

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МІЖНАРОДНИЙ АГРОБІЗНЕС

Видання 2-ге, перероблене та доповнене

За редакцією Сіваченка І.Ю., Захарченка О.В.

Навчальний посібник
для студентів вищих навчальних закладів

*Рекомендовано
Міністерством освіти і науки України
як навчальний посібник для студентів
вищих навчальних закладів*

Київ
«Центр учбової літератури»
2008

ББК 65.32я73
М 58
УДК 631.1(075.8)

*Гриф надано
Міністерством освіти і науки України
(Лист № 1.4/18-Г-1213 від 29.05.2008)*

Рецензенти:

Якубовський С. О. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова;

Осіпов В. М. – доктор економічних наук, Головний науковий співробітник відділу ринкових механізмів і структур Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України.

Автори:

Сіваченко І. Ю.;
Захарченко О. В.;
Семенов В. Ф.;
Побережний Д. В.;
Левіцький М. А.;
Горячко І. О.;
Барановська М. І.

М 58 Міжнародний агробізнес: Навч. пос./За ред. І. Ю. Сіваченка, О. В. Захарченка – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 266 с.

ISBN 978-966-364-757-9

У навчальному посібнику розглядаються зміст і сутність понять “агробізнес” та “міжнародний агробізнес”. З’ясовуються основні поняття продовольчого маркетингу, організаційної структури агробізнесу. Центральне місце займає характеристика міжнародної агро продовольчої системи, визначення основних тенденцій розвитку світового продовольчого ринку та місця на ньому України. Висвітлюється досвід функціонування міжнародного агробізнесу в окремих регіонах світу і в країнах з різним рівнем його розвитку. У навчальному посібнику вміщені тести, які вводяться в ЕОМ, індивідуальне завдання а також список рекомендованої літератури.

Призначається для студентів економічних вузів і факультетів.

ББК 65.32я73

УДК 631.1(075.8)

ISBN 978-966-364-757-9

© Сіваченко І. Ю.,
Захарченко О. В. та ін., 2008
© Центр учбової літератури, 2008

Зміст

Передмова	7
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МІЖНАРОДНОГО АГРОБІЗНЕСУ	9
<i>Глава 1. Предмет і задачі курсу «Міжнародний агробізнес»</i>	<i>9</i>
1.1. Визначення понять «агробізнес» та «міжнародний агробізнес»	10
1.2. «Зелена революція», розвиток агропромислової інтеграції та формування агропромислового комплексу	13
1.3. Передумови формування міжнародної системи агро-бізнесу	15
1.4. Система економічних відносин у міжнародному агро-бізнесі	18
1.5. Предмет і задачі вивчення курсу	20
<i>Глава 2. Продовольчий маркетинг</i>	<i>22</i>
2.1. Система продовольчого маркетингу	23
2.2. Особливості попиту на продовольчі товари	27
2.3. Функції маркетингу	33
2.4. Сільське господарство у системі продовольчого маркетингу	36
2.5. Місце переробників сировини та виробників продуктів харчування у системі продовольчого маркетингу	40
2.6. Канали збуту, форми і методи реалізації продукції	43

<i>Глава 3. Організація маркетингу і особливості розробки бізнес планів на підприємствах АПК</i>	48
3.1. Основні принципи організації маркетингової діяльності на підприємствах АПК.	49
3.2. Основні елементи системи маркетингу в агропромислому виробництві	50
3.3. Розробка цінової стратегії	55
3.4. Планування товарного асортименту та організація процесу руху товарів	57
3.5. Управління рекламною діяльністю	61
3.6. Особливості розробки бізнес-планів на підприємствах АПК	62
<i>Глава 4. Організаційна структура агробізнесу</i>	67
4.1. Землеволодіння і землекористування	68
4.2. Інфраструктура агропромислового виробництва	70
4.3. Організація виробництва у фермерських господарствах	74
4.4. Основні організаційні форми агропромислового виробництва	78
4.5. Форми і методи державного регулювання агробізнесу.	82
РОЗДІЛ II. МІЖНАРОДНА АГРОПРОДОВОЛЬЧА СИСТЕМА	88
<i>Глава 5. Продовольча проблема в сучасному світі.</i>	88
5.1. Основні тенденції виробництва продовольства в різних регіонах світу	89
5.2. Масштаби голоду і недоїдання. Продовольча безпека країни	92
5.3. Концептуальне визначення продовольчої проблеми	95
5.4. Цілі продовольчої та сільськогосподарської організації ООН, ФАО та інших міжнародних організацій	97
5.5. Система управління світовим аграрним виробництвом	100
<i>Глава 6. Методи збільшення продовольчих ресурсів.</i>	103
6.1. Резерви підвищення продуктивності агропромислового виробництва.	103

6.2. Тенденції науково-технічного прогресу в сільськогосподарському виробництві	106
6.3. Біологічні резерви збільшення продовольчих ресурсів	108
6.4. Нетрадиційні методи збільшення продовольчих ресурсів	110
Глава 7. Основні тенденції розвитку світового продовольчого ринку	112
7.1. Товарна структура виробництва і торгівлі основними видами сільськогосподарської продукції і продовольства	112
7.2. Основні напрями експорту і імпорту сільськогосподарської продукції і продовольства	117
7.3. Україна на світових ринках зерна, м'ясомолочної продукції, цукру та лікєро-горілчаних виробів і вин . . .	119
7.4. Умови і можливості ефективного використання експортного потенціалу АПК України	125
7.5. Глобалізація ринків сільськогосподарської продукції і продовольства.	129
 РОЗДІЛ III. РЕГІОНАЛЬНА СТРУКТУРА МІЖНАРОДНОГО АГРОБІЗНЕСУ	132
Глава 8. Агробізнес у найбільш розвинутих країнах	132
8.1. Основні організаційні форми агробізнесу в США	133
8.2. Агропромисловий комплекс Канади.	148
8.3. Агропромислова інтеграція в країнах ЄС.	155
8.4. Агропромислова інтеграція в Японії.	178
Глава 9. Аграрні реформи в країнах Східної Європи і СНД	180
9.1. Особливості становлення агробізнесу у країнах Східної Європи і СНД.	180
9.2. Основні напрямки аграрних реформ у країнах Східної Європи і СНД.	181
Глава 10. Агропромислові комплекси країн, що розвиваються	197
10.1. Формування національних АПК в країнах Африки.	197

10.2. Агропромислові комплекси у країнах Близького Сходу	207
10.3. Агропромисловий розвиток країн Південної та Пів-денно-Східної Азії	211
10.4. Агробізнес у Латинській Америці	221
<i>ТЕСТИ ДО КУРСУ «МІЖНАРОДНИЙ АГРОБІЗНЕС»</i>	<i>224</i>
I частина	224
II частина	231
<i>ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ</i>	<i>239</i>
<i>КОРОТКИЙ ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК</i>	<i>241</i>
<i>ДОДАТКИ</i>	<i>257</i>
Карта 1 Ареали посівів олійних культур і основні напрямки експорту сої (бобів) і арахісу.	257
Карта 2 Ареали посівів зернових культур і основні напрямки експорту зерна	258
Карта 3 Ареали розвитку тваринництва і основні напрямки експорту вовни	259
Карта 4 Ареали розвитку рослинництва і основні напрямки експорту цукру з тростини	260
<i>СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ</i>	<i>261</i>

Передмова

У сучасному світі однією з найгостріших проблем залишається продовольча проблема. Проведені розрахунки переконливо доводять, що продовольчий потенціал Землі цілком достатній для того, щоб забезпечити раціональне харчування населення всієї планети.

Проблема полягає в тому, що виробництво і розподіл продовольства відбувається нерівномірно. У той час як в індустріально розвинутих країнах спостерігається надвиробництво продовольства, в багатьох країнах що розвиваються, забезпечення населення продуктами харчування недостатнє. Вирішенню цієї проблеми сприяє розвиток міжнародного агробізнесу.

Україна має значні можливості щодо експорту певних видів продовольства. Для того, щоб успішно вести справи на світових ринках необхідно оволодіти відповідними знаннями у галузі міжнародного агробізнесу. А тому майбутні економісти-міжнародники вивчають курс «Міжнародний агробізнес».

Програма цієї навчальної дисципліни передбачає вивчення як теоретичних основ міжнародного агробізнесу, так і практичного досвіду його функціонування у глобальному масштабі, а також на рівні окремих країн і регіонів світу.

А тому у навчальному посібнику послідовно розкривається сутність понять «агробізнес» і «міжнародний агробізнес», зміст системи продовольчого маркетингу, основні принципи організації маркетингової діяльності в агробізнесі. Показано, що організаційна структура агробізнесу складається з трьох ланок: первинні форми агробізнесу — національний агробізнес — міжнародний агробізнес.

Мета господарювання в міжнародному агробізнесі досягається в результаті ретельного аналізу інформації про тенденції виробництва продовольства в сучасному світі, зміни у попиті на певні продукти харчування, прогнози зростання виробництва продовольства і попиту на нього.

У центрі господарювання в агробізнесі перебуває сільськогосподарське виробництво, яке у різних країнах може вестись у різних організаційних формах. Законодавство певним чином регламентує порядок утворення і функціонування таких формувань. Особливості діяльності найпростішої форми господарювання — фермерського господарства — розкриваються у викладі основних положень книги професора Т. Р. Хеджеса «Організація господарства на фермах».

В окремому розділі характеризується міжнародна агропродовольча система. У зв'язку з цим, аналізується продовольча проблема в сучасному світі; визначаються цілі продовольчої та сільськогосподарської організації ООН — ФАО; методи збільшення продовольчих ресурсів; основні тенденції формування світового продовольчого ринку і місце на ньому України.

Нарешті, в третій частині навчального посібника аналізується регіональна структура міжнародного агробізнесу; визначаються особливості його розвитку у найбільш розвинутих країнах світу, у країнах Східної Європи і СНД, а також в країнах, що розвиваються.

Запитання для самоконтролю і тести, які вводяться в ЕОМ, а також список літератури, створюють необхідні умови для закріплення навчального матеріалу.

Для набуття практичних навичок у міжнародному агробізнесі кожний студент виконує індивідуальне завдання — розробку плану маркетингу підприємства, яке має намір вийти на світовий ринок.

Оволодіння знаннями і практичними навичками у галузі міжнародного агробізнесу створюють необхідні умови для успішного включення українських підприємств у світовий економічний простір і на цій основі — піднесенню національної економіки країни.

Друге видання навчального посібника перероблене і доповнене новими матеріалами, які з'явилися після опублікування першого видання.

Колектив авторів висловлює глибоку подяку доценту Проніну О. І. за надану допомогу в оформленні навчального посібника.

Розділ I

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МІЖНАРОДНОГО АГРОБІЗНЕСУ

ГЛАВА 1

ПРЕДМЕТ І ЗАДАЧІ КУРСУ «МІЖНАРОДНИЙ АГРОБІЗНЕС»

Основні питання теми

- 1.1. Визначення понять «агробізнес» та «міжнародний агробізнес».
- 1.2. «Зелена революція», розвиток агропромислової інтеграції та формування агропромислового комплексу.
- 1.3. Передумови формування міжнародної системи агробізнесу.
- 1.4. Система економічних відносин у міжнародному агробізнесі.
- 1.5. Предмет і задачі вивчення курсу.

Основні поняття і терміни:

Агробізнес — вид підприємницької діяльності у галузях виробництва сільськогосподарської продукції, засобів виробництва для сільського господарства, зберігання сільськогосподарської продукції, її транспортування, переробки і доведення до споживача.

Міжнародний агробізнес — вид підприємницької діяльності в економічних відносинах між країнами світу, окремими організаційними структурами АПК у міжнародному масштабі щодо виробництва, переробки, зберігання і реалізації сільськогосподарської продукції та товарів з неї. Міжнародний агробізнес не може існувати без первинних форм агробізнесу.

«Зелена революція» — проявилася у різкому підвищенні урожайності сільськогосподарських культур і продуктивності тваринництва, що відбулося в результаті стрибкоподіб-

ного зростання продуктивності праці, зумовленого широким проникненням науково-технічної революції у сільське господарство.

Вертикальна інтеграція — процес органічного поєднання сільськогосподарських галузей (підгалузей) з галузями переробної промисловості, в ході якого забезпечується єдність і безперервність взаємопов'язаних етапів виробництва, транспортування, зберігання і переробки сільськогосподарської продукції. Вертикальна інтеграція розвивається у формі агропромислових підприємств і їхніх об'єднань.

Агропромисловий комплекс — сукупність галузей народного господарства, зайнятих виробництвом, переробкою, збереженням і доведенням до споживача сільськогосподарської продукції. До складу АПК входять три основні сфери:

а) виробництво засобів виробництва для сільського господарства та його виробничого обслуговування;

б) власне сільське господарство;

в) заготівля, переробка, збереження, транспортування і збут сільськогосподарської продукції.

Кінцева продукція АПК є результатом взаємодії галузей усіх трьох сфер, міжгалузевої кооперації. Оптимальне співвідношення вартості продукції трьох сфер АПК у розвинутих країнах світу становить 25—30 %, 10—15 %, 50—55 %, а кількість зайнятих у них — від 20 до 35 %.

Об'єктивні і суб'єктивні передумови формування міжнародної системи агробізнесу — до об'єктивних передумов відносяться природні умови, які визначають можливість та спеціалізацію ведення сільськогосподарського виробництва; друга об'єктивна передумова — нерівномірність розподілу населення по території земної кулі; суб'єктивні передумови визначаються технічним рівнем сільськогосподарського виробництва і формами його організації, наявністю ринкового середовища та відповідного законодавства.

Економічні відносини у міжнародному агробізнесі — виникають між суб'єктами міжнародного агробізнесу: окремими країнами та міжнародними продовольчими компаніями і проявляються у здійсненні актів купівлі-продажу тих чи інших продуктів.

1.1. Визначення понять «агробізнес» та «міжнародний агробізнес»

В умовах ринкової економіки між людьми виникають певні економічні відносини, які реалізуються в організації власної справи, або бізнесу.

Поняття бізнесу характеризується як низкою загальних рис, так і певними особливостями, що проявляються у різних сферах економіки. Однією з таких сфер є аграрний сектор. Сукупність економічних відносин у цьому секторі дістала назву агробізнесу.

Цей термін виник порівняно недавно. У першій половині 50-х років ХХ століття на сторінках економічної преси почалося посилене обговорення питання про «агробізнес» та про так звану вертикальну інтеграцію.

Колишній заступник міністра сільського господарства США Дж. Х. Девіс на конференції з торгівлі у Бостоні в 1955 році дав таке визначення цього поняття; «Агробізнес означає загальну суму всіх операцій з виробництва і розподілу виробничих товарів для сільського господарства; виробничі операції на фермі; зберігання, переробку і розподіл сільськогосподарської продукції та товарів. Таким чином, поняття «агробізнес» тепер, по суті, охоплює функції, які включав термін «сільське господарство» 150 років тому». Це визначення було потім наведене у його книзі «Концепція агробізнесу», написаній у співавторстві з Голдбергом, яка вийшла у світ у 1957 році (Davis J.H. and Goldberg P. A. A concept of agribusiness. — Boston. Mass.: Harvard Univ. 1957).

У 1963 році Дж. Сакс опублікував в Англії книгу з питань агробізнесу, в якій дав таке його визначення: «Нині існують тісні взаємовідносини між сільським господарством, промисловістю щодо його постачання і тими галузями, які переробляють і реалізують сільськогосподарські продукти, що слово «агробізнес» увійшло в нашу мову. щоб підкреслити ці відносини» (Sykes G. Poultry A. Modern Agribusiness — London: Crosby Lockwood and Son, 1963. XI).

В 1966 році у США видано брошуру «Агробізнес Середнього Заходу: його вплив на економіку країни і міжнародну торгівлю», у якій подається опис складових частин агробізнесу; «Сільське господарство у II половині ХХ ст. швидкими темпами стає взаємопов'язаним. Початкова концепція сільського господарства як виробництва на землі тепер поступається іншій, згідно з якою сільське господарство є сектором усєї економіки. Виникнення такої концепції сільського господарства виходить далеко за межі виробництва продовольства і волокна. Тепер воно має включати виробництво, переробку, виготовлення предметів для сільського господарства, торгівлі, використання і споживання. Операції кожного сектору й усєї системи вимагають високої технічної кваліфікації, потребують великої кількості людей і безпосередньо впливають на все економічне становище нашої країни. Агробіз-

нес це новий, більш узагальнюючий термін, який тепер вживається стосовно цієї нової і більш широкої концепції сільського господарства» (Midwest agribusiness It's impact of the national economy and international trade / Prep. by Midwest Ass. State Dept. Agr. — 1966. № 1. — p. 26).

Разом з тим слово «бізнес» означає економічну діяльність, що приносить доход або іншу вигоду. Особи, які виявляють ініціативну самостійність, спрямовану на отримання прибутку називаються бізнесменами, або підприємцями.

Таким чином можна визначити що агробізнес являє собою форму підприємницької діяльності в агропромисловому секторі економіки країни. Сюди входять підприємницька діяльність у виробництві засобів виробництва для сільського господарства (техніка, добрива, корми тощо); власне сільськогосподарське виробництво (вирощування рослин і розведення тварин); зберігання переробка і торгівля як «сирою», так і переробленню продукцією. До агробізнесу належать також усі види діяльності з обслуговування сільського господарства (агросервіс, ринкова інфраструктура тощо). Практика показала доцільність поєднання декількох видів підприємницької діяльності в одній фірмі (наприклад, вирощування первинного виду сільськогосподарської сировини, її зберігання, переробка і торгівля готовою продукцією).

Нарешті до агробізнесу залучаються все населення, коли розраховує свої витрати на продукти харчування у сімейному бюджету.

Систему економічних відносин в агробізнесі можна уявити собі у вигляді наведеної схеми (див схему 1).

Досвід підприємницької діяльності у агробізнесі дозволяє виділити різні рівні його функціонування: перший рівень — агробізнес у фермерських господарствах, кооперативах, агропромислових об'єднаннях, фірмах; другий — агробізнес у масштабі національної економіки країни; нарешті, третій рівень — агробізнес у міжнародному масштабі. На практиці всі три рівні агробізнесу взаємопов'язані.

В сучасному світі сформувалася міжнародна агропродовольча система або міжнародна системи агробізнесу, яка являє собою багатогалузевий та багатофункціональний глобальний комплекс і в якому поєднується виробництво, зберігання, транспортування та реалізація продовольчої продукції у світовому масштабі. Економічні відносини в цьому комплексі формуються на основі міжнародного розподілу праці та глобалізації регіональних агропродовольчих ринків.

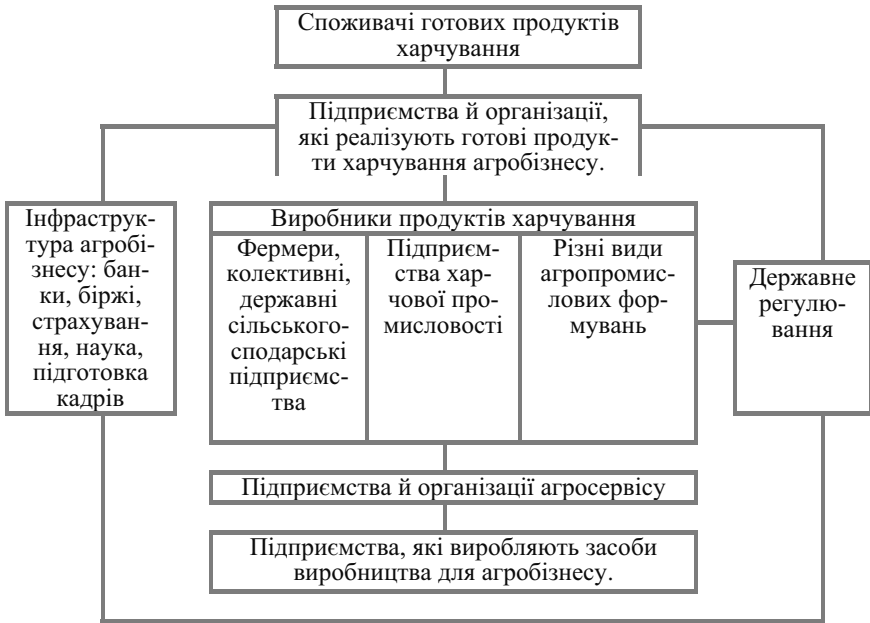


Схема 1. Система економічних взаємовідносин в агробізнесі.

Таким чином, сутність міжнародного агробізнесу можна визначити як вид підприємницької діяльності в економічних відносинах між країнами світу, окремими організаційними структурами АПК у міжнародному масштабі щодо виробництва, переробки, зберігання і реалізації сільськогосподарської продукції та товарів з неї. Міжнародний агробізнес не може існувати баз первинних форм агробізнесу.

1.2. «Зелена революція», розвиток агропромислової інтеграції та формування агропромислового комплексу

Що було причиною появи терміна «агробізнес»? У 50 роки ХХ ст. в індустріально розвинутих країнах відбулася так звана «зелена революція». Вона проявилась у різкому підвищенні урожайності сільськогосподарських культур і продуктивності тварин, що відбулося в результаті стрибкоподібного зростання продуктивності праці, зумовленого широким проникненням науково-технічної революції у сільське господарство.

У ряді країн (наприклад, ФРН, Франції, Італії) приймалися так звані «зелені плани». Це були спеціальні законодавчі акти окремих держав, які визначали умови, норми і характер державного втручання у сільське господарство, а також довгострокові плани його розвитку. Так у ФРН «Основний сільськогосподарській закон» (1955) визначив напрямки розвитку західнонімецького сільського господарства і роль держави у його соціально-економічній перебудові. Основні положення закону такі:

1. Покращення аграрної структури, тобто проведення комплексу державних заходів з модернізації сільського господарства і якісної перебудови його продуктивних сил (ліквідація роздробленості господарств, укрупнення їх і т. ін.);

2. Переселення дрібних і середніх селян у промислові центри;

3. Скорочення безробіття і неповної зайнятості у сільському господарстві шляхом створення у районах, де переважають дрібні та середні господарства, промислових підприємств;

4. Надання державної допомоги рентабельним капіталістичним господарствам, зайнятим у виробництві зернових і картоплі;

5. Підвищення доходу осіб, зайнятих у сільському господарстві до рівня заробітної плати промислового робітника відповідної кваліфікації.

Аналогічні закони існують у Франції і Італії.

Конкретизуються «зелені плани» в довгострокових і річних планах, у яких визначаються розміри державних асигнувань на сільське господарство, розподіл їх за видами витрат, специфічні для кожної країни конкретної форми державного втручання та впливу на сільськогосподарське виробництво. «Зелені плани» передбачають основні напрямки державних капіталовкладень.

Для здійснення «зелених планів» із держбюджетів відповідних країн виділялись значні кошти на іригацію, меліорацію, боротьбу з ерозією ґрунту і створення інфраструктури. Податкові пільги, дотації на купівлю пального, сільськогосподарських машин та добрив сприяли економічному стимулюванню життєздатних господарств. (Економическая энциклопедия. Политическая экономия. / Гл. ред. А. М. Румянцев, — М. Советская энциклопедия, 1972, Т. I. — С. 505).

«Зелена революція» привела до ліквідації класу селянства у цих країнах, його місце зайняв клас фермерів-підприємців.

Виникає новий тип зв'язків між основними ланками виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції, який поєднує їх у органічно єдиний технологічний процес. Основною причиною цього процесу було поглиблення спеціалізації виробництва,

що, у свою чергу, привело до необхідності більш тісної координації виробництва сільськогосподарської сировини, її транспортування, зберігання, переробки і торгівлі готовою продукцією. Це привело до організаційного об'єднання всіх цих стадій, яке дістало назву вертикальної або агропромислової інтеграції.

У результаті злиття аграрного, промислового і торгового капіталу сформувалася нова підсистема виробничих відносин, яку було названо агробізнесом.

В економіці індустріально розвинутих країн утворюється комплекс взаємопов'язаних виробництв, який складається з трьох основних груп галузей або сфер:

1. Галузі, які виробляють засоби виробництва для сільського господарства, переробної промисловості, заготівель;

2. Власне сільське господарство та його виробнича і соціальна інфраструктура.

3. Галузі та виробництва, які забезпечують заготівлю, зберігання, транспортування, переробку сільськогосподарської сировини і реалізацію виробленої з неї продукції.

Система виробничо-економічних відносин між цими сферами утворює агропромисловий комплекс — АПК.

Виробничі агропромислові формування складають мікроструктуру АПК. Макроструктуру АПК складають галузі і сфери діяльності в масштабі країни, супермакроструктуру — у міжнародному масштабі.

1.3 Передумови формування міжнародної системи агробізнесу

Всі передумови формування міжнародної системи агробізнесу можна розділити на дві групи: об'єктивні і суб'єктивні.

До об'єктивних передумов відносяться природні умови, які визначають можливість та спеціалізацію ведення сільськогосподарського виробництва.

Перша природна умова — наявність земельних фондів, придатних для вирощування певних сільськогосподарських культур та для пасовищного скотарства.

Земельні фонди розподілені на земній кулі нерівномірно. Так, на долю Євразії припадає 60 % оброблюваних земель світу. Але забезпеченість земельними фондами визначається з розрахунку їх кількості, яка припадає на душу населення. І тоді виявляється, що

найменш забезпеченими сільськогосподарськими землями є країни Європи і Азії.

Показники землезабезпеченості без відомостей про якісний стан земель, їх продуктивність, будуть не повними. В зв'язку з цим, розроблено метод співставлення землезабезпеченості між окремими країнами світу з урахуванням не тільки кількісних показників, але й даних про якісний стан земель.

Врахування в єдиній системі агрокліматичних і ґрунтових умов можливе через показники біологічної продуктивності.

Найбільш забезпечені продуктивними землями країни є основними виробниками сільськогосподарської продукції. Забезпеченість такими землями — один з важливих факторів, який визначає місце кожної країни у міжнародному розподілу праці у галузі сільського господарства.

До іншої об'єктивної передумови слід віднести нерівномірність розподілу населення по території земної кулі.

Землезабезпеченість і кількість населення в окремих регіонах світу та окремих країнах не завжди співпадають. Крім того, певні сільськогосподарські культури вимагають відповідної якості землі і відповідного клімату, а тому можуть бути вирощені тільки у відповідних агрокліматичних умовах (наприклад, цитрусові, чай, кава та ін.) А тому виникає необхідність доставки такої продукції до місць споживання у міжнародному масштабі.

Суб'єктивні умови визначаються технічним рівнем сільськогосподарського виробництва і формами його організації, наявністю ринкового середовища та відповідного законодавства.

Проникнення у сільськогосподарське виробництво сучасної НТР, розвиток меліорації, впровадження нових сортів рослин і нових порід тварин веде до посилення інтенсифікації цього виробництва і, на цій основі, до розширення його товарності. А для того, щоб стати товарними, сільськогосподарські підприємства повинні орієнтуватися на ринкові зв'язки, можливість включатися в мережу шляхів сполучення, яка забезпечує достатньо низьку вартість перевезень.

Транспортний фактор особливо важливий коли необхідно реалізовувати продукцію, яка швидко псується. Так, знамените теплично-оранжерейне квітникарство Голландії своїм розвитком зобов'язане також відносноій близькості споживача — найбільших міських агломерацій Англії, Франції, ФРН. Протилежний приклад дає Волога пампа в Аргентині. Її природні умови дозволяють вести незрівнянно більш інтенсивне сільське господарство, але цьому перешкоджає віддаленість країни від головних світо-

вих ринків збуту. (Страны и народы. том Земля и человечество. М. Мысль, 1978, с. 252).

В сучасному світі створюються умови для міжнародної спеціалізації у сільському господарстві.

Індустріалізація сільськогосподарського виробництва поступово зменшує його залежність від погодних умов, а в ряді випадків виникають такі виробництва, які зовсім ізольовані від впливу природного середовища (наприклад, бройлерне виробництво, тепличне господарство, відгодовування свиней).

Важливою передумовою формування міжнародної системи агробізнесу є форми організації сільськогосподарського виробництва. Від того, як організується ведення сільськогосподарського виробництва в певній мірі залежить рівень його товарності.

У сучасному світі форми організації сільськогосподарського виробництва визначаються характером суспільно-економічних відносин, які існують у різних країнах.

В зв'язку з цим, можна виділити три основні групи країн: індустріально-розвинуті країни, країни з перехідною економікою, країни, що розвиваються.

В індустріально-розвинутих країнах переважною формою організації сільськогосподарського виробництва є фермерські господарства. За розмірами такі господарства в різних країнах можуть дуже відрізнятися. Наприклад у США середній розмір ферми — 150 — 160 га, а в країнах «Спільного ринку» — 10 га. (Страны и народы. том Земля и человечество. Глобальные проблемы. М. Мысль, 1985, с. 120).

Значна частина продукції фермерського господарства йде на експорт. (наприклад, у США — до 30 %).

В країнах з перехідною економікою відбувається перебудова господарських відносин в АПК на ринкових засадах. Деякі з цих країн, в тому числі, Україна мають необхідні умови для активної участі в міжнародному агробізнесі.

Сільське господарство країн, що розвиваються, у минулому відіграло роль сировинного придатку до економіки своїх метрополій.

В сучасних умовах в цих країнах відбуваються аграрні реформи, виникає переробна промисловість. Це приводить до певних змін у структурі експорту. Розширюється експорт готової до споживання продовольчої продукції.

Роль цих країн в міжнародному агробізнесі визначається також і тим, що в них вирощуються деякі екзотичні рослини (цитрусові, чай, кава, банани), які не можуть бути культивовані в

країнах з помірним кліматом. Експорт цієї продукції неухильно зростає.

Вирішальну роль у міжнародному агробізнесі відіграє така форма його організації як міжнародні продовольчі компанії. (МПК). Основна частина перероблюваного продовольства та значна частина сільськогосподарських продуктів, які надходять на міжнародний ринок, виробляються в рамках або під безпосереднім технологічним, фінансовим, організаційним впливом МПК (МЭ и МО, 1998, № 8, с. 33).

Щодо законодавчого забезпечення розвитку міжнародного агробізнесу, то слід відмітити, що переважна більшість країн, які беруть в ньому участь, намагаються проводити протекціоністську політику, яка стимулює експорт продукції АПК національних товаровиробників.

1.4 Система економічних відносин у міжнародному агробізнесі

Після того, як визначені передумови формування міжнародної системи агробізнесу, доцільно розглянути питання про зміст економічних відносин у цій системі.

У будь-якій підприємницькій діяльності наявні суб'єкти цієї діяльності та певні економічні відносини, які виникають між ними. Суб'єктами міжнародного агробізнесу є окремі країни, одні з яких експортують сільськогосподарську продукцію і продовольство, а інші — імпортують; окремі міжнародні продовольчі компанії, які займають відповідні позиції на світових ринках.

Між цими суб'єктами міжнародного агробізнесу в процесі їх підприємницької діяльності виникають певні економічні відносини, які проявляються у здійсненні актів продажу — купівлі тих чи інших видів продукції.

У більшості випадків це здійснюється на міжнародних біржах сільськогосподарської продукції та продовольства. При цьому можуть укладатися договори контрактації на поставки і закупки продукції.

Сутність контрактації полягає в тому, що це — тимчасові зобов'язання однієї незалежної компанії виробити або купити певну продукцію у іншої незалежної компанії. (Коньгин А. А. Фермерское хозяйство США. Под. ред. В. Ф. Башмачникова. — М.: Агропромиздат, 1988, с. 58).

Вирішальним моментом цих відносин є процес ціноутворення на світовому ринку, який регулюється попитом і пропозицією. Але тут виникають протиріччя між продавцями і покупцями. Їх інтереси не завжди співпадають.

Цілком природно, що виробники намагаються встановити більш високі ціни на власну продукцію. І в цьому їх можна зрозуміти. Адже їм потрібно покрити витрати на виробництво і одержати певний прибуток, який дозволить дотримувати на підприємстві сучасний технологічний рівень виробництва. До того ж слід враховувати природний фактор, який може бути непередбачуваним і призвести до втрати частини і, навіть, всього урожаю. А тому необхідно мати резерв коштів, а також сплачувати страхові внески.

З іншого боку споживачі намагаються витратити якомога менші кошти на купівлю продуктів харчування з двох причин: по-перше, у більшості населення багатьох країн доходи досить обмежені; по-друге, у людей існують, крім повсякденного харчування, інші потреби, які повинні бути також задоволені.

Таким чином, ціни на продовольство повинні бути встановлені на такому рівні, який відповідає інтересам і продавців і покупців. Що ж відбувається насправді?

Як відзначають дослідники цієї проблеми основною негативною тенденцією, останнім часом, стало різке зниження світових цін і відповідне падіння фермерських цін на пшеницю. За 1995—1999 роки світові ціни на пшеницю у цілому скоротилися на 40 %, кукурудзу — на 33 %. Суттєво знизилися ціни на інші продовольчі товари.

Це викликано цілим рядом загальноекономічних та специфічних тенденцій у розвитку світової продовольчої системи.

Перш за все, падіння цін на зерно стало результатом різкого збільшення його виробництва — на 160 млн т тільки за 1995—1999 рр., що відповідало 80 % всього світового виробництва зерна. Цей рівень виробництва зберігався до 2000 р.

З іншого боку, світова фінансова криза викликала скорочення попиту на продовольство, в основному, в країнах, що розвиваються та в окремих країнах з перехідною економікою. (МЭ и МО, 2000, № 8, с. 48).

Для подолання негативних явищ на світовому продовольчому ринку і стимулювання експорту розвинутих країн застосовують різноманітні важелі державного впливу на ринкову кон'юнктуру. Тут відрізняються два напрями — лібералізація і протекціонізм у міжнародній торгівлі продовольством. Застосовуються такі важе-

лі як експортні субсидії фермерам, а з іншого боку, — використання нетарифних методів обмеження імпорту продовольства — ліцензування, квотування, вимоги до стандартів продукції тощо.

Таким чином, система економічних відносин у міжнародному агробізнесі формується під впливом, з одного боку, — ринкових регуляторів, основу яких складає конкурентна боротьба за панування на світових ринках продовольства, з іншого — зовнішньоекономічної політики країн-експортерів продовольства, яка спрямована на підтримку власного виробника. В результаті — періодичне зростання протиріч у світовій агропродовольчій системі.

1.5. Предмет і задачі вивчення курсу

Виходячи з визначення сутності поняття «міжнародний агробізнес» можна встановити предмет і задачі вивчення даного курсу.

Предметом курсу «Міжнародний агробізнес» є система економічних відносин між сферами агропромислового комплексу у світовому масштабі. Первинною ланкою в цій системі є сільськогосподарське виробництво в різних країнах та регіонах світу. Друга ланка — зберігання та переробка сільськогосподарської сировини. Третя, завершальна — транспортування до місць споживання та реалізація готової продукції.

Курс «Міжнародний агробізнес» складається з трьох частин: перша — теоретичні основи міжнародного агробізнесу. В цій частині вивчаються сутність понять «агробізнес» та «міжнародний агробізнес», визначаються предмет і задачі вивчення даного курсу, а також такі теоретичні основи міжнародного агробізнесу, як система і організація продовольчого маркетингу, організаційна структура агробізнесу.

У другій частині характеризується міжнародна агропродовольча система. У зв'язку з цим, аналізується продовольча проблема в сучасному світі; визначаються цілі продовольчої та сільськогосподарської організації ООН — ФАО; методи збільшення продовольчих ресурсів; основні тенденції формування світового продовольчого ринку і місце на ньому України.

Нарешті, в третій частині курсу аналізується регіональна структура міжнародного агробізнесу; визначаються особливості його розвитку в найбільш розвинутих країнах світу, у країнах Східної Європи і СНД, а також в країнах, що розвиваються.

У предметі даного курсу розрізняють його теоретичні основи і визначення прикладного характеру. Так, узагальнення досвіду функціонування агробізнесу у світовому масштабі, регіонів і окремих країн світу дозволяє зробити теоретичні висновки, які потім можуть бути корисними для практики міжнародного агробізнесу і, особливо участі у ньому України.

Міжнародний агробізнес відноситься до спеціальних економічних дисциплін і вивчається на другому етапі вищої освіти. Для оволодіння цією дисципліною необхідні знання таких фундаментальних дисциплін як основи загальної економічної теорії, загальної теорії бізнесу і маркетингу, макро — і мікроекономіки, міжнародної економіки, економіки зарубіжних країн та ін

Цілі і задачі даного курсу полягають у тому, щоб майбутні економісти отримали необхідний мінімум знань щодо підприємницької діяльності у галузі міжнародного агробізнесу. Для цього застосовуються різні форми навчального процесу: лекції, семінарські та практичні заняття, виконання індивідуальних завдань, тести тощо.

Запитання для самоконтролю:

1. У зв'язку з чим з'явилося поняття агробізнес?
2. Як визначається сутність міжнародного агробізнесу?
3. У чому сутність поняття «зелена революція»?
4. З яких сфер складається агропромисловий комплекс?
5. У чому полягають об'єктивні і суб'єктивні передумови формування міжнародного агробізнесу?
6. У чому полягає сутність економічних відносин між суб'єктами міжнародного агробізнесу?
7. Що є предметом курсу «Міжнародний агробізнес»?
8. Для чого необхідне вивчення міжнародного агробізнесу?

