу за рахунок стратегічно важливих галузей – для України це олійно-жировий підкомплекс, є

досить актуальне питанням. Науковцями виділено наступний ряд проблем, що потребують вирішення:

1. Високий рівень монополізації галузі. Так, галузь представлена понад 1,2 тис. підприємствами, але на дев'ять найбільших компаній у 2013 р. припадало 85 % виробництва олії соняшникової нерафінованої, 66 % виробництва олії соняшникової рафінованої та 82 % виробництва маргаринової продукції від відповідних обсягів їх загального виробництва в Україні. Основну частку займають великі агрохолдинги – близько 60,5 %.

2. Недостатня інноваційно-інвестиційна спрямованість підприємств олійно-жирової галузі. Їх інноваційна діяльність здійснюється через впровадження комплексного обладнання для забезпечення повного циклу виробництва олії та похідних продуктів.

3. Слабко розвинута система зберігання та транспортування олійно-жирової продукції в Україні. Розвиток системи зберігання продукції в Україні здійснюється через зберігання в умовах агрохолдингів, зберігання в умовах дрібних і середніх сільськогосподарських виробників, розвиток портових та річкових зернових терміналів.

Світовий досвід показує, що планування та організація логістичної діяльності підприємств дає можливість для значного зниження витрат ресурсів і підвищення якості продукції. Розвиток логістичних схем несе в собі особливі переваги, які полягають у скороченні терміну доставки продукції, збереженні її якості та реалізують прагнення якнайповніше задовольнити потреби споживачів.

Зростаючий попит на олійні культури та рослинну олію з боку світового ринку стимулював активний розвиток і нарощування виробництва сировини, і в першу чергу, олійних культур.

Крім соняшнику, в Україні в значних масштабах вирощується ріпак і соя. Ріпак ринково приваблива культура, на яку постійно зростає попит, яка є джерелом зелених кормів і відмінною сировиною для виробництва біопалива.

Соя є основною зернобобовою культурою у світі і посідає перше місце у світовому виробництві рослинної олії, яку використовують на харчові цілі і для виробництва різних видів промислової продукції: лаки, фарби, мила, клей, пластмаси, штучні волокна.

На сучасному етапі масовий експорт олійної сировини сприяє створенню робочих місць за кордоном, значна частина доданої вартості, створеної в сільському господарстві, залишається за кордоном.

Продане за кордон насіння там переробляється, а отримані макуха, шрот використовуються для виробництва м'ясо-молочної продукції, що продається на наших ринках. Тож, олійні культури слід переробляти в Україні, що приведе до створення додаткових робочих місць на олієжиркомбінатах та підприємствах м'ясо-молочної промисловості, дозволить наростити сировинну базу для виробництва комбікормів, створить необхідні умови для виробництва біопалива.

Світові ціни на соняшникову олію, продовжуючи тенденцію останніх трьох років, знижуються. Цьому сприяє і світова фінансово-економічна криза та складна політико-економічна ситуація в Україні.

За даними експертів, сьогодні вітчизняна соняшникова олія користується великим попитом в Азії, Європейському Союзі, Африці, в країнах Близького Сходу та в СНД.

Отже, олійно-жировий підкомплекс України, незважаючи на позитивну динаміку розвитку, характеризується наявністю певних проблем, пов'язаних з екстенсивним характером виробництва олійної сировини, неефективними напрямками її використання, надмірним навантаженням на земельні ресурси. Якщо дані умови не зміняться, існує ймовірність зниження ефективності діяльності підкомплексу. Тому є необхідність створення ефективної системи впливу державних важелів на організаційно-економічні умови функціонування галузі.

***ЛОЯНІЧ Г. Розвиток ринку олієжирової продукції в Україні
[Текст] / Г. Лояніч, Ю. Химич // Агросвіт.
– 2016. – № 1-2. – С. 37-40.***

Український ринок соняшнику в сезоні 2015/16

Наша країна стабільно посідає перше місце у світі з виробництва соняшникової олії, поставляючи на зовнішні ринки понад 55 % усього світового експорту цього продукту.

Високий рівень прибутковості і світовий попит на олійну культуру спричинили значне розширення її посівних площ. За останні кілька років виробництво соняшнику, як і решти олійних культур, є одним із найбільш високорентабельних виробництв у агросекторі. За даними Держстату України, цей показник – 85 %, що є найвищим серед усіх агрокультур.