ПРОДОВОЛЬЧИЙ МАРКЕТИНГ

Основні питання теми

- 2.1. Система продовольчого маркетингу.
- 2.2. Особливості попиту на продовольчі товари.
- 2.3. Функції маркетингу.
- 2.4. Сільське господарство у системі продовольчого маркетингу.
- 2.5. Місце переробників сировини та виробників продуктів харчування у системі продовольчого маркетингу.
- 2.6. Канали збуту, форми і методи реалізації продукції.

Основні поняття і терміни:

Продовольчий маркетинг — сполучна ланка між спеціалізованими виробниками продовольства та споживачами і полягає у фізичному розподілі і відповідних економічних відносинах, призначення яких — полегшити рух і обмін товарів від ферми до столу.

Споживчий попит на продукти харчування — визначається можливістю споживачів у задоволенні власних потреб у продуктах харчування і залежить від трьох факторів: фізіологічної потреби у продуктах харчування; платоспроможного попиту населення і товарної пропозиції виробників.

Функції маркетингу — /від лат. — *functio*, виконання, здійснення/ — здійснюються через методи реалізації продуктів харчування і складаються з функцій обміну: купівля /збір/, продаж; фізичних функцій: зберігання, транспортування, переробка; полегшуючих функцій: стандартизація, фінансування, допущення ризику, розвідування ринку.

Підприємство в аграрному секторі — товарне виробництво сільськогосподарської продукції.

Переробні підприємства — промислові підприємства, які переробляють продукцію сільського господарства і виробляють готові до споживання продукти харчування.

Канали збуту, форми і методи реалізації продукції — засоби, за допомогою яких здійснюється просування продукції від виробника до споживача.

Система агробізнесу функціонує в результаті поєднання процесів виробництва сільськогосподарської сировини, її

перероблення, зберігання, транспортування і доведення до споживача. Різні рівні підприємницької діяльності, що сприяють такому поєднанню утворюють комплекс економічних відносин, який дістав назву продовольчого маркетингу.

Логіка вивчення продовольчого маркетингу полягає в тому, що спочатку визначається сутність поняття цієї системи, а потім особливості попиту на продовольчі товари, методика аналізу сільськогосподарського і продовольчого ринків, місце сільськогосподарського виробництва та переробних підприємств у системі продовольчого маркетингу, канали збуту, форми і методи реалізації продукції населенню.

2.1. Система продовольчого маркетингу

Американські автори Річард Л. Кольз та Джозеф Н. Уль відмічають багатоманітність продовольчого маркетингу. До його системи входять: фермер, який обмірковує у сім'ї, коли і де продавати свій урожай; тваринник, який слідкує за цінами на худобу, за допомогою свого комп'ютера; група фермерів, яка здійснює закордонну поїздку для того, щоб краще з'ясувати попит закордонних ринків збуту; брокери на товарній біржі чи у торговій палаті, які здійснюють операцію купівлі або продажу; судно з вантажем зерна на експорт; бригада швидкого обслуговування в закусочній; покупець з візком у залі супермаркету, який вибирає товар серед великої різноманітності продуктів харчування; студент, який купує пізно ввечері їжу у торговому автоматі. Таким чином, продовольчий маркетинг можна назвати сполучною ланкою між спеціалізованими виробниками продовольства та споживачами. Це — фізичний розподіл, і відповідні економічні відносини, призначення яких — полегшити рух і обмін товарів від ферми до столу.

Система продовольчого маркетингу складається з альтернативних фірм-посередників та численних видів підприємницької діяльності, які представляють різні функції маркетингу.

Система продовольчого маркетингу складається з двох головних типів діяльності. Один із них стосується фізичного маніпулювання (збір, навантажування, розвантажування, транспортування), зберігання, переробки та передачі сировини і готової продукції під час руху їх від виробників до споживачів. Другий тип діяльності стосується процесів обміну та ціноутворення у ринковій системі.

Процес продовольчого маркетингу відзначається певною варіативною характеристикою: із загальних грошових витрат споживачів на харчування 75 % поглинають витрати на маркетингову діяльність за межами ферм і лише 25 % дістаються фермерським господарствам. Внесок нефермерських секторів у зайнятість населення та випуск продукції майже у 9 разів більший, ніж частка фермерського виробництва. Маркетинг сприймається різними людьми по-різному. Для споживача він може означати щотижневе відвідування супермаркету, універсаму. Це найбільш помітна частина айсберга. Фермер має справу переважно з місцевими покупцями сільськогосподарської продукції і може асоціювати маркетинг з вантаженням відгодованих свиней в автомобіль для відправки на ринок, або із запитами до місцевих елеваторів для того, щоб довідатися, який з них пропонує найвищу ціну за зерно.

Навпаки, посередники у сфері продовольства, такі як роздрібні та оптові торговці, переробники, можуть уявити собі маркетинг як процес здобуття переваг над конкурентами на ринку, покращення збуту, підвищення прибутків та задоволення вимог споживачів. Тобто кожна група має лише часткове уявлення про єдиний процес маркетингу продовольства.

З позиції системного, комплексного підходу продовольчий маркетинг — це здійснення всіх видів діяльності, задіяних у загальному потоці харчових продуктів та послуг від місця первинного сільськогосподарського виробництва до моменту, доки вони не опиняться у руках споживача. Однак це визначення не зводить маркетинг лише до всіх видів несільськогосподарської діяльності у сфері харчової промисловості або до всього того, що відбувається з продовольством після його виходу з воріт ферми. Зважаючи на те, що жоден продукт ніколи не повинен вироблятися, якщо для нього немає ринку збуту, маркетинг починається з виробництва продукції на фермі. (Особливості організації виробництва у фермерських господарствах розглядаються далі в окремій темі).

Разом з тим спостерігається, що фермери все більше самі виконують багато традиційних функцій продовольчого маркетингу на своїй фермі. Через кооперативи та інші форми об'єднань і механізмів фермери поширюють свою роботу на галузі несільськогосподарської маркетингової діяльності. З іншого боку, деякі фірми продовольчого маркетингу самі залучаються до сільськогосподарського виробництва. А тому не слід жорстко відмежовувати фермерське господарство від маркетингу продовольства. Таке визначення маркетингу передбачає також взаємозалежність між

фермами та посередниками, які займаються продовольчим маркетингом. Споживачі покладаються на систему продовольчого маркетингу для завершення процесу виробництва продуктів харчування, розпочатого на фермі.

Взаємовідносини між фермерами і фірмами, які спеціалізуються на продовольчому маркетингу, одночасно і конкурентні, і взаємодоповнюючі.

Маркетинг харчових продуктів — не механічна або автоматична дія. Сутність маркетингу полягає у розробці та прийнятті управлінських господарських рішень. Усі види підприємництва передбачають міжособові стосунки і рішення. При цьому необхідно вирішувати такі, наприклад, питання: яка правильна ціна купівлі чи продажу? Чи слід продавати товар зараз, чи зберігати для продажу пізніше? Скільки коштів треба витратити на рекламу або розробку і створення нового продукту? Правильні відповіді на ці запитання впливають на економічні показники діяльності. Якість управлінських рішень у значній мірі впливає на вартість та ефективність системи продовольчого маркетингу.

Ведуться дискусії про те, чи слід включати постачальників засобів матеріально-технічного забезпечення фермерських господарств у систему маркетингу продовольства як її складову частину. Ці ринки можна вважати життєво важливим компонентом, ресурсною основою продовольчої галузі економіки.

У системі продовольчого маркетингу наявні певні економічні протиріччя. Споживачі зацікавлені в забезпеченні найвищої якості їжі за найнижчими цінами. Фермери прагнуть отримати найбільший зиск від продажу своєї продукції. Посередник з маркетингу продовольства намагається досягти максимального прибутку. А тому одне з першочергових завдань маркетингу полягає у примирненні цих часом конфліктних, суперечливих вимог. Це відбувається на ринку, який являє собою арену для організації та полегшення підприємницької діяльності, де можна з'ясувати головні економічні питання: що виробляти і як збувати, розподіляти продукцію.

Ринок можна характеризувати:

1. Місцезнаходженням (наприклад, ринок певного міста).
2. Продуктом (наприклад, зерновий ринок).
3. Періодом часу (наприклад, травневий ринок сої).
4. Рівнем (наприклад, роздрібний ринок продовольства).

Найбільш помітними особливостями ринку є процеси ціноутворення та обміну. Ринок об'єднує в собі різні компоненти продовольчої галузі: сектор матеріально-технічного постачання фе-

рмерських господарств, сектор сільськогосподарського виробництва, систему маркетингу продовольства і національну економіку. Єдність процесів постачання ферм, фермерського виробництва і маркетингу продовольства іноді називають агробізнесом.

Дехто вважає, що ті, хто займаються різноманітними питаннями маркетингу (сортуванням, транспортуванням, зберіганням, маркіруванням, авансуванням та кредитуванням), паразитують на тих, хто справді виробляє товари. Але необхідно усвідомити, що фермери виробляють тільки сировину, з якої в кінцевому підсумку виробляються споживчі продовольчі товари. Багато чого ще треба зробити для того, щоб вирощена на фермі худоба, наприклад свині, перетворилася на готовий для споживання продукт. Працівники сфери маркетингу теж є виробниками у тому розумінні, що вони додають цінності або корисності. Суперечка про те, яка з двох груп — виробники сировини чи маркетингові установи — важливіша, позбавлена сенсу. Обидві групи необхідні для створення кінцевих продуктів споживання. Обидві групи створюють щось корисне, за що суспільство сплатить певну ціну. А тому обидві групи продуктивні у реальному значенні слова.

Ось приклад з американської дійсності. У 1985 році фермери придбали товарів та послуг із сфери матеріально-технічного забезпечення сільського господарства на суму 112 млрд дол. До цих закуплених засобів у процесі своєї виробничої діяльності вони додали цінності на суму 30 млрд дол. і продали продукції на 142 млрд дол. Далі фірми продовольчого маркетингу додали ще 465 млрд дол.

Між двома силами — виробником сільськогосподарської продукції та споживачем — розташовується комплексна система маркетингу, яка частково складається з підприємницьких фірм, зайнятих фізичними й технологічними видами діяльності і керованих менеджерами, які приймають необхідні рішення і керують людьми. Друга частина системи представлена фірмами, які змінюють механізм цін на різні інгредієнти, а також здатні встановлювати всілякі контакти, ставити умови, укладати угоди та створювати організації, які забезпечують упорядкований і цілеспрямований потік товарів та послуг.

Велика спеціалізована система сучасного маркетингу неможлива без добре налагодженої мережі транспорту і зв'язку, розвинутої культури і традицій договірних відносин, здійснення підприємництва і управління валютно-грошовою системою освіченими людьми. Функціонування механізму маркетингу регламентується державним законодавством, правилами, нормами і забо-

ронами, відпрацьованими протягом багатьох десятиліть і які діють у суспільстві під наглядом урядових, громадських та судових органів (АПК: економіка, управління. — 1992. — № 1. — С. 44—48).

2.2. Особливості попиту на продовольчі товари

Для досягнення мети в агробізнесі необхідно виробити такий товар, який знайде безумовний попит і який буде продано з необхідним прибутком. А тому підприємницька діяльність в агробізнесі починається з вивчення попиту на продукти харчування і визначення обсягу ринку.

Цільова функція агробізнесу здійснюється з урахуванням трьох основних факторів: фізіологічної потреби у продуктах харчування, платоспроможного попиту населення і товарної пропозиції виробників.

Фізіологічна потреба у продуктах харчування, або просто потреба у їжі, відрізняється від багатьох інших потреб людини. Ця відміна полягає у тому, що таку потребу має бути задоволено безумовно; задоволення цієї потреби не може бути замінено іншим способом, наприклад, людина може обійтися без автомобіля або телевізора. У першому випадку вона може скористатися громадським транспортом, велосипедом і т. ін.; у другому — послухати радіо, відвідати кінотеатр. Разом з тим потреба в їжі обмежена фізіологічними потребами людського організму. Людина споживає їжі стільки, скільки потрібно для підтримання життєвих функцій організму. Цю потребу не можна задовольнити в запас. Однак в умовах товарного виробництва і ринку можливість задоволення потреби у їжі обмежується платоспроможністю споживача. У результаті виникає таке поняття як платоспроможний попит населення. Він характеризується тією сумою грошових коштів, яку споживач може витратити на купівлю продуктів харчування. На такій основі відбувається перетворення платоспроможного попиту в купівельну спроможність населення — здатність купувати продукти харчування відповідно до наявності у споживача грошових коштів. Однак реалізація цієї здатності й купівельного попиту залежить також і від таких категорій, як товарна пропозиція і ціна продукту.

Товарна пропозиція — продукт, який перебуває на ринку або може бути доставлений на нього. Особливості товарної пропози-

ції продуктів харчування такі. Усі продукти харчування можна поділити на дві групи: продукти щоденного попиту і продукти делікатесної групи, спиртні напої. Можливий інший поділ: продукти, що швидко псуються, та продукти тривалого зберігання. Для визначення обсягів товарної пропозиції необхідно знати обсяг одноденного роздрібного товарообігу та його коливання за порами року. Для достатнього задоволення потреб споживачів необхідно мати товарні запаси у товаропровідній мережі, а також відповідні склади, холодильники. Сучасні супермаркети, наприклад у США, мають комп'ютерний зв'язок зі складами товарів, який дає змогу регулярно поповнювати полиці магазинів необхідною кількістю продуктів.

Задоволення потреб споживачів і успішна реалізація товарної пропозиції залежать також від ціни продукту, яку можна розглядати у двох аспектах: з точки зору споживачів і з точки зору підприємців, які виробляють і реалізують готову продукцію. Для споживачів ціна означає можливість у тій чи іншій мірі задовольняти свої потреби. Споживач готовий заплатити більш високу ціну за продукцію високої якості. З точки зору підприємця, прийнятна та ціна, яка дає можливість реалізувати вироблену продукцію і одержати достатній прибуток. Методика розробки стратегії ціноутворення розглядається у наступній темі.

Платоспроможний попит і товарна пропозиція пов'язані також із проблемою раціонального споживання продуктів харчування.

У сучасному світі все більшого поширення набирає «мода» на здоровий спосіб життя, складовою якого є раціональне харчування.

У всіх розвинутих країнах є проблема нерозумного споживання продуктів харчування. Дані досліджень показують, що люди, які мають надмірну вагу, становлять до половини населення цих країн. Приблизно така ж картина і в Україні.

Розв'язанню цієї проблеми сприяє пропаганда здорового способу життя, яка має знайти відображення у рекламі. Основні вимоги до реклами на продукти харчування: у ній повинні відображатися вміст у продукті основних їстівних компонентів, його калорійність, строки зберігання, рекомендації щодо норм споживання для різних вікових груп і т. ін.

Раціональному споживанню сприяє правильне розв'язання питання про те, у якому вигляді слід реалізувати даний продукт: у свіжому, замороженому, консервованому, у вигляді напівфабрикату, повністю готовим до споживання і т. ін.; у якому співвідношенні мають поєднуватися різні форми й види упаковки: дрібна, для разового споживання, м'яка, тверда, герметична.

Особливим питанням, яке виникає при визначенні цінності продукту харчування, є його якість. У принципі до продажу мають надходити продукти харчування тільки високої якості, які відповідають усім необхідним вимогам. Однією з таких вимог, які виникають останнім часом, є екологічна чистота продуктів харчування.

Розширюється попит на екологічно чисту продукцію, або, як її ще називають органічну продукцію. Починаючи з 90-х років минулого століття такий попит став масовим. Виробництво такої продукції почало отримувати державну підтримку та регулювання в країнах Західної Європи, Північної Америки і Японії.

Створюються національні та міжнародні організації споживачів такої продукції, а також наукові центри, які займаються вивченням різних проблем, пов'язаних з органічними агротехнологіями. Налагоджується робота щодо визначення вимог до якості біопродуктів, їх сертифікації, методам їх виробництва та ін. У 1999 році був узгоджений і затверджений список дозволених і заборонених речовин і засобів, який розроблений в Комісії кодексу аліментаріус /ККА/. /Мировая экономика и международный бизнес. Под общей ред. д. э. н. проф. В. В. Полякова и д. э. н. проф. Р. К. Щенина. М. КНОРУС, 2005, с. 278./

В Україні прийнято Закон «Про безпечність та якість харчових продуктів» /нова редакція 2005 р/. Цей Закон регулює відносини між органами виконавчої влади, виробниками, продавцями /постачальниками/ та споживачами харчових продуктів і визначає правовий порядок забезпечення безпечності та якості харчових продуктів, що виробляються, знаходяться в обігу, імпортуються, експортуються.

Окремими розділами в Законі регулюються міжнародна торгівля харчовими продуктами і міжнародне співробітництво України у сфері безпечності та якості харчових продуктів.

У всіх розвинутих країнах державний контроль якості продуктів харчування дуже жорсткий. Таким чином, споживацький попит на продукти харчування характеризується такими основними особливостями:

- щоденність споживання. Попит на продукти харчування є постійно;
- споживання індивідуальне і необхідне кожному;
- для задоволення потреб необхідна наявність асортименту продуктів;
- можлива взаємозамінність продуктів, але вона небажана;

— до продуктів харчування споживач ставить вимоги, перш за все, до якості їх, вмісту корисних речовин, свіжості, екологічної чистоти;

— у певній мірі в характері споживання відображаються звички і національні особливості, пори року;

— споживання залежить від демографічних факторів: складу населення за статтю, віком, видом занять;

— споживання залежить від купівельної спроможності населення.

Кожне суспільство виробляє загальні для всіх його членів прийоми вживання продовольства, тобто способи харчування. Вони зумовлюють те, як здобувається, готується та споживається їжа. Способи харчування — це складні, комплексні моделі поведінки, які, з точки зору продовольчого маркетингу, мають чотири важливі особливості: по-перше, немає двох суспільств з однаковими способами харчування; по-друге, стандартизовані способи харчування зумовлюють міру схожості й сталості переваг та укладів суспільства; по-третє, способи харчування, що визначають, «як їсти», надають важливості раціону, дієті та передаються наступному поколінню; по-четверте, способи харчування пристосовуються до соціально-економічних змін, таких як урбанізація, освіта, доходи, технологія та спосіб життя.

Споживачі харчових продуктів враховують ціни на них, але вони не завжди купують найдешевші продукти харчування. У багатих, з високими доходами, урбанізованих суспільствах споживачі продовольства купують продукти глибокої переробки вихідної сировини, що виробляється у сільському господарстві. Сучасний споживач продовольства купує цілу «низку» атрибутів, яка включає поряд з продукцією фермерського господарства атрибути корисності, часу, форми, простору та володіння. Навіть магазин, у якому купуються харчі, та обстановка, у якій продається їжа, відбувається обслуговування, впливають на задоволеність споживача і мають розглядатися як частина «низки» продуктів. Для розуміння і прогнозування продовольчих переваг фірмам продовольчого маркетингу необхідно знати цю «низку».

Витрати споживачів на продукти харчування відзначаються двома тенденціями: одна — значне збільшення витрат на харчування; друга — зниження частки витрат на продукти харчування у всьому споживчому доході.

Витрати споживачів на продовольчі товари зростають із трьох причин: збільшення кількості населення і кількості споживаної їжі; підвищення цін на продукти харчування; надання переваг

споживачами більш дорогим продуктам та маркетинговому сервісу.

За рік людина споживає близько 650 кг їжі. Але за останні десятиліття відбулися значні зміни у споживанні окремих продуктів харчування. Споживачі замінювали у своєму раціоні одні продукти іншими. Споживання одних продуктів зростає, інших — зменшується, третіх — залишається на одному рівні. Так, у США виявлено такі тенденції у споживанні окремих продуктів харчування: збільшується споживання м'яса птиці, маргарину, переробленої картоплі, виробів із тіста, соку із заморожених цитрусових, молока зниженої жирності; зменшується споживання телятини, яєць, молока незбираного, масла вершкового, картоплі свіжої, кави, чаю; залишається на попередньому рівні споживання свинини, риби, цукру, яблук, овочевих консервів.

Зміни у споживанні продуктів харчування відбуваються під впливом таких факторів: динаміка чисельності населення, його рухливості, урбанізації, зміни у віковій структурі та рівні освіти.

Географічний розподіл населення впливає на ефективність маркетингу харчових продуктів, оскільки звичайно економічно вигідніше обслуговувати дуже сконцентроване населення, ніж розосереджених споживачів.

При визначенні особливостей попиту на продукти харчування слід також враховувати такий фактор як харчування в домашніх умовах. Домашнє сімейне господарство являє собою одиницю споживання продовольства. Члени сім'ї, які ведуть домашнє господарство, у типових випадках об'єднують свої доходи, купують товари як єдине ціле і виявляють схожі смаки у їжі. У зв'язку із зниженням народжуваності середній склад сім'ї зменшується. У той же час спостерігається швидке зростання частки домашніх господарств тільки з одним або двома мешканцями. Ці тенденції привели до збільшення попиту на дрібні розфасовки продовольчих товарів та продукти більшого ступеня готовності.

Інші тенденції домашніх господарств — зростання кількості господарств, очолюваних жінкою (немає чоловіка), переважання працюючих жінок у сімейних господарствах, де є і чоловік, і жінка. Ця тенденція сприяла популяризації продуктів харчування і страв, зручних у приготуванні, і розширенню ринку харчування поза домівкою.

На споживання харчових продуктів також впливає оснащення домашніх господарств холодильниками, морозильниками, мікрохвильовими печами.

Ефективний попит на продовольство складається з потреб, а також можливостей і бажання задовольнити ці потреби за рахунок доходів. Потреба не реєструється на ринку, якщо вона не підкріплюється купівельною спроможністю. Багато країн і люди з низькими доходами мають високу потребу в продуктах харчування, але не мають коштів для реєстрації ефективного попиту на ринку. Країни з високими доходами, такі як США, звичайно відзначаються дуже ефективним попитом на продовольство.

Чутливість продовольчого споживання до підвищення доходів називається гнучкістю доходу. Чим більш чутливе споживання до зміни доходів, тим вища гнучкість доходу.

Якщо кількість їжі збільшується разом із зростанням доходів, то продукт кваліфікують як нормальний товар. Якщо його кількість зменшується із зростанням доходів, то продукт харчування називається низькосортним, низькоякісним товаром.

У цілому продукти харчування мають більш низьку гнучкість доходу, ніж інші споживчі товари.

Як показали дослідження, чим вищий доход, тим «кращий» раціон. Але на якість харчування впливають і інші фактори, тому високий доход ще не забезпечує кращого раціону.

Визначено, що підвищення доходів споживачів виявляє вплив на характер споживання продовольства у США кількома шляхами.

По-перше, споживачі не купують набагато більше їжі при збільшенні доходів, а покращують раціон. По-друге, при зростанні доходів зменшується частка їх, яка використовується на харчування. Витрати на продовольство не збільшуються так же швидко, як і доходи. Зі зростанням доходу частка витрат у ньому на харчування знижується. Це закон Енгеля — німецького статистика, який першим звернув увагу на цю тенденцію у Європі в середині XIX ст.

Третій наслідок підвищення доходів — розширення продовольчої «зв'язки» атрибутів, важливих для споживача. При підвищенні доходів споживачі до бажаного набору продовольчих атрибутів додають якість, різноманітність, зручність вживання та сервіс.

Зручний харчовий продукт — це продукт, який зменшує витрати часу, сил та додаткових інгредієнтів для приготування страв. Коли споживачі купують зручні харчові продукти, вони переводять функції маркетингу з кухні у систему продовольчого маркетингу. Однак тенденції, пов'язані із зручними продуктами, не слід перебільшувати. Близько 40 % усіх видів фермерської то-

варної продукції надходить на ринок у свіжому вигляді. Переробка молока, фруктів та овочів становить тільки 40 %. Зі збільшенням стурбованості щодо здоров'я за останні роки швидко зросло споживання багатьох свіжих, неперероблених видів продукції. Разом з тим зберігається тенденція до харчування поза межами дому.

Ринок харчування поза домом значно відрізняється від ринку продовольства, яке споживається в домашніх умовах. Ціни переважно більш стабільні, ступінь маркетингового обслуговування вищий, ніж при збуті харчових продуктів через торгівельну мережу. У багатьох ресторанах від 45 до 65 % плати клієнтів припадає на вартість обслуговування, не пов'язану безпосередньо із вартістю їжі, та на прибуток; у той же час у ціни на продовольство в супермаркетах включено 80 % вартості продуктів харчування. А тому фермери отримують меншу частку виручки за продукти, реалізовані у громадському харчуванні, ніж у магазинах (АПК: економіка, управління. — 1992. — № 4. — С. 60—65).

2.3. Функції маркетингу

Після визначення особливостей попиту на продукти харчування проводиться аналіз методів реалізації цих продуктів, який здійснюється через функції маркетингу. Існує така класифікація цих функцій.

А. Функції обміну: купівля (збір), продаж.

Б. Фізичні функції: зберігання, транспортування, переробка.

В. Полегшуючі функції: стандартизація, фінансування, допущення ризику, розвідування ринку.

Розглянемо кожну функцію окремо.

Функція купівлі — це переважно пошук джерел постачання (пропонування), збирання продуктів та види діяльності, пов'язані з закупками. Ця функція може бути подана у вигляді збору або торгової заготівлі сировини у районах виробництва або зосередження готових продуктів у руках інших посередників для задоволення попиту кінцевого споживача.

Функція продажу, її необхідно розуміти більш широко. Це не просто згода на пропоновану ціну. У цій функції можуть бути зосереджені всі різноманітні види діяльності, які іноді називають торгівлею. Сюди належать і фізичні операції з розкладання товарів у вітринах, на полицях, стелажах, прилавках, а також рекла-

мування та інші засоби стимулювання збуту з метою впливу на попит.

До функції продажу можуть входити такі рішення, як вибір одиниці збуту, видів розфасовки, упаковки, кращого каналу маркетингу, слушного часу та місця наближення до потенційних покупців.

Фізичні функції — це ті дії, які включають маніпулювання (вантажну обробку), переміщення і фізичну зміну самого товару. Вони належать до вирішення питань «коли, що і де» у сфері маркетингу.

Функції зберігання стосуються переважно забезпечення наявності товарів, готовності до використання та реалізації у бажаний час.

Функція транспортування стосується, у першу чергу, забезпечення наявності товарів у потрібному місці. Адекватне (належне) виконання цієї функції потребує зваження альтернативних варіантів на вартість доставки. Сюди входять також операції, пов'язані з підготовкою до відправки, такі як укладання товарів у пакети або контейнери та навантаження.

Функції переробки іноді включають до функцій маркетингу. Однак із широкого контексту сільськогосподарського і продовольчого маркетингу цей вид діяльності виключити не можна. Функції переробки включають усі ті основні виробничі операції, які змінюють речовинну форму продукту, наприклад, перетворення живих тварин у м'ясо, свіжого горошку в консервованій або заморожений, пшеничного зерна у борошно, а в кінцевому підсумку в хліб. А тому цим функціям присвячено наступні питання цієї теми.

Функції полегшення роблять неможливим безборонне здійснення обміну та фізичних функцій. Ці види діяльності не включаються безпосередньо ні в обмін правом власності, ні у фізичне маніпулювання продуктами.

Функція стандартизації — це встановлення і збереження однорідних параметрів, які можуть стосуватися і якості, і кількості. Ця функція спрощує купівлю і продаж, тому що робить можливим збут за зразками та описами товарів. Цей вид діяльності забезпечує можливість масової реалізації товарів, що є важливим для комплексної, складної економіки. Ефективна стандартизація служить основою для успішного процесу ціноутворення. Стандартизація спрощує також процес концентрації, оскільки дає змогу групувати аналогічні партії товарів на ранній стадії руху з місць виробництва їх.

Після встановлення стандартів необхідно контролювати та забезпечувати дотримання їх. Такі заходи як контроль якості на переробних підприємствах та інспекцію із застосування стандартів у каналах маркетингу можна вважати частиною цієї функції. Крім того, до процедури стандартизації товару входять деякі елементи пакувального виробництва, що є також частиною торгівельної діяльності у функції продажу.

Функція фінансування — це використання грошей для здійснення різноманітних фінансових дій у сфері маркетингу. На період між моментами першого продажу сировини та збуту готової продукції кінцевому споживачеві капітал «зв'язується» у виробництві. Де б не відбувались зберігання або затримка, хтось має фінансувати утримання складських запасів товару. Цей термін може тривати рік або більше (як у виробництвах консервної промисловості), чи відносно короткий час (як у маркетингу продуктів, що швидко псуються). Фінансування може набирати явної форми кредиту від різних позичкових установ або більш прихованої форми зв'язування, заморожування капіталів власника.

Функція допущення (або «несення») ризику допускає можливість втрат при маркетингу продукту. Більша частина ризику може бути розподілена на дві групи — фізичні і ринкові.

Фізичні ризики пов'язані з втратою або псуванням самого продукту в результаті пожежі, нещасного випадку, дорожньо-транспортної пригоди, сильного вітру, землетрусу, морозу або спеки. Ринкові ризики зумовлені можливими змінами вартості продукту в процесі його маркетингу.

Несприятлива зміна цін може призвести до великих втрат цінностей, а зміна уподобань споживачів — до зменшення бажаності певного товару. Зміни у діях конкурентів здатні викликати втрату споживачів. Усі ці ризики у належній мірі мають бути закладені у маркетинг продукту

Функція розвідки ринку — це робота із збирання, інтерпретації та поширення найрізноманітніших даних, необхідних для безперешкодного ходу процесів маркетингу. Ефективний маркетинг неможливий в умовах інформаційного вакууму. Дійовий механізм ціноутворення залежить від ступеня інформованості покупців і продавців. Успішні рішення про розміри плати за товари або про обрану цінову політику при продажу їх вимагають збору значного обсягу ринкової інформації для вивчення.

Від достовірної інформації у значній мірі залежить відповідний режим зберігання запасів, ефективність транспортної служби та відповідна система стандартизації. При оцінці витрат на мар-

кетинг особливо корисно аналізувати функції різних посередників. Роздрібна торгівля обходиться звичайно набагато дорожче від оптової. Однак функціональний підхід вказує на значно більшу складність роздрібною реалізації товарів.

Функціональний підхід корисний для розуміння різниці у витратах на маркетинг різних товарів. Наприклад, продукт, що швидко псується, нерідко дорожче збувати, ніж той, що добре зберігається. У значній мірі ця різниця може бути зумовлена підвищеною складністю транспортування та зберігання, а також сильніше вираженим ризиком. Важливим визначником різниці у вартості маркетингу є ступінь участі у ньому функції переробки.

Незважаючи на те, що часто можна позбутися посередників, все ж таки не вдається обійтися без функцій маркетингу. Звичайно, усунення посередника означає передачу функцій маркетингу (і, отже, витрат) комусь іншому. Наприклад, фермери можуть узяти на себе функції зберігання, продажу і транспортування, обходячись без брокерів та комісіонерів. У таких випадках витрати на виконання функцій маркетингу можуть зменшуватися, але саму функцію неможливо виключити з процесу маркетингу.

Усі ці функції можуть здійснюватися однією фірмою, яка має повний контроль над продовольством — від ферми до столу споживача. У той же час наявні спеціалізовані фірми, підприємства і галузі народного господарства, такі, наприклад, як залізничний транспорт, брокери із зернових культур та біржові ділки, які виконують тільки одну маркетингову функцію (АПК: економіка, управління. — 1992. — № 2. — С. 32—34).

2.4. Сільське господарство у системі продовольчого маркетингу

Сільське господарство США характеризується широкою індустріалізацією, спеціалізацією та інтернаціоналізацією, розвитком тісних зв'язків з промисловістю. Ці тенденції справляють значний вплив на організацію сільського господарства США і роль фермерів у секторах продовольства та волокнистих матеріалів. А тому доцільно розглянути це питання на прикладі саме цієї країни.

Багато операцій маркетингових фірм, а також організаційні заходи у системі маркетингу можна пояснити, розглядаючи характер вихідної сировини та її виробництва. Саме на фермі мають розпочинатися процеси концентрації у сфері маркетингу.

Фермерам необхідно краще розуміти продовольчий маркетинг та споживача продовольства, в той час як споживачі і працівники продовольчого маркетингу повинні усвідомлювати проблеми сільського господарства і фермерів.

Вважають, що США мають майже необмежені площі сільськогосподарських земель для виробництва продуктів харчування. Але на близько двох третинах території США щорічно випадає менше 500 мм опадів, і тому потенціал сільськогосподарського виробництва цієї країни обмежений. Лише на 47 % земельної площі країни ведеться сільське господарство, у тому числі 21 % її припадає на орні землі, 26 % — на пасовища (в Україні 70 % земельної площі під сільськогосподарськими угіддями, у тому числі 56,7 % — орна земля, 7,6 % — пасовища).

Значний вплив на ефективність сільського господарства США мають нові технології, а не земля. Вихід сільськогосподарської продукції на одиницю вкладених ресурсів за останні роки істотно зріс завдяки новим технологіям, заміні ручної праці машинами та використанням хімічних засобів. Усе це сприяло зростанню сільськогосподарського виробництва. Разом із зростанням випуску продукції фермерського господарства швидко розвивалася система продовольчого маркетингу.

Зростає інтерес фермерів до маркетингу. У порівнянні з більшістю товарів для сільськогосподарських продуктів характерні підвищена громіздкість та схильність до швидкого псування. Значний обсяг впливає на маркетингові функції, що стосуються фізичного маніпулювання. Продукти, які займають багато місця, при порівнянні з їхньою цінністю обходяться відносно дорожче у перевезеннях та зберіганні. Навіть найстійкіші у зберіганні сільськогосподарські продукти звичайно псуються більше, ніж промислові товари. Ці властивості визначають засоби, необхідні для маркетингу продукції ферм. Об'ємні продукти вимагають просторих складських приміщень.

Через швидке псування їм необхідні термінове навантаження, доставка, розвантаження і, можливо, спеціальне охолодження. Контроль і збереження якості нерідко стають реальною та дорогою проблемою. А тому кращий вихід для фермера — швидка реалізація.

Обсяг виробленої продукції фермерського господарства змінюється з року в рік, що зумовлено реакцією фермерів на ціни, урядові заходи, а також такими факторами, як погода і хвороби. Ці зміни в обсягах випуску продукції впливають на процес продовольчого маркетингу.

Мінливість річного випуску товарів на окремій фермі виражена сильніше, ніж у всіх господарствах, разом узятих. Вона має важливе значення в основному для фірм продовольчого маркетингу, які спеціалізуються усього на декількох видах сільськогосподарської продукції. Так, різке скорочення збору пшениці позначиться на борошномелах та пекарях, але воно не становить загрози для переробників плодоовочевої сировини.

Зміни у постачанні продукції з ферм мають істотний вплив на закупівельні ціни, потреби у місткостях сховищ та ступінь завантаженості виробничих потужностей переробки, які належать фірмам продовольчого маркетингу. Прагнення зменшити ризик та невизначеність, які спричиняються коливаннями поставок продукції з ферм, — одна з рушійних сил, що створюють більш тісні договірні, контрактні зв'язки між маркетинговими агентствами і фермерами.

В останні роки зросло значення транспортної функції продовольчого маркетингу. Широке застосування швидкісних транспортних засобів та охолодження привели до скорочення сезонності у постачанні свіжої продукції. Незважаючи на те, що в усіх штатах країни виробляються різноманітні продукти сільського господарства, географічна спеціалізація фермерського виробництва продовжує поглиблюватись. Кожний регіон орієнтується на спеціалізацію у виробництві тих товарів, для яких найкраще підходить ресурсна база. Така спеціалізація подовжила канал продовольчого маркетингу і підвищила важливість його транспортної функції.

Зростає значення галузі, яка постачає такі ресурсні компоненти для сільського господарства, як хімікати, насіння, машини та устаткування, корми, капітали, робочу силу та землю. Фермери витрачають до 90 % валового доходу ферм на придбання засобів матеріально-технічного постачання. Із збільшенням розміру і поглибленням спеціалізації підприємств фермери змушені купувати все більше цих засобів із джерел, що знаходяться за межами їхніх фермерських господарств.

Доходи фермерських господарств можуть бути збільшені вмілим придбанням засобів матеріально-технічного постачання, а також умілим збутом фермерської продукції. Особливо це стосується хімічної і машинобудівної продукції.

Ринки капіталів, у свою чергу, фінансували механізацію та розширення сільськогосподарського виробництва. У цілому посилення залежності фермерів від постачання зі сторони поставило їхнє економічне благополуччя в залежність від несільськогос-

подарського сектору економіки. Крім того, останнім часом ціни на матеріально-технічні засоби зростали на 50 % швидше, ніж на сільськогосподарську продукцію.

У сільському господарстві є досить багато протиріч, коли інтереси окремого фермера не збігаються з груповими інтересами кількох хазяїв. Наприклад, якщо ціни та прибуток на ринку на якийсь товар високі, то у окремого фермера буде стимул збільшувати його випуск. Невелика кількість фермерів може зробити те ж саме без усяких негативних наслідків. Але якщо усі виробники забажають розширити випуск цієї продукції, то ціни на ринку і прибуток упадуть.

Інший бік проблеми фермерського маркетингу полягає у дуже малому розриві між ціною реалізації і собівартістю. Умови конкуренції у сільському господарстві звичайно утримують фермерські ціни близькими до собівартості продукції.

Знання маркетингу та його проблем допомагає фермеру приймати важливі господарські рішення, які дають відповіді на такі запитання:

1. Що виробляти і як готувати продукцію для продажу?
2. Коли й де купувати і продавати?
3. Яку частину роботи з маркетингу має виконувати сам фермер індивідуально або у складі групи?
4. Що можна зробити для розширення ринків?
5. Які угоди та заходи з маркетингу бажані?
6. Як виправити небажані результати дій?

Весь комплекс цілей, стратегій і тактики, які допомагають фермеру розробляти і приймати рішення щодо виробництва і маркетингу, — це так званий фермерський план маркетингу. Методика розробки плану маркетингу на підприємствах АПК буде розглядатись у наступній темі.

Фермери ставлять перед собою низку цілей: розширення господарства, підвищення виробничої ефективності, збереження сімейної ферми, досягнення економічної незалежності і свободи ринкових відносин, стабільність виробництва, забезпечення якісного життя та ін. Кожний фермер робить вибір із цих цілей або надає їм різного ступеня важливості, що, у свою чергу, визначає усі його маркетингові, а також виробничі рішення.

Цілі показують, у якому напрямку ви бажаєте рухатися. Стратегії — це великі проекти заходів для досягнення цих цілей. Для фермера може бути ціла низка альтернативних стратегій, а саме:

1. Швидко або повільне, але стале зростання.
2. Найбільша виручка за кожний продаж або помірна середня ціна на тривалий період збуту.

3. Високий ступінь ризику і великий прибуток на противагу помірному ризику і більш низькому прибутку.

4. Збільшення прибутку шляхом скорочення витрат виробництва або підвищення ціни.

5. Максимальна виручка від продажу фермерської продукції або майна фермерського господарства.

Тактика маркетингу — це щоденні рішення, за допомогою яких здійснюються стратегії фермерського маркетингу. План маркетингу має бути гнучким, тобто придатним до змін у будь-який момент часу відповідно до нових обставин (АПК: економіка, управління. — 1992. — № 3. — С. 62—66).

2.5. Місце переробників сировини та виробників продуктів харчування у системі продовольчого маркетингу

Переробники сировини і виробники продуктів харчування в основному змінюють форму сировинної продукції сільськогосподарського виробництва, що робить її зручною та більш корисною у споживанні.

Зерно пшениці перемелюють у борошно, м'ясо худоби перетворюють у м'ясопродукти, фрукти та овочі консервують або заморожують. Фірми, які займаються переробкою і виробництвом продуктів харчування, перетворюють об'ємні фермерські продукти, що швидко псуються, у придатні для зберігання та зовнішньо більш привабливі продовольчі товари. При цьому переробники виконують декілька маркетингових функцій: транспортування, зберігання і фінансування. Таким чином, переробники сировини посідають стратегічне становище у продовольчому комплексі. Через закупки сільськогосподарських товарів їхня діяльність тісно пов'язана з фермерською. Вони також тісно контактують зі споживчим ринком, будучи основними рекламодавцями у продовольчій галузі та виступаючи ініціаторами багатьох новинок, пов'язаних із продуктами харчування.

Багато які новинки та різновиди продукції продовольчої галузі з'являються саме у секторі переробки сировини.

Нововведення (Інновація) — це відкриття, вияв і використання нової ідеї. Для виробників харчових продуктів важливе значення мають:

Нові методи та прийоми маркетингу, які часто підвищують ефективність виробництва.

Нові продукти або послуги, які додають продуктам нові цінні властивості.

Нові підприємницькі організації, такі як харчопереробний кооператив, спільні підприємства різних фірм або нові канали маркетингу (наприклад, збут швидко приготовлених продуктів, напівфабрикатів, кулінарних виробів і страв).

Нові види продовольства проходять «цикл життя продукту». На початковій стадії при розробці їх потрібні значні витрати на дослідження і маркетинг. Якщо новий продукт досягає стадії визнання, це стає досить вигідним для фірми «першопрохідця». Коли продукт вступає у стадію масового збуту, він починає привертати увагу плагіаторів і втрачає первісну унікальність, а прибутки зменшуються

Стадію насичення ринку характеризують зниження ціни, зменшення до мінімуму прибутків та поширення імітацій і підробок. У цей час фірма розраховує отримати наступний продукто-новинку для впровадження. Лише деякі фірмові марки і продукти уникають такого «життєвого циклу».

Маркірування дозволяє виробникам харчових продуктів засвідчити їхню якість, показати доброзичливість фірми щодо нових товарів і тим самим виділити свій продукт з-поміж виробів конкурентів.

Загальновідома, популярна фірмова марка, що викликає довіру, здатна завоювати підприємству добру репутацію і забезпечити привілеї з боку споживачів. Це може стати корисним при впровадженні на ринок нових видів продукції та заміників менш дорогих марок, а також для продовження життєвого циклу продукту.

Останнім часом переробники харчової сировини віддають перевагу виробництву зручних у користуванні продуктів, приділяючи увагу «вбудованим» у них послугам (приготування страв варінням в упаковці, виготовлення розчинної кави та ін); створенню нових методів виліву — дегідратації, прогріву СВЧ — випромінюванням, сублімаційній сушці, а також використанню нових пакувальних матеріалів: фольги, целофану, поліетилену. Пошуки нових продуктів харчування породжують нові галузі виробництва, які або вступають у конкуренцію зі старими, або доповнюють їх (наприклад, заморожені продукти конкурують із продукцією консервної промисловості).

Кількість переробників сировини та виробників харчових продуктів за останні роки скорочується, а середні розміри фірм збільшуються.

Кількість переробників сировини скорочується головним чином за рахунок дрібних фірм та фірм, які обслуговують місцеві ринки. Виживають більші фірми регіонального та загальнонаціонального масштабу.

Значна частина крупних фірм харчової промисловості — багатопрофільні. Багато компаній розширюють свою діяльність, втрачаючи у нехарчовій галузі (транспорт, видавнича справа, виробництво одягу та ін.). Одночасно існує велика кількість різноманітних середніх за розмірами харчових виробництв.

Одним із визначальних факторів у продовольчому маркетингу є територіальне розміщення переробних виробництв.

Місцезнаходження конкретного переробного підприємства залежить від вартості сировини та доставки готової продукції споживачам. Як правило, якщо сировина досить об'ємна у порівнянні з кінцевим продуктом переробки, а кінцевий продукт відносно дорожчий вихідного, підприємство, цілком імовірно, буде розміщено поблизу джерела сировини, яку вирощують фермери. Це характерно для борошномельних, м'ясопереробних, олійних та сироварних виробництв.

Якщо кінцевий продукт втрачає якість швидше, ніж сировина, то переробний завод найчастіше розміщують ближче до споживача, наприклад, виробництво хліба або морозива.

Переробник харчової сировини намагається звести до мінімуму витрати на перевезення сировини і готової продукції. Якщо сировину перевозити дешевше, ніж кінцеві продукти, то розміщення підприємств буде орієнтовано на споживача. У випадку, коли транспортування сировини дорожче, ніж кінцевої продукції, завод розміщують поблизу сировинної бази. Зміна вартості доставки сільськогосподарської сировини або готової продукції може викликати переміщення підприємств у місця, де забезпечується зниження витрат.

Одні переробники сировини продають свою продукцію тільки на місцевих або регіональних ринках, інші реалізують її всюди і мають свої збутові підрозділи на території всієї країни.

Переробники визначають розмір ринкової території, яка обслуговується кожним підприємством та центром збуту продукції відповідно до закону ринкових зон. Суть цього закону полягає в тому, що територіальний кордон між двома чи більшою кількістю ринків або виробничих підприємств є геометричним місцем точок, де ціни на кінцеву продукцію, включно з транспортними витратами, однакові для продавців на кожному з ринків. Припустимо, що підприємство «А» має заводську ціну 2 дол. за одиницю

продукції, а у підприємства «Б» собівартість тієї ж продукції вища і ціна її вже 3 дол. за одиницю. Обидва підприємства ділять між собою зону у 800 км таким чином, що підприємство «А» буде обслуговувати ділянку протяжністю 480 км, а підприємство «Б» — 320 км. У цьому пункті, або на кордоні ринків, кожне підприємство встановлює одну і ту ж ціну реалізації — 5 дол. У всіх інших точках або підприємство «А», або підприємство «Б» має конкурентну перевагу. Зрозуміло, зміна собівартості або ціни порушує ринковий кордон.

Проблема кількості та розмірів нових підприємств — одна з істотних для переробників. Виграш в ефективності виробництва на крупних централізованих підприємствах може бути зведений до нуля витратами на заготівлю великих обсягів сировини з ферм і доставку готової продукції на значні відстані. Заміна одного великого підприємства кількома дрібними може здешевіти збирання і транспортування сировини, але й зменшити ефективність виробництва.

Переробні підприємства по-різному забезпечують себе сировиною: одні купують її безпосередньо у фермерських господарствах або через сільські закупівельні контори; інші користуються послугами незалежних маркетингових агентств (комісіонерів із заготівлі худоби, зерна, брокерів плодоовочевого профілю).

Є три основні ринки для переробників сировини і харчових продуктів: промислові споживачі, сервісні фірми у галузі громадського харчування та ринки споживачів. Усі вони можуть бути пов'язані продажем товарів у місцевому, регіональному, загальнонаціональному та міжнародному масштабах (АПК: економіка, управление. — 1992. — № 5. — С. 33—37).

2.6. Канали збуту, форми і методи реалізації продукції

Цільова функція агробізнесу реалізується у результаті споживання населенням кінцевої продукції агропромислового комплексу. За натуральною речовою формою, ця кінцева продукція надходить до споживача в трьох основних видах: сільськогосподарська продукція, яка не пройшла переробки (картопля, овочі, ягоди, фрукти); продукція галузей харчової промисловості (хліб, хлібобулочні вироби, кондитерські вироби, консерви, молочнокисла продукція і пастеризоване молоко, олія, масло, ковбаса, м'ясо та м'ясопродукти, риба і рибопродукти та ін.); проду-

кція громадського харчування (напівфабрикати, кулінарні вироби, готові страви).

Відповідно до цього основними каналами виробництва і реалізації кінцевої продукції продовольчого комплексу є сільське господарство, харчова промисловість та громадське харчування.

За ступенем готовності кінцеву продукцію продовольчого комплексу, яка надходить із цих каналів у безпосереднє особисте споживання, можна поділити умовно на три види:

I — продукція, яка не потребує подальшої обробки в домашніх умовах і яка надходить у безпосереднє особисте споживання;

II — продукція, яка потребує незначної обробки в домашніх умовах (напівфабрикати, овочі, фрукти, ягоди, що потребують термообробки);

III — продукція, яка потребує спеціальної технологічної (кулінарної) обробки.

З першого каналу продукція надходить в особисте споживання практично тільки II і III видів.

Основними видами кінцевої продукції другого каналу є I та III, тобто продукція, що не потребує спеціальної обробки для особистого споживання (хліб, хлібобулочні вироби та кондитерські вироби, молочнокисла продукція та ін.), і III, представлений м'ясом, рибою, крупами, макаронними виробами, незначний обсяг займає II вид — харчові концентрати, заморожена продукція.

У продукції третього каналу переважає I вид, тобто готові страви та кулінарні вироби, і III — сирі м'ясні, рибні і борошняні напівфабрикати; II вид у меншій мірі — охолоджені страви та напівфабрикати високої готовності (Карсекин В. И., Мазараки А. А. Функционирование торговли в продовольственном комплексе. — К.: Техніка, 1984. — С. 34—35).

В індустріальних розвинутих країнах 80—90 % продукції продовольчого комплексу відноситься до II і III каналів, тобто основна маса продуктів харчування надходить до споживачів у переробленому вигляді, максимально готовими до споживання. Зі свого боку, споживачі намагаються купувати такі продукти харчування, які потребують мінімальної домашньої доробки або зовсім не потребують її (наприклад, розігрів або розморожування страв).

Серед форм і методів реалізації продуктів харчування можна виділити дві основні групи — заготівля і безпосередня реалізація споживачам. Заготівля здійснюється посередниками, які є сполучною ланкою між виробниками і споживачами.

Посередників у продовольчому маркетингу можна поділити на такі групи:

1. Торгові посередники:
 - а) роздрібні торговці;
 - б) оптові торговці.
2. Агентські посередники:
 - а) брокери;
 - б) комісiонери.
3. Біржові посередники.
4. Переробники та виробники (фабриканти).
5. Допоміжні організації.

Торгові посередники купують товар у виробника і продають споживачеві з метою отримання прибутку.

Роздрібний торговець купує продукти для перепродажу безпосередньо кінцевому споживачеві.

Оптовий торговець продає товари роздрібним торговцям, іншим оптовикам та промисловцям, але не збуває їх у значних кількостях кінцевим споживачам.

Агентські посередники діють як представники своїх клієнтів. Насправді агентські посередники продають не товари, а послуги — знання ринку та «ноу-хау».

Агентські посередники поділяються на дві групи — комісiонери і брокери. Різниця між ними у ступені повноважень.

До функцій комісiонера входять: фізичне маніпулювання продуктом, договір про умови продажу, справляння плати з відрахуванням із неї своєї винагороди і врученням решти своєму довірителю.

Брокер, як правило, безпосередньо не розпоряджається продукцією. Він точно дотримується вказівок свого довірителя і наділений меншими повноваженнями у переговорах щодо цін, ніж комісiонери.

У галузі сільського господарства приклади цих двох категорій агентських посередників — фірми комісiйного продажу худоби і зернові брокери на хлібних біржах.

Спекулятивні посередники — скуповують та перепродують продукти з метою одержання прибутку за рахунок зміни цін. Їх називають торгашами, спекулянтами, шахраями та розподільниками. Так, зерновий спекулянт за один день торгів може купити і продати зерно декілька разів. При цьому він ризикує, тому що ціна може впасти.

Переробники та виготовлювачі (фабриканти) — займаються зміною форми продукту. Підприємці боєнного, борошномельно-

го та плодоконсервного виробництв займаються також закупівлею сировини для себе і оптовим продажем своєї готової продукції роздрібним торговцям.

Допоміжні організації — сприяють різноманітним посередникам у виконанні їхніх завдань. Одна група цих організацій надає оснащення, можливість маніпулювати продукцією або зведення покупців і продавців. Приклади цієї групи — худобопригонні компанії, зернові біржі та плодоовочеві аукціони.

Інша група — торгові асоціації, їхня мета — збирання, оцінювання та передача цінної інформації конкретній групі підприємств або торгівлі (АПК: экономика, управление. — 1992. — № 2. — С. 32—36).

Безпосереднє доведення продуктів до споживача здійснюється через торговельну мережу. При цьому форми реалізації можуть бути різними. Це — великі універсами (супермаркети), невеликі спеціалізовані магазини, торгові автомати, магазини замовлень, продовольчі ринки (базари), різні форми громадського харчування (великі ресторани, невеликі закусочні, кафе, буфети та ін.).

На практичних заняттях слід розглянути різні ситуації щодо розміщення об'єктів торговельної мережі і обрати оптимальний варіант. При цьому велике значення має правильне визначення часу роботи їх. Наприклад, у США в студентських містечках торговельна мережа працює цілодобово.

Запитання для самоконтролю:

1. Які види підприємницької діяльності входять до поняття продовольчого маркетингу?
2. Які суперечності є у системі продовольчого маркетингу і як вони розв'язуються?
3. Які фактори враховуються при визначенні цільової функції агробізнесу?
4. Чим відрізняється фізіологічна потреба у продуктах харчування від інших потреб людини?
5. Який зв'язок існує між платоспроможним попитом і товарною пропозицією?
6. Якими основними особливостями характеризується споживчий попит на продукти харчування?
7. Що таке гнучкість доходу і від чого вона залежить?
8. Поясніть, у чому полягають окремі функції маркетингу: купівлі і продажу, зберігання, транспортування, переро-

бки, стандартизації, фінансування, допущення ризику, розвідки ринку.

9. Якими факторами визначається місце сільського господарства у системі продовольчого маркетингу?

10. Для розв'язання яких питань фермеру необхідне знання маркетингу?

11. Яку мету ставлять перед собою фермери у прийнятті рішень щодо виробництва і маркетингу?

12. Які альтернативні стратегії можуть поставати перед фермером?

13. Яку роль відіграють інновації у системі маркетингу?

14. У чому полягає суть закону ринкових зон?

15. На які три види можна поділити продукцію продовольчого комплексу за ступенем готовності?

16. На які групи можна поділити посередників у продовольчому маркетингу і в чому полягає роль кожного з них?

ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ І ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ БІЗНЕС ПЛАНІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АПК

Основні питання теми

3.1. Основні принципи організації маркетингової діяльності на підприємствах АПК.

3.2. Основні елементи системи маркетингу в агропромисловому виробництві.

3.3. Розробка цінової стратегії.

3.4. Планування товарного асортименту та організація процесу руху товарів.

3.5. Управління рекламною діяльністю.

3.6. Особливості розробки бізнес-планів на підприємствах АПК.

Основні поняття і терміни:

Принципи маркетингу — основні теоретичні положення, які визначають маркетингову діяльність.

Елементи маркетингу — складові частини системи маркетингу. Виділяють дев'ять основних елементів маркетингу: комплексне вивчення ринку; реклама; організація реалізації продукції; управління і планування асортименту продукції; ціноутворення; освоєння та впровадження на ринок нових видів продукції; матеріально-технічне забезпечення підприємства; діюча система планів і договорів і включення ряду нових; система контролю.

Базові методи ціноутворення — засоби, які застосовують для розрахунку первісної ціни на продукцію АПК. Відомі три таких метода: на основі сумарних витрат і розрахункового (очікуваного) прибутку; на основі балансових оцінок ринкового попиту і пропозиції; на основі оцінки ринкової конкуренції.

Канал реалізації — сукупність підприємств, організацій та фірм, як беруть участь у передачі власності на/ або права власності на неї на шляху проходження товару від виробника до кінцевого споживача.

Рекламна діяльність — полягає у наданні споживачеві інформації про те, у кого, де, скільки та за якою ціною він може купити товар, який його цікавить.

Бізнес-план — визначення орієнтирів розвитку виробництва на підприємствах АПК.

3.1. Основні принципи організації маркетингової діяльності на підприємствах АПК

У попередній темі продовольчий маркетинг розглядався як єдина народногосподарська система. Практична реалізація концепції продовольчого маркетингу відбувається на підприємствах АПК. З цієї точки зору продовольчий маркетинг — це система організаційно-технічних, фінансових та комерційних функцій підприємств, спрямованих на найбільш повне і швидке задоволення потреб споживачів у сільськогосподарській продукції та продовольстві. Без організації маркетингової діяльності неможлива успішна робота жодного агропромислового підприємства.

На звичайному підприємстві в агропромисловому виробництві процес впровадження маркетингової діяльності здійснюється поступово і, як правило, проходить п'ять стадій.

На першій стадії маркетинг розглядається під кутом зору таких понять як реклама і стимулювання збуту.

На другій стадії формується більш широкий підхід до управління маркетингом: основна мета — принести задоволення покупцеві придбанням продукції, післяреалізаційним обслуговуванням тощо. При цьому запити і потреби споживачів можуть змінюватися, що необхідно враховувати при виробництві і збуті продукції.

А тому на третій стадії слід постійно оновлювати виробництво та підвищувати якість пропонованих послуг.

На четвертій стадії впровадження маркетингу підприємство повинне вивчити наявні можливості і посісти певне становище на ринку. Це означає — спробувати виділитись на тлі інших підприємств, які виробляють аналогічну продукцію для ринкового сектору.

Останній, п'ятій стадії впровадження маркетингу відповідає виконання усіх функцій щодо аналізу ринків та потреб, планування, обліку і регулювання роботи у галузі освоєння ринків збуту.

Ефективно діюча система управління маркетингом забезпечує підприємству тривалий прибуток і стабільне становище.

Сучасна концепція маркетингу визначає роботу підприємства на основі інформації про споживацький попит та його зміни у найближчій перспективі. Підприємство повинне намагатися будувати свою діяльність, орієнтуючись не на можливість виробництва, а на запити споживачів.

Організуючи свою роботу, агропромислове підприємство керується основними функціями маркетингу, сутність яких розглянуто у попередній темі.

При всій різноманітності конкретних схем маркетингу всі вони ґрунтуються на сукупності загальних принципів, а саме:

— вивчення стану та динаміки споживацького попиту і використання одержаних даних у процесі розробки і прийняття господарських рішень;

— максимальне пристосування виробництва до потреб ринку з метою підвищення ефективності функціонування підприємства, критерієм чого виступає значення узагальнюючого показника його діяльності — прибутку;

— вплив на ринок і споживацький попит за допомогою таких засобів як реклама, стимулювання збуту з метою формування їх у необхідному для підприємства напрямку.

Для проведення маркетингової діяльності на підприємстві організується спеціальний відділ. Організаційна структура відділу маркетингу на підприємствах АПК може мати одну з таких семи орієнтацій: за функціями, за товарами, за ринками і покупцями, за регіонами, за функціями і товарами, за функціями і регіонами, за функціями і ринками.

При організації відділу маркетингу за функціональним принципом усі функції маркетингу можуть бути згруповані таким чином: дослідження маркетингу та збір інформації, планування асортименту, збут і розподіл, реклама та стимулювання збуту.

Функціональна орієнтація характерна для переробних підприємств АПК (м'ясокомбінатів, молокозаводів, хлібозаводів, консервних підприємств, млинкомбінатів), тому що вони являють собою спеціалізовані підприємства, які випускають однотипні продукти. Однак для агропромислових комбінатів та агрофірм ефективніше організувати маркетингову діяльність за принципом товарної орієнтації.

До штату маркетингової служби входять такі категорії фахівців, як фахівці з маркетингу, агент, продавці, інженер з обслуговування технічних засобів, фасувальники та підсобні робітники (АПК: економіка, управління. — 1993. — № 7. — С. 48, 49; № 8. — С. 42).

3.2. Основні елементи системи маркетингу в агропромисловому виробництві

Система маркетингу передбачає ряд основних елементів діяльності підприємств у агропромисловому виробництві.

Перший елемент маркетингу передбачає комплексне вивчення ринку, охоплює дослідження усіх основних його сегментів, функцій та аспектів з метою застосування результатів аналізу

для розробки та успішного виконання підприємством договірних зобов'язань.

Дослідження в галузі маркетингу можуть бути поділені на два основні види: постійні й епізодичні. Кожне з них проводиться відповідно до певної схеми і включає такі етапи:

1. Збір даних: складання плану вибіркового дослідження; збір даних із вторинних джерел інформації, таких як публікації у пресі та звітність підприємств, а також із первісних джерел — на місцях шляхом особистих опитувань та анкетних даних.

2. Систематизація й аналіз даних.

3. Інтерпретація результатів, формулювання висновків і рекомендацій.

4. Підготовка і подання звіту, який містить результати досліджень.

5. Оцінка заходів, прийнятих на основі результатів досліджень. Для епізодичних досліджень спочатку виконують такі дії:

— обґрунтування необхідності дослідження;

— аналіз факторів, які зумовлюють цю необхідність, тобто формулювання проблем;

— точне формулювання мети дослідження;

— визначення потрібних видів вихідних даних, методів збору їх та видів аналізів, які необхідно провести.

Другим елементом маркетингу є реклама, за допомогою якої передається інформація, що переконує покупця у доцільності придбання продукції.

Процес рекламної діяльності складається з таких етапів:

1) дослідження рекламної діяльності та маркетингу в цілому;

2) визначення цілей реклами;

3) вивчення спонукальних мотивів покупок споживачів;

4) вибір засобів і методів поширення реклами;

5) розробка рекламних тестів і продукції;

6) розробка кошторису витрат на рекламу;

7) формування плану рекламної діяльності підприємства;

8) оцінювання ефективності реклами.

Одним із елементів реклами виступає упаковка продукції, яка відіграє все більшу роль у системі маркетингу

Третій елемент маркетингу — організація реалізації продукції — важливий з трьох причин:

— по-перше, основною турботою підприємства у нових умовах є виробництво такої продукції, яка має шанси бути прибутково проданою, а не намагання збути продукцію, на виробництві якої підприємство спеціалізувалося;

— по-друге, коли збут стає частиною маркетингу, його ефективність підвищується завдяки більш тісному зв'язку з рекламною роботою, дослідженням ринку та плануванням асортименту продукції;

— по-третє, змінюється характер роботи щодо збуту продукції. В умовах маркетингу на перший план виступають потреби та зручності не виробників, а тих, хто закупає їхню продукцію. Це потребує перегляду стилю і технології, збутової діяльності, методів реалізації продукції з тим, щоб вони відповідали вимогам споживачів.

Основні елементи планування і контролю збуту в умовах маркетингу такі:

— підготовка прогнозів загальногосподарської і ринкової кон'юнктури;

— підготовка прогнозу збуту продукції підприємства;

— розробка фінансового кошторису збуту;

— встановлення норм збуту;

— вибір каналів реалізації продукції;

— складання і здійснення планів збуту й організації торгівлі;

— розробка плану торгової інформації;

— статистичний аналіз ходу реалізації продукції.

Четвертий елемент маркетингу — управління і планування асортименту продукції — його невід'ємна частина. Економічно необґрунтовані плани збуту і реклами не зможуть компенсувати помилки, допущені раніше при плануванні асортименту продукції.

Цей процес полягає у плануванні всіх видів діяльності, спрямованих на ефективне виробництво і збут продукції, з урахуванням вимог споживачів. Він відбувається безперервно.

Кожне підприємство, яке використовує концепцію маркетингу, повинне здійснювати такі основні заходи:

— періодичну ревізію наявного асортименту та прийняття рішень про зміни у виробництві продукції, поповнення товарного асортименту новою продукцією і зняття з виробництва окремих її видів;

— безперервний контроль за дією зовнішніх факторів, таких як спади і підйоми попиту на окремі види продукції, зміни у товарній пропозиції конкурентів, зміни у технології виробництва;

— формування попиту як у процесі виробництва нових видів продукції, так і в процесі пропозиції продукції ринку та стимулювання попиту на неї.

П'ятий елемент маркетингу — ціноутворення. При розробці стратегії маркетингу необхідно визначити конкретний рівень цін

у межах допустимих значень. Фахівець у галузі маркетингу має ретельно вивчити попит, оцінити витрати та проаналізувати позиції конкурентів, перш ніж буде встановлено ціни на різні види продукції. Методику розробки цінової стратегії буде розглянуто окремо.

Шостий елемент маркетингу — освоєння та впровадження на ринок нових видів продукції. Для вирішення цього питання слід встановити більш-менш конкретні строки досягнення максимального обсягу продаж даного продукту або моделі, час початку його наступної модернізації та строки передачі на ринок високоякісної продукції.

При оцінюванні тривалості життєвого циклу продукції відділи планування асортименту спільно з підрозділами дослідження маркетингу повинні проводити детальний аналіз можливих технологічних змін і ринкової кон'юнктури у галузях, у яких може з'явитися аналогічна продукція та можуть відбутися значні зміни у цінах. Відповідно до такого аналізу приймають рішення про те, які види продукції потрібно додати до наявного асортименту, а які виключити з нього.

Сьомий елемент маркетингу — матеріально-технічне забезпечення підприємства — у значній мірі впливає на ефективність та ритмічність виробництва, визначає ступінь задоволення споживачів та господарський доход підприємства-виробника.

Оцінювання постачальника можна здійснити, виходячи з його можливостей: технічних, виробничих, фінансових, а також ефективності його керівництва. Після аналізу та відсіву небажаних постачальників покупець повинен проводити порівняльне оцінювання тих, що залишилися, з урахуванням минулого досвіду роботи з ними.

У цьому разі до системи критеріїв оцінювання постачальників доцільно ввести оцінку якості їхніх товарів, регулярність і оперативність поставок, рівень технічного обслуговування. Однак найбільшого поширення має набути спосіб матеріально-технічного постачання шляхом оптової торгівлі або за прямими зв'язками.

Восьмий елемент маркетингу — діюча система планів і договорів підприємства і включення ряду нових. Він необхідний для управління виробництвом і збутом продукції, яка постачається на вільний ринок. В умовах швидких змін ситуації на ринку спочатку слід виробити довгострокову стратегію підприємства щодо ринкової продукції. При цьому передбачається використання перспективних планів, нормативів і договорів. Сформована довгострокова стратегія потім враховується при розробці планів маркетингу.

План маркетингу є засобом об'єднання численних підпланів: збуту і розподілу, реклами і стимулювання збуту, політики цін, асортименту продукції, науково-дослідних робіт та ін. Схему плану визначає саме підприємство.

Приблизна схема річного плану включає чотири розділи:

Розділ I. Характеристика господарської ситуації та аналіз діяльності підприємства за звітний період.

1. Продукція (види) або послуга (послуги).
2. Ринок (ринки).
3. Конкуренція.

Розділ II. Обґрунтування цілей і стратегії маркетингу.

Розділ III. План заходів.

1. Прогноз кон'юнктури на планований період.
2. Оцінювання напрямків роботи з досліджень маркетингу для отримання даних, необхідних при розробці планів маркетингу у майбутньому.

3. Обґрунтування асортиментної політики підприємства.
4. Обґрунтування цін.
5. Характеристика упаковки.
6. Характеристика заходів у галузі розподілу.
7. Характеристика реклами і стимулювання збуту.
8. Характеристика збуту.
9. Розбивка заходів за часом здійснення їх (АПК: економіка, управління. — 1993. — № 7. — С. 48—52).

Крім річного плану, який є короткостроковим, можуть складатися середньострокові (від 2 до 5 років) та довгострокові (від 5 до 10 років). Можуть бути окремі плани маркетингу для кожного виду продукції. Такі плани частіше використовують споживачі.

Розділ IV. Кошторис маркетингу.

До складу системи маркетингу агропромислової продукції завжди входять такі компоненти: асортимент продукції, її якість, стимулювання збуту, реклама, послуги з доставки, ціна, технічне обслуговування.

Використання будь-якого з перерахованих компонентів з метою збільшення прибутку вимагає фінансових витрат. Основною проблемою планування системи маркетингу є пошук такого поєднання компонентів, яке б забезпечувало максимальне одержання прибутку. Для цього складається кошторис маркетингу.

Дев'ятий елемент маркетингу — система контролю — включає: контроль за виконанням річного плану маркетингу; контроль за прибутком, який передбачає вивчення доходів від різних видів продукції, ринків, регіонів та каналів збуту; контроль

за ефективністю, який передбачає дослідження шляхів підвищення витрат на маркетинг; стратегічний контроль, який забезпечує аналіз проблем, дозволяє встановити, чи відповідають продукція, ресурси і завдання підприємства вимогам цільових ринків.

У всіх розвинутих країнах останнім часом спостерігається абсолютне і відносно зростання збутових витрат. Із витрат, пов'язаних із реалізацією товарів, 10 % припадає на оптову ланку, 30 % — на роздрібну і 15 % — на збутові витрати промислових фірм. Саме по собі знання принципів і методів маркетингу, його технічних прийомів не гарантує від невдач на внутрішньому і зовнішньому ринках. А тому треба знати основні помилки, які можуть призвести до невдач на ринку:

1. Недооцінка потреб у стартовому капіталі, яка впливає з прорахунків в оцінці швидкості обороту фінансових коштів, невиправданого розрахункового заниження витрат, занадто оптимістичного прогнозу обсягу продаж.

2. Брак компетентності та відсутність досвіду.

3. Слабке дослідження ринку.

4. Незнання основ управління фінансами підприємства, що призводить до заморожування коштів і дебіторської заборгованості, недотримання кошторису витрат, невиправданого використання кредитів.

5. Недостатнє знання законів про стандарти якості продукції, оподаткування, техніки безпеки, захисту навколишнього середовища (АПК: экономика, управление. — 1993. — № 7. — С. 52).

3.3. Розробка цінової стратегії

Кожне підприємство АПК може розробити власну політику та стратегію у ціноутворенні і досягти максимальної ефективності виробництва.

Концепція маркетингу передбачає три базових методи розрахунку первісної ціни на продукцію АПК: на основі сумарних витрат і розрахункового (очікуваного) прибутку, на основі балансових оцінок ринкового попиту і пропозиції, на основі оцінки ринкової конкуренції.

Метод встановлення ціни на основі сумарних витрат і очікуваного прибутку передбачає визначення ціни реалізації 1ц продукції, яка дорівнює середнім витратам на виробництво 1ц цієї продукції і середньому прибутку у розрахунку на одиницю продукції.

При застосуванні цього методу визначення цін на продукцію сільськогосподарського виробництва необхідно бути упевненим у повній реалізації виробленої продукції. У протилежному разі ціну слід встановлювати на більш високому рівні для того, щоб покрити усі витрати і отримати запланований прибуток.

Але недолік цього методу полягає в тому, що тут не приділяється належної уваги ринковому попиту, а тому його можна успішно застосовувати тільки в період незадоволеного попиту на продукти харчування.

Інший підхід до ціноутворення за цим методом полягає у встановленні ціни, яка покриває лише витрати на отримання додаткової продукції.

Другий базовий метод ціноутворення ґрунтується на збалансуванні ринкового попиту й виробничих витрат і визначенні оптимальної ціни за найвищого рівня рентабельності.

Для користування методом балансової оцінки попиту і пропозиції слід визначити додаткову виручку і середню виручку. Додаткова виручка — це виручка, одержана від реалізації додаткової, останньої одиниці продукції, а середня виручка визначається ціною одиниці продукції при даному рівні обсягу реалізації. При застосуванні цього методу розрахунку базової ціни на сільськогосподарську продукцію керівництво підприємства одержує повну інформацію, яка дає змогу здійснювати оперативне управління цінами.

Третій базовий метод ціноутворення використовується, коли виробник стикається з конкурентами, які реалізують аналогічну продукцію. При цьому ціна може бути встановлена нижче ринкової, на її рівні або вище — залежно від запитів споживачів, можливості надання послуг, створеного уявлення про продукцію, реальних або гаданих відмінностей між продукцією різних виробників або продукцією продавців і конкурентним середовищем.

Для крупних сільськогосподарських, посередницьких та переробних підприємств ефективним методом ціноутворення є метод балансової оцінки попиту і пропозиції. Використання цього методу одночасно із стратегією контролю цін, знижками і заліками дає змогу досягти оптимального рівня рентабельності виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції при контролі певної частини споживацького ринку продовольства свого регіону. Дрібним і середнім підприємствам, як сільськогосподарським, так і переробним, слід використовувати метод ціноутворення «витрати плюс прибуток» (АПК: економіка, управління. — 1993. — № 7. — С. 35—36).

При ціноутворенні на продукцію підприємств АПК особливо враховуються такі фактори як екологічно чиста продукція, законодавчі акти з підтримання цін на продовольчі товари, а також сезонність.

Для успішного просування на ринку нових виробів або послуг використовуються шість основних видів цін:

1. «Зняття вершків» на ринку, тобто встановлення з самого початку просування на ринку нового або вдосконаленого продукту високої ціни на нього в розрахунку на споживачів, готових купити продукт за такою ціною.

2. Ціна за впровадження продукту на ринок, тобто встановлення значно більш низької ціни, ніж вона є на ринку на аналогічні товари.

3. «Психологічна ціна», яка встановлюється трохи нижче будь-якої круглої суми (наприклад, 99 коп.) і створює у споживача суто психологічну ілюзію більш низької ціни.

4. Ціна лідера на ринку або в галузі, яка встановлюється у відповідності з ціною, що пропонується головним конкурентом на ринку, як правило, провідною фірмою галузі.

5. Ціна з відшкодуванням витрат виробництва, тобто визначення цін на свою нову продукцію з урахуванням фактичних витрат її виробництва і середньої норми прибутку на ринку або в галузі.

6. Престижна ціна, тобто ціна на вироби дуже високої якості, які мають особливі, неперевершені властивості (Современный маркетинг / В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева, Е.Э. Автухова; Под ред. В. Е. Хруцкого. — М.: Финансы и статистика, 1991. — С. 129).

Питання про вибір того чи іншого виду ціни на певний продукт харчування слід обговорити на семінарському занятті.

3.4. Планування товарного асортименту та організація процесу руху товарів

Для всіх підприємств АПК, що займаються виробництвом продукції, заготівлею і реалізацією сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів, початковим етапом розробки комплексу маркетингу є створення виробничого асортименту, необхідного для виходу на ринок відповідної продукції.

Сутність управління асортиментом полягає у пропозиції такої продукції, яку споживач хоче купити.