Соняшникова олія входить до топових експортних товарів України і є стратегічно важливою культурою. Сьогодні населення віддає перевагу використанню рослинних жирів, як результат, зменшується попит на тваринні жири. На ринку відзначається збільшення використання рослинних олій, тож світовий попит на соняшкову олію зростатиме, що, безумовно, позитивно вплине на ріст виробництва олійної в Україні.

Високий попит на соняшкову олію з боку світового та внутрішнього ринку, досить непогані стабільні врожаї соняшнику в країні стимулюють істотне зростання потужностей з переробки соняшнику.

Потреба України в соняшнику повністю задовольняється за рахунок внутрішнього виробництва.

Згідно з повідомленням на сайті американського відомства, оцінка виробництва соняшникової олії на 2015-2016 МР (маркетинговий рік, вересень-серпень) також підвищена на 9,5 %, до 4,578 млн тонн, експорт – на 8 %, до 4 млн тонн.

На світовому ринку з року в рік спостерігається скорочення перехідних запасів рослинної олії через більш швидке зростання споживання. Особливо стрімко – в Індії та Китаї. Цим і пояснюється постійне підвищення цін і стабільний попит у цих країнах.

Обсяги продажів та експорту соняшникової олії залежить від коливання цін перш за все на зовнішньому ринку рослинних олій (пальмова, соєва та ріпакова олії) та на суміжному ринку нафти.

На внутрішньому ринку України ціни на соняшник теж паралельно зростали. Однією з причин росту цін на початку сезону є зниження курсу національної валюти на 2,4 % по відношенню до американського долара.

В цілому 2015-16 МР буде непростим для олійного ринку. Тенденції світового ринку олійних культур і рослинних олій безпосередньо впливатимуть на ринок олійних в Україні.

Через коливання валютних курсів, дестабілізацію цінової ситуації на продовольчому ринку, підвищення цін на основну затратну частину при вирощуванні (засоби захисту рослин, насіння, добрива, техніку, електроенергію), нестабільну політичну та економічну ситуацію в країні робити довгострокові прогнози досить складно. Втім, Україна в 2015-16 МР збереже світову першість за обсягами виробництва соняшнику та експорту соняшникової олії.

ПРОДАН І. Український ринок соняшнику на старті сезону 2015-16 [Текст] / Ірина Продан // Аграрний тиждень. – 2015. – № 11. – С. 37-39.

Потенціал українського молока на світовому ринку

Незважаючи на суттєве скорочення поголів'я корів впродовж двох останніх десятиліть, Україна входить до переліку найбільших світових виробників молока, і водночас досить незначну його частку експортує. Вітчизняна молочна галузь має суттєвий невикористаний потенціал для нарощування як обсягів виробництва, так і експорту високоякісної конкурентоспроможної продукції.

Світовий ринок молока

Аналіз світових ринків продовольчих товарів, який щорічно проводиться експертами Продовольчої і сільськогосподарської організації ООН, виявив відновлення зростання цін у вересні 2015 р. на молочну продукцію після тривалого їх падіння впродовж декількох місяців. Значний вплив на їх динаміку в першій половині минулого року справило зменшення обсягу імпорту Китаєм і

Російською Федерацією за умов, коли експортери не скорочували виробництво.

Основна частка прогнозованого збільшення виробництва молока в світі очікується в Азії, водночас зростання також відбуватиметься в інших регіонах.

Також досить вірогідним у 2016 р. може стати перше після 2006 р. скорочення імпорту молочної продукції в Азії. Попри це країни регіону залишатимуться основними її імпортерами в світі.

Факторами спаду світового імпорту молока і молочної продукції до країн Азії стало зниження попиту в Китаї після декількох років його досить швидкого нарощування.

Зростання обсягів експорту молочної продукції на світовому аграрному ринку очікується лише з боку Білорусі та Австралії.

У цілому основними виробниками молока впродовж тривалого періоду залишаються країни ЄС, США, Нова Зеландія, Аргентина й Австралія, які формують найбільшу питому вагу його експорту та пропозиції на світовому ринку.

Фактично з усіх видів молочної продукції на світовому ринку Україна більш-менш успішно останніми роками здійснювала експорт вершкового масла.

На ринку молочної продукції ЄС для вітчизняних експортерів певний інтерес може представляти сегмент вершкового масла, імпорт якого цими країнами лише за 2015 р. становив близько 13 тис. тонн.

Світовий ринок молока і молочної продукції є досить привабливим для вітчизняного агробізнесу. Однак Україні буде вкрай важко знайти своє місце на цьому досить структурованому ринку, адже за останні два десятиліття внаслідок спаду внутрішнього виробництва молока було втрачено значні його сегменти.