Асортиментний план слід розробляти окремо за кожним видом продукції. Основні елементи, або фази, планування асортименту розробляються за такими напрямками:

1. Безперервний аналіз і контроль за дією зовнішніх факторів.
2. Проведення досліджень продукції і процесів.
3. Критичне оцінювання продукції, що виробляється підприємством.
4. Прийняття рішень про зміну продукції, що виробляється, про доповнення товарного асортименту продукції її новими видами, припинення виробництва продукції, яка не має попиту.
5. Розробка специфікації нових видів продукції відповідно до вимог споживачів.
6. Розгляд пропозицій про освоєння нових видів продукції та про нові технології її виробництва.
7. Вивчення можливостей виробництва нових видів продукції.
8. Організація та проведення пробних продаж нових видів продукції.
9. Аналіз результатів та підготовка рекомендацій.
10. Оцінювання і перегляд усієї програми.

Процес планування починається з аналізу результатів дослідження ринку. При цьому передбачається встановити:

1. Наявність або відсутність реальної або потенціальної потреби у продукції, що виробляється.
2. Кількісні показники і тенденції розвитку ринку (кількість потенційних покупців, їхні бажання, розміщення, купівельна спроможність, розширення, скорочення або стабілізація ринку та ін.).
3. Репутацію різних видів продукції, підприємства і конкурентів.

Товарний асортимент являє собою повний перелік продукції, що випускається, яка реалізується одним сільськогосподарським, переробним або заготівельним підприємством. Велика група продуктів харчування, призначена для однакових споживачів, яка має схожі фізичні характеристики, складає товарний ряд. Прикладом товарного ряду на молочних фермах може бути молочна продукція, яка включає в себе товарне молоко незбиране, вершки, скотини та ін.

Структуру товарного асортименту підприємства АПК визначають кількістю товарних рядів, його глибину — асортиментом окремих видів продукції, які розрізняються як за споживчими властивостями (молоко, вершки, масло), так і за якісними та кількісними особливостями.

Керівництво підприємства має вирішити, який створити товарний асортимент, якому товарному ряду віддати перевагу в наяв-

них ринкових умовах для того, щоб найбільш повно охопити ринок збуту, отримати очікуваний прибуток при бажаному рівні рентабельності виробництва.

Маркетингові дослідження пропонують такі ринкові стратегії у розробці товарного асортименту продукції на підприємствах АПК. Розширення товарного асортименту. Керівники підприємств АПК можуть прийняти рішення збільшити чи зменшити кількість товарних рядів або збільшити глибину ряду. Наприклад, зростання обсягів виробництва молока з різним вмістом жиру веде до збільшення глибини товарного ряду, а організація цеху виробництва сиру або дитячого харчування розширює товарний асортимент шляхом створення нового товарного ряду.

Скорочення товарного асортименту. Стратегія маркетингу в сфері розробки товарного асортименту в період інфляції передбачає скорочення товарного асортименту на тих підприємствах, де кількість товарних рядів та їх глибина переважають наявні економічні можливості щодо збереження беззбитковості виробництва. Вона полягає в обмеженні або припиненні виробництва збиткових видів продукції з одночасним акцентуванням на прибуткові види її.

Диференціація продукції. Вона полягає у розвитку та підтриманні на необхідному рівні відмінних особливостей продукції даного підприємства. Використання цієї стратегії дає змогу підприємствам АПК поліпшити своє економічне становище відносно інших підприємств і уникнути конкуренції цін. При цьому припускається, що його продукція або істотно відрізняється від продукції конкурентів, або її якість вища якості останньої.

Сегментація ринку. Вона являє собою поділ ринку на групи споживачів, для кожної з яких можуть знадобитися певні продукти і (або) комплекси маркетингу. Кожне підприємство в процесі реалізації своєї продукції має спочатку застосовувати стратегію диференціації продукції, а потім поєднувати цю стратегію з сегментуванням ринку.

Розробка відмінних особливостей при реалізації сільськогосподарської продукції, продуктів її переробки передбачає розвиток таких напрямків виробничої діяльності як сортування, упаковка, інформаційне супроводження та надання їй необхідних характеристик — якості збереження.

Маркетинг розкриває три основні цілі використання упаковки і сортування у процесі реалізації продуктів харчування.

1. Забезпечення збереження продукції на всьому шляху від виробника до споживача, а також зручності використання її покупцями.

2. Наявність інформації про продукт, його якості, строки виробництва і реалізації. Упаковка може бути єдиним засобом, за допомогою якого підприємство-виробник здатне відрізнити свою продукцію від аналогічної.

3. Привернення уваги покупців та створення для них додаткових зручностей у процесі купівлі продуктів харчування.

Система руху передбачає використання стратегії, яка охоплює як вибір економічно ефективних каналів руху продукції, так і безпосередній її розподіл.

Канал реалізації — це сукупність підприємств, організацій та фірм, які беруть участь у передачі власності на продукцію або права власності на неї на шляху проходження товару від виробника до кінцевого споживача. Обрані підприємством канали безпосереднім чином впливають на всі рішення у сфері маркетингу: політику цін, вибір посередників, підготовку для маркетингової діяльності, на умови і строки договорів з автотранспортними та іншими суміжними організаціями.

Є два основні типи каналів руху товарів — прямі і посередницькі. Прямі канали пов'язані з переміщенням продукції від виробника до споживача без використання незалежних посередників. Цей тип каналів сільськогосподарське підприємство використовує через свої торговельні точки. Посередницькі канали пов'язані з переміщенням продукції від виробника до незалежного учасника руху товарів, а потім до споживача. Таких посередників може бути один або декілька.

Прямі канали належать до каналів нульового рівня, які є характерними для реалізації сільськогосподарської продукції на ринку безпосередньо або дитячим, лікувальним закладам, всередині самих сільськогосподарських підприємств — робітникам і службовцям. Цей канал передбачає в основному реалізацію дрібних партій продукції (плоди, овочі, м'ясо, молоко).

Однорівневий канал включає одного посередника. Такий канал передбачає реалізацію малих партій товару магазинам.

Дворівневий канал включає двох посередників. На споживчих ринках такими посередниками стають оптовий і роздрібний торгівці. Для АПК цей рівень найбільш характерний, тому що реалізація продукції відбувається із сільськогосподарського підприємства на переробні заводи або оптово-закупівельні бази і холодильники, а потім товари надходять у торговельну мережу і до кінцевого споживача.

Трирівневий канал включає трьох посередників. Наприклад, на Заході у м'ясопереробній промисловості між оптовиками і

роздрібними торговцями зазвичай стоїть дрібний оптовик. Такий дрібний оптовик купує товари у крупних торговців і перепродує їх невеликим підприємствам роздрібною торгівлі, яких звичайно не обслуговують крупні оптові фірми (АПК: економіка, управління. — 1993. — № 7. — С. 53—55; № 8. — С. 36—38).

3.5. Управління рекламною діяльністю

Рекламна діяльність полягає у наданні споживачеві інформації про те, у кого, де, скільки та за якою ціною він може купити товар, який його цікавить.

Основні етапи планування рекламної діяльності входять до другого елемента маркетингу.

Реклама може бути як відкритою (прямою), так і прихованою (опосередкованою). Наприклад, коли в друкованих органах публікують позитивну статтю про діяльність підприємства та про якість його продуктів, — це опосередкована реклама.

Реклама на основні засоби виробництва відрізняється від реклами на продукти харчування. Якщо перша звернена до інших підприємств — виробників, то друга спрямована безпосередньо до споживача.

Необхідно розрізняти внутрішньофірмову рекламу, рекламу з метою створення престижу підприємства у суспільстві і рекламу з метою розширення збуту продукції.

Головне завдання внутрішньофірмової реклами полягає у тому, щоб прищепити співробітникам віру у власне підприємство, показати тісний зв'язок їхньої роботи з результатами роботи підприємства.

Засобами внутрішньофірмової реклами є: відповідний рівень організаційної структури підприємства і добрі стосунки між керівництвом та співробітниками, соціальні пільги для співробітників, видання фірмової газети, зразкова поведінка керівництва підприємства у суспільстві.

Реклама з метою створення престижу підприємства перебуває у тісному зв'язку з внутрішньофірмовою рекламою, і необхідними умовами її успіху є: контакти з представниками преси (надання інформаційних матеріалів, контроль за висвітленням у пресі діяльності підприємства у вигідному світлі, оголошення у пресі, які рекламують не саму продукцію, а досягнення підприємства; участь керівників підприємства у громадському житті країни.

Реклама з метою розширення збуту є основною. Вона тісно пов'язана з вивченням ринку і всіма заходами маркетингу. Інформаційно-рекламне забезпечення реалізації продукції являє собою розробку та впровадження програми сприяння реалізації продукції і стимулювання збуту. Здійснення цієї програми відбувається в двох напрямках:

1. Рекламна діяльність.

2. Стимулювання індивідуальних замовлень. Структура програми складається з набору інформації, методів переконування і комунікаційної системи, взаємопов'язаних між собою.

Необхідність інформаційно-рекламного забезпечення реалізації продукції сільського господарства впливає з просторового розосередження окремих виробників, неузгодженості їх економічних стратегій і форм реалізації.

Три основні фактори треба брати до уваги при вирішенні питання про методи інформаційно-рекламної діяльності зі стимулювання процесів реалізації продукції:

1. Наявність грошових коштів для здійснення програми сприяння.

2. Особливості ринку.

3. Призначення продукції.

У високорозвинутих країнах витрати на рекламу товарів у середньому становлять від 5 до 15 % вартості обсягу продажу, але ці витрати не завжди бувають економічно необхідними й ефективними.

Рекламна діяльність сільськогосподарських підприємств може розвиватися шляхом утворення рекламно-інформаційних агентств.

Рекламні дії підприємств АПК доцільно розробляти за різними напрямками: за конкретними заходами (ярмарок, аукціон); у часовому аспекті (на сезон реалізації продукції); за групами споживачів — переробні підприємства, споживча кооперація, біржовики; різні покупці — домашні господарки, робітники, службовці, пенсіонери (АПК: економіка, управління. — 1993. — № 8. — С. 38—41).

3.6. Особливості розробки бізнес-планів на підприємствах АПК

План маркетингу входить складовою частиною до бізнес-плану підприємства.

Планування в умовах ринкових відносин має індикативний характер. Це означає визначення орієнтирів розвитку виробництва на різних рівнях народногосподарської системи.

Але виникають питання: у якій послідовності мають розроблятися такі плани? З якого рівня починати? Оскільки плани більш високих рівнів мають спиратися на планові розробки більш низьких рівнів, то логічно починати планові розробки на рівні первинної ланки, тобто підприємства. На цьому рівні планування відбувається у формі розробки бізнес-плану.

Визначаючи мету розробки бізнес-плану, можна виділити принаймні чотири напрями його призначення:

по-перше, він призначається для підприємства, яке його розробляє. Тут він відіграє роль плану-прогнозу на певний період. Строки дії такого плану можуть бути різні — від одного року до п'яти, десяти і навіть більше. В умовах ринкової економіки підприємство не може успішно діяти, не маючи такого плану;

по-друге, бізнес-план призначається для можливих кредиторів та інвесторів підприємства. Бізнес-план має обґрунтовано довести платоспроможність і стійкість цього підприємства;

по-третє, бізнес-план призначається для споживачів продукції даного підприємства та його суміжників. Тут необхідно показати, що підприємство випускає високоякісну продукцію і функціонує ефективно;

по-четверте, бізнес-план окремих підприємств використовується управлінськими структурами різних рівнів при розробці індикативних планів, прогнозів та галузевих і регіональних програм економічного та соціального розвитку.

Таким чином, підприємства при розробці бізнес-планів мають враховувати певну різноманітність їхнього призначення. У переважній більшості публікацій, присвячених методиці розробки бізнес-планів, не враховуються галузеві особливості підприємств, які складають ці плани.

Хоча бізнес-плани складаються за певною загальною схемою, все ж у них мають бути враховані особливості функціонування підприємств різних галузей.

Підприємства, що входять у систему агропромислового комплексу, відрізняються виробничим призначенням.

З цієї точки зору можна виділити такі групи підприємств:

а) сільськогосподарські підприємства (кооперативні, фермерські господарства та ін.);

б) підприємства й організації виробничої інфраструктури (агросервіс, будівельні, транспортні та ін.);

в) організації та установи ринкової інфраструктури (біржі, банки, страхові компанії тощо);

г) підприємства, організації та установи соціальної інфраструктури (торгівля, пасажирський транспорт, школи, лікарні, культурно-освітні, побутові, підготовка кадрів та ін.);

д) підприємства первинної переробки сільськогосподарської сировини та її зберігання (млини, консервні заводи, цукрозаводи, елеватори, холодильники тощо);

е) промислові підприємства, що виробляють техніку і добрива для сільського господарства, устаткування для переробних виробництв, комбикормові заводи тощо.

Крім того, бізнес-плани підприємств можуть бути використані регіональними і загальнодержавними органами регулювання розвитку АПК при розробці перспективних планів і прогнозів.

Особливості розробки бізнес-планів сільськогосподарських підприємств визначаються місцем цих підприємств у системі агропромислового виробництва.

Ці підприємства можуть розробляти бізнес-плани, які призначаються для: а) підприємств, які виробляють техніку, добрива, хімічні засоби захисту рослин і тварин, тобто підприємств I сфери АПК; б) для підприємств і організацій агросервісу; в) для підприємств III сфери АПК.

У бізнес-планах, які призначаються для підприємств I сфери АПК, визначають потребу сільськогосподарських виробників у певних засобах виробництва, добривах тощо; для підприємств і організацій агросервісу — потребу в ремонті та обслуговуванні технічних засобів, у транспортних послугах; для підприємств III сфери АПК — можливості конкретного сільськогосподарського підприємства у поставках для переробних підприємств певних видів рослинницької і тваринницької продукції.

З іншого боку, підприємства I сфери АПК у своїх бізнес-планах інформують сільськогосподарських виробників про можливості виробництва відповідних технічних засобів та про випуск нових видів таких засобів; підприємства та організації агросервісу — про свої можливості в обслуговуванні сільськогосподарського виробництва; переробні підприємства — про потреби у поставках сільськогосподарської сировини.

На основі бізнес-планів доцільно укладати угоди на довгострокове співробітництво.

Бізнес-план для підприємств АПК розробляється за загальноприйнятою схемою. Зокрема, бізнес-план для фермерів може мати такі статті або розділи:

— **Титульний лист** — на ньому вказується назва підприємства, його адреса та автори документа.

— **Опис підприємства** — юридичний статус, мета сільгосп-підприємства, апарат управління та персонал, виробничі ресурси, асортимент продукції, патенти, ліцензії, права власності на майно та землю, фінансові результати господарської діяльності.

— **Опис ринку** — потенційна потужність підприємств, які закупають врожай, можливості конкурентів. Цифрові дані можна подавати у формі таблиць, діаграм, графіків.

— **План маркетингу** — основні елементи плану маркетингу викладені у п. 3.2. глави 3.

План виробництва — в цьому розділі фермер повинен довести кредиторам, що він справді спроможний виростити достатню кількість врожаю; дається опис витрат на виробництво, а також прогноз його обсягу; вказується на якісні показники продукції, які поділяють за різними напрямками споживання та ціновими характеристиками; визначаються перспективи розвитку: розширення посівних площ, освоєння нових культур, можливість надавати сусідам послуги власною технікою.

Управління та організація виробництва — цей розділ не є обов'язковим, оскільки необхідні дані вже фігурують у розділі «Опис підприємства»

Фінансовий план — цей розділ є обов'язковим. У ньому обґрунтовується потреба у коштах для втілення свого проекту. Тут може знадобиться потреба допомоги бухгалтера чи фахівця-фінансиста.

Ризики та їх мінімізація — це завершальний розділ бізнес-плану. Тут слід пам'ятати, що найбільш професійним способом мінімізації ризиків є страхування. Є можливість застрахувати майбутній врожай від погодних ризиків, а також фінансовий ризик неповернення кредиту з об'єктивних причин, / В. Скляренко. Бізнес-план для фермера. Чорноморські новини. 2.06.2005, с. 2/

Законом України «Про державну підтримку сільського господарства України» визначене державне регулювання ринку страхування сільськогосподарської продукції /капітальних активів/ та фонд аграрних страхових субсидій. Окремо передбачається державна підтримка виробників продукції тваринництва.

Запитання для самоконтролю:

1. Які стадії проходить процес упровадження маркетингової діяльності на підприємствах АПК?
2. На яких загальних принципах ґрунтується складання схеми маркетингу?

3. Розкрийте сутність окремих елементів маркетингу.
4. Які три базових методи розрахунку первісної ціни на продукцію АПК передбачає концепція маркетингу?
5. Які основні види цін використовуються для успішного просування на ринку нових виробів або послуг?
6. За якими напрямками розробляються основні елементи або фази планування маркетингу?
7. Які ринкові стратегії можливі у розробці товарного асортименту продукції на підприємствах АПК?
8. Які є типи каналів руху товарів?
9. Які є види реклами і в чому особливості кожного з них?
10. У чому полягають особливості розробки бізнес-планів на підприємствах АПК?

ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА АГРОБІЗНЕСУ

Основні питання теми

- 4.1. Землеволодіння і землекористування.
- 4.2. Інфраструктура агропромислового виробництва.
- 4.3. Організація виробництва у фермерських господарствах.
- 4.4. Основні організаційні форми агропромислового виробництва.
- 4.5. Форми і методи державного регулювання агробізнесу.

Основні поняття і терміни:

Природна родючість ґрунту — природна властивість ґрунту забезпечувати рослини необхідними поживними речовинами, водою впродовж усіх періодів їхнього росту і розвитку.

Штучна родючість ґрунту — створюється людиною в процесі ведення землеробства шляхом обробки ґрунту, внесення добрив» проведення меліоративних робіт та ін.

Економічна родючість ґрунту — проявляється в єдності та взаємозв'язку природної і штучної родючості і визначається таким показником як якість землі, тобто здатність землі до відтворення рослин, які на ній вирощуються.

Землеволодіння — означає таке користування землею, при якому її володар має право її обробляти і користуватися результатами своєї праці, хоч і не в повній мірі, тому що він не обов'язково є її власником

Землекористування — означає, що особа, яка має таке право може використовувати земельну ділянку в своїх інтересах.

Агросервіс — галузі та організації, які безпосередньо обслуговують сільськогосподарське виробництво.

Фермерське господарство — найпростіша форма організації агробізнесу;

Агрофірма — агропромислове підприємство, створене на базі сільськогосподарського підприємства, за наявності в ньому переробної ланки, а також потужностей зі зберігання і реалізації готової продукції.

Міжнародна продовольча компанія — МПК — форма організації агропромислового виробництва, яка реалізує власну продовольчу продукцію на світових ринках.

Державне регулювання агробізнесу — дії держави, спрямовані на створення оптимальних умов функціонування агробізнесу. Відбувається шляхом розробки комплексних цільових програм та відповідного законодавства.

З точки зору організаційної структури у агробізнесі можна виділити такі рівні: первинні форми агробізнесу — національних агробізнес — міжнародний агробізнес.

Первинні форми агробізнесу представлені у більшості країн фермерськими господарствами, які можуть утворювати різні види фермерських кооперативів, а також агропромислових об'єднань, спільно з переробними підприємствами і збутовими організаціями. Наступний рівень — формування системи агробізнесу в масштабі окремої країни, який складає систему національного агробізнесу.

I, нарешті, агробізнес, який виникав у відношеннях між окремими країнами, тобто у міжнародному масштабі — міжнародний агробізнес.

Економічні відносини у агробізнесі розпочинаються з господарювання на землі.

4.1. Землеволодіння і землекористування

Вихідної матеріальною основою господарювання в системі агробізнесу є земля. З використання здатності землі плодородити розпочинається процес агропромислового виробництва. На землі розміщуються посіви, а також тваринницькі ферми та споруди, вона використовується також як пасовище для худоби.

Як засіб виробництва земля має ряд особливостей: вона є незамінним ресурсом; її використання з метою сільськогосподарського виробництва обмежене та зумовлене тими кліматичними умовами, в яких знаходиться дана ділянка; вона характеризується постійним місцезоташуванням, її розміри просторово обмежені; розширити земельні угіддя можна лише за допомогою значних вкладень сил та коштів; земля належить до категорії основних фондів АПК.

Але вона відрізняється від інших основних фондів тим, що не має властивостей фізичного і морального зносу. При раціональному використанні її родючість зростає, а при надмірній експлуатації — падає.

У сільськогосподарському виробництві використовують землі різної якості. Поняття «якість землі» включає в себе родючість ґрунтів, рельєф та конфігурацію ділянок, кліматичні умови.

Але головна якісна характеристика землі — її родючість. Суть її полягає у природній властивості ґрунту забезпечувати рослини необхідними поживними речовинами, водою впродовж усіх періодів їхнього росту і розвитку.

Разом з тим, родючість землі формується не тільки з її природних властивостей, але й під впливом людини в результаті обробки землі. У зв'язку з цим розрізняють природну, штучну та економічну родючість ґрунту.

Природна родючість формується в результаті довготривалого ґрунтоутворювального процесу. Вона складається з сукупності хімічних, фізичних, біологічних та інших властивостей ґрунту, а також залежить від клімату та інших природних факторів.

Штучна родючість створюється людиною в процесі ведення землеробства шляхом обробки ґрунту, внесення добрив, проведення меліоративних робіт та ін.

Економічна родючість ґрунту проявляється в єдності та взаємозв'язку природної і штучної родючості і визначається таким показником як якість землі, тобто здатність землі до відтворення рослин, які на ній вирощуються.

Якість землі оцінюється в балах. Причому оцінка може бути різною для різних культур.

Крім цього, велике значення має місце розташування земель відносно великих населених пунктів, шляхів сполучення, пунктів прийому та переробки сільськогосподарської продукції, баз матеріально-технічного постачання та ін.

Оскільки площа земель обмежена, то дуже важливим є ефективне використання їх. Визначають ефективність використання землі шляхом порівняння результатів виробництва з кількісною, або її вартісною, бальною характеристикою.

Від того, кому належить земля, залежить характер земельних відносин, який визначається тими правами, які мають особи, котрі обробляють землю. Право на землю може надаватися у таких формах як володіння, користування, розпорядження та власність.

Володіння означає таке користування землею, при якому її володар мав право її обробляти і користуватися результатами своєї праці, хоч і не в повній мірі, тому що він не обов'язково є її власником.

Право користування землею може здійснюватися на основі звичаїв, що склалися або у встановленому законом порядку. Воно

означає, що особа, яка має таке право, може використовувати земельну ділянку в своїх інтересах. Але користування ще не дає права власності на землю. Користувач одержує землю в її власника на основі договору оренди, в якому визначаються умови користування. Власність на землю виражається у праві власника володіти, розпоряджатися й користуватися землею та вирощеною на ній продукцією. Разом з тим, треба мати на увазі, що право власності на землю може мати певні обмеження. Це може виявлятися в обмеженні розмірів земельних ділянок власника. Окрім того, в цивілізованих країнах діють закони, що охороняють землю від дій користувачів й землевласників, які можуть завдати їй шкоди і знизити родючі якості.

Власність на землю може бути індивідуальною, колективною і державною. Це зумовлює різні форми господарювання на землі.

Індивідуальна, або приватна, власність на землю є виробничою основою для ведення різних форм фермерського господарства.

Колективна власність на землю реалізується у різноманітних формах кооперативних господарств.

Прикладом державної форми власності можуть бути такі господарства як радгоспи, які в результаті роздержавлення і приватизації можуть перетворюватися в інші форми власності та ведення господарства.

Різнманітність форм власності й форм господарювання зумовлює різні комбінації індивідуальних, колективних і державних господарств.

Викладений вище порядок землекористування є вихідною основою проведення земельної реформи в Україні.

Земельна реформа є складовою економічної реформи, що здійснюється в Україні у зв'язку з її переходом до ринкових відносин. Завдання цієї реформи — перерозподіл земель з одночасним наданням їх у власність громадянам, колективним господарствам, іншим підприємствам, установам і організаціям, а також у користування з метою створення умов для рівноправного розвитку різних форм господарювання на землі, формування багатогалуздової економіки, раціонального здійснення охорони земель.

4.2. Інфраструктура агропромислового виробництва

Галузі промисловості і види діяльності які створюють оптимальні умови для ефективного функціонування сільськогосподарських і переробних підприємств складають інфраструктуру

агропромислового виробництва. За характером та ступенем впливу на виробничі процеси в системі агробізнесу і рівнем створення умов для нормального функціонування ринкових відносин інфраструктура в сільській місцевості поділяється на виробничу, ринкову та соціальну.

До виробничої інфраструктури належать, підприємства, фірми і організації, які здійснюють продаж матеріально-технічних засобів, ремонт техніки і її технічне обслуговування в господарствах; монтаж обладнання тваринницьких ферм, агрохімічне та ветеринарно-санітарне обслуговування.

Важливими ланками виробничої інфраструктури є організації, що здійснюють будівництво, транспортне обслуговування, меліорацію та іригацію, агролісомеліорацію, протиерозійні заходи, захист рослин, землевлаштування, а також інформатизаційне обслуговування.

Необхідною умовою оптимального функціонування агропромислового виробництва та ринку є наявність ринкової інфраструктури. Основні її елементи — комерційні й акціонерні банки, ринок, аудиторські фірми, товарні біржі, біржі сільськогосподарської техніки, сільськогосподарської сировини та готових продуктів харчування, біржі праці, торгово-посередницькі кооперативи, асоціації й фірми, інформаційні центри.

Призначення соціальної інфраструктури на селі — це створення сприятливих умов для життя і творчої діяльності сільських трудівників. Основними ланками соціальної інфраструктури в сільській місцевості є: житлове та культурно-побутове будівництво; медичне обслуговування, поліпшення умов праці та розвиток освіти, благоустрій сільських поселень, розвиток торговельної мережі, розвиток транспортних комунікацій.

Галузі та організації, які безпосередньо обслуговують сільськогосподарське виробництво утворюють систему агросервісу.

Функції агросервісу в умовах ринкової економіки можуть бути розподілені на такі основні напрямки: матеріально-технічне постачання, технічне, агрохімічне, зоотехнічне, ветеринарно-санітарне обслуговування виробничих процесів у рослинництві й тваринництві, сільське будівництво, меліоративне обслуговування, транспортне обслуговування.

Матеріально-технічне постачання сільського господарства визначається принципами організації, що впливають з особливостей виробництва та структури матеріально-технічних засобів, які використовуються, а саме:

— у сільському господарстві період виробництва не збігається з робочим періодом, на виробничий процес впливають природні

фактори. А тому постачання техніки, добрив та інших засобів виробництва має різко виражений сезонний характер, що викликає необхідність створення великих запасів матеріально-технічних засобів;

— із сезонного характеру сільськогосподарського виробництва впливає те, що більшість сільськогосподарської техніки використовується протягом невеликого періоду, що призводить до швидкого фізичного та морального зношування техніки;

— використання матеріально-технічних засобів у сільському господарстві визначається специфічними умовами ґрунтово-кліматичних зон;

— номенклатура матеріально-технічних засобів, призначених для системи агросервісу, нараховує близько 500 тисяч найменувань.

Значення матеріально-технічного постачання полягає в тому, що у вартості основних фондів сільського господарства більше 60 % припадає на будівлі й споруди і більше 20 % — на машини, обладнання та транспортні засоби (Перестройка аграрного сектора економіки, Под ред. Р. И. Тонконога. — М. Агропромиздат. 1990. — с. 217—221).

Формами агросервісного обслуговування в умовах ринкової економіки можуть бути: оптова торгівля засобами виробництва, розвиток прямих зв'язків між сільськогосподарськими споживачами й виробниками технічних засобів, створення розгалуженої мережі торгово-посередницьких організацій, товарних, лізингових фірм, сервісних центрів і комісійних крамниць, брокерських та дилерських фірм, центрів та пунктів прокату, у тому числі частково-зношеної техніки.

Одним з перспективних засобів підвищення забезпеченості сільськогосподарського виробництва й переробних галузей АПК машинами й обладнанням, а також засобом їх оновлення є лізинг. Він являє собою особливу форму фінансування капіталовкладень і дещо схожий з орендою. За використання машин орендатор сплачує її власникові, частіше фінансовій установі, спожиту вартість, процент за кредит, сплачує послуги орендодавця і необхідний йому прибуток. Для користувача (орендатора) лізинг одночасно розв'язує проблему придбання нової техніки й проблему фінансування покупки.

На підставі закордонного досвіду розрізняють фінансовий лізинг і оперативний. Фінансовий лізинг ближчий до звичайної довгострокової оренди засобів виробництва і закінчується, як правило, переходом майна, яке орендується, від орендодавця у власність орендатора.

Оперативний лізинг ближчий до довгочасного прокату основних засобів. Обслуговування та ремонт здійснюється їхнім власником або проміжною дилерською фірмою. У сільському господарстві за кордоном переважно застосовується оперативний лізинг. У нас впроваджується фінансовий лізинг. Актуальним є використання лізингу закордонної сільськогосподарської техніки й обладнання. Головна позитивна риса міжнародного лізингу полягає у використанні більш досконалого іноземного обладнання, отриманні різноманітних валютних, фінансових і податкових пільг.

Після закінчення терміну дії контракту у межах фінансового лізингу орендатор має право вибору одного з трьох варіантів:

— купівля матеріальних цінностей за залишковою вартістю, яка заздалегідь передбачається у контракті (від 1 до 7 % початкової ціни);

— укладення нової лізингової угоди, як правило, на менший строк за пільговою ставкою;

— повернення лізинговій компанії матеріальних цінностей (Черенев Г. Сельськогосподарська техніка по лізингу. АПК: економіка, управління. — 1992. — № 1, с. 56—58).

Необхідним елементом інфраструктури АПК є його інформатизаційне обслуговування. Сьогодні без всебічної інформатизації неможливе успішне ведення справ в агробізнесі.

Інформатизація АПК — це процес створення та впровадження новітніх засобів мікроелектроніки та обчислювальної техніки у всі сфери виробничої, організаційно-економічної, наукової та соціальної діяльності сільського господарства й переробної промисловості з метою отримання високих кінцевих результатів при максимально ефективному використанні природних, трудових, інтелектуальних і матеріальних ресурсів (АПК: економіка, управління, 1991 — № 3, с. 43—44).

Основні етапи робіт із впровадження нових інформаційних технологій в АПК пов'язані зі створенням автоматизованих робочих місць (АРМ) спеціалістів різного профілю.

АРМ являють собою комплекс програмно-технічних засобів ПЕОМ, прикладні програми, орієнтовані на розв'язання тих чи інших професійних завдань АПК. Усю різноманітність типів АРМ можна класифікувати за професійними ознаками, наприклад, АРМ агронома, зоотехніка, ветлікаря, бухгалтера. (АПК: економіка, управління. — 1991, № 4. с. 45—50).

4.3. Організація виробництва у фермерських господарствах

Агробізнес може розвиватись у різних організаційних формах. Найпростішою організаційною формою агробізнесу є фермерське господарство. Найчастіше воно організується як сімейне господарство, сімейна ферма.

У 2003 році було прийнято Закони України «Про особисте селянське господарство» і «Про фермерське господарство». Згідно з Законом України «Про особисте селянське господарство» діяльність, пов'язана з веденням особистого селянського господарства, не відноситься до підприємницької діяльності, а тому цей закон не розглядається в даному курсі.

Згідно з Законом України «Про фермерське господарство» таке господарство є формою підприємницької діяльності громадян із створенням юридичної особи, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, займатися її переробкою та реалізацією з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм для ведення фермерського господарства відповідно до закону.

Фермерське господарство діє на умовах самоокупності і самостійно визначає напрями своєї діяльності, спеціалізацію, організує виробництво сільськогосподарської продукції, її переробку та реалізацію, на власний розсуд та ризик підбирає партнерів з економічних зв'язків у всіх сферах діяльності, у тому числі іноземних.

Реалізація сільськогосподарської продукції, що виробляється фермерським господарством, на вітчизняному ринку та її поставки на експорт, а також розрахунки з українськими та іноземними партнерами здійснюються відповідно до законодавства України.

Фермерські господарства разом з іншими сільськогосподарськими товаровиробниками мають право створювати обслуговуючі сільськогосподарські кооперативи, спілки, інші об'єднання, а також бути засновниками /учасниками/ господарських товариств.

Діяльність фермерського господарства починається з оцінювання основних природних факторів: землі, клімату й води. З такого оцінювання розпочинає своя книгу «Організація господарства на фермах» професор Колумбійського університету Т. Р. Хеджес.

Відомо п'ять найважливіших каналів, через які природні фактори можуть впливати на доходи, витрати й прибуток у фермерському господарстві:

1. Вони великою мірою визначають можливість вирощування тих чи інших культур або організації інших галузей, впливають на вихід продукції й, таким чином, на валовий дохід.

2. Вони зумовлюють технологічні й організаційні методи та заходи у рільництві, характер і розмір виробничих витрат.

3. Вони можуть створювати специфічні проблеми, які вимагають для ліквідації їх спеціальних заходів чи господарських прийомів, наприклад, дренажування, планування поверхні, запровадження правильних сівозмін і захисту від заморозків. Це призводить до додаткових витрат і підвищує витрати виробництва.

4. Вони диктують основні вимоги до організації тваринництва, створення пасовищ, годівлі, утримання тварин тощо.

5. Вони тісно пов'язані із сезонністю виробництва і строками виконання робіт, впливають на якість продукції її збут та ціну.

Для організації виробництва велике значення мають чотири основні характеристики земельних угідь ферми: місце розташування і конфігурація ділянки, яку займає господарство, топографія місцевості, властивості ґрунту й обмеженість земельних ресурсів. Кожна з них прямо чи побічно впливає на прибуток, який одержує господарство, а також на розв'язання питань організації господарства.

Обмеженість земельних ресурсів являє собою головний фактор, який впливає на ціну землі й капітальні витрати, необхідні для купівлі ферми.

Приступаючи до розробки структури посівних площ, фермер повинен отримати відповіді на такі запитання:

1. Які земельні угіддя й типи ґрунтів є у даному господарстві, яку площу займає кожний з них та які їхні найважливіші фізичні властивості?

2. Яка порівняльна врожайність тих чи інших культур на різних ґрунтах і класах земельних угідь та які виробничі витрати припускає кожний із декількох можливих рівнів урожайності?

3. Який розмір валової виручки, витрат і прибутку з розрахунку на одиницю земельної площі характерний для різних культур при декількох рівнях урожайності, а також на різних типах ґрунтів чи класах земельних угідь? (АПК: економіка, управління. — 1991. — № 3, с. 86—102. № 4, с. 89—102).

Сучасне сільське господарство потребує значних коштів. Для рентабельного ведення сільськогосподарського підприємства фермер повинен мати значний обіговий капітал. Фермери мають

враховувати як постійні так і змінні витрати використання основних засобів виробництва:

Грошові постійні витрати.

1. Поточний ремонт будівель.
2. Страхування.
3. Орендна плата.
4. Податки.

Негрошові постійні витрати.

1. Амортизація.
2. Процент на вкладений капітал.

Грошові змінні витрати.

1. Пальне.
2. Мастила.
3. Технічний догляд.
4. Ремонт машин та обладнання.

Фермеру важливо знати різні статті постійних та змінних витрат і розуміти, чим вони відрізняється. (АПК: экономика, управление. — 1991. — № 3. — с. 99—105).

Для поліпшення ведення господарства та збільшення прибутків ферми необхідно вміти користуватися певними аналітичними методами класифікації, зведення і оцінювання факторів. Відомі два методи класифікації: метод економічного оцінювання виробничої одиниці й метод бюджетного аналізу господарської діяльності ферми.

Перший метод може використовуватись для того, щоб оцінити продуктивність виробничої одиниці одного акра земельної площі чи однієї голови продуктивної худоби.

За допомогою другого методу планується вся господарська діяльність або діяльність її головних галузей. Застосування цих методів аналізу господарської діяльності дає змогу фермеру одержати певну вигоду, що дозволяє більш раціонально вести господарство.

Фахівець який займається аналізом, має сам вибрати або розробити нормативи, що відтворюють умови, які, за його розрахунками, можуть вплинути на виробництво.

Щодо кожної конкретної ділянки земельної площі чи одиниці поголів'я худоби нормативи мають включати велике коло відомостей:

1. Про вид матеріалів і послуг, необхідних для вирощування кожної культури, яка підлягає оцінюванню: насіння, добрива, отрутохімікати, кількість праці, робота тракторів і машин у годинах та ін.

2. Про види матеріалів і послуг, які використовуються для вирощування кожного виду худоби чи виробництва продукції для її утримання, ветеринарного обслуговування, перевозок, отрутохімікатів та інших матеріалів і послуг.

3. Про кількісні показники усіх витрат для кожної культури чи галузі тваринництва, що підлягають оцінюванню.

4. Про купівельні ціни чи розмір витрат для усіх видів затрат, матеріалів та послуг.

5. Про обсяги продукції кожного виду виробництва.

6. Про ціни продажу продуктів. (АПК: економіка, управління. — 1991. — № 7, с. 83—105./ № 9, с. 96—100).

При плануванні рентабельного рослинництва і тваринництва фермери мають вибирати між двома або декількома галузями для того, щоб вирішити, як найкраще розподілити постійний розмір земельної площі, або незмінну кількість інших ресурсів. При цьому виникає такий тип економічних взаємовідносин, як співвідношення між продуктами. Можуть бути такі форми цих співвідношень: конкуренція, взаємовиключення, взаємодоповнення, з погляду прибутку, поєднані комбінації (основний і побічний продукт).

При конкуренції фермер повинен визначити, яка комбінація двох культур, з точки зору посівної площі і урожайності, дасть більший дохід.

Взаємовиключаючі співвідношення означають конфлікт між галузями. Наприклад, в окремі роки фермери на Заході США спостерігають, як цукрові буряки стають антагоністами томатів. Це пояснюється тим, що цукрові буряки є рослиною-господарем для листяної блохи, яка переносить вірус, що уражає томати.

Взаємодоповнюючі галузі забезпечують більш високі доходи при даному рівні постійних витрат. Цей ефект часто пояснюють тим, що одна з культур є бобовою й сприяє накопиченню у ґрунті потрібних для іншої культури азоту чи гумусу або кращої для неї структури орного горизонту. Наприклад, пшениця та озимий горох.

Різні галузі тваринництва можуть взаємно доповнювати одна одну. Наприклад, свині і велика рогата худоба, тому що вони дають такі самі прирости при менших затратах кормів.

Сполучені продукти дають можливість підвищити дохід. Приклад; виробництво зернових колосових культур, пресування соломи в паки для продажу її власникам молочних господарств. (АПК: економіка, управління. — 1992. — № 11, с. 95—103).

4.4. Основні організаційні форми агропромислового виробництва

Міжнародний досвід свідчить про те, що ефективними формами організації агробізнесу є агропромислові формування, в яких поєднується виробництво сільськогосподарської продукції, її переробка, зберігання, транспортування і реалізація готової продукції як на внутрішніх та і на світових ринках. Розглянемо основні форми агропромислової інтеграції.

Агропромисловий комбінат — являє собою інтегрований виробничо-господарський комплекс, до складу якого входить виробництво сільськогосподарської продукції, його переробка і реалізація через власну фірмову торгівлю. Такі комбінати розміщуються поблизу великих міст, промислових центрів, рекреаційних і туристичних зон з метою забезпечення їх високоякісною продукцією.

Відносини між підприємствами у складі комбінатів, які можуть бути різних форм власності будуються на договірній основі. Управління комбінатом здійснюється радою на чолі з генеральним директором.

Досить поширеною формою в агробізнесі є агропромислові об'єднання. Основні завдання, функції і напрямки їхньої діяльності аналогічні агропромисловим комбінатам, але інтеграційні зв'язки їх глибші. Останнім часом в об'єднаннях відбулось акціонування, і тому управління ними, їхня організаційна структура, уся господарська діяльність будується на демократичній основі.

Одна з нових форм агропромислових об'єднань — виробничі та науково-виробничі системи. Це така форма договірних відносин групи підприємств, господарств і організацій, яка здійснює виробництво, переробку, зберігання певних видів продукції під організаційним і технологічним керівництвом головного підприємства. До науково-виробничої системи крім вищевказаного, входить науково-дослідницька установа, яка забезпечує впровадження у виробництво прогресивних технологій і нових видів продукції.

Агрофірма — це агропромислове підприємство, створене на базі сільськогосподарського підприємства, за наявності в ньому переробної ланки, а також потужностей зі зберігання і реалізації готової продукції. Вищим органом управління агрофірмою є рада, до складу якої входять керівники структурних підрозділів. Економічні взаємовідносини підприємств і організацій агрофірми будуються на основі їхньої рівноправної участі у розподілі одержаних результатів.

Агрофірма також займається нетрадиційними видами діяльності, такими як вирощування лікарських рослин, збирання корисних дикоростучих плодів, розведення хутрових звірків. Уся ця продукція користується попитом на міжнародному ринку та сприяє зміцненню фінансово-економічного становища агрофірми.

Нагадаємо, що у світовій практиці консорціум означає угоду між банками та промисловими компаніями для спільної взаємовигідної підприємницької діяльності. У наших умовах агроконсорціум може визначатись як кооперація кількох підприємств різних галузей народного господарства, організацій та банків, які залишаються самостійними, для спільного здійснення програми чи проекту з виробництва, переробки, зберігання та реалізації сільськогосподарської продукції. Вони можуть бути регіональними, міжгалузевими і навіть міжнародними. У формуванні агроконсорціуму можуть брати участь будь-які організації, які мають вільні кошти. Поєднання в агроконсорціумі грошових та матеріальних внесків учасників гарантує йому сталість, надійність та суттєві переваги в умовах дефіциту ресурсів.

Вищим органом управління агроконсорціумом є рада засновників-директорів, до складу якої входять керівники всіх організацій та підприємств, які є складовими частинами агроконсорціуму. Агроконсорціум має повну самостійність для здійснення ефективної виробничої діяльності.

Агроконсорціуми можуть створюватись й для реалізації великих та регіональних цільових програм силами групи підприємств будь-якої форми власності. Після виконання поставленої мети консорціум припиняє свою діяльність чи перетворюється в інший вид об'єднання.

Останнім часом розвивається співробітництво вітчизняних підприємств АПК з іноземними фірмами і компаніями, в результаті чого утворюються спільні підприємства (СП).

Основна мета таких підприємств — залучення іноземних інвестицій для впровадження у виробництво передових технологій.

Спільні підприємства засновується у формі кооперації вітчизняних підприємств з іноземними партнерами. При цьому українські учасники СП надають у користування земельні ділянки, приміщення, певне обладнання та трудові ресурси.

Іноземні партнери передають, як правило, технічні засоби, насіння сільськогосподарських культур, хімічні засоби захисту рослин і тварин, устаткування, патенти, ліцензії, а також забезпечують навчання працівників СП надають консультаційну допомогу в процесі виконання технологічних операцій.

Вищим органом управління СП є рада учасників, членам якої надається кількість голосів пропорційно до вартості їхніх часток у статутному фонді.

Для оперативного розв'язання поточних організаційно-господарських питань створюється виконавчий орган — виконавча дирекція. (Економіка АПК. — 1996. № 8, с. 31—36).

Утвердження системи ринкової економіки в нашій країні неодмінно повинно супроводжуватися відповідними змінами в територіальному устрої держави. Існуючий адміністративно-територіальний устрій сформувався в основному за часів панування командно-адміністративної системи. І сьогодні він вже не відповідає сучасним вимогам.

25 травня 2001 року Указом Президента України була схвалена Концепція державної регіональної політики. В Концепції визначено, що для досягнення мети державної регіональної політики передбачається вирішення серед іншого такого завдання як налагодження міжнародного співробітництва у сфері регіональної політики, наближення національного законодавства з цього питання до норм і стандартів Європейського Союзу, а також розвиток прикордонного співробітництва, як дійового засобу зміцнення міжнародних відносин та вирішення регіональних проблем.

Серед заходів, які передбачаються для поліпшення державного регулювання у сфері реалізації державної регіональної політики відзначено стимулювання розвитку транскордонних та міжрегіональних економічних зв'язків на основі виробничої кооперації та інтеграції, створення відповідних промислово-фінансових груп, інших сучасних форм господарювання. Все це передбачає перехід регіону до інноваційної моделі розвитку економіки.

Також передбачається здійснення системи заходів із розбудови інфраструктури регіонального розвитку, зокрема, ринків продовольства, землі, праці та капіталу, включаючи товарні біржі, оптові ринки, агро торгові дома, аукціони, ярмарки, заготівельні кооперативи, підприємства фірмової торгівлі тощо, а також регіональні агентства розвитку.

Таким чином, виходячи з усіх вищевказаних положень, Одеська область є таким регіоном, в якому наявні всі необхідні умови для успішного розвитку сучасних форм господарювання в системі АПК.

Одеська область являє собою багатогалузевий регіон, в кому сільське господарство має порівняно широку спеціалізацію. Разом з тим, мова може йти про наявність в цьому регіоні продук-

тової зони промислової агломерації і продуктової зони туристично-рекреаційного напрямку. Такі продуктові зони розташовані навколо Одеси.

Інший напрямок — це розвиток прикордонного і транскордонного співробітництва, а також ефективного використання транзитних можливостей регіону.

Найбільш всебічно розвиненими є технологічні парки і технополіси. Прикладом може бути технологічний парк «Плессі» в Ірландії, в якому функціонує центр по переробці сільськогосподарської продукції, основна задача якого — створення нових підприємств по переробці сільськогосподарської сировини. Щорічно відкривається біля десяти підприємств. Спеціалісти центру мають право давати дозвіл на нові продукти. (Дергачев В. А., Орніш Т. Л. Научно-технические зоны в современном мире, Одесса, 1993, с. 7—9)

У Російській Федерації, на території Нижегородської області планується сформувати агротехнопарк «Нижегородський». Цей технопарк буде вільною економічною зоною з центром у одному з провідних сільськогосподарських навчальних закладів області. Головна мета цього агро технопарку — впровадження новітніх технологій і сучасних методів управління у агропромисловий сектор регіону. (<http://www.nta-nn.ru/?id=78712>)

Ще один приклад — створення агротехнопарку у Мічурінському наукограді. Цей проект фінансується як з федерального так і з регіонального бюджетів. До складу агротехнопарку ввійшли не лише аграрні, а й промислові підприємства Тамбову та сусідніх областей. Головна мета агро технопарку — вирішення проблем екології та створення нормальних умов життєдіяльності людини. (http://www.interfintrade.ru/main/news/prime?n_id=23449&PHPSESSID=8a06f7af42f3dbed20d22b5a2bd69bc7)

Історія формування і розвитку технологічних парків в Україні починається з Указу Президента України № 113 від 25.03.94 р. й Постанови Кабінету Міністрів № 369 від 14.06.96 р. «Про економічно-технологічний експеримент у Бродовському районі Львівської області». Згідно з цією постановою тут було побудовано перший в країні інноваційний центр «Броди» на зразок агро технопарку. Він об'єднав підприємства сільськогосподарства, переробної, легкої та деревообробної промисловості. Йому були надані пільги як для вільної економічної зони. Однак, незважаючи на деякі успіхи за роки експерименту не вдалося досягти очікуваних результатів. Причина — відсутність поруч потужного наукового центру (наукове забезпечення здійснює мало чисельна лабораторія), необхідних інвестицій і підтримки з боку райдер-

жадміністрації. (Технопарки отримали урядову підтримку/ Урядовий кур'єр., 12 жовтня 2001 р.)

В листопаді 2001 року була прийнята спільна постанова президії Української академії аграрних наук та науково-технічної ради Міністерства аграрної політики про затвердження Концепції прискореного переходу аграрного сектору економіки на інноваційну модель розвитку. Згідно з цією постановою для реалізації Концепції в міністерстві аграрної політики було прийнято рішення про створення і забезпечення діяльності технологічного парку «Агротехнопарк». Основні його засновники — Українська академія аграрних наук, Національний університет харчових технологій та ряд підприємств агропромислового комплексу. (www.uga-port.org.ua/cgi-bin/valnews_portal.sh?lpost0200301137.shtml)

З'явилося повідомлення про те, що Кабінет Міністрів України схвалив концепцію створення технопарків. Згідно з нею планується створення пілотного проекту в Одеській області, а також створення технопарків в АР Крим, Київській, Львівській і Харківській областях. (www.reporter.eurocom.od.ua/cgi-bin/view_material.pl?mt_id=22585)

Крім того, передбачається створення технологічного парку при Луцькому державному технічному університеті, мета організації якого — формування регіональної інноваційної структури в зоні Полісся. Цей технопарк стимулюватиме відродження льонарства, розвиток хмелярства, впровадження органічного землеробства, поліпшення екологічного стану територій регіону, реалізацію енергозберігаючих технологій в агропромисловому комплексі регіону. (www.uga-port.org.ua/cgi-bin/valnews_portal.sh?lpost0400702135.shtml)

Таким чином, є достатні підстави для висновку про те, що в Україні створені необхідні передумови для ефективного функціонування технопарків. Залишається забезпечити достатнє фінансування та підтримку регіональних органів влади.

У міжнародному агробізнесі вирішальну роль стали відігравати міжнародні продовольчі компанії — МПК. В рамках МПК відбувається виробництво і реалізація певних видів продовольчої продукції на світових ринках. Вони мають свої філіали в різних країнах світу.

4.5. Форми і методи державного регулювання агробізнесу

Оптимальний розвиток агробізнесу досягається шляхом поєднання ринкового механізму та державного регулювання. Проблемою є оптимальне поєднання їх. Вільно функціонуючого ринку практично немає в жодній країні.

У зв'язку з цим слід розглянути функції ринкового механізму та державного регулювання в умовах ринку.

Основними функціями ринкового механізму є:

- регулювання співвідношення попиту та пропозиції відповідно до змін виробництва у напрямку максимальної відповідності громадським потребам;
- формування параметрів виробництва з урахуванням інтересів та реакції споживача;
- розвиток підприємницької діяльності, визначення її ефективності та винагороди виробників;
- організація ділових контактів між виробниками та споживачами, що перетворюються надалі в стійкі економічні зв'язки;
- підготовка справді економічної інформації для прийняття оптимальних рішень.

Найважливішим регулятором ринку є конкуренція. Однак вона діє стихійно і має суперечливий характер. З одного боку, вона сприяє зростанню виробництва, підвищенню якості продукції і найбільш повному задоволенню потреб споживачів, але, з іншого боку, вона може призвести до порушення стабільності суспільного виробництва, що виявляється у надвиробництві товарів або у нестачі їх. Бажаючи вижити у конкурентній боротьбі, виробники об'єднуються у великі монополії, що шкодить розвитку здорової конкуренції та веде до застою виробництва. Усе це породжує негативні соціальні наслідки: безробіття, різке диференціювання прибутків населення.

Функції ринкового механізму виявляються в результаті дій об'єктивних економічних законів. Пізнаючи особливості дій цих законів, держава вживає заходів, спрямованих на пом'якшення небажаних для суспільства економічних та соціальних наслідків ринку. Тому дії державного регулювання мають бути не довільними, а зумовленими законами ринку та завданнями, які стоять перед суспільним виробництвом.

Основні принципи державного регулювання визначаються такими положеннями:

— здійснення державного регулювання як доповнення до ринкового механізму з метою узгодження дій усіх його елементів; державне регулювання узгоджується з інтересами товаровиробників і не має щодо них адресного характеру та регулює пропорції суспільного виробництва на макрорівні;

— межі державного регулювання визначаються межами дії об'єктивних економічних законів та конкретними завданнями, що стоять перед суспільством;

— державне регулювання здійснюється, як правило, за допомогою економічних заходів шляхом розробки комплексних цільових програм та відповідно до діючого законодавства.

У період переходу до ринкової економіки регулююча діяльність держави має бути спрямована на створення необхідних умов її оптимального функціонування. Такі дії держави мають полягати у лібералізації механізму ринку, розширенні підприємництва, приватизації державного майна, створенні інфраструктури ринку, відмові від нерентабельних виробників та роздрібних цін, перебудові зовнішньоекономічної діяльності, організації соціального захисту населення.

Основної сферою регулювання агробізнесу є сільське господарство. Державне регулювання його розвитку здійснюється на основі загальних форм, методів та принципів, викладених вище. Разом з тим тут необхідно враховувати деякі особливості.

Перша група особливостей впливає з того, що сільське господарство забезпечує населення країни продовольчими товарами. При цьому велика частина цієї продукції проходить промислову переробку. Отже, від рівня розвитку сільського господарства та відповідних галузей промисловості залежить життєвий рівень населення. Кожна цивілізована держава повинна піклуватися про добробут своїх громадян та створювати сприятливі умови для розвитку сільського господарства й АПК в цілому.

Друга група особливостей визначається нестабільністю сільськогосподарського виробництва у зв'язку з його великою залежністю від природнокліматичних умов. Це веде до таких наслідків:

— ускладнення можливості збалансувати у часі та просторі обсяги виробництва продовольчих товарів з потребами ринку;

— нестабільність фінансового становища сільського господарства;

— сезонність сільськогосподарського виробництва, що призводить до нерівномірної зайнятості сільського населення, а науково-технічний прогрес — до скорочення працівників у сільському господарстві.

Крім того, слід враховувати ще одну особливість. Сільське господарство не входить до системи великих монопольних утворень і тому зазнає найбільшого руйнівного впливу конкурентних сил з боку обслуговуючих та переробних фірм, що в загально-економічному та соціальному відношеннях негативно позначаються на економіці.

Для забезпечення необхідного рівня прибутків у сільському господарстві та гарантування стійкості виробництва і постачання

населення продуктами харчування держава надає сільськогосподарським виробникам повну самостійність. Функція держави полягає в створенні умов для реалізації продукції з гарантією, що падіння цін на сільськогосподарському ринку не буде нижче рівня, який дає змогу вести виробництво з успіхом.

Функції органів державного регулювання АПК та агробізнесу можна звести до таких напрямків: прийняття відповідних законів, прийняття державних програм розвитку АПК та розробка прогнозів його розвитку, щоденне регулювання функціонування АПК.

Державне регулювання агробізнесу здійснюється практично в усіх країнах.

Розглянемо, як здійснюється регулювання агробізнесу в США.

Ускладнення міжгалузевих зв'язків, загострення протиріч між масою фермерських господарств та великими компаніями, повторення криз надвиробництва призвели до необхідності активного втручання держави в агробізнес, а особливо в справі фермерського господарства. Основна роль у цьому належить Міністерству сільського господарства США. Міністерство здійснює свої функції відповідно до довгострокових цільових програм, які після затвердження їх конгресом набирають силу закону. Під ці програми виділяються кошти з федерального бюджету, створюються нові підрозділи, перебудовується структура міністерства. До складу міністерства входять вчені та спеціалісти федеральних науково-дослідних закладів, спеціалісти із втілення досягнень науки та передового досвіду, працівники різноманітних структур, розташованих по всій країні. Переважна більшість їх знаходиться в штатах і округах у безпосередній близькості до фермерського виробництва та підприємств АПК.

За останні роки витрати федерального бюджету на програми, що реалізуються через МСГ США і на утримання самого апарату значно зросли. Кошти використовуються на формування програми регулювання виробництва, на надання допомоги низькооплачуваним верствам населення, школярам, годуючим матерям, на програми розвитку сільських районів, на проведення інспекцій якості продукції, дослідження ринку, на наукові дослідження та втілення їх у виробництво.

Основні функції міністерства — довгострокове та короткострокове прогнозування виробництва, попиту та пропозиції, проведення аналізу фінансового стану фермерських господарств та розвитку окремих галузей АПК, а також аналіз продовольчого забезпечення населення, стану та перспектив розвитку зовніш-

ньої торгівлі; регулювання обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, організація та проведення наукових досліджень, втілення результатів їх у фермерських господарствах; підготовка та перепідготовка кадрів; розвиток сільських районів та охорона природних ресурсів; контроль якості сільськогосподарської продукції та продуктів харчування, продовольча допомога низькооплачуваним та деяким іншим верствам населення; сприяння кооперативному фермерському рухові, організація зовнішньоекономічних зв'язків.

Одна з головних функцій міністерства — антикризове регулювання сільського господарства, тобто встановлення рівноваги між попитом та пропозицією на ринку продовольчих товарів. Для економіки США це одна з найгостріших проблем.

Таке регулювання відбувається шляхом стимулювання добровільного обмеження (за відповідну винагороду) виробництва сільськогосподарської продукції, скуповування державою у фермерів надлишків (нереалізованих) продуктів за гарантованими цінами.

Міністерство здійснює значний вплив на якість сільськогосподарської продукції. Відповідно до закону, наприклад, усе м'ясо великої рогатої худоби та птиці, якщо воно буде реалізоване в інших штатах, або піде на експорт, має бути перевірене федеральною інспекцією МСГ. Якщо м'ясо реалізується безпосередньо в середині штату, то воно перевіряється інспекцією штату. Є також інспекції з контролю якості молока, яєць та інших продуктів, що швидко псуються.

Усі види мінеральних добрив, що реалізуються у сільському господарстві, та інших хімікатів, кормові добавки, ветеринарні препарати тощо проходять ретельне випробування в спеціальній службі МСГ і тільки з відповідного дозволу можуть надійти у комерційний продаж.

Міністерство видає багато інформаційних бюлетенів з усіх аспектів сільського господарства та пов'язаних з ним галузей, які мають велику популярність у ділових колах АПК, у наукових працівників, фермерів. (Коньгин А. А. Фермерское хозяйство США. Под ред. В. Ф. Башмачникова. — М. Агропромиздат. 1989, с. 61—63, 198—199).

Важливою економічною функцією держави в країнах, що розвиваються є планування та регулювання розвитку районів агропромислового виробництва. Ця функція держави приводить до розвитку інтеграційних процесів між промисловістю і сільським господарством. Політика держави в цих країнах спрямовується

на створення національних АПК, які являють собою один з важливих елементів індустріального перетворення аграрної периферії афро-азіатських держав.

Запитання для самоконтролю:

1. Які особливості землі як засобу виробництва?
2. Які Ви знаєте види родючості землі і в чому їх сутність?
3. В чому полягає завдання земельної реформи в Україні?
4. В чому полягає сутність інфраструктури агропромислового виробництва?
5. Які основні функції агросервісу?
6. Назвіть п'ять найважливіших каналів, через які природні фактори можуть впливати на доходи, витрати і прибуток у фермерському господарстві.
7. Які постійні і змінні витрати має враховувати фермер при використанні основних засобів виробництва?
8. Які відомості щодо кожної конкретної ділянки земельної площі чи одиниці поголів'я худоби повинен мати фермер при розробці нормативів?
9. Які співвідношення між продуктами можуть бути при плануванні рентабельного рослинництва і тваринництва?
10. Які Ви знаєте форми агропромислового виробництва і в чому їх організаційні особливості?
11. В чому полягають основні принципи державного регулювання агробізнесу?
12. Які особливості розвитку сільського господарства необхідно враховувати при його державному регулюванні?
13. Визначіть основні функції Міністерства сільського господарства США.

Розділ II

МІЖНАРОДНА АГРОПРОДОВОЛЬЧА СИСТЕМА.

ГЛАВА 5

ПРОДОВОЛЬЧА ПРОБЛЕМА В СУЧАСНОМУ СВІТІ

Основні питання теми

- 5.1. Основні тенденції виробництва продовольства в різних регіонах світу.
- 5.2. Масштаби голоду і недоїдання. Продовольча безпека країни.
- 5.3. Концептуальне визначення продовольчої проблеми.
- 5.4. Цілі продовольчої та сільськогосподарської організації ООН — ФАО та інших міжнародних організацій.
- 5.5. Система управління світовим аграрним виробництвом.

Основні поняття і терміни:

Державне регулювання агробізнесу — дії держави, спрямовані на створення оптимальних умов функціонування агробізнесу. Відбувається шляхом розробки комплексних цільових програм та відповідного законодавства.

Продовольча безпека країни — визначається рівнем забезпеченості країни власним виробництвом продовольства. При цьому розмір імпорту продовольства не повинен перевищувати 30 % від загальної потреби в ньому.

Концепція продовольчої проблеми — викладена у Світовій програмі боротьби з голодом, відомій як «Декларація Белладжіо».

Продовольча та сільськогосподарська організація ООН — ФАО — створена у 1945 році для вирішення продовольчої проблеми.

Світова продовольча програма ООН — організаційний елемент системи ООН. Заснована у 1962 році для надання

продовольчої допомоги країнам, які мають низький рівень економічного розвитку, або потерпають від стихійного лиха.

Продовольча проблема існувала на протязі всієї історії людства, з другої половини ХХ ст. вона набула всесвітнього масштабу. Сутність цієї проблеми полягає в тому, що людське суспільство, не зважаючи на колосальні досягнення науки і техніки, не в змозі забезпечити рівномірне і повноцінне харчування населення нашої планети. Вирішенню цієї проблеми і повинен сприяти розвиток міжнародного агробізнесу.

В цій темі розглянуті основні тенденції виробництва продовольства в різних регіонах світу, а також визначені основні напрями діяльності міжнародного співтовариства у вирішенні продовольчої проблеми.

5.1. Основні тенденції виробництва продовольства в різних регіонах світу

В сучасному світі в цілому спостерігається постійне зростання, виробництва продовольства. За даними продовольчої та сільськогосподарської організації ООН — ФАО в 1990/91 роках вперше після 1986 67 років у світі вироблено продуктів харчування більше, ніж потрібно для споживання, що привело до збільшення запасів і зниження цін, особливо на пшеницю.

Динаміка виробництва основних видів продовольства наведена у табл. 5.1.

Таким чином, за останні 30 з лишком років виробництво зернових збільшилося у 1,7 рази, овочів та баштанних культур у 3 рази, фруктів у 2,1 рази, маслонасіння у 3,5 рази, м'яса у 2,5 рази, молока у 1,5 рази, а виробництво шерсті дещо зменшилося.

Зростання сільськогосподарського виробництва наприкінці ХХ і початку ХХІ ст. дозволило суттєво покращити забезпечення населення земної кулі продуктами харчування. Сьогодні середньодушеве споживання становить 2800 ккал. на добу, тоді як у 1950 р. при чисельності населення 2,5 млрд чоловік воно дорівнювало 2450 ккал. /там само, с. 272/.

Разом з тим, у сучасному світі спостерігається нерівномірність у виробництві і споживанні продуктів харчування. Є дві групи країн з надлишковим та недостатнім виробництвом і споживанням продуктів харчування. До першої групи відносяться розвинуті країни — США і Канада, країни Європи, Японія та деякі інші. До другої — більшість країн Азії, Африки та Латинської Америки.

Таблиця 5.1

**СВІТОВЕ ВИРОБНИЦТВО ОСНОВНИХ
ВИДІВ ПРОДОВОЛЬСТВА, МЛН Т.**

Вид продовольства	Рік					
	1970	1980	1990	2000	2002	2003
Зернові	1213	1571	1955	2061	2032	2067
Коренеплоди	563	487	597	702	693	692
Овочі та баштанні культури	263	348	442	743	803	798
Фрукти	229	288	342	471	474	476
Маслонасіння /масляний еквівалент/ 35	35	51	74	110	115	121
Шрот маслонасіння	70	104	147	206	217	229
М'ясо	100	136	180	234	246	250
Молоко	392	466	543	579	598	601
Цукровий буряк	224	268	309	246	256	238
Бавовна	12	14	19	19	18	20
Шерсть	2,9	2,8	3,3	2,3	2,2	2,1
Тютюн	4,7	5,3	7,1	6,7	6,4	6,4

1) Мировая економіка и международний бизнес. Под общей ред. д. э. н. проф. В. В. Полякова и д. э. н. проф. Р.К. Щенина. М. КНОРУС. 2005, с. 272.

Крім того, велика різниця в доходах обумовила різкий контраст в обсягах, асортименті і якості їжі у багатих і бідних прошарків населення. За оцінкою Продовольчої і сільськогосподарської організації ООН — ФАО на 20 % найбіднішого населення планети в останні роки припадало

лише 1 % світових доходів, а на 20 % багатих — 86 %.

Треба також мати на увазі, що певна частина сільськогосподарської продукції використовується для промислового споживання. Крім чисто технічних культур — бавовни, льону, натурального каучуку, тютюну та ін. — на промислову переробку надходить частка продукції харчового сектору особливо для споживання безпосередньо у сільськогосподарському виробництві, зокрема у виробництві кормів, добрив та ін. Наприклад, для одержання привіску 1 кг м'яса необхідно 4—5 кг комбінованих кор-

мів, для виготовлення яких потрібна соя, кукурудза, кормове зерно та інші інгредієнти. Морська риба може використовуватися для одержання добрив або в якості кормових добавок, а також у аквакультурі — для вирощування 1 кг креветок потрібно витратити до 5 кг риби. (там само, с. 273).

Останнім часом у світі з'явилися прогнози, які визначають перспективи зростання виробництва продовольства і попиту на нього.

Однією з перших праць такого напрямку була книга двох американських вчених Г. Кана та С. Вінера «Рік 2000». Вони обчислили, скільки часу потрібно окремим країнам для того, щоб досягти рівня національного доходу США 1965 р., який становив 3600 доларів на душу населення. За їхніми розрахунками, Канаді необхідно для цього 12 років, Швеції — 11 років, ФРН — 16 років, Бразилії — 130 років, Мексиці — 162 роки, Індонезії — 593 роки. Основна ідея авторів полягала в тому, що період історичного розвитку до 2000 року буде безкризовим, без великих воєн та збройних конфронтацій і у всіх країнах зусилля буде зосереджено на внутрішньому розвитку.

Сьогодні ми вже можемо сказати, чи збулись ці прогнози. Найбільш відомою прогностичною моделлю світу є праця авторів із Массачусетського технологічного інституту та інших наукових установ США «Межі зростання»/ 1972). За розрахунками авторів цієї моделі на початку XXI століття економічне зростання наблизиться до природної межі.

На розвиток світу будуть незадовільно впливати такі фактори, як зростання забруднення навколишнього середовища, виснаження природних ресурсів, катастрофічні масштаби світового голоду та зниження народжуваності.

Потім з'явилася праця М. Месаровича і Е. Пестеля «Людство на перехресті». Їхній погляд на проблему майбутнього світу значно відрізняється від попередніх авторів. Залежно від рівня розвитку вони виділяють у світі 10 різних регіонів і вважають, що в процесі глобального планування ці регіони можуть бути врівноважені й це може стати реальною основою для переходу до обмеженого зростання споживання. Вони вважають, що розвиток десяти регіонів світу має бути підпорядкований «генеральному плану». Але ці автори не дають відповіді на питання про те, як змусити окремі країни виконувати умови такого плану. На відміну від «Меж зростання» робота колективу вчених під керівництвом лауреата Нобелівської премії Я. Тінбергена не має фатальних теорій загального краху, песимістичних передбачень, а пропонує

засоби вирішень, необхідних для уникнення небезпеки, що наближається:

1. Зниження темпів зростання попиту на продовольство шляхом регулювання народжуваності, або за рахунок використання більш ефективних методів господарювання.

2. Поліпшення розподілу продовольства, в процесі якого, країни, населення яких недоїдає, отримали б більше продуктів за рахунок тих країн, що мають надлишки продуктів харчування.

3. Збільшення виробництва продовольства.

На закінчення розгляду цього питання слід відмітити, що статистичні дані не підтверджують теорії Мальтуса, який доводив, що населення в світі зростає в геометричній прогресії, а виробництво продуктів харчування — в арифметичній. Після Другої світової війни виробництво продуктів харчування в світі випереджало зростання народонаселення вдвічі (Шаркань П. Мировая продовольственная проблема. — М. Экономика, 1982, с. 8—9, 37—80).

За розрахунками фахівців, продовольчий потенціал Землі, інакше кажучи, можливості нашої планети нагодувати людей, складає близько 1 трлн чоловік.

5.2. Масштаби голоду і недоїдання. Продовольча безпека країни

І все ж сьогодні в світі існує продовольча проблема. Достатньо навести такі дані: біля 1 млрд чоловік потерпає від низького рівня забезпечення продовольством; від голоду та хвороб, спричинених постійним недоїданням на землі кожної доби вмирає 10 тис. чоловік, а близько півмільярда голодує. (Шаркань П. Мировая продовольственная проблема. М. Экономика, 1982, с. 8).

Два регіону світу — Південна Азія і Африка на південь від Сахари зазнають хронічної нестачі продовольства, яка за несприятливих кліматичних умов — затримці періоду мусонних дощів, посуші, повенях і т.п. перетворюється у масовий голод мільйонів людей.

За масштабами голоду особливо відзначається Африка, де виробництво продовольства на душу населення не збільшується, а за деякими даними навіть зменшується. Але голод не обходить і інші регіони і країни. Так, відомо про масовий голод у Північній Кореї, де, за оцінками, вже померли сотні тисяч чоловік.

Масовий голод може бути викликаний двома основними причинами: по-перше, тимчасовими порушеннями «нормальних» кліматичних умов у тому чи іншому регіоні або країні; по-друге, існує перманентний, «хронічний» голод, який є результатом відсталого стану економіки країни.

Дослідники цієї проблеми (особливо хронічного голоду) відзначають, що у науковій та міжнародній статистиці зазвичай відсутні цілком достовірні дані про число фактично голодуючих або недоїдаючих. Це пояснюється тим, що досі не розроблені єдині для всього світу норми споживання продовольства, які відповідають медичним стандартам або рекомендаціям, а розрахунки на основі даних про продовольчі ресурси і чисельність населення країни, значно відрізняються від фактичного споживання.

Для того, щоб мати уяву про еволюцію продовольчої проблеми у другій половині ХХ ст. наведемо дві оцінки продовольчого становища у світі, розділеним періодом приблизно у 40 років.

Перша належить відомому бразильському вченому Жозе де Кастро, який у 1952 році опублікував книгу «Геополітика голоду» (у російському перекладі «Географія голода»).

У цій книзі автор так оцінював післявоєнну продовольчу ситуацію в світі. Важко пояснити і ще важче зрозуміти той дивовижний факт, що людина, яка претендує на вищість над іншими живими істотами, яка одержала стільки перемог у боротьбі з силами природи, яка проголосила себе її паном, так і не досягла вирішального успіху у боротьбі за власні засоби до існування. Досить сказати, що після тривалого періоду часу, який вимірюється декількома сотнями тисяч років боротьби виявляється, що у наш час, згідно зі строгими науковими спостереженнями, біля двох третин населення світу існує в умовах постійного голоду, що біля півтора мільярдів людських істот не мають засобів, щоб вирватися з лабетів самого страшного з усіх соціальних «зол». (Jose de Castro. Geopolitical del Hambre. La Habana. 1967 p. 27)

Така похмура картина голоду і недоїдання продовольства на землі вимальовувалась на середину ХХ ст. А як змінилась ситуація на кінець ХХ ст.? Відповідь на це питання можна знайти, якщо ознайомитись з результатами багаторічних досліджень так званої Світової програми боротьби з голодом, в якій брали участь багато які провідні вчені майже з усіх країн світу. У концентрованому вигляді вони були опубліковані в документі, відомому як «Декларація Белладжіо» (у цьому італійському курортному містечку наприкінці 1989 р. відбулась міжнародна неурядова конфе-

ренція з питань боротьби з голодом. (МЭ и МО, 1999, № 6, с. 30—32).

У цій декларації продовольча ситуація у світі на кінець 90-х років, щодо поширення голоду і недоїдання, характеризується такими показниками: 1) мільярд людей на землі не має грошових коштів, достатніх для придбання продовольства, яке забезпечує нормальну працездатність; 2) половина з них досить бідні навіть для купівлі продовольства, щоб підтримати мінімальну життєву активність; 3) одна дитина з шести народжуваних на землі важить менше, ніж необхідно для нормального розвитку, кожна третя не набирає нормальної ваги до 5 років; 4) сотні мільйонів людей потерпають від анемії, базедової хвороби та асиметричності зору через споживання їжі, яка не містить необхідної кількості заліза, йоду або вітаміну А. (Overcoming Hunger in the 1990s. The Bellagio Declaration). Критично небезпечним вважається рівень споживання продовольства у половинному обсягу від науково обґрунтованих раціональних нормативів.

Країни, які не можуть забезпечити за рахунок власного виробництва належний рівень харчування для своїх громадян опиняються у продовольчій залежності від більш розвинених держав. В зв'язку з цим існує поняття продовольчої безпеки країни.

Експертами ФАО розроблені критерії згідно з якими стан продовольчої безпеки країни оцінюється за двома показниками: обсяг перехідних / до наступного врожаю/ запасів зерна, які не повинні бути меншими від 17 % потреб /приблизно двохмісячна норма споживання/, і рівень його виробництва на душу населення. Сьогодні більшість країн не має цих показників, (Мировая экономика и международный бизнес. Под общей ред. д.э.н. проф. В. В. Подякова и д. э. н. проф. Р. К. Щенииа, М. КНОРУС, 2005, в. 286)

Відповідно до світових критеріїв продовольчої безпеки країни гранично-критичне значення імпорту не повинно перевищувати 30 %. У протилежному випадку це означатиме втрату продовольчої незалежності та безпеки держави.

Обсяги закупівлі продуктів харчування за кордоном продовольчо залежними країнами збільшуються, і це стимулює агробізнесові структури держав-експортерів до нарощування їх виробництва. В результаті країни-імпортери витрачають обмежені власні та позичені валютні кошти на закупівлю продовольства, а не сучасних агротехнологій і агрохімікатів, стійких до шкідників та хвороб сортів рослин, нових породних ліній тварин, птиці тощо, таких потрібних для піднесення власного сільського господарства. (Економіка України, 2000, № 9, с. 63).

5.3. Концептуальне визначення продовольчої проблеми

Проблема голоду і недоїдання має соціально-економічне походження. В «Декларації Белладжіо», з одного боку, мова йде про фізичну природу і наслідки голоду і недоїдання, а з іншого — підкреслюється соціально-економічний характер цього явища і підкреслюється, що голодуючі та недоїдаючи — це бідняки, які не мають достатніх коштів.