Перспективні зовнішні ринки збуту молочної продукції

Одним із перспективних і найбільш ємних зовнішніх ринків збуту для вітчизняного агробізнесу, поряд з країнами Азії і СНД, є ЄС.

Першим кроком у цьому напрямі стало надання Європейською комісією українським виробникам молочної продукції доступу на

ринок ЄС, починаючи з 10 січня 2016 року. Багато в чому потенціал експорту вітчизняної молочної продукції залежатиме від стану справ у внутрішньому секторі виробництва молока, де ситуація залишається ще досить складною.

Виробництво молока в Україні останніми роками стабілізувалося за рахунок підвищення середнього надою на корову і коливалося у межах 11-11,5 млн тонн.

За умов збереження тенденції підвищення продуктивності корів та поступового нарощування її рівня до середньоєвропейського (6500-6600 кг) в цілому можливо суттєво наростити внутрішні обсяги виробництва молока для його переробки у продукцію з високою доданою вартістю та її експорту на світовий ринок.

КЕРНАСЮК Ю. Потенціал українського молока на світовому ринку [Текст] / Юрій Кернасюк // Агробізнес сьогодні. – 2016. – № 3. – С. 14-16.

Розвиток ринку овочів

Внутрішній ринок овочів насичений продукцією. За рахунок товарної пропозиції господарств населення та агропідприємств, імпорту в міжсезоння, на споживчому ринку відсутній дефіцит у цій продукції. Разом з тим, упродовж останніх двох років у сільськогосподарських підприємствах спостерігається зростання ефективності виробництва овочів.

Основне виробництво зосереджено в господарствах населення. Вирощування овочів у господарствах населення не дозволяє застосовувати інноваційні технології. При цьому відсутні підходи системного обробітку площ, застосування якісних насінневих матеріалів, спостерігається недотримання сівозмін, що сприяє розвитку хвороб та розповсюдженню шкідників. Тож якість та врожайність отриманої продукції знаходиться на низькому рівні. Разом з тим, вирощеного та зібраного врожаю вистачає для забезпечення потреб внутрішнього ринку.

Овочі належать до групи продуктів повсякденного харчування. Враховуючи раціональні норми харчування, визначені Міністерством охорони здоров'я, населення країни має споживати 161 кг овочів на особу за рік. Упродовж останніх п'яти років цей показник не опускався нижче рекомендованого рівня. Таким чином, овочеві продукти виступають для населення України одним з основних джерел вітамінів, необхідних для підтримання здорового способу життя.

Цьогоріч продовжилася тенденція до подорожчання овочів. За три місяці поточного року (січень-березень) агропідприємства реалізували на внутрішньому ринку 50,7 тис. тонн овочів. При цьому середня ціна реалізації становила 10,1 тис. грн/т, що перевищує рівень цін відповідного періоду минулого року в 1,9 разу.

Основною проблемою внутрішнього ринку овочів є збереження врожаю та повного забезпечення потреб споживчого ринку впродовж всього року. Наразі спостерігається надмірна пропозиція овочевої продукції у період збирання (липень-вересень) та зменшення пропозиції у зимово-весняний період. Така ситуація впливає на ціни: у період збирання вони мають найнижчий рівень, у міжсезоння – максимальний.

Тому в перспективі необхідно здійснювати розбудову інфраструктури ринку овочів, зокрема сховища для зберігання продукції, та розвивати заготівельно-збутову мережу. Це допоможе зберегти якість продукції та забезпечити її пропозицію на ринку впродовж усього року, що зводитиме до мінімуму коливання цін.

За даними офіційної статистики, до 15 % вирощених овочів псується та не використовується для споживання і годівлі тварин. Це відбувається через те, що у більшості дрібнотоварних виробників відсутні можливості для тривалого зберігання продукції та її подальшого продажу.

Влада створює умови для налагодження кооперативних відносин на ринку сільськогосподарської продукції, які є вкрай необхідними, але не в змозі розв'язати наявну проблему. Створення власних кооперативів з подальшим продажем продукції через оптово-

продовольчі ринки, мережі супермаркетів, громадського харчування є бажаним результатом у розбудові сучасної заготівельно-збутової мережі. Такі кооперативи позитивно впливатимуть на формування цін та, як результат, збільшать доходи сільського населення.

МАСЛАК О. Розвиток ринку овочів [Текст] / Олександр Маслак
// Агробізнес сьогодні. – 2016. – № 10. – С. 14-15.