У міжнародній статистиці визначений певний мінімум доходу на душу населення у світі в цілому, який забезпечує харчуванням, достатнім для нормальної життєдіяльності і роботи. Люди, які мають дохід нижче цього мінімуму, вважаються потерпаючими від голоду різного ступеня гостроти. Світовий банк визначив такий мінімальний рівень доходу у 370 дол. на душу населення на рік. За розрахунками цього банку, число людей з меншим річним доходом у країнах, що розвиваються, складало у 1985 р. 1,12 млрд чол. Людей, які одержують на душу річний дохід 275 дол. і менше, тобто дуже бідних, які потерпають від сильного голоду, у всіх країнах, що розвиваються, налічувалося 633 млн. Вважається, що саме використання показника доходу на душу населення означає вже визнання соціально-економічної природи голоду.

Для оцінки голоду як фізичного або біологічного поняття використовуються показники медичних норм споживання продуктів харчування, які виражаються в калоріях. Найбільш поширеною і визаною вважається норма (головним чином для індустріально розвинутих країн) у 2300—3000 ккал на день при 90 г білка, з яких не менше половини повинні бути тваринними. Відома і інша норма у 2600 ккал. на день при 70 г білка. В деяких країнах, що розвиваються, (наприклад в Індії) використовуються ще більш низькі норми. Всіх, хто споживає калорій і білка менше норми можна вважати недоїдаючими. Використання у розрахунках різних середніх норм споживання на основі різної методики підрахунків і різної її аргументації створює обманливу видимість можливості простого технократичного вирішення проблеми. Так, «Декларація Белладжіо» вважає, що цілком досяжне у короткий час: 1) покінчити зі смертністю від голоду, 2) врятувати від голоду половину бідних сімей, 3) зменшити в два рази недоїдання матерів і малих дітей, 4) усунути недостачу йоду і вітаміну А в раціонах. Причому останнє повинне бути досягнуте шляхом простої добавки до їжі хімічно чистих йоду і вітаміну.

Дослідники світової продовольчої проблеми виділяють п'ять її основних складових:

1. Медичний, або фізичний вимір продовольчої проблеми. Виражає продовольчу проблему через співвідношення наявних продовольчих ресурсів або здатності їх виробити і чисельності населення Землі, регіону або країни, не обумовлений існуючими або існувальними суспільно-економічними формаціями. Іноді це співвідношення називають біномом Мальтуса, він вперше співставив ці два показники. Це співвідношення передбачає, що національні уряди, міжнародні організації або механізми цілком здатні контролювати і регулювати виробництво, розподіл і споживання продовольства в будь-яких соціально-економічних умовах. Під тиском глобалізаційних тенденцій світового розвитку цей вимір продовольчої проблеми зростає у глобальну проблему, яку доведеться вирішувати майбутньому світовому співтовариству.

2. Продовольча проблема феодалізму. Вона все ще існує подекуди в світі у вигляді пережитків. Для цієї проблеми характерна диференціація виробництва і розподілу між селянами і латифундистами (поміщиками), яка тісно пов'язана і обумовлена відносинами особистої залежності.

3. Продовольча проблема капіталізму. Для неї характерні дві основні риси: висока диференціація у розподілу і споживанні продовольства (у найбільш розвинутих країнах головним чином за якістю і складом раціону) і функціональна роль голоду або нестачі продовольства як фактора примусу до праці, особливо важкої або непрестижної. Можливо, саме ця роль голоду і недоїдання в економічному процесі і є головною причиною невирішеності сучасної продовольчої проблеми.

Продовольча проблема соціалізму. Має свої власні характерні риси: жорстке державне регулювання і контроль над виробництвом і розподілом продовольства, зрівняльний розподіл, зростаючий дефіцит, систематичне зникнення з продажу то одного, то іншого виду продовольства. Середні показники споживання були відносно високими у порівнянні з рівнем економічного розвитку Радянського Союзу, але магазини порожніли з кожним роком. Величезні черги і продаж з-під прилавку стали звичайним явищем; постійний дефіцит продовольства став одним з факторів, які сприяли занепаду і загибелі соціалізму в СРСР та інших державах. Це впливало з самої глибинної природи соціалізму, який відкидав ринкові відносини і стимули.

Продовольча проблема у країнах, що розвиваються, являє собою суміш рис продовольчої проблеми капіталізму і докапіталіс-

тичних формацій і може бути зрозумілою як проблема перехідних суспільств. (МЭ и МО, 1999, № 6, с. 30-35).

Продовольча проблема в Україні. Полягає в тому, що внаслідок різкого падіння обсягів виробництва сільськогосподарської продукції та основних видів продуктів харчування з одного боку і низької платоспроможності населення — з другого, споживання продовольства знизилось до критично небезпечного рівня. Ця проблема може бути вирішена на основі досягнення балансу між обсягами виробництва продовольчої продукції і купівельною спроможністю населення. Розв'язання цієї проблеми може бути тільки на основі переходу агропромислового виробництва до ринкових відносин.

5.4. Цілі продовольчої та сільськогосподарської організації ООН — ФАО та інших міжнародних організацій

Для вирішення продовольчої проблеми Організацією Об'єднаних Націй у 1945 році було створено продовольчу та сільськогосподарську організацій — ФАО. До її складу входить 170 держав і Європейський Союз. У 2003 році Україна стала членом ФАО. 26 листопада 2003 року Верховна Рада України прийняла статут ФАО.

Головна мета ФАО — ліквідація голоду й покращення харчування через підвищення продуктивності сільського господарства, рибальства й лісництва та через справедливий розподіл продовольства.

Функції ФАО:

— розробка й здійснення програм допомоги сільському господарству;

— надання консультацій урядам з питань політики й планування в галузі сільського господарства;

— аналіз і розповсюдження інформації про сільське господарство й продовольчу ситуацію в світі;

— обговорення на міжурядовому рівні проблем продовольства й сільського господарства.

Особлива увага приділяється раціональному використанню ресурсів земельних, водних, біологічних. Розробляються і реалізуються програми інвестицій у сільське господарство.

Діяльність ФАО здійснюється в двох напрямках:

— регулярні програми, що фінансуються ФАО, спрямовані на організацію консультацій та послуг членам організації;

— програми на місцях, що фінансуються національними трас-товими фондами, ПРООН і ФАО, забезпечують надання допомоги урядам і сільському населенню.

Джерелами фінансування коштів для реалізації програм є: внески держав-членів; трасові фонди членів; ПРООН; внески Світового банку.

Вищим органом ФАО є конференція. Перша світова продовольча конференція відбулася після заснування ФАО у 1974 р. у Римі за участю 134 держав. У прийнятих документах ця конференція визначила заходи з розв'язання світової продовольчої проблеми, основними з яких є:

1. Тісна координація національних та міжнародних акцій.

2. Остаточного вирішення світової продовольчої проблеми можна досягти тільки при великомасштабному збільшенні виробництва продуктів харчування, що перевищує темпи зростання населення.

Якою значною не була продовольча допомога, її недостатньо для радикального розв'язання проблеми. Зростання виробництва продуктів харчування може бути досягнуте не тільки шляхом технічного прогресу та збільшення капітальних вкладень у сільське господарство, а й шляхом здійснення економічних та соціальних реформ.

3. Необхідна надійна система забезпечення гарантій від виникнення тимчасового дефіциту продовольства та поширення голоду. Такі гарантії повинні включати:

а) розробку та міжнародну координацію національної політики створення резервів сільськогосподарських продуктів;

б) розробку довгострокової політики з надання допомоги бідним країнам;

в) розробку систем, що сприяють більш ефективному витрачання продовольчої допомоги, наданої у разі стихійних лих;

г) створення такої системи інформаційної служби і прогнозування в галузі продовольства та сільського господарства, яка може ефективно спостерігати за виробництвом, створенням запасів, цінами, експортними можливостями та імпортними потребами щодо найважливіших видів продовольчих товарів і матеріально-технічних засобів, за метеорологічними прогнозами на урожай.

4. Для збільшення виробництва продовольства і створення систем, що гарантують від виникнення його дефіциту та голоду, необхідно забезпечити відповідні матеріальні засоби і надати політичну підтримку. Для цього слід:

а) забезпечити відповідність між попитом та пропозицією продовольчих товарів. З цією метою необхідно створити міжна-

родний фонд розвитку сільського господарства в країнах, що розвиваються;

б) організувати міжнародну діяльність із створення страхових продовольчих фондів для надання допомоги країнам, що розвиваються, а також тим, які потрапили у скрутне становище.

5. Необхідно стабілізувати торгівлю сільськогосподарськими товарами і покінчити з дискримінацією країн, що розвиваються.

6. Необхідно створити Світову продовольчу Раду, яка б змогла стати механізмом координування політики ООН та роботи її організацій у галузі продовольства.

Конференція заклала основи більш справедливого регулювання світової продовольчої проблеми як з політичної, так і з економічної точки зору. (Шаркань П. Мировая продовольственная проблема. — М. Экономика, 1982, с. 22—25).

Крім цієї конференції за минулий період відбулися Міжнародна конференція з харчування (1994 р.), та Світова зустріч на вищому рівні з продовольчого забезпечення (1996 р.). Для розподілу продовольчої допомоги ще у 1962 році була заснована Світова продовольча програма, яка є організаційним елементом системи ООН. Її головна мета надання продовольчої допомоги країнам, які мають низький економічний рівень розвитку, або потерпають від стихійного лиха. Фінансування цієї програми здійснюється, в основному, за рахунок країн-донорів, які надають або грошові кошти, або продовольчі товари. Для того, щоб допомога була стабільною й не залежала від несподіванок, при цій програмі засновано Міжнародний надзвичайний резерв, який контролює необхідні запаси продовольства; ці запаси зберігаються в країнах-донорах і в разі потреби негайно надходять у розпорядження програми.

До складу ФАО входить також інвестиційний центр, який сприяє розробці інвестиційних програм для країн, що розвиваються.

ФАО здійснює значну інформаційну програму в галузі продовольства й сільського господарства через, розташований у Римі Світовий центр сільськогосподарської інформації. Діяльність цього центру поділяється на два напрямки:

— Глобальна система інформації про продовольство й сільське господарство (відомості про негативні явища в галузі з метою їх попередження або знешкодження);

— Система географічної інформації (дані про земельні, біологічні та водні ресурси). Крім того, для здійснення контролю за продовольчою ситуацією в світі діє Міжнародна інформаційна система з продовольчої допомоги.

В 1977 році було засновано Міжнародний фонд сільськогосподарського розвитку, до якого увійшли 158 держав, і головна мета якого — сприяння розвитку сільського господарства в країнах, що розвиваються, для подолання голоду й злиденності.

Цей фонд виконує такі функції:

— надання позик і кредитів на пільгових умовах для здійснення проектів і програм по удосконаленню виробництва продовольства в країнах-членах;

— фінансування розвитку сільських районів і населених пунктів;

— надання фінансової допомоги дрібним фермерам і безземельним селянам в країнах, що розвиваються.

Таким чином, багато які рішення, які були визначені у документах Світової продовольчої конференції 1974 року вже виконані.

5.5. Система управління світовим аграрним виробництвом

Глобалізація аграрних відносин та усвідомлення людством необхідності гармонізації своєї діяльності з метою уникнення планетарних соціально-екологічних катаклізмів та міжнаціональних суперечностей веде до необхідності формування системи управління світовим аграрним сектором.

На сучасному етапі управління світовим аграрним сектором здійснюється спеціальними світовими і регіональними органами, товарними групами та мережею неурядових організацій. Для наукового забезпечення розвитку аграрної сфери світу в системі ООН створена консультативна група з міжнародних сільськогосподарських досліджень, яка координує діяльність із міжнародних наукових центрів. Механізм управління світовою аграрною сферою включає мету, визначену ООН в статуті провідної своєї установи з управління аграрними процесами — ФАО, систему швидкого моніторингу та виявлення продовольчих криз у світі, світове торговельне та фінансове право, механізм надання допомоги та сприяння аграрному розвитку відсталих регіонів.

Мета світової аграрної політики в статуті ФАО визначена як:

— сприяння підвищенню рівня харчування та життєвого рівня населення;

— ефективності розподілу сільськогосподарської продукції;

— поліпшення умов проживання сільського населення та сприяння шляхом цього розвитку світової економіки та свободи людини (Roste taxic of FAO, Roma, 1994 — p. 2).

Згідно з даною метою основні функції світового аграрного сектора мають виражений соціальний характер і полягають у виробництві в достатній кількості продуктів харчування як однією з передумов забезпечення життєдіяльності людства.

Останнім часом особливо наголошується на необхідності ощадливого ставлення до природного середовища. В 1992 році у Ріо-де-Жанейро відбулася Конференція ООН з навколишнього середовища та розвитку, на якій узгоджена концепція сталого розвитку і прийнята програма дій «Порядок денний на XXI століття», а на конференції в Нью-Йорку у 1997 році були підбиті проміжні результати її реалізації. Результатом роботи цих форумів став системний та багатofункціональний підхід до функціонування аграрної сфери, акцентування уваги на ощадливому ставленні до природного середовища.

На сучасному етапі в управлінні світовим аграрним сектором застосовується проблемний підхід, основними інструментами якого виступають програми розвитку відсталих регіонів та збільшення виробництва окремих видів продукції, що здійснюються по лінії світових організацій, а також систем розвитку сільськогосподарських досліджень. Щорічно для фінансування таких програм виділяється близько 2 млрд дол. США. Найбільша частка фінансових ресурсів спрямовується на збільшення виробництва сільськогосподарської продукції — 33 %, розвиток села — 14 %, поліпшення використання природних ресурсів — 16 %. За територіальною спрямованістю більшість програм реалізується в Африці — на загальну суму близько 850 млн дол., або 40 %, Азії та зоні Тихого океану — 400 млн дол. (19 %), Латинській Америці та Карібського басейну — 370 млн дол. (17 %).

Однією з основних функцій управління світовим аграрним сектором з надання допомоги країнам, які мають проблеми з нестачею продовольства. Головною установою, яка займається реалізацією цієї функції, є Світова продовольча програма ООН. Правовою основою її функціонування та формування ресурсів виступає Конвенція з надання продуктової допомоги. Щорічно надається допомога 80 країнам, яка має становити близько 10 млн т (фактично 5—7). Значна допомога надається з боку неурядових організацій.

Регулювання світовою торгівлею сільськогосподарськими продуктами здійснюється через мережу торговельних конвенцій та правил, прийнятих у межах ВТО. (Економіка АПК, 2001, № 1, с. 105—106).

Регулювання міжнародних аграрних відносин відбувається і на рівні окремих регіонів світу, про що мова буде йти у розділі III даного курсу.

Запитання для самоконтролю:

1. На які дві групи країн поділяється сучасний світ за рівнем виробництва і споживання продуктів харчування?
2. Які Ви знаєте прогнози щодо перспектив зростання виробництва продовольства і попиту на нього?
3. Якими причинами викликана сучасна продовольча проблема у світі?
4. У чому полягає сутність продовольчої безпеки країни?
5. Які основні складові характеризують світову продовольчу проблему?
6. У чому полягають цілі ФАО та інших міжнародних організацій?
7. Якими організаціями і як здійснюється управління світовим аграрним виробництвом?

МЕТОДИ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧИХ РЕСУРСІВ

Основні питання теми

6.1. Резерви підвищення продуктивності агропромислового виробництва.

6.2. Тенденції науково-технічного прогресу в сільськогосподарському виробництві.

6.3. Біологічні резерви збільшення продовольчих ресурсів.

6.4. Нетрадиційні методи збільшення продовольчих ресурсів.

Основні поняття і терміни:

Продуктивність землі — здатність землі до відтворення в певних розмірах рослинної продукції. Визначається рівнем урожайності з одиниці посівної площі.

Науково-технічний прогрес у сільському господарстві — впровадження наукових досягнень у практику сільськогосподарського виробництва з метою підвищення його продуктивності.

Хімізація сільського господарства — в рослинництві — використання мінеральних та органічних добрив; у тваринництві — додавання у корма відповідних поживних речовин; застосування хімічних речовин у боротьбі зі шкідниками та захворюваннями рослин і тварин.

Біологічні резерви збільшення продовольчих ресурсів — використання можливостей біологічної науки для підвищення урожайності рослин і продуктивності тварин. Це, особливо, такі її розділи як селекція рослин і генна інженерія.

Нетрадиційні методи збільшення продовольчих ресурсів — нові методи, які раніше не застосовувалися, зокрема використання мікроорганізмів, методи спеціальної зйомки з космосу, промислове виробництво нових форм їжі.

6.1. Резерви підвищення продуктивності агропромислового виробництва

Успішне розв'язання продовольчої проблеми залежить від ефективності підприємницької діяльності у сфері агробізнесу. У свою чергу, така діяльність залежить від рівня інформованості підприємців про методи збільшення продовольчих ресурсів.

Найбільш дієвим методом збільшення виробництва продовольства є збільшення продуктивності одиниці посівних площ. Цей шлях є єдиною потенціальною можливістю, тому що придатні для ведення сільського господарства землі практично вже залучені до обігу і невикористаних земельних ресурсів немає.

Збільшення продуктивності землі досягається за допомогою зростання урожайності. Це забезпечується врахуванням таких факторів, як сортове насіння, мінеральні та органічні добрива, засоби захисту рослин. Найважливішим для забезпечення урожайності є сортове насіння. Останнім часом досягнуто значних успіхів у селекції високоврожайних сортів пшениці, рису, кукурудзи. Але необхідно мати на увазі, що нові високоврожайні сорти ростуть, головним чином, в особливому, обмеженому екологічному середовищі.

Наступний фактор — використання мінеральних та органічних добрив. Недосконалість агротехнічною обробки землі, ненормоване внесення добрив призводить до негативних екологічних наслідків, сприяє поширенню думки про необхідність зменшення використання мінеральних добрив та хімічних засобів захисту рослин. До того ж ці засоби з кожним роком дорожчають. Проте на території колишнього СРСР у землю вносять значно менше мінеральних добрив, ніж в індустріально розвинутих країнах. Так, наприклад, у Голландії на один гектар вносять 300 кг. мінеральних добрив, а у нас — 120 кг., внаслідок чого врожайність зернових становить відповідно 70 і 18 ц з гектара. Посівні площі, які обробляють пестицидами, становлять у нас 30 — 35 % усіх оброблюваних площ, а в США — 90 %, у Японії — 100 %. Середня тривалість життя відповідно 70, 75 і 78 років (Економика и жизнь. — 1990. — № 49. — с. 23).

Правильне використання мінеральних та органічних добрив у наших умовах може збільшити урожайність на 40 — 50 %, сприяє не тільки збільшенню виробництва сільськогосподарської сировини, але й поліпшенню якості продукції, що виробляється. Вона збагачується важливими поживними речовинами. У зерні підвищується вміст білка, в картоплі — крохмалю, в соняшнику — олії та ін. Більше того, рослини стають стійкими до несприятливих погодних умов, захворювань. Досліди показали, що для одержання високих та стійких урожаїв необхідно вносити на гектар не менше 450—500 кг. добрив.

Значну роль у підвищенні продуктивності тваринництва відіграє хімізація. З допомогою хімічних засобів можна збільши-

ти виробництво тваринницької продукції на 40—50 %. Найважливіший напрямок хімізації тваринництва — підвищення вмісту білкових речовин у кормах. Це досягається додаванням у корми синтетичної сечовини. Інший напрямок — збагачення кормів вітамінами і стимуляторами росту, комплексне використання мікроелементів. Збитки від шкідників та захворювання складають до третини вартості сільськогосподарської продукції.

Хімізація сільського господарства дає найбільший ефект за умови раціонального поєднання її з меліорацією. У сучасному світі близько половини урожаю сільськогосподарських культур отримують зі зрошувальних земель, хоч вони і становлять 13 % оброблювальних площ. Меліорація ефективна, якщо вона здійснюється на великих площах.

За період з 1950 р. по 2001 р. зрошувальне землеробство збільшилося з 80 до 273 млн га, з яких понад 2/3 припадає на країни Азії. (Мировая экономика и международный бизнес, с. 273).

Збільшення продовольчих ресурсів може бути досягнуте за допомогою зменшення до мінімуму збитків при сівбі, збиранні, транспортуванні та переробці сільськогосподарської продукції.

Збитки починаються при сівбі. Так, наприклад, у США норма висіву насіння пшениці на 1 га — 40—60 кг, що в 5 разів нижче нашої норми.

Збитки хлібних зернових досягають, залежно від продукції і країни, від 20 до 40 %. Причини збитків різноманітні: неякісне виконання збиральних робіт, втрати зібраного врожаю від шкоди, завданої комахами, гризунами і грибками в процесі зберігання, використання недоброякісної тари, незадовільна організація транспортування, використання недосконалого або погано функціонуючого борошномельного обладнання, недосконалий розподіл за фракціями продукції помолу та ін.

Частка втрат фруктів, які швидко псуються, та овочів при зберіганні, як правило, сягає 30—40 %.

Потенційні можливості задоволення потреб у молочних продуктах у нас у 36 разів вищі середньосвітового рівня. Але кількість молочних продуктів, отриманих з 1 млн тонн молока, у нас нижча середньосвітового рівня. Причини — відставання потужностей молочної промисловості від виробничих можливостей сільського господарства, недосконалість обліку ресурсів молока, необґрунтовано великі витрати його як корму.

6.2. Тенденції науково-технічного прогресу в сільськогосподарському виробництві

Впровадження наукових досягнень у практику дає можливість досягти вищих результатів у виробництві продовольства, ніж традиційними методами. Завдяки цьому можна змінити весь хід виробничих процесів, підвищити урожайність з одиниці площі, значно збільшити продуктивність праці в сільському господарстві. У кожній країні вирішальними будуть масштаби доступних витрат на виробництво 1 тони пшениці, вершкового масла, шинки.

У прискоренні зростання сільськогосподарського виробництва дедалі більшого значення набувають такі науки, як біологія, технічні науки, хімія. Оскільки в сільському господарстві об'єктом праці є живий матеріал, то всілякі технічні й енергетичні витрати можуть бути доцільними тільки в біологічно корисних межах. З цієї причини в індустріально розвинутих країнах керівною силою науки стала біологія, а особливо її розділ — генетика. Необхідно, щоб рослини або домашні тварини в біологічному розумінні були здатними продуктивно відгукуватись на нові технічні можливості. Це досягається в результаті органічного поєднання технічних і біологічних наук.

Динаміка забезпеченості тракторами і комбайнами сільськогосподарського виробництва у різних регіонах світу відображена у наступній таблиці наведена в табл. 6.1.

Таким чином, за останні приблизно 20 років відбулися незначні зміни у наявності сільськогосподарської техніки. Це пояснюється тим, що розвинуті регіони вже відносно достатньо насичені технікою, а бідні регіони обмежені у можливостях фінансування сільського господарства.

Крім того, існує різниця в кількості техніки, яка використовується в господарствах Європи і Північної Америки. Це впливає з особливостей землеробства: в Європі ферми, як правило менші за розміром, а тому в них використовується менш потужна техніка. /Там само, с. 274/

Особливістю використання машин у сільськогосподарському виробництві порівняно з промисловістю є те, що збільшення кількості їх не призводить до збільшення продукції, а лише впливають на середовище, в якому знаходяться рослини і тварини, і замінюють працю людини.

Основним напрямком використання машин у сільському господарстві є комплексна механізація і автоматизація виробничих процесів, що означає перехід до індустріальних технологій.

Таблиця 6.1

**ПАРК СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТРАКТОРІВ
ТА ЗБИРАЛЬНИХ КОМБАЙНІВ (МЛН ОДИНИЦЬ)**

Країна	Трактори				Комбайни			
	1980 р.	1990 р.	2000 р.	2001 р.	1980 р.	1990 р.	2000 р.	2001 р.
Всього у світі	21,3	26,5	26,7	26,9	3,5	4,1	4,1	4,1
Африка	0,4	0,5	0,5	0,5	0,04	0,04	0,04	0,04
Азія	1,2	5,6	7,5	7,6	0,9	1,5	2,1	2,1
Європа	7,2	10,4	11,0	11,0	0,8	0,8	1,0	1,0
Океанія	0,4	0,4	0,4	0,4	0,06	0,06	0,06	0,06
Північна і Центральна Америка	5,7	5,8	6,0	6,0	0,9	0,8	0,8	0,8
Південна Америка	0,7	1,2	1,3	1,3	0,1	0,1	0,1	0,1
Австралія	0,3	0,3	0,3	0,3	0,06	0,06	0,06	0,06

1. (Мировая экономика и международный бизнес. Под общей ред. д. э. н. проф. В. В. Полякова и д. э. н. проф. Р.К. Щенина. М. КНОРУС 2005, с. 274.)

Збереження ручної праці в будь — якій ланці виробничого процесу значно знижує продуктивність праці.

У сільському господарстві все більше використовуються самохідні машини трьох типів: один — для підготовки ґрунту для сівби і хімізації; другий — для збирання врожаю і третій — спеціалізовані транспортні засоби підвищеної прохідності.

У тваринництві набирає розвитку спеціалізована тваринницька ферма, яка не є чим іншим, як промисловим підприємством, на якому всі процеси максимально автоматизовані. У зв'язку з цим усе більше уваги приділяється етології — науці про поведінку тварин (1977 р. К. Лауренс отримав Нобелівську премію за праці з етології). Необхідно як найбільше знати про відносини тварин у середовищі, щоб забезпечити їм найкраще самопочуття, що допомагає збільшити продуктивність тварин (Шаркань П. Мировая продовольственная проблема. М. Экономика. 1982 с. 158).

Особливі тенденції в удосконаленні конструкцій машин такі: збільшення одиничної потужності машин, підвищення рівня надійності експлуатації їх, зменшення габаритів машин (мінімізація), зменшення витрат пального, повна автоматизація роботи тракторів; сівалка перетворюється в машину, яка одночасно з висівом насіння розкидає гербіциди і мінеральні добрива, дозує різноманітні активні речовини з точністю до міліграма і доправляє їх туди, де вони діють, не забруднюючи довкілля.

Основні напрямки розвитку хімізації сільського господарства такі: підвищення якості мінеральних добрив, більш широке використання мікроелементів, високоефективних засобів захисту рослин, більш рівномірне використання добрив у процесі вирощування різних культур, задоволення потреб сільського господарства в гербіцидах, вапняних матеріалах, збільшення виробництва консервантів кормів, створення умов для більш повного і раціонального використання органічних та інших добрив, розвиток матеріально — технічної бази хімізації.

У перспективі все більшого значення набуває поєднання методів біологічного та біохімічного захисту, виведення сортів рослин з підвищеною опірністю. Охорона рослин має будуватися на основі біокарти, що дає можливість за допомогою хімічних засобів впливати не тільки на рослини в цілому, але і на носіїв генів. У результаті це не тільки справляє благодійний вплив на рослини, але й змінює їхні властивості.

6.3. Біологічні резерви збільшення продовольчих ресурсів

Однією з основних проблем у виробництві продуктів харчування є дефіцит білка в продовольчих ресурсах. Розв'язання проблем білка можливе за рахунок виробництва так званого хлорофілового білка, який одержують з листя рослин. Якщо отриманий при цьому продукт згодувати тваринам, то можна отримати ефект, аналогічний використанню рибного борошна. Для виробництва такого продукту найбільш придатні рослини з великим «урожаєм» листя. Для цього треба підібрати відповідні рослини.

Наступна проблема пов'язана з фотосинтезом. Енергія сонця, яка є головним джерелом традиційного сільськогосподарського виробництва, в результаті фотосинтезу переробляється в енергію хімічних сполук органічних речовин. Щорічно на Землі в результаті фотосинтезу утворюється понад 100 млрд тонн органічних

речовин. Необхідно розв'язати біологічне і технічне завдання штучного здійснення фотосинтезу в великих промислових масштабах.

Револьюційні відкриття у молекулярній біології дають змогу отримати такі біохімічні та біофізичні результати, які на межі ХІХ ст. будуть не тільки доповнювати, але й у багатьох областях змінювати традиційні методи сільськогосподарського виробництва.

Одним з головних напрямків біології, якій застосовується у сільському господарстві, є селекція рослин — розділ агрономії, що вивчає методи створення сортів і гібридів рослин із потрібними людині властивостями.

Одне з найважливіших завдань селекції — забезпечення більш ефективного використання рослинами енергії сонця. Культурні рослини використовують тільки 2 % сонячної енергії, а резерви її безмежні. Якщо використання рослинами сонячної енергії збільшити хоча б у декілька разів, продукція рослинництва також зросте в декілька разів.

Важливою метою селекції в економічному відношенні є підвищення врожайності з одиниці площі. При цьому селекційні роботи необхідно враховувати нарівні з економічними завданнями, певними технологічними вимогами. Наприклад, механізація вирощування рослин буде ефективною в тому разі, якщо стебла рослин будуть достатньо міцними і врожай буде зібрано за допомогою механізмів без збитків.

Уже багато досягнуто для забезпечення більш тісної єдності між продуктивними можливостями тварин і технологією виробництва в тваринництві. Рациональне використання генних харчових речовин або кормів потребує узгодження масштабів використання їх з генетичними можливостями тварин. Так, через незбалансованість кормового раціону середньодобовий приріст великої рогатої худоби нижчий від потенційної продуктивності породи, а період відгодівлі вдвічі і більше перевищує нормативний рівень.

Мета нового підходу до проблем тваринництва полягає у забезпеченні збільшення продукції, отриманої з кожної тварини. Це здійснюється не шляхом виведення рекордсменів, а підвищення продуктивності більш великих груп тварин. Так, у середині п'ятидесятих років у СРСР і США була однакова кількість молочних корів — по 28 млн, надої в США — 2500 кг на корову, в СРСР — 1800 кг. Зараз у США — 10 млн корів, середні надої — 6000 кг. У нас стало 42 млн корів, середні надої — 2300 кг (Ле-

мешев М. Я. О дефиците // Знамя. — 1987. — № 3. — с. 197—201).

У результаті розвитку генної інженерії (розділ молекулярної біології, пов'язаний із цілеспрямованим конструюванням неіснуючих у природі генів) використовуються методи цілеспрямованого керування властивостями тварин, керування статтю тварин та штучного збільшення приплоду (наприклад, отримання за одне отелення двох телят від корови).

6.4. Нетрадиційні методи збільшення продовольчих ресурсів

Останнім часом у світі все більшого поширення набирають нові, нетрадиційні методи збільшення продовольчих ресурсів, виробництво нових форм їжі. Як уже було зауважено вище, одна з головних проблем у виробництві продовольства — дефіцит білка. Велика кількість білкових речовин складається з двох груп мікроорганізмів: водоростей та дріжджів. У водоростях склад білкових речовин сягає 22—50 %. Білок водоростей, завдяки хімічному складу компонентів, має велику біологічну цінність і практично оптимальний набір амінокислот. Водорості мають значну кількість вітамінів. Вони дуже добре використовують енергію сонця — приблизно в десять разів ефективніше, ніж більш високо розвинуті представники рослинного світу. Крім того, людина використовує лише $\frac{1}{4}$ органічних речовин, що виробляються при вирощуванні сільськогосподарських культур. Залишки (стебла, листя та ін.) потрапляють у відходи. Водорості ж практично повністю можуть бути використані з харчовою метою. Вирощувати їх за наявності конкретних технічних умов, достатньої кількості світла і води, певної температури можна безперервно, досить швидко і незалежно від природних умов.

Другий вид мікроорганізмів — дріжджові грибки, необхідні для виготовлення кормових дріжджів, — завоювали сильні позиції як один з найбільш ефективних видів білкового корму. Для виробництва тваринного білка (м'яса птахів, яєць, свинини, яловичини тощо) тваринам необхідно згодувати відносно велику кількість кормового білка.

Для збільшення продуктивності худоби сільське господарство потребує збільшення кількості кормового білка з великим набором амінокислот. Більшість звичайних кормів — недостатнє джерело білка.

Є різні способи отримання кормових дріжджів як з додаткового продукту спиртової промисловості, так і з відходів целюлозно — паперової промисловості. Їх можна виробляти з сухих стебел кукурудзи, з вуглеводів, тобто з нафти та нафтопродуктів.

Нові шляхи розвитку сільського господарства відкриваються у зв'язку з освоєнням космічного простору. Методи спеціальної зйомки з космосу дають змогу оцінити розміри сільськогосподарських площ, які обробляються, дослідити структури посівів, типи і склад ґрунтів. Є можливість для визначення складу поживних речовин і вологи в ґрунтовому шарі, а також температури ґрунту.

Методи зйомок з космосу дають змогу вивчати склад посівів, життєдіяльність окремих культур, можливість оцінювати очікуваний врожай, вести боротьбу проти шкідників сільського господарства або забезпечити вчасне підживлення посівів до того, як негативні наслідки стануть незворотними (Шаркань П. Мировая продовольственная проблема. — М.: Экономика, 1982. — с. 148—171).

У розвинутих країнах у 60 — х роках ХХ ст. виникло промислове виробництво нових форм їжі. Широкого визнання набули аналоги смаженої картоплі (ароматизовані під бекон), широкий набір аналогових молочних продуктів (вершки, десерти, напої, морозиво та ін.), а також круп'яні та макаронні вироби, аналоги ягід та інших продуктів.

З початку 70-х років почалося широке виробництво м'ясних, молочних, макаронних та інших харчових продуктів на основі білка сої.

Такі продукти мають більш високі функціональні характеристики і дають значний економічний ефект. Обстеження по всій території США показало, що 52 % американців віддають перевагу харчовим продуктам, що вміщують білок бобів сої, а 71 % вважають, що м'ясопродукти з соєвими текстурами більш — менш економічні (Толстогузов В. В. Экономика новых форм производства пищевых продуктов. — М.: Экономика. — 1986. — с. 93—97).

Запитання для самоконтролю:

1. Якими шляхами можна підвищити продуктивність землі?
2. Розкажіть про значення хімізації для розвитку тваринництва.
3. Визначте особливості науково-технічного прогресу в сільському господарстві.
4. Розкрийте біологічні резерви збільшення продовольчих ресурсів.
5. Як збільшити продовольчі ресурси нетрадиційними методами?

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ

Основні питання теми

7.1. Товарна структура виробництва і торгівлі основними видами сільськогосподарської продукції і продовольства.

7.2. Основні напрями експорту і імпорту сільськогосподарської продукції і продовольства.

7.3. Україна на світових ринках зерна, м'ясомолочної продукції, цукру та лікєро-горілочаних виробів і вин.

7.4. Умови і можливості ефективного використання експортного потенціалу АПК України.

7.5. Глобалізація ринків сільськогосподарської продукції і продовольства.

Основні поняття і терміни:

Світовий ринок продовольства — формуються як «ігрове поле» трьох груп держав: індустріально-розвинутих, країн з перехідною економікою, країн, що розвиваються (у тому числі нових індустріальних країн),

Експорт, імпорт сільськогосподарської продукції і продовольства — обумовлений нерівномірністю розвитку виробництва продовольства в окремих країнах, або групах країн; особливостями природних умов різних регіонів світу, які визначають спеціалізацію сільськогосподарського виробництва.

Глобалізація ринків сільськогосподарської продукції і продовольства — проявляється у діяльності міжнародних продовольчих компаній і веде до підвищення ефективності агропромислового виробництва і створює сприятливі умови для більш рівномірного споживання продуктів харчування в окремих країнах і регіонах світу.

Експортний потенціал АПК України — виробничі можливості АПК задовольняти не тільки внутрішні потреби, але і відправляти певну частину продовольчої продукції на експорт.

7.1. Товарна структура виробництва і торгівлі основними видами сільськогосподарської продукції і продовольства

Світовий ринок продовольства формується як «ігрове поле» трьох основних груп держав: індустріально розвинутих, країн з перехідною економікою (Східна Європа, країни СНД та

прибалтійські держави), країн, що розвиваються. (у тому числі так званих нових індустріальних країн). При цьому «гра» йде на полі сільськогосподарської продукції та готових продуктів (включаючи напівфабрикати), а також, які заміщують і доповнюють національне виробництво товарів.

Виявляються довгострокові тенденції розвитку світового продовольчого ринку: випереджаючий розвиток торгівлі у порівнянні з темпами зростання виробництва продовольства в окремих країнах, а також випереджаючий розвиток торгівлі готовою продукцією у порівнянні з сільськогосподарською сировиною. Якщо на початку 90-х років частка сільськогосподарської сировини у світовій продовольчій торгівлі перевищувала 30 %, то у другій половині цього десятиріччя вона зменшилася до 28 % (МЭ и МО, 1998. — № 8, с. 31).

У товарній структурі виробництва і торгівлі основними видами сільськогосподарської продукції і продовольства першість належить зерновим культурам. Серед зернових — найважливіших продуктів харчування для людей та фуражу для худоби — перші три місця стійко займають пшениця, рис і кукурудза. Не менше 1/4 всієї пшениці збирається у країнах бывшего СРСР, дещо менше — у інших країнах Європи і Азії. Біля 15—20 % світового збору припадає на країни Північної Америки — США і Канаду, які поряд з Австралією, Аргентиною і Францією належать до числа крупних експортерів зерна.

Пшениця вирощується на харчові потреби і лише невелика частка використовується як фураж.

До 9/10 світового збору рису дають країни Азії; це практично цілком продовольча культура і лише її солома та інші відходи згодовуються худобі.

Кукурудза, навпаки, складає важливу статтю у кормовому балансі багатьох країн, хоча і відіграє певну роль в харчуванні населення. Біля 40 % світової продукції кукурудзи припадає на Північну Америку.

З інших зернових культур виділяється ячмінь, який вирощується в країнах Європи, бывшего СРСР, країнах Азії. Ячмінь має і продовольче, і фуражне, і промислове (на пиво) значення.

Просо і сорго вирощуються головним чином у посушливих областях Азії і Африки.

Світовий збір вівса більше ніж на 1/3 припадає на країни Європи, потім ідуть країни бывшего СРСР і далі Північна Америка (в основному на корма). Жито — культура типова для країн бывшего СРСР і північних країн Європи.

До числа найважливіших продовольчих культур належить картопля, яка у багатьох районах помірного поясу доповнює зернові. В цілому у світі її збирають до 300 млн т; 2/3 цього урожаю припадає на країни бывшего СРСР і країни Європи.

Рослинна олія, річне виробництво якої складає біля 40 млн т дає біля 60 % всіх жирів, які споживає людство. При цьому на арахіс і сою припадає по 27—23 % світової продукції рослинних жирів продовольчого призначення, на соняшник і бавовнонасіння — по 13—14 % на маслини — по 6 %. (Додаток 1).

Більше половини всього цукру виробляється з цукрової тростини, яка вирощується у жарких країнах. Приблизно по 30 % світової продукції цукру виробляється у Латинській Америці, Азії (майже повністю з тростини), в країнах бывшего СРСР і Східної Європи (з цукрового буряка).

Виробництво продукції тваринництва зосереджено головним чином в розвинутих країнах помірного поясу.

Разом з тим, така країна як Індія, має біля 1/5 світового поголів'я великої рогатої худоби, але виробляє дуже мало продукції (головним чином молоко), зокрема, тому, що забій худоби тут заборонений догматами індуської релігії.

Худоба молочних порід зосереджена в країнах Північної Європи, країнах колишнього СРСР і США. Виробництво молока на одного жителя сильно коливається в різних країнах світу — від 2300 л на рік у Новій Зеландії до 10-40 л у багатьох жарких країнах; в середньому у світі на одного жителя припадає біля 100 л щорічно.

Світова продукція молока на середину 70-х років складала більше 400 млн т, з яких значна частина переробляється на масло, сири та інші молочні продукти. Виробництвом високоякісних сирів особливо славляться такі країни Європи, як Данія, Швейцарія, Голландія. В експорті молочних товарів виділяються Нова Зеландія, Австралія, деякі північноєвропейські країни.

М'ясне скотарство у порівнянні з молочним більше спирається на природні пасовища і тягнє до більш сухих і теплих районів — південна частина Латинської Америки — Аргентина, Уругвай, Парагвай; в Азії — МНР; найбільше стадо свиней — у КНР, потім ідуть країни бывшего СРСР і США; вівчарство найбільше розвинуте в Австралії. (Страны и народы. Земля и человечество. Общий обзор. М. Мысль, 1978, с. 262—264).

За період 90-х років ХХ ст. загальносвітове виробництво основних видів сільськогосподарської продукції продовжувало зростати у більшості випадків. Виробництво зерна збільшилося до

1,8 млрд т, при середньорічному темпі приросту 1,4 %; м'яса — до 186,2 млн т (темп приросту — 2,8 %) і м'яса птиці до 53 млн т (5 %). Виробництво молока залишалося у межах 385-387 млн т.

Таким чином, у світовій продовольчій системі намітилася тенденція до зниження частки зернових і збільшення частки м'яса, особливо м'яса птиці. Це відображало не тільки зрушення у структурі виробництва, які були спричинені змінами у структурі платоспроможного попиту, зокрема, підвищення попиту на м'ясні продукти у країнах, що розвиваються, але й порівняльне зростання ефективності тваринництва і кормовиробництва, на які в індустріально розвинутих країнах витрачається основна частина зерна, що виробляється і споживається (в США до 79 % всього внутрішнього споживання зернових).

Середньодушове виробництво зросло: зерна до 309 кг /середньорічний темп приросту 0,8 %); м'яса до 31 кг (2,3 %), у тому числі м'яса птиці до 8,8 кг (4,4 %), молока скоротилося до 64,4 кг, або на 3 % за весь період.

Загальносвітовий їх експорт на відміну від загального зростання виробництва змінювався неоднозначно. Експорт зерна скоротився на 14 % (до 189 млн т), м'яса зріс на 38 % (до 5,8 млн т), що склало більше 40 % від загального експорту м'яса.

В результаті у загальному обсягу виробництва питома вага експорту зерна скоротилася з 13 до 10 %, а м'яса зросла з 6,5 до 7,6 %, у тому числі м'яса птиці з 7 до 11 %. (МЭ і МО, 1998, № 8, с. 31, 32).

В цілому, в торгівлю продовольством та сільськогосподарською сировиною, а також продукцією, необхідною для їх виробництва і переробки, втягнуті практично всі країни світу. В останні роки не менше 1/4 продовольства і сировини для його виробництва, яке виробляється в світі, надходить до каналів міжнародного бізнесу (Мировая экономика и международный бизнес, с. 284). Нижче наводяться деякі дані про світову торгівлю продовольством:

З цієї таблиці можна зробити такі висновки: суттєва частина світової торгівлі продовольством припадає на торгівлю всередині регіонів; це пояснюється економією на транспортних витратах;

Азія і Африка залишаються регіонами, які мають найбільший дефіцит у забезпеченні населення продовольством, в першу чергу зерновими і м'ясом;

Різно зросла роль європейського континенту як постачальника основних видів продовольства на світовий ринок, тоді як до середини ХХ ст. Європа була імпортером продовольства;

Одночасно знизилосся значення Північної та Південної Америки і Австралії, які раніше домінували на світовому ринку продовольства. В значній мірі це пояснюється успіхами Єдиної сільськогосподарської політики ЄС.

Таблиця 7.1

СВІТОВА ТОРГІВЛЯ ЗЕРНОВИМИ І М'ЯСОМ У 2002 Р.

Країни по частинах світу	Експорт				Імпорт			
	зернові		м'ясо		зернові		м'ясо	
	млн т.	млрд дол.	млн т.	млрд дол.	млн т.	млрд дол.	млн т.	млрд дол.
Всього в світі	279,6	38,6	26,2	46,4	276,9	40,7	25,4	45,7
Австралія	19,3	2,9	1,6	3,2	0,1	0,02	0,5	0,1
Азія	49,1	7,6	2,7	3,7	112,6	16,1	7,3	
Африка	2,8	0,5	0,1	0,2	50,3	7,8	0,9	1,0
Європа	89,5	10,0	11,2	23,1	61,1	9,0	12,5	23,4
Океанія	19,4	2,9	2,4	5,3	1,4	0,3	0,2	0,4
Північна і Центральна Америка	97,7	13,7	6,1	9,9	32,4	4,7	4,2	7,7
Південна Америка	21,1	2,8	3,8	4,3	19,1	2,6	0,3	0,3

(Мировая экономика и международный бизнес, с. 284.)

У 2001 р. найбільшими експортерами продовольства були (млрд дол., в дужках в процентах до світового підсумку): США — 39,7 (14,0) Франція — 20,2 (7,1), Нідерланди — 17,1 (6,0), ФРН — 16,7 (5,9), Канада — 14,1 (5,0), Іспанія — 11,7 (4,1), Бразилія — 11,0 (3,9), Італія — 10,9 (3,8), Австралія — 10,8 (3,8), Китай — 9,1 (3,2).

Найбільші імпортери: Японія — 24,3 (8,1), ФРН — 23,6 (7,9), Англія -18,3 (6,1), Франція — 15,4 (5,2), Італія — 18,4 (4,5), Китай — 10,2, (3,4), Канада — 8,7 (2,9), Мексика — 8,7 (2,9), Іспанія — 7,0 (2,3), Росія — 6,2 (2,1). На 10 найбільших країн — експортерів і імпортерів припадає більше половини світового експорту і імпорту продовольства. Особливо у великій кількості ввозять фрукти і овочі. У 2002 році загальний імпорт цих товарів склав 80,7 млрд дол. (Мировая экономика и международный бизнес, с. 284—285.)

7.2. Основні напрями експорту і імпорту сільськогосподарської продукції і продовольства

Ці напрями визначаються, в основному, двома причинами: нерівномірністю розвитку виробництва продовольства в окремих країнах або групах країн; особливостями природних умов окремих регіонів світу, які визначають спеціалізацію сільськогосподарського виробництва.

Наявність першої причини проявляється у тому, що домінуюче становище у світовій продовольчій системі займають індустріально розвинуті країни. Вони виробляють і споживають понад 2/3 світового продовольства (у вартісному виразі), хоча в них проживав менше 15 % населення світу, їх питома вага у світовому експорті продовольства складає біля 64 % (у тому числі 65 % готових продуктів і 61 % сільськогосподарської сировини), а в імпорті 67 % (відповідно 69 і 64 %).

Імпорт набував все більшої ролі у продовольчих системах індустріально розвинутих країн. На внутрішньому ринку продовольства попит тут зростає на імпорту продукцію, причому не стільки на доповнюючі, скільки на замішуючі товари. Наприклад, у США частка конкуруючого імпорту у всьому імпорті продовольства досягла на кінець 90-х років 80 %, в той час як ще в середині десятиріччя вона складала біля 30 %. Однак ця тенденція ще більше обмежує зростання попиту на вітчизняну сільськогосподарську продукцію. В результаті попит на світовому ринку став вирішальним фактором прискорення темпів зростання сільськогосподарського виробництва і всієї продовольчої системи індустріально розвинутих країн.

У першій половині 90-х років намітилася тенденція до скорочення частки індустріально розвинутих країн у світовій продовольчій торгівлі (у експорті готових продуктів — з 68 до 65 %), сільськогосподарської сировини — з 66 до 60 %, а в імпорті, відповідно, з 70 до 69 % і з 71 до 64 %). Причина — більш високі темпи економічного зростання у більшості країн, що розвиваються.

Країни, що розвивається, в яких проживає майже 4/5 всього населення планети, виробляють приблизно 1/3 всього продовольства, а споживають трохи більше третини його загальносвітового споживання. Питома вага цих країн у світовому експорті продовольства складає біля 32 % (у рівній мірі в експорті перероблених продуктів і сільськогосподарської сировини), а в імпорті — приблизно 26 % імпорту готових продуктів і 29 % — сировини).

Такий незначний рівень споживання обумовлений перш за все низьким рівнем економічного розвитку і душевих доходів у країнах, що розвиваються. В той же час більш високі темпи економічного зростання, а також приріст населення, який більш ніж у три рази перевищує темпи зростання населення в індустріально розвинутих країнах призводить до того, що ці країни визначають розвиток світової продовольчої системи. (МЭ и МО, 1998, № 8, с. 31—32).

Наявність другої причини — природних умов окремих регіонів світу — визначається, в основному, двома факторами. Перший — сприятливі природні умови окремих регіонів створюють можливість виробляти таку кількість сільськогосподарської продукції, яка значно переважає потреби місцевого населення; другий — деякі сільськогосподарські культури можуть бути вирощені лише в певних агрокліматичних умовах тропічного і субтропічного поясу. Це такі культури як цитрусові, чай, кава, банани, рис тощо.

З усієї сільськогосподарської продукції у найбільших обсягах експортується та імпортується зерно. Найбільшу участь у світовій торгівлі беруть такі спеціалізовані зернові райони, як «пшеничний пояс» США, степові провінції Канади, пампа в Аргентині, південні райони Австралії. З Канади, наприклад, експортується біля 85 % збору пшениці. (Страны и народы. Земля и человечество. Общий обзор. М. Мысль, с. 257).

Основним напрямом експорту зерна з цих районів є Європа. Таким чином, найбільше імпортують зерно країни Європи. (Додаток 2).

Щодо продукції тваринництва, то більш жвава торгівля відбувається між країнами Західної Європи. Так, датське сільське господарство у розрахунку на англійський ринок спеціалізується на виробництві беконної свинини; на неї припадав 40 % вартості всієї тваринницької продукції країни. В деяких районах розвивається спеціалізація на більш транспортабельних продуктах: сирах, сухому молоці, молочних консервах /наприклад, гірські райони Швейцарії і Австрії/, звідки вони постачаються в інші країни Європи. (Додаток 3).

Разом з тим, можна навести приклад поставок тваринницької продукції з більш віддалених районів. Так, Нова Зеландія здавна поставляє молоко і сири в Англію.

В Західній Європі відбувається жвавий зовнішньоторговельний обмін фруктами і овочами, чому сприяє різноsezонність надходження продукції та різноманітність її асортименту.

Основні напрями експорту тропічних і субтропічних культур: чаю з Індії, Шрі Ланки, Китаю; бананів з Еквадору, Колумбії, інших країн Латинської Америки, деяких країн Середземномор'я; кава з Бразилії, Колумбії. Так, Еквадор понад 70 % своїх експортних надходжень одержує від вивозу бананів, какао і кави, в експорті Колумбії понад 60 % припадає на каву. Імпортує Європа.

В світі широко експортується тростинний цукор. Основні напрями його експорту з Куби, країн Латинської Америки, Австралії, Південної Африки. Імпортує Європа, США, Японія. (Додаток 4).

Щодо торгівлі рисом, то вона замкнута переважно в регіональних рамках мусонної Азії: головні поставники — Таїланд, Бірма; головні імпортери — Індонезія, Південна Корея, Індія. (Страны и народы. Земля и человечество, Общий обзор. с. 246—262).

7.3. Україна на світових ринках зерна, м'ясо-молочної продукції, цукру та лікерогорілчаних виробів і вин

З Україною у більшості людей (як відмічають іноземні фахівці) найчастіше асоціюються два слова — «хлібниця» і житниця». І це не дивно, адже Україна має надзвичайно сприятливі агрокліматичні умови для виробництва зерна. На початку нинішнього століття вона була одним з найбільших у світі експортерів. Після другої світової війни українське зерно відіграло важливу роль у задоволенні попиту на нього у всьому Радянському Союзі. При цьому часто припускалося, що потенціал виробництва зерна був набагато вищим, аніж дозволяло реалізувати централізоване планування. І тому багато спостерігачів очікували (а деякі побоювалися), що після звільнення від державного планування Україна швидко приєднається до Аргентини, Австралії, країн ЄС, Канади чи США як один із світових лідерів серед експортерів зерна.

Всупереч цим сподіванням виробництво зерна в Україні з початку процесу переходу до ринкової економіки різко впало. Його середньорічні показники скоротилися з 47,4 млн т (1986—1990 рр.) до 36,4 млн т (1991—1996 рр.). В наступні роки відбувалося подальше скорочення. (Реформування сільського господарства в Україні: широке поле. За редакцією Штефана фон Крамона-Таубаделя та Людвіга Штріве. — К. Фенікс, 1999, с. 92).

В результаті Україна перетворилася з одного з провідних експортерів зерна на його імпортера. Достатньо нагадати той факт,

що Одеса, яка ще у XIX ст. була піонером у торгівлі зерном, через її порт відбувалося відвантаження величезної маси зерна з Російської імперії, в останні роки в основному приймає імпортне зерно з країн ЄС і Америки. (Соколенко С. І. Сучасні світові ринки та Україна. — К. Демос, 1995, с. 228—229).

Спад виробництва зерна має серйозні наслідки для економіки України. Статистичні дані свідчать, що у 1996 р. Україна втратила до 4 мільярдів доларів можливого доходу від експорту зерна. Зараз ця цифра через падіння цін на світовому ринку менша. Загалом, неспроможність використати потенціал у повній мірі коштує країні багато мільярдів доларів щороку.

Основні причини спаду виробництва зерна і збереження необхідності його імпорту:

— брак фінансових коштів. Через крайню обмеженість капіталу підприємства майже або взагалі не мають доступу до короткострокових кредитів для закупівлі матеріально-технічних ресурсів, необхідних для підвищення урожайності;

— екстремально високі витрати і збитки. Наприклад, розміри втрат під час жнив та зберігання перевищують середні німецькі показники в багато разів;

— ціни на багато торговельних послуг (наприклад, зберігання та транспортування) визначаються монопольними структурами. Торговець, який купує пшеницю на селі прямо з току та хоче завантажити її на корабель, що чекає в порту, залежить від наявних транспортних та портових потужностей. Головні торговельні послуги все ще прямо чи опосередковано контролюються державними підприємствами, такими, як «Хліб України»:

— важко отримати надійну інформацію про ціни як на кінцеву продукцію, так і на матеріально-технічні ресурси та торговельні послуги. Аграрні біржі майже не мають впливу на формування цін на зерно в Україні.

Для того, щоб збільшити обсяги виробництва і експорту зерна для економічного добробуту України в цілому, треба вжити політичних заходів:

1. Необхідно лібералізувати ринок землі, ввести довгострокову оренду та заставу землі. Прийняття нового Закону про оренду від 01.01.1999 уже приносить перші плоди.

2. Терміново необхідно демонополізувати структури, що займаються збутом зерна.

3. Потрібно приватизувати державне підприємство «Хліб України».

4. Необхідно ліквідувати штучні адміністративні монополії у сфері збуту зерна.

5. Потрібно поліпшити прозорість на внутрішньому ринку зерна.

В майбутньому держава має проводити закупівлю зерна у конкуренції з приватними торговцями на аграрних біржах. Це підвищить ліквідність бірж та ціни виробника.

6. Необхідно не лише формально, а й фактично скасувати державне замовлення. В перспективі лише приватне постачання ресурсів та приватна торгівля зерном можуть дозволити Україні стати одним з головних гравців на світових ринках зерна. (Реформування сільського господарства в Україні: широке поле. К. Фенікс, 1999, с. 93-107).

Нарешті, треба мати на увазі, що в сучасному світі держави, які є експортерами зерна надають фінансову допомогу агробізнесу в цій сфері, вважаючи це важливим фактором не тільки продовольчої, але й національної безпеки країни.

Щодо м'ясомолочної продукції, то наявність її в раціоні харчування розглядається як важливий показник якості життя. З 60-х років ФАО оцінює благополуччя нації не за обсягами металу і електроенергії на душу населення, а за забезпеченістю білком.

Нестача і дорожнеча м'ясо-молочних продуктів створюють соціальну напругу на ринку України, хоча Україна за загальним поголів'ям худоби та птиці і сьогодні в розрахунку на душу населення перевищує світові показники. Але обсяги виробництва цих продуктів недостатні і внутрішній ринок заповнюється імпортною продукцією. Хоча за останні роки відбулися суттєві зміни і на внутрішньому ринку України вже фактично немає імпортних молочних продуктів. З іншого боку, країни ЄС намагаються вирішити проблему — як позбутися величезних надлишків м'яса, масла, сиру, молочних продуктів. Так, малі держави ЄС (Данія, Нідерланди) закидали не тільки Україну, але й інші держави колишнього СРСР своєю ковбасною продукцією, різними сортами дешевого масла. Більшість цих товарів виробляється за зниженими технологічними вимогами, у зв'язку з чим вони не мають збуту на ринках країн ЄС.

Чому ж Україна не може наситити ринок продукцією власного виробництва? Тут треба мати на увазі, що наявність цих продуктів на ринку ще не означає, що вони є в достатній кількості, тому, що споживання м'ясо-молочної продукції за останні роки значно скоротилося через зниження доходів населення. Низькі закупівельні ціни плюс монополізм переробних підприємств зробили тваринництво не вигідною галуззю сільського господарства України.

Одним з простих шляхів вирішення проблеми підвищення ефективності тваринницького комплексу повинно стати вдосконалення використання сіножатей та пасовищ. Наприклад, в Швеції, Нідерландах, де площа пасовищ є невеликою збільшення продукції тваринництва досягнуте за рахунок високої продуктивності пасовищ до 50 ц сіна з 1 га проти 5—10 на пасовищах України, що досягається завдяки внесенню у ґрунт мінеральних добрив. А м'ясна галузь України оснащена більш ніж на половину застарілим устаткуванням, 60 % працюючих в ній зайнято ручною працею. (Соколенко С. І. Сучасні світові ринки та Україна, с. 232—234).

Ізоляція українського молочного господарства від світового ринку викликана в першу чергу високими імпортними митами. Часто говориться про те, що кожного року велика кількість українського масла експортується неформальними шляхами. Застосовуються імпортні бар'єри відносно продукції, яку, судячи з усього, можна було б вигідно експортувати. (Реформування сільського господарства в Україні: широке поле., с. 139).

Виробництво та експорт цукру мають в Україні досить тривалу історію. Цукроваріння з цукрового буряка в Російській імперії розпочалося з 1801 р. і розвивалося в основному в Україні. З 234 цукрових заводів, які функціонували в країні в 1913 р. — 197 знаходилися в Україні. У тому ж році уся цукрова галузь імперії виробила 13,5 млн ц цукру, 11 з яких — на підприємствах українських цукрозаводчиків, в першу чергу на заводах Артемія Терещенка.

І сьогодні Україна має гарні можливості для розвитку цукрової промисловості, оскільки займає перше місце в світі за площею яку відводяться під посіви цукрового буряка. (Соколенко С. І. Сучасні світові ринки та Україна, с. 234—235).

У виробництві цукру розрізняють дві стадії: вирощування буряка і виробництво цукру на заводах.

Виробництво цукрових буряків в Україні скоротилося з 43,8 млн т в середньому в 1986 — 1990 рр. до 31,3 млн т у 1991—1995 рр. За цей же період урожайність знизилась з 26,7 до 20,9 т/га в середньому. В 1997 і 1998 рр. обсяги виробництва ще більше скоротилися. (відповідно 17,7 і 15,5 млн т). Знизилася урожайність, скоротилися посівні площі. В Європі ж, навпаки, середня урожайність цукрових буряків за цей же період зросла (в 1990 р. — 44,5 т/га.)

В Україні можна досягти урожайності 40—50 т/га без особливих проблем, в результаті чого з площі 164 млн га можна збирати

60—75 млн т. Для досягнення такого рівня виробництва необхідний кредит на суму приблизно в 650 млн доларів США/рік, а також довгострокові інвестиції в сільськогосподарську техніку приблизно на таку ж суму. Держава не в змозі виділити такі кошти зі свого бюджету. Таким чином, відродження виробництва цукрових буряків в Україні залежатиме від приватних внутрішніх та іноземних інвестицій. Отже, необхідною умовою збільшення виробництва цукрових буряків в Україні є вжиття державою заходів з метою поліпшення інвестиційного клімату.

Виробництво цукру в Україні залежить не лише від виробництва цукрових буряків, а й від ефективності їх переробки. В Україні 192 цукрових заводи. Станом на 1 січня 1997 р. 165 з них було приватизовано, сьогодні їх більше. Однак дотеперішня приватизація була здебільшого формальною процедурою, в ході якої акції підприємств розподілялися між колективами та керівниками. До того ж, оскільки цукрова промисловість вважається «стратегічною» галуззю в Україні, значні пакети акцій (часто до 50 %) багатьох цукрових заводів держава залишила за собою. Внаслідок цього в цукровій промисловості майже не проведено жодної реструктуризації чи підприємизації за ринковими принципами і багато цукрових заводів протягом багатьох років є збитковими, а процедуру банкрутства ще не запроваджено.

Білий цукор, що виробляється в Україні, як правило, не відповідає міжнародним стандартам, тому на міжнародному ринку його можна продати лише із знижкою.

Приблизно третина українських цукрових заводів можуть переробляти імпортний цукор-сирець. Можливо, поблизу портів, скажімо, в Одесі буде вигідніше виробляти цукор з імпортованого сирцю, ніж з українських цукрових буряків.

Виробництво цукру в Україні буде конкурентоспроможним лише тоді, коли доходи від продажу цукру за цінами світового ринку перевищуватимуть сумарні витрати, пов'язані з придбанням виробничих факторів (земля, посівний матеріал, енергія, переробка тощо) також за світовими цінами. (Реформування сільськогосподарства в Україні: широке поле, с. 108—119).

Значні експортні можливості має лікєро-горілочна промисловість і виноробство в Україні. Це одна з тих галузей, яка своєю діяльністю справляє значний вплив на економічний потенціал країни. Головною сировиною для виготовлення спирту-ректифікату є зерно, картопля, меляса і тому Україна завжди займала одне з провідних місць з виробництва лікєро-горілочної продукції. Однак в останні роки відбулося скорочення урожайності картоплі

і спад у виробництві цукрового буряка, що відбилося на роботі лікерогорілчаних заводів. Великих втрат за роки антиалкогольної кампанії зазнало виноградарство.

Сьогодні приблизно половина українського алкогольного ринку належить імпортерам та підпільним виробникам різноманітних спиртостітких сурогатів. Критичне становище виникло на лікерогорілчаних заводах при введенні акцизів, сягавших 75 %. Україна має власні унікальні традиції у виробництві високоякісних вин, прикладом цьому може бути Масандра, яка нещодавно відмітила свій віковий ювілей (понад 100 років тому князь Голіцин заклав перший підвал знаменитого виноробного підприємства).

З 1990 року Масандра стала виходити на міжнародний ринок, переживши антиалкогольну кампанію. І це при тому, що сьогодні у світі існує двохрічний запас вин основних країн-виробників: Франції, Італії, Іспанії, Португалії, Німеччини. На світовий ринок вина активно вкорінюються Болгарія, Угорщина, Нова Зеландія, Австралія, Південна Африка. Так що продавати вино досить важко. І все ж з підвалів Масандри щорічно виходить біля мільйона літрів високоякісних вин, частина яких поставляється у США, Швейцарію, Японію, країни ближнього зарубіжжя. При відповідній підтримці держави, Україна має всі можливості успішно конкурувати на світових ринках лікерогорілчаної і винної продукції. (Соколенко С. І. Сучасні світові ринки та Україна. К. Демос, 1995, с. 236—238).

Останнім часом відмічається, що у світовому співтоваристві Україну визнають як потенційного в найближчій перспективі лідера з виробництва сільськогосподарської продукції та найважливіших продуктів харчування: зерна, цукру, олії, м'яса, продуктів переробки молока тощо. У зовнішній торгівлі аграрною продукцією України основними споживачами є країни ЄС, Росія, Білорусь, Ізраїль, Корея, Польща та ін. Найбільшим попитом на зовнішніх ринках користуються олійні культури, продовольча і фуражна пшениця, м'ясо і продукти його переробки. За даними Державного комітету статистики, в 1998 р. Україна експортувала 12 % всього обсягу експорту пшениці до Ізраїлю, 16 — до Кореї, майже 6 — до Швейцарії, Угорщини та країн СНД, близько 15 % — до країн ЄС. Експорт насіння соняшнику в 1998 р. до Туреччини становив 17 % всього обсягу експорту, країн ЄС — 65, країн СНД — близько 2, до Марокко — 5, до інших країн — 11 %, (Економіка АПК, 2000, № 6, с. 92).

7.4. Умови і можливості ефективного використання експортного потенціалу АПК України

Законом України «Про основні засади державної аграрної політики України на період до 2015 року» серед основних пріоритетів цієї політики визначено створення сприятливих умов для реалізації експортного потенціалу аграрного сектору економіки. Успішне вирішення цієї задачі органічно пов'язане з розвитком ринків сільськогосподарської продукції і продовольства.

Серед основних напрямів розв'язання проблем формування таких ринків виділені такі:

- удосконалення правових та організаційно-економічних засад забезпечення діяльності учасників таких ринків з урахуванням інтеграції України до Європейського Союзу та до світового економічного простору;

- удосконалення державного регулювання у сфері зовнішньоекономічної діяльності, запровадження квотування імпорту окремих стратегічних видів сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів; недопущення їх неконтрольованого переміщення через кордон.

Крім того, Законом України «Про безпечність та якість харчових продуктів встановлено вимоги до експортних потужностей переробних підприємств. Зокрема встановлено, що будь-який продукт, який експортується до країни призначення і який походить із затверджених експортних потужностей /об'єктів/ повинен бути маркований відповідно до вимог країни призначення,

Таким чином, створені необхідні правові умови для ефективного розвитку і використання експортного потенціалу АПК України.

Ефективне використання цього потенціалу буде залежати від успішного проведення таких заходів:

- досконале вивчення потреб у нашій продовольчій продукції і можливостей її реалізації на західному та інших міжнародних ринках;

- організація відповідної міжнародної реклами;

- підвищення якості продукції до світових стандартів;

- організація спільних підприємств;

- обґрунтована політика ціноутворення, яка буде сприяти підтримці міжнародної конкурентоспроможності нашої харчової продукції.

В нашій країні створені значні виробничі потужності харчової промисловості, які можуть бути розширені. Достатньо згадати,

що у продовольчому комплексі колишнього Союзу виробничий і експортний потенціал харчової промисловості України становив 23 відсотки, в тому числі по виробництву цукру з буряків — понад 50 відсотків, рослинної олії — 30, харчової солі — 52, м'ясних продуктів — 28, молочної продукції — 23, кондиторських виробів — 24 відсотки.

За останні роки конкурентоспроможність української сільськогосподарської продукції на світовому ринку зростає. Наслідком цього є зростання частки України у світовому експорті ряду сільськогосподарських товарів (див. табл. 7.2)

Таблиця 7.2

ЧАСТКА УКРАЇНИ У СВІТОВОМУ ЕКСПОРТІ ОКРЕМИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРІВ, %

Продукція	рік				Відхилення (+, -) 2004 р. до 1996 р.
	1995	1998	2001	2004	
Пшениця	0,2	2,5	2,5	2,1	+1,9
Жито	0,1	0,3	1,4	3,2	+3,1
Ячмінь	6,5	3,2	10,0	16,1	+9,6
Насіння соняшнику	2,5	20,6	21,3	11,5	+9,0
Соняшникова олія	6,1	5,6	15,5	24,9	+18,8
Цукор	6,0	0,3	0,0	0,4	-5,6
Яловичина	11,0	6,1	8,0	4,8	-6,2
Вершкове масло	5,8	0,8	4,1	2,8	-3,0
Сухе знежирене молоко	2,8	1,5	4,3	3,7	+0,9
Сир твердий	0,4	0,1	0,8	2,4	+2,0
Мед	0,2	0,1	0,8	2,4	+1,2

(С. М. Кваша, Н. Є. Голомша. Конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції на світовому аграрному ринку. Економіка АПК 2006, № 5, с. 100.)

Таким чином, за останні десять років суттєво зросла частка України у світовому експорті зернових, насіння соняшнику та соняшникової олії, меду, сухого знежиреного молока й твердих сирів. Разом з тим, Україна втратила свої позиції у світовому експорті яловичини, вершкового масла і цукру. В результаті проведеного аналізу визначено, що країна має великі експортні можливості по молоку, молокопродуктах, м'ясу і м'ясопродуктах, насіння соняшнику.

В цілому експортний потенціал аграрного сектору України ще недостатньо використовується. В результаті частка експорту у валовій продукції галузі становить лише 12 %, тоді як у Польщі і Угорщині цей показник дорівнює 25 %, а у Німеччині — понад 50 %.

Конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції досягається за рахунок того, що українські експортні ціни основних видів аграрної продукції значно нижчі від світових. Наприклад, українська експортна ціна для яловичини становить лише 57,8 % світової експортної ціни, для вершкового масла — 60,8 %, для пшениці — 62,5 % і лише для соняшникової олії — 95,4 % світової. Вважається, що українська експортна продукція відзначається більш низькою якістю, хоча це не завжди відповідав дійсності, тому що експортну ціну занижують комерційні структури, що займаються експортом вітчизняної сільськогосподарської продукції (С. М. Кваша, Н. Є. Голомша. Конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції на світовому аграрному ринку. Економіка АПК 2006, № 5, с. 100—101.)

При порівнянні розмірів експорту і імпорту харчових продуктів маємо позитивне сальдо. Так, у 2003 році було експортовано харчових продуктів на суму 2064,6 млн дол. США, а імпортовано на 1429,2 млн дол.

Зріс експорт таких продуктів як м'ясні і молочні, олія, цукор, маргарин, спирт, сіль, алкогольні і безалкогольні напої, мило, кондитерські і тютюнові вироби. Імпортувалися м'ясо, молочні продукти, цукор, меляса, пиво, вино та інші продукти.

Останнім часом збільшується експорт такої продукції як спирт, води натуральні й мінеральні, ефірна олія, маргарин, кондитерські вироби, шоколад, чай, кава, сіль, молокопродукти. Зменшився експорт м'яса, цукру, олії, жирів тваринного походження. Серед імпортованих продуктів останнім часом значно зросли закупки м'яса, борошна, жирів, маргарину, ковбас. Зменшили імпортувати молокопродукти, цукор, вина, спирт, плодоовочеві консерви.

Продукція харчової промисловості України експортується в країни СНД і Балтії, серед яких найбільш активними споживачами українських продуктів є Росія, Молдова, Білорусь.

Українська харчова продукція також експортується в такі країни далекого зарубіжжя як Італія, Великобританія, Німеччина.

Для збільшення експорту українських товарів в країни СНД в останні роки підвищено ефективність роботи торгово-економічних місій у складі Посольств України в цих країнах.

Значним ринком збуту української харчової продукції залишається Росія. Тут маємо позитивне зовнішньоторговельне сальдо. Так, за перший квартал 2004 року в Росію експортовано продовольчих товарів на 215,8 млн дол. США, а імпортовано з неї в Україну — на 47,8 млн дол.

Державний департамент продовольства України детально вивчав асортимент зустрічних експортно-імпортних поставок, кон'юнктуру товарних ринків і їхньої потреби, у разі необхідності вживав невідкладних заходів по вдосконаленню і подальшому розвитку українсько-російських зовнішньоторговельних відносин, потенційні можливості яких ще недостатньо використовуються.

Експортний потенціал харчової промисловості України зміцнюється завдяки використанню інвестиційних і кредитних ресурсів розвинених країн, лізингу, створення спільних підприємств.

Так, сума іноземних інвестицій у харчову промисловість України на 1 січня 2004 року досягла 988,3 млн дол. США. Особливо відзначаються такі галузі як тютюнова, пивоварна і кондитерська. В тютюновій галузі організовано 6 спільних підприємств з однією німецькою і двома американськими фірмами.

В пивоварному виробництві введено в дію завод «Славутич», а на багатьох підприємствах кондитерської промисловості змонтовано високопродуктивне устаткування.

Налагоджені постійні ділові стосунки між харчовими підприємствами України й фірмами США, Англії, Італії, Австрії, Данії, Чехії і Німеччини,

Особливо великий потенціал щодо залучення іноземних інвестицій та їх ефективного використання має цукрова галузь України, Потужності українських цукрових заводів і потенціал аграрного сектора дозволяють щороку виробляти 5 млн тонн цукру, при внутрішній потребі до 2 млн тонн. У 2003 році було вироблено 1,45 млн тонн, з урахуванням цукру з тростинного сирцю — 2,5 млн тонн.

За радянських часів понад 60 відсотків цукру, виробленого в Україні відправлялося за межі республіки. (Ю. Кіщак. Експортний потенціал галузі. Харчова і переробна промисловість, № 9—10, вересень — жовтень 2004, с. 4—5)

Останнім часом надходять повідомлення про те, що Європейський Союз має намір активізувати співпрацю з Україною в агропромисловому комплексі. В результаті переговорів з представниками німецьких компаній підготовлені проекти угод з переробки молока і виробництва молочних продуктів, які найближчим часом почнуть реалізовуватися в Україні.

Наслідком конференції «Біоенергія — нові перспективи для української економіки» стала заява солідних німецьких фінансових структур про готовність вкладати кошти в проекти з виробництва біопалива в Україні. Наш агросектор цікавий для Європи. (Чорноморські новини, 21.01.2006)

7.5. Глобалізація ринків сільськогосподарської продукції і продовольства

Розвиток світової торгівлі характеризується процесами глобалізації і регіоналізації. Глобалізація товарних потоків сільськогосподарської продукції і продовольства проявляється у діяльності міжнародних продовольчих компаній — МПК. Більша частина переробленого продовольства і значна частина сільськогосподарських продуктів, які надходять на міжнародний ринок, виробляється в рамках або під безпосереднім технологічним, фінансовим, організаційним впливом МПК. Діяльність МПК сприяє утворенню нового міжнародного ринкового простору, вони є основними носіями і каталізаторами зростання ефективності національних продовольчих систем.

Лідруючу, роль серед МПК відіграють компанії агробізнесу США. Так, у 1997 році продажі 21 найбільшої публічної американської продовольчої фірми за кордоном склали 25 % їх загального обороту (тут не враховуються продажі таких найбільших МПК, як «Каргілл», «Марс» «Континентал грей» та ін., оскільки вони не є публічними компаніями, а також «Кока — кола» та «Пепсі-кола», оскільки вони формально не продовольчі). У тому числі біля 11 % продаж припадає на Західну Європу, 3 — на Азіатсько-Тихоокеанський регіон, 2 — на Латинську Америку, 1 — на Канаду і 9 % — на інші регіони і країни.

У трьох найбільших європейських продовольчих фірм — «Нестле», «Юнілевер» і «Данон» — частка продаж за межами Західної Європи досягає відповідно 59, 57 і 20 %. Основна частка продаж їх підрозділів припадає на Північну Америку. Швидко зростають продажі в країнах з перехідною економікою Центральної і Східної Європи.