Ринок плодів і ягід як модель соціально орієнтованої ринкової економіки в Україні

Соціально орієнтована політика та економіка держави має бути спрямована, перш за все, на поліпшення добробуту населення незалежно від його територіального розміщення. Виділивши вітчизняний ринок плодів і ягід як окрему модель соціальної ринкової економіки та відштовхуючись від індикатора продовольчого забезпечення «достатність споживання окремого продукту» встановлено, що ринок знаходиться тільки на шляху до соціалізації.

Соціальний аспект вітчизняного аграрного ринку особливо гостро актуалізується в науковій сфері впродовж останніх двох десятиліть. Однією з головних складових в його системі є ринок плодів і ягід. Тому питання розвитку плодів і ягід є нині своєчасним і вагомим не лише стосовно економічної ефективності та реалізації плодоягідної продукції, а й за соціальними, технологічними та екологічними характеристиками. Адже саме сукупність і взаємодія цих показників свідчать про економічне зростання та рух усієї соціальної системи. «Соціально орієнтованою ринковою економікою» вважається соціально-економічний устрій, економічну основу якого становить ринок. Але останній не може розв'язати багатьох соціальних проблем, тому і вдається до послуг держави.

Неефективне функціонування внутрішнього ринку гальмує розвиток зовнішньої торгівлі плодами та ягодами. Їх експортні поставки у вітчизняному виробництві становлять у середньому лише 5 %.

Виходячи з визначеної позиції «соціального ринку плодів і ягід», слід розкрити особливості забезпечення ними населення. Рівень споживання плодів і ягід становив у середньому за 2010-2014 рр. 54,4 кг на особу на рік, а це 66,3 % його норми. Недостатнє задоволення потреб населення зумовлене його низькою купівельною спроможністю.

Рівень споживання плодів і ягід у 2010-2014 рр. на 37-40 % залежав від імпорتنих поставок. Відтак поліпшення забезпечення населення плодами та ягодами можливе лише за умов розширення промислового виробництва. Адже в господарствах населення має місце сталість у формуванні товарної пропозиції в динаміці, через що значного збільшення її цією категорією господарств не очікується.

Соціальний вітчизняний ринок плодів і ягід повинен розвиватися в напрямках передусім оптимального забезпечення плодоягідною продукцією населення, формування необхідної стабільної товарної пропозиції переважно за рахунок вітчизняного виробництва, а саме:

- заробітна плата має стати основним доходом сільських мешканців;
- збільшення обсягів виробництва високоякісних плодів і ягід у спеціалізованих агропідприємствах, які можуть забезпечити здорову конкуренцію на ринку;
- розвиток взаємовідносин між товаровиробниками та закупівельними організаціями має бути основою комерційної політики садівничих підприємств;
- використання у садівничих підприємствах інноваційних екологобезпечних технологій вирощування плодів і ягід для отримання максимальних прибутків при мінімальних витратах виробництва.

***САЛО І. Ринок плодів і ягід як модель соціально орієнтованої ринкової економіки в Україні [Текст]
/ Іван Сало // Вісник аграрної науки. – 2016. – № 5. – С. 64-67.***

Досвід країн ЄС у регулюванні ринку цукру

Перехід до ринкової економіки показав, що механізм саморегулювання ринку спричинив зниження ефективності підприємств агропромислового комплексу. Як підтверджує досвід роботи цукробурякової галузі, а також наукові розробки, разом із ринковими важелями економіки мають бути задіяні й важелі державного регулювання для підвищення ефективності галузі та успішного функціонування підприємства.

В ЄС після проведення реформ продовжували діяти низькі ціни для країн, які завозять цукор на пільгових умовах. ЄС також розробляє заходи допомоги найменш розвиненим країнам. Основними факторами реформування цукрової галузі Євросоюзу є:

- зниження ціни на цукор та цукрової галузі;
- створення фонду реконструкції цукрової галузі;
- розробка і запровадження схеми добровільної реструктуризації цукрових заводів;
- виплата додаткових платежів виробникам цукрових буряків;
- стимулювання приватного зберігання цукру.

Під час реформування ринку цукру в ЄС відбулося скорочення виробництва цукру й закриття цукрових заводів і в Польщі.

Франція – один з найбільших виробників цукру в ЄС, де регулювання ринку цукру здійснюється з дотриманням загальноєвропейських правил, а саме: гарантованої ціни на обмежену кількість продукції, що надходить на ринок. А також за принципом колективного фінансування витрат, пов'язаних із реалізацією цукру, за допомогою платежів, що надходять від цукрових заводів та фермерських господарств. Цукрові буряки вирощують господарства на площах від 40 до 400 га. Завдяки регулюванню ринку цукру, вирощування цукрових буряків є прибутковим бізнесом.

Законодавче регулювання ринку цукру в Україні передбачає використання інструментарію, подібного до країн ЄС, що сприяють збалансуванню попиту та пропозиції, ефективність якого підтверджує

світова практика. Цукрова галузь у країнах Європи захищена інструментами тарифного й нетарифного регулювання і майже всі держави підтримують національних товаровиробників через установа митних обмежень. Саме досвід країн Європейського Союзу у регулюванні ринку цукру може бути дуже важливим у процесі реформування цукробурякової галузі України.

ДАНИЛИШИН М. Державне регулювання ринку цукру в Україні та зарубіжний досвід [Текст] / М. Данилишин // Економіка АПК. – 2015. – № 12. – С. 113-119.

Продовольчий ринок: у них і у нас

Інституційний розвиток у сучасних умовах є пріоритетним напрямом удосконалення системи управління АПК і передбачає впорядкування, координацію та розробку дій з ефективного використання сукупності формальних і неформальних правил та норм (законів, положень, кодексів поведінки, звичаїв), взаємозв'язків і взаємодій, що містять умови проведення й обмеження економічної діяльності на агропродовольчому ринку.

У законах про стандарти передбачено встановлення національних стандартів на сільгосппродукцію, регулювання правил міжнародної та внутрішньої торгівлі. Закони про інспекцію ввезених і вивезених товарів забезпечують захист прав споживачів та інспекторів, встановлення стандартів на сільськогосподарські продукти, надання сертифіката із зазначенням типу, розміру, якості продукту, яким він має відповідати.

Закони про інспекцію і продаж насіння забезпечують дотримання правил ввезення або вивезення його з Канади, встановлюють, за яких обставин це насіння може використовуватися.

У Великій Британії діє Закон про збут сільгосппродукції, який націлений на стимулювання виробництва сільськогосподарської продукції; сприяння у встановленні ринкових цін; прогнозування цін

на зернові (на 4 міс. вперед) в основних країнах континентальної Європи.

У США закони про збут сільськогосподарської продукції зобов'язують Міністерство сільського господарства:

- сприяти у проведенні наукових досліджень;
- удосконалювати методи переробки сільгосппродукції, підготовки її до збуту, пакування, зберігання, транспортування, розподілу і продажу.

Отже, можна зробити висновок, що в таких країнах як Канада, США, Британія розвинені інституційні основи функціонування агропродовольчого ринку, велика увага приділяється нормативно-правовому забезпеченню у сфері виробництва і збуту продукції.

Аналіз норм чинного законодавства свідчить, що в Україні немає єдиної концепції законодавчого регулювання діяльності саморегулювних організацій, а отже, і єдиної моделі саморегулювання.

В Україні на національному і регіональному рівнях переважно сформовано нормативно-правову базу, що орієнтується передусім на збільшення виробництва сільськогосподарської продукції, однак меншою мірою – на регулювання її збуту за низької активності об'єднань сільськогосподарських виробників у цих процесах. Як переконує досвід країн світу, ефективний розвиток агропродовольчого ринку має базуватися на інституціональній основі, яка передбачає, крім розвиненої нормативно-правової системи, біржі, посередницькі та оптові продовольчі ринки, аукціони й інші структури, через які та з участю яких забезпечується рух сільськогосподарської сировини і продовольства.

ІБАТУЛЛІН М. Інституційне середовище продовольчого ринку: зарубіжний досвід і вітчизняне сьогодення [Текст] / М. Ібатуллін // Вісник аграрної науки. – 2015. – № 10. – С. 64-68.

Повідомлення

 Про використання методико-бібліографічних, бібліографічних, фахових, інформаційних матеріалів

У розвитку села – майбутнє нашої держави. Дайджест. Вип. 15. Тенденції ринків сільськогосподарської продукції

(назва матеріалу)

1. Ознайомлення з матеріалом бібліотечних працівників ЦБС (на семінарах, при виїздах в бібліотеки, усна чи письмова консультація тощо)

2. Використання матеріалу бібліотечними працівниками (приклади)

3. Зауваження щодо надісланого матеріалу _____



4. Приклади використання матеріалу користувачами:

1. _____

(з якою метою використано матеріал, що використано; спеціальність користувача, ким працює, вік)

2. _____

(з якою метою використано матеріал, що використано; спеціальність користувача, ким працює, вік)

3. _____

(з якою метою використано матеріал, що використано; спеціальність користувача, ким працює, вік)

* відомості подаються через кому

** надсилати заступнику директора з наукової роботи