Новим явищем у 90-х роках стало те, що темпи вивозу капіталу МПК випереджали темпи зростання продовольчого експорту. В результаті, за даними МСГ США, на кінець десятиріччя сукупні продажі філіалів і дочірніх компаній американських продо-

льчих фірм у 4 рази перевищили сукупний обсяг американського продовольчого експорту.

Ще одною характерною особливістю 90-х років стало підключення до вивозу капіталу компаній, які зайняті в оптовій торгівлі продовольством, а також у сфері громадського харчування. Ця тенденція тісно пов'язана із зростанням взаємоконкуруючої торгівлі готовим продовольством і глобальною стандартизацією моделі споживання продовольства, а також появою необхідності і можливостей створення вертикальних систем просування продовольства до споживача.

Роль іноземних компаній також посилюється у сфері виробництва засобів виробництва для сільського господарства. Наприклад, у США в середині 90-х років зарубіжні компанії володіли і управляли 25 % активів об'єднань, які виробляють засоби виробництва для сільського господарства, 10 % активів харчової промисловості, 15 % активів продовольчої торгівлі. За прогнозами американських економістів, через 10 років відповідні показники складуть 30, 15 і 20 %.

Формальне володіння іноземними підприємствами доповняється численними неформальними консорціумами, збутовими та заготівельними агенствами, контрактним вирощуванням, спільними науковими дослідженнями і технологічною співучастю, венчурним проектуванням і розподілом ризиків, формуванням, а потім і участю у ф'ючерсній торгівлі на місцевому ринку тощо.

Показовим прикладом розвитку міжнародного співробітництва і кооперування є генна інженерія і біотехнологія, розвиток яких дозволить у найближчі роки різко підвищити ефективність продовольчих систем в ряді країн.

З другої половини 90-х років почалося масове комерційне освоєння насіння рослин, які виведені за допомогою генної інженерії.

Поки що вдалося вивести насіння сої і бавовни, які здатні витримувати залишковий вплив масового пестициду раундап, а також кукурудзи, що є стійкою до масових хвороб цієї культури (так звана біті кукурудза). У найближчі роки очікується вихід на комерційний ринок насіння картоплі, стійкої до колорадського жука. (МЭ и МО 1998, № 8, с. 33 — 34).

Таким чином, глобалізація у сфері агробізнесу веде до підвищення ефективності агропромислового виробництва і створює сприятливі умови для більш рівномірного споживання продуктів харчування в окремих країнах і регіонах світу.

Запитання для самоконтролю:

1. У чому полягають довгострокові тенденції розвитку світового продовольчого ринку?
2. Якими основними причинами визначаються основні напрями експорту і імпорту сільськогосподарської продукції і продовольства?
3. У чому полягають основні причини спаду виробництва зерна в Україні і збереження необхідності його імпорту?
4. Чим викликана ізоляція українського молочного господарства від світового ринку?
5. При якій умові виробництво цукру в Україні може бути конкурентоспроможним?
6. Визначіть експортні можливості лікерогорілчаної промисловості і виноробства в Україні.
7. Яка сільськогосподарська продукція України користується найбільшим попитом на зовнішніх ринках?
8. Визначте умови і можливості ефективності використання експортного потенціалу АПК України?
9. Якими особливостями характеризується глобалізація товарних потоків сільськогосподарської продукції і продовольства?

Розділ III

РЕГІОНАЛЬНА СТРУКТУРА МІЖНАРОДНОГО АГРОБІЗНЕСУ

ГЛАВА 8

АГРОБІЗНЕС У НАЙБІЛЬШ РОЗВИНУТИХ КРАЇНАХ

Основні питання теми

- 8.1. Основні організаційні форми агробізнесу в США.
- 8.2. Агропромисловий комплекс Канади.
- 8.3. Агропромислова інтеграція в країнах ЄС.
- 8.4 Агропромислова інтеграція в Японії.

Основні поняття і терміни:

Продовольча політика США — заходи, які регулюють національне виробництво продовольства.

Сімейний агробізнес — фермерське господарство на основі участі у виробництві окремої сім'ї.

Сімейна ферма — господарство за обсягом товарної продукції 2,5 тис. дол. США за умови, що його власнику менше 65 років і що він працює поза сільським господарством не більше 100 днів на рік.

Агропромислові кооперативи — в них поєднуються виробництво сільськогосподарської продукції, її переробка і збут.

Аграрна реформа — система заходів по реорганізації сільськогосподарського виробництва.

Аграрна політика — особлива система державної підтримки і регулювання сільського господарства, яка визначає характер розвитку галузі.

Контрактація — договори, які регламентують умови агропромислового виробництва.

8.1. Основні організаційні форми агробізнесу в США

Розвиток продовольчого ринку світу багато у чому визначається розвитком сільськогосподарського виробництва у США, Японії, Європі, Канаді. Виробництво зерна і м'яса в цих регіонах в останні десятиріччя характеризується високою стабільністю і перевищує 3/4 виробництва в розвинутих країнах.

Більше половини всього виробництва зерна припадає на США, проте частка країн ЄС зростає в останні десятиліття швидше, ніж частка США.

Трохи інакше складається динаміка виробництва м'яса. Незважаючи на те, що основним виробником цього продукту поки що залишаються США, їхня частка в загальному виробництві має чітку тенденцію до зниження, а питома вага країн ЄС і Японії швидко зростає. Висока ефективність сільськогосподарського виробництва дала змогу США і країнам ЄС не тільки повністю забезпечити попит на продовольство, а й суттєво вплинути на рівень самозабезпеченості продовольчими продуктами всього розвинутого світу. Всі розвинуті країни повністю забезпечують себе зерном, м'ясом, молоком, овочами. При цьому США і країни ЄС є основними експортерами не тільки найважливіших продовольчих продуктів, а й сільськогосподарських машин, мінеральних добрив, засобів захисту рослин та інших засобів виробництва. Агропромислові комплекси цих країн забезпечують усім необхідним виробництво, зберігання, переробку та збут сільськогосподарських продуктів.

Найпотужніша система агробізнесу в США де продукція цієї системи складає 12 % ВВП, в той же час частка продукції власне сільського господарства США в ВВП складає лише 1,5 %. Частка США у світовому виробництві: сої — 43,7 %, кукурудзи — 34,4 %, бавовни — 21,2 %, пшениці — 11,6 %. Частка зайятих в агробізнесі США в загальній чисельності працюючих складає 12 %, а у сільському господарстві всього — 3 %.

Вирішальна роль США і країн ЄС на світових ринках продовольства пояснюється довгостроковими зусиллями, спрямованими на індустріалізацію сільського господарства. Абсолютна перевага сільськогосподарських сфер у структурі АПК США дозволяє їм ініціювати створення сучасного механізму його як більш жорсткого, маючого техніко-економічний характер нормативного контролю над технологією і організацією сільськогосподарського виробництва. Це обумовлює перехід стратегічних рі-

шень, які визначають розвиток сільського господарства від фермерських господарств, в зоні яких залишається прийняття рішень тактичного характеру до промислово-торгових сфер АПК. Практика внутрішнього планування, у свою чергу призводить до найбільшого використання принципів системного підходу та маркетингу. Це створює найбільш надійнішу основу довготермінового зростання сукупного прибутку комплексу як основи збільшення індивідуального прибутку у всьому ланцюжку і визначає зростаючу орієнтацію на підвищення кінцевого результату.

Характерна особливість розвитку сільського господарства розвинутих країн — посилення державно-монополістичного регулювання цієї галузі. Форми і методи цього регулювання суттєво відрізняються в різних країнах, що зумовлено специфікою розвитку сільського господарства кожної з них.

За останні десятиліття зростання можливостей внутрішньозовнішньої продовольчої політики стало одним із найважливіших умов її розробки та втілення в життя. В розвинутих в економічному відношенні країнах — США, Канаді, Японії, ФРН велике значення має державна підтримка розвитку фермерських господарств.

Більшість американських програм з контролю за виробництвом обмежують доступність фермерських продуктів для середніх американців і підвищують ціни на них. Це є монополістичний ефект, який досягається в послідовно конкурентній економіці лише силою держави, що діє в інтересах фермерів. Як і більшість країн Заходу, США здійснює програми підтримки фермерів по каналах USDA — United States Department of Agriculture (Міністерство сільського господарства США). Основною метою цих програм є забезпечення стабільності або підвищення цін на продукцію фермерів та їхніх доходів, хоча, як правило, цього вдається досягти за рахунок підвищення закупівельних цін на сільськогосподарську продукцію і відносного зниження її споживання. Західні й американські програми передбачають заходи щодо підтримки рівня експорту, а також інші форми непрямого субсидування фермерських господарств. Слід також врахувати заходи, що проводяться в рамках інших програм USDA, зокрема розвитку сільської інфраструктури й страхування врожаїв, які можна також розглядати і як непрямі субсидії фермерам. Американські програми підтримки фермерських цін беруть початок з того періоду, коли ціни і доходи значно знижувались через загальне перевиробництво, що було наслідком тривалого періоду росту продуктивності, який закінчився великою депресією в 1930-х роках. Ефект сучас-

ної політики досить складний і змінюється залежно від виду продукції, але в цілому ціни, які платить покупець, вищі в результаті державного втручання. Для сучасних політичних настроїв у США характерним є прагнення скоротити всі державні програми підтримки сільського господарства, а ціни підтримувати методами, які дають змогу зробити конкурентоспроможним експорт США на світовому ринку і зменшити втрати споживача. Можна очікувати, що ця тенденція збережеться, оскільки робоча сила фермерів і людей, що виростили на фермах, зменшується. Громадська думка дедалі більше формується в тому напрямі, щоб відмовитися від масового субсидування невеликої групи населення за рахунок усіх інших. Значною мірою цьому сприяє широко пропагандований у відповідних колах гіркий досвід країн Європейського Союзу, де майже 50 % бюджету витрачалось на покриття потреб 5 % трудових ресурсів шляхом необґрунтованого субсидування сільськогосподарських виробників.

Існує три принципових підходи до програм підтримки цін з позицій аналізу попиту і пропозиції. При першому підході підвищують фермерські ціни шляхом обмеження пропозиції фермерської продукції / підвищення ціни для споживачів. Сільськогосподарські ринки є настільки конкурентними, що фермери не можуть діяти монополюсно без допомоги держави. Уряд США, звичайно, не може примусити індивідуальних фермерів обмежити виробництво, він просить ферми обмежити його, надаючи їм за це можливість брати участь в інших програмах. При другому підході уряд підвищує фермерські ціни, купуючи ту кількість продукції, яка, будучи проданою, може знизити ринкову ціну. Ситуація, коли уряд змушений купити продукцію, оцінюється ним як негативна, і як позитивна — коли запаси уряду досить незначні; третій підхід включає існуючі нині цільову ціну і дефіцитну платіжну схему, які використовуються в зернових програмах у комбінації з першим і другим підходами. При цьому підході фермер одержує другу гарантовану ціну, яка називається цільовою. Продукція, вироблена за цією ціною, продається на ринку, а уряд покриває різницю між нижчою ринковою ціною (тією, що платять споживач) і вищою цільовою ціною (тією, що одержує фермер).

Середній споживач потерпає від державного втручання і при першому, і при другому підходах внаслідок як росту цін, так і скорочення виробництва. Однак у результаті другого підходу у власності уряду виявляються надлишкові запаси, які можуть бути реалізовані за низькими цінами на користь деяких груп спожива-

чів. Сюди входять американські школярі та деякі зарубіжні покупці.

При третьому підході виграє середній споживач. Якщо такий підхід не супроводжується обмеженням виробництва, то споживча ціна виявляється нижчою ціни рівноваги, яка б склалася без будь-якої державної програми підтримки. Третій підхід, особливо якщо він не пов'язаний з обмеженням виробництва, також є одним із найдешевших для державного бюджету. Перший підхід — обмеження виробництва — пов'язаний з найменшими витратами бюджетних коштів, однак при цьому обмеження виробництва створює інші не бюджетні затрати і моменти неефективності.

Зовні третій підхід найбільше схожий на нашу схему, за якої роздрібні ціни державних магазинів на те ж м'ясо великої рогатої худоби вищі ніж закупівельні ціни. Однак зовнішня схожість є оманливою. Різниця полягає в тому, що американська роздрібна ціна надзвичайно гнучка. На одну й ту ж продукцію ціна в супермаркеті протягом доби може змінюватися кілька разів. Скажімо, якщо зранку буханець хліба коштує 2 дол., то ввечері за цю ціну можна придбати два таких буханця, а вночі ціна знижується ще більше. В силу цього кількість пропонованої за гарантованою фермерською ціною продукції завжди рівна тій, що потрібна споживачам.

Окремі види продукції в США не охоплені програмами підтримки, наприклад, продукція тваринництва (за винятком молочних продуктів), більшість плодів і овочів, а також картопля. Участь фермерів у програмах підтримки для тих видів сільськогосподарської продукції, для яких вона передбачена, є добровільною, як участь у всіх видах програм USDA.

Головною метою таких програм є приведення обсягів виробництва основних сільськогосподарських продуктів у відповідність із потребами країни і збереження та захист безпосередніх виробників цієї продукції. З одного боку, кожен фермер є вільний у виборі господарських рішень щодо ведення свого бізнесу (один з принципів ринкової економіки), однак держава настільки широко використовує систему різноманітних економічних важелів, що, з другого боку, фермер змушений діяти в інтересах держави. Інакше кажучи, держава вміло й толерантно створює у фермера інтерес до виробництва продукції потрібної якості та кількості. З розрахунку на одну ферму з середньому сума державних виплат за участь у державних програмах становить 20 тис. доларів на рік, при цьому на одну дрібну ферму в середньому припадає

по 4 тис. дол., на велику (із середнім річним доходом більше 500 тис. дол.) — до 70 тис. дол. (Шиян Д. В. Особливості та чинники формування закономірностей циклічного виробництва у сільському господарстві США. Економіка АПК, 2004 р. № 4, с. 149—150)

До групи основних продуктів, для яких існують програми підтримки американським урядом, належать пшениця, кормові зернові, бавовник, цукор, молочні продукти, тютюн і арахіс. Кожна окрема програма підтримки за видом продукції має свої відмінні риси. Найбільш ґрунтовно розробленими є програми підтримки для зернових культур, зокрема для пшениці й кормових культур.

Щоб претендувати на участь у цих програмах, фермери повинні прийняти певні правила гри. Програми підтримки для зернових передбачають встановлення урядом (точніше — USDA) мінімальних цін на продукцію фермерів, але при цьому площі, які використовуються фермерами у виробництві, повинні бути обмеженими. Після збирання врожаю уряд позичає фермерам гроші під заставу у вигляді зібраного зерна. Фіксована сума грошей дається в кредит за кожен одиницю фізичного обсягу продукції, і цей питомий показник позики називається «заставна ставка».

Вона, по суті, фіксує мінімальну ринкову ціну товару, для якого її встановлюють.

Якщо ринкова ціна перевищує заставну ставку, то фермери можуть продавати свою продукцію за цією ціною, а потім повинні погасити позику з процентом. Якщо ринкова ціна знижується нижче рівня заставної ставки, то фермери можуть передати своє зібране зерно в розпорядження уряду як погашення позики. Уряд може також встановлювати так звану «цільову ціну» на рівні, що перевищує заставну ставку. В цьому випадку уряд виплачує фермерам за кожен одиницю їхньої продукції суму, яка дорівнює різниці між цільовою ціною та або заставною ставкою, або ринковою ціною (від того, яка з них вища).

Вивчення зарубіжного досвіду дає змогу запропонувати точніший метод оцінки ступеня позитивного або негативного впливу державних програм підтримки сільського господарства на виробників і споживачів сільськогосподарської продукції. Для цього можна використати емпіричні показники «еквівалент субсидій виробникам» (ЕСВ) та «еквівалент субсидій споживачам» (ЕСС). ЕСВ та ЕСС дають можливість виявити як сам факт, так і ступінь надання державними програмами фінансових вигод, або «субсидій» виробникам і споживачам, або заподіяння їм цими програмами фінансових збитків, або їх «обкладання податками». Для

будь — якого продукту ЕСВ рівний різниці між реалізаційною ціною, яка враховує будь-які видимі урядові субсидії, і світовою ціною товару (перерахованою в національні ціни за економічно обґрунтованим обмінним курсом валюти). Видимі урядові субсидії, так звані «політичні трансферти», охоплюють групу субсидій, які вимагають спеціальних цільових витрат уряду. Це могли б бути платежі фермерам за виведення з обороту землі під консервацію з метою її регенерації, субсидовані позики, субсидії на боротьбу із сільськогосподарськими шкідниками і хворобами, вартість державних послуг щодо збереження продукції а також фінансування урядом наукових досліджень.

Механізм розрахунку ЕСВ досить простий. Припустимо, що: 1) світова оптова ціна на певний товар становить 9 дол. США; 2) програма підтримки фермерів підвищує внутрішню ціну, за якою національні виробники продають свою продукцію, до 12 дол.; 3) виробники забезпечені страховкою продукції за рахунок уряду, тобто економлять 2 дол. на одиницю продукції, не страхуючи останню у приватних фірм. Тоді питома субсидія для виробників у цілому становить 5 дол. З цієї суми 2 дол. йде по програмі страхування продукції, а 3 дол. — внаслідок того, що виробники продають продукцію за ціною внутрішнього ринку, що дорівнює 12 дол., а не за світовою ціною — 9 дол., ЕСВ може бути розрахований як відношення питомого показника сукупних субсидій (з розрахунку на одиницю продукції) до закупівельної ціни продукції. В нашому прикладі $ЕСВ = 5 : 12 = 0,42$. Тобто програма підтримки цін і страхування продукції сприяє поліпшенню фінансового стану фермерів на величину, рівну 42 % сукупного виторгу, що його вони одержують від реалізації своєї продукції.

Як видно з результатів розрахунків, у США практично неможливо знайти сільськогосподарський продукт, для якого було б характерним негативне значення ЕСВ, тобто тут немає жодного продукту, стосовно виробників якого урядові програми мали б характер фінансових санкцій, а не підтримки. ЕСС для будь-якого товару рівний різниці між ціною, за якою його купує споживач, і світовою оптовою ціною на цей товар. До групи державних субсидій споживачам, знову ж таки, можна віднести ті з них, які пов'язані з фінансовими витратами уряду. У США, наприклад, такі субсидії виробникам продовольчих товарів незначні й існують не на всі види цих продуктів і не для всіх категорій споживачів субсидованих продуктів. Як і ЕСВ, ЕСС може бути як від'ємною, так і додатною величиною. Як видно з розрахунків, у

США практично немає продовольчих товарів, для яких величина ЕСС була б позитивною. Інакше кажучи, продовольчі програми майже ніколи не ставлять споживачів продовольства у відносно вигідніший стан, а навпаки, погіршують його. Протилежний стан, як видно з наведених розрахунків, має місце в Україні, за умови відсутності хоча б будь-яких елементарних програм розвитку як усього сільського господарства, так і м'ясного скотарства у фермерських господарствах зокрема. (так само. с. 151)

США посідають домінуючу позицію в міжнародній торгівлі сільськогосподарськими товарами, яка базується на високо розвинутому виробництві. У США зосереджено приблизно 11 % світових сільськогосподарських угідь і 5 % населення земної кулі. У той же час на них припадає близько 1/4 світової сільськогосподарської продукції. Щорічно на зовнішні ринки надходить 55—70 % річного виробництва пшениці, 30—35 % кукурудзи, 40—5 % сої та 60—75 % рису. (так само с. 150)

В останні десятиліття спостерігається значне зростання обсягу сільськогосподарського виробництва, особливо виробництва продукції галузей рослинництва, на частку яких зараз припадає близько 50 % вартості всієї виробленої у США товарної сільськогосподарської продукції. В основі зростання виробництва сільськогосподарської продукції знаходяться, головним чином, інтенсивні фактори. Приріст виробництва цієї продукції за останні десятиліття відбувався головним чином за рахунок подальшого нарощування матеріально-технічної бази, використання досягнень науково-технічного прогресу, раціоналізації виробництва, різкої інтенсифікації сільськогосподарської праці.

За останні десятиліття США перетворились на основного постачальника продовольства на світовому ринку. Посилення взаємозв'язків сільського господарства із світовим ринком викликало зміни на внутрішньому ринку продовольства та у самій продовольчій політиці. При розробці продовольчої політики США в останні десятиліття було використано нові підходи до визначення конкретних цілей та засобів цієї політики: перехід від сільськогосподарської (фермерської) політики до продовольчої, яка охоплює всі ланки продовольчого комплексу (ПК) країни; оцінювання взаємозв'язків ПК з національною економікою; орієнтація не на боротьбу з надвиробництвом і не на ліквідацію дефіциту, а на розробку альтернативних програм для відносної стабілізації ринку з визначенням вирішальної ролі ринкового механізму; врахування більш тісної взаємодії внутрішнього і світового ринку продовольства. Продовольча програма США реалізується шля-

хом різноманітних конкретних програм, зокрема програми підтримки фермерських цін і прибутків, програм сільськогосподарських запасів і резервів, заходів щодо стабілізації і можливого розширення сільськогосподарського експорту тощо. Досягнення цих цілей забезпечується системою заходів внутрішньої продовольчої політики спрямованих на створення достатніх експортних ресурсів при коливанні попиту і пропозиції, змін витрат і прибутковості виробництва.

Тенденція переважання у структурі АПК несільськогосподарських сфер визначає й провідне значення їх інститутів у агробізнесі.

Для несільськогосподарських підприємств, фірм, об'єднань сучасного агробізнесу закономірно поступове зміцнення концепції й централізації господарської діяльності на великих фірмах (об'єктах).

Так, на сьогодні 2 найбільші корпорації США — «Джон-Дір» і «Кейс і К» — контролюють 4/5 усіх постачань фірмам тракторів і комбайнів.

Із 12 тис. харчових компаній частка 200 найбільших корпорацій, складає лише 1,7 % їх загальної численності, припадає більше 3/5 усієї додаткової вартості у даній галузі США.

Очікується, що до 2010 р. 50 найбільших фірм харчової промисловості будуть контролювати 3/4 всієї кінцевої продукції галузі.

Крім того, 2/3 всього дрібного товарообігу продовольчої торгівлі зосереджено у великих багатопрофільних (від 10 до 50 магазинів) гуртово-роздрібної торгівлі.

Основною організаційною формою агробізнес у США є провідні фірми які являють собою великі науково-виробничі об'єднання, які нараховують кожне від 10 до 100 тис. зайнятих, реалізуючих продукцію на суму від 5 до 20 млрд дол. і більше.

Розвиток великомасштабного виробництва обновлює переважання у несільськогосподарських сферах акціонерної форми господарчих суб'єктів. Однак у агробізнесі суттєву, а інколи зростаючу роль відіграють дрібні і середні несільськогосподарські компанії, здатні до відносно швидкої перебудови і є свого роду розвідниками і провідниками досягнень НТП.

Основа організаційної структури власне сільського господарства США — сімейна ферма. Такою вважається господарство з обсягом товарної продукції 2,5 тис. дол. за умови, що його власнику менше 65 років і що він працює поза сільським господарством не більше 100 днів на рік.

87 % американських ферм є індивідуальними сімейними, тобто на них працюють фермери та члени їхніх сімей, їм належить, земля (яка перебуває у власності чи в оренді) та інші засоби виробництва, вони самі приймають більшість господарських рішень. У США налічується близько 2 млн індивідуальних сімейних ферм, їм належить 65 % всієї землі, вони виробляють 56 % сільськогосподарської продукції.

Партнерства створюють ще одну форму сімейного бізнесу, яка передбачає об'єднання земельних, фінансових, матеріальних та трудових ресурсів осіб, пов'язаних між собою сімейними стосунками. В аграрній сфері США налічується 200 тисяч партнерств (9,6 % загальної кількості господарств), вони володіють 15,9 % землі і виробляють близько 17 % сільськогосподарської продукції. Третя організаційна форма сільськогосподарського виробництва — сільськогосподарська корпорація (3,2 % загальної кількості господарств, але на їхню частку припадає 25,6 % сільськогосподарської продукції і 12 % земельних ділянок).

Із 67 тисяч корпоративних ферм 90 % сімейні і тільки 10 % несімейні, інакше кажучи, це акціонерні товариства. Багато з них мають великі розміри. Такий тип господарств дістав поширення у виробництві овочів та фруктів, цукрової тростини, у відгодівлі худоби. У Каліфорнії, Флориді і Техасі розташовано понад 20 % таких ферм.

Провідну роль у сільському господарстві відіграють великі господарства (з вартістю товарної продукції понад 200 тис. дол.). Вони контролюють виробництво понад 50 % продукції галузі, їм належить 44 % землі, 26 % тракторного парку, 50 % поголів'я худоби. При цьому найбільші господарства (обсяг продажу — 500 тис. дол. і більше), становлячи всього 1,3 % загальні кількості господарств, виробляють 37,5 % сільськогосподарської продукції й одержують 45 % чистого прибутку сільського господарства.

Малі ферми в сільському господарстві США виробляють усього 2 % продукції галузі, їм належить 24 % землі. У межах агропромислової інтеграції (агробізнесу) виробляється майже третина сільськогосподарської продукції країни, у тому числі всі м'ясні курчата, 99 % натурального молока, 90 % індиків, 80 % яєць, 98 % овочів для переробки, 95 % картоплі, 100 % цитрусових і цукрових культур. Найбільш інтенсивно агробізнес розвивається у галузях, які потребують великих інвестицій і які виробляють продукцію, що швидко псується. Агропромислова інтеграція майже не розвивається при вирощуванні й відгодівлі рогатої худоби, у свинарстві, виробництві зерна та бавовни (там само, с. 147).

У США використовують два основних типи агробізнесу: вертикальну інтеграцію і контракцію. Вертикальна інтеграція — комбінування двох або кількох стадій виробництва і збуту продукції в межах єдиної власності. Вертикальну інтеграцію використовують, головним чином, компанії, зайняті переробкою сільськогосподарської продукції, матеріально-технічним забезпеченням виробників, а також компанії, які мають власне сільськогосподарське виробництво. На вертикальну інтеграцію припадає близько 6 % сільськогосподарської продукції, у тому числі 7 % рослинництва і 5 % тваринництва.

Найбільш поширена у США контрактна форма агропромислової інтеграції, на підставі якої виробляється приблизно 25 % сільськогосподарської продукції. Контракти укладають з фермерами промислові і торгівельні компанії, а також кооперативи. Дондавна контракція слабо розвивалася у зерновому виробництві й бавовництві у зв'язку з дією державних товарних програм.

Найбільше контракція розвинута у виробництві і збуті продукції, яка швидко псується, а також продукції, що надходить у переробку (у виробництві молока її частка становить 95 %, овочів для переробки — 83 %, цитрусових — 65 % тощо).

Типи контрактів надзвичайно різноманітні і залежать від характеру продукту, що виробляється, місцезнаходження ферми, матеріальних і фінансових можливостей фермера і контрактора. Розрізняють дві основні категорії контрактів: збутові і виробничі. Перші стосуються тільки умов реалізації продукції, в них обумовлюють тип, ьорт і якість продукції, що постачається, ціну й умови доставки.

Виробничі контракти регламентують умови виробництва. Звичайно вони укладаються до початку виробничого процесу і жорстко обумовлюють зобов'язання сторін — учасників. Контрактор постачає фермі засоби виробництва та матеріали — комбікорми для худоби чи птиці, одностадійні курчата (в бройлерному виробництві), насіння, саджанці і добрива (в овочівництві або плодівництві); надає кредити, всілякі консультаційні послуги тощо. За умовами контакту фермер надає землю, споруди, іноді обладнання, свою працю. Його обов'язком є виконання виробничих операцій.

Переваги контракції для фірми — постачальника полягають у тому, що вона має стабільне надходження продукції у необхідні терміни, а також можливість контролю за її якістю. Фермер, у свою чергу, має гарантований ринок продукції за завчасно обумовленою ціною, можливість користуватися кредитом, експлуа-

тувати свої виробничі ресурси. Хоча юридично фермер залишається вільним, господарську самостійність він у значній мірі втрачає. Друге місце в агробізнесі США належить фермерським кооперативам. У країні налічується 5,5 тисячі фермерських кооперативів з кількістю пайовиків 4,4 млн чол. Інакше кажучи, кожен американський фермер є членом не менше двох кооперативів. Кооперативи одержують від уряду податкові пільги. На їхню діяльність не поширюється антитрестове законодавство, яке обмежує горизонтальні злиття, тобто процеси централізації і монополізації виробництва, капіталу та кадрів.

Сфера діяльності сільськогосподарської кооперації дуже широка — постачання фермам сільськогосподарської техніки, обладнання, пального, будматеріалів, добрив, пестицидів, кормів, насіння, надання фінансових послуг; реалізація сільськогосподарської продукції; надання послуг із збирання, зберігання, сушіння та переробки продукції. У сільському господарстві США переважають два типи кооперативів — збутові й постачальні. Виробнича кооперація як така розвитку не дістала. Фермерські кооперативи реалізують третину сільськогосподарської продукції, у ряді галузей їхні позиції дуже міцні. На частку кооперації припадає 77 % збуту молока та молочних продуктів, 38 % зерна і зернобобових, 31 % бавовни, 19 % фруктів і овочів, але продуктів птахівництва лише 8 %, 11 % живої худоби і м'яса. Кооперативи відіграють також важливу роль у матеріально-технічному постачанні сільського господарства. Вони постачають фермам 27 % засобів виробництва та матеріалів промислового походження і 38 % добрив та вапна, 38 % нафтопродуктів, 36 % пестицидів, 19 % кормів, 14 % насіння.

У повоєнні роки в кооперативному русі США триває активний процес концентрації — скорочення кількості і зростання розмірів кооперативів. Особливо посилився цей процес у 80-ті роки, коли у наслідок фінансових труднощів було витиснуто багато дрібних та середніх кооперативів. З 1950 по 1980 рр. кількість фермерських кооперативів зменшилась на 37 %, при цьому середній обсяг товарообігу одного кооперативу зріс майже в 15 разів (з 1 млн до 14,7 млн дол.). Водночас відбулося посилення кількох найбільших кооперативів, які набули рис промислових корпорацій. На частку 100 найбільших кооперативів припадало 55 % загального товарообігу, активів, 42 % суми прибутку. 15 кооперативів входять до 500 найбільших корпорацій країни, у тому числі 4 постачальницьких кооперативи, 3 поєднували збутову і постачальницьку діяльність, 8 збутових.

Найбільш вражаючі масштаби фермерських кооперативів, які входять до компанії харчової промисловості. До них належить «Алмонд гроуерс» (горіхи), «Санкіст гроуерс» (апельсиновий сік) «Голд кіст» (птиця), «Ленд-о-лейкс» (молочні продукти).

Регіональний кооператив «Фарм індастріз» обслуговує 500 тисяч фермерів. У 1992 р. він мав обсяг продажу 3,4 млрд дол. Основний напрям діяльності — постачання фермам засобів виробництва і матеріалів (нафтопродуктів, сільськогосподарських хімікатів, кормів, обладнання та реманенту). Кооператив має власні нафтові і газові промисли у ряді штатів США, а також у Канаді і Латинській Америці; реалізує нафтопродукти через магазини що належать кооперативу; здійснює збут добрив, сільськогосподарських хімікатів, насіння. «Фарм індастріз» належить до числа найбільших у країні виробників азотних і фосфорних добрив. Кооператив постачає фермерам також будматеріали, обладнання для тваринницьких ферм; крім того, здійснює операції зі страхування і надання кредитів.

Виробництво і збут комбікормів — ще один напрямок постачальницької діяльності кооперативу. На заводах, що йому належать (більше 20), виробляють для свиней, птиці, м'ясної та молочної худоби комбікорми у вигляді борошна, гранул, кружал брикетів, а також рідкі і текстуровані. Готові корми, кормові добавки і премікси продають під торгівельною маркою кооперативу.

Збут сільськогосподарської продукції — зерна, яловичини переробленої свинини — кооператив здійснює через два самостійних відділення: «Фра-мар Ко» і «Фармленд фудс». Перші спеціалізуються на збуті зерна, що виробляється членами кооперативу, володіє 17 центральними елеваторами, здійснює експортні операції з 5 іншими кооперативами. Це відділення закупає пшеницю, кукурудзу і сорго у фермерів через систему місцевих елеваторів, а потім або продає борошномельним компаніям, або переробляє на власних підприємствах. На товарних ринках практикує система ф'ючерсних угод.

«Фармленд фудс» спеціалізується на забої свиней, худоби переробці м'ясних туш. Зазвичай кооперативи здійснюють тільки продаж худоби центральним ринкам. Цей кооператив — єдиний у США, який переробляє м'ясо. На його частку припадає 4 % забою свиней у країні, 4 % виробництва бекону; він входить до десятка найбільших м'ясокомбінатів США.

Дуже багато років «Фармленд фудс» дотримується стратегії вертикальної інтеграції, мета якої — об'єднання під власною торгівельною маркою забою худоби та переробки м'яса. Фірма має

три бойні і кілька м'ясопереробних заводів. З метою максималізації прибутку вона орієнтує свою торгівлю політику на споживача, досягаючи обслуговування більшої кількості фермерів, а також опановує зовнішні ринки.

«Ленд-о-лейкс» — постачально-збутовий регіональний кооператив, який обслуговує 6 тисяч фермерів Середнього Заходу США. Його організаційна структура являє собою сукупність окремих самостійних філій. Закупівля, переробка і збут сільськогосподарської продукції — ось сфера діяльності цього кооперативу; асортимент його продукції налічує 400 найменувань, але головний напрям — збут молока і молочних продуктів. Інший напрям бізнесу кооперативу — матеріально-технічне постачання. Через 800 місцевих кооперативів він забезпечує фермерів комбікормами, насінням, добривами, нафтопродуктами, технікою, запчастинами. Кооператив має власні комбікормові заводи і продає фермерам як повнораціонні комбікорми, так і кормододатки у сухому та рідкому вигляді, а також люцернове борошно. Кооператив має у розпорядженні достатньо великий дослідницький центр, котрий розробляє і апробує найбільш ефективні методи ведення господарства.

У структурі «Ленд-о-лейкс» є філії з виробництва, переробки сої; виробництва і збуту індичок; столових яєць, молока, свинини. Широкий розвиток інтеграційних процесів залишається характерною особливістю функціонування агропромислового комплексу США (АПК: економіка, управління, 1995. — № 5—8).

Для забезпечення конкурентоспроможності американського експорту у разі зниження світових цін нижче рівня витрат на його виробництво на американських фермах Міністерство сільськогосподарства США одержує право встановлювати контрольні ціни нижче національного рівня цих витрат. Для стимулювання і підсилення надійності американського експорту використовуються заходи у межах зовнішньоекономічної продовольчої політики.

Ці заходи передбачають розширення американських кредитів іншим країнам для закупівлі зерна у США; будівництво в країнах — імпортерах підприємств інфраструктури, що обслуговує ввезення продовольства; зростання частки експорту кормових культур.

За останні десятиліття істотних змін зазнала товарна структура американського експорту. В сучасних умовах на три основних види експортних товарів — пшеницю, кукурудзу, сою припадає близько 4/5 вартості сільськогосподарського експорту країни. Він

перетворився із допоміжного каналу збуту на важливий фактор розвитку всієї продовольчої системи і національної економіки країни.

Сільськогосподарський експорт є засобом стабілізації балансу країни.

Необхідно відзначити ще три головних напрямки сучасної зовнішньоекономічної продовольчої політики США: США і розвинуті країни; США і країни, що розвиваються; США і колишні соціалістичні країни.

США проводять диференційовану політику щодо цих груп країн. Розвинуті країни — основний ринок збуту сільськогосподарської продукції США: їхня частка у структурі американського експорту перевищує 50 %. На розвинуті країни припадає 24 % продовольчого зерна, що експортується зі США, 50 % фуражного зерна і 75 % сої. Між США і розвинутими країнами є досить серйозні розбіжності і протиріччя з питань високих митних бар'єрів та інших заходів аграрного протекціонізму.

Історично економічні відносини США з країнами, що розвиваються, були підпорядковані двом основним завданням: опануванню ринку збуту продукції і джерел дефіцитної сировини. Частка країн, що розвиваються, становить 1/3 американського, сільськогосподарського експорту. Щорічно країни, що розвиваються, закуповують у США 60 % пшениці, 70—80 % рису, 20 % фуражного зерна та 10-12 % сої. США широко використовують «продовольчу зброю» в економічних відносинах з країнами, що розвиваються. Протягом багатьох років сільськогосподарські товари ввозились до цих країн головним чином не на комерційній підставі, а безоплатно — у вигляді «дарунків» (Семенов В. Ф., Сіваченко І. Ю., Федоряка В. П. Загальний курс агробізнесу. Навч. посіб. / За ред. В. Ф. Семенова, І. Ю. Сіваченка. — л. Т-во «Знання», КОО, 2000. — С. 206—207).

Прагнучи проникнути до ринків країн, що розвиваються, США стимулюють виробництво у цих країнах сільськогосподарських продуктів, що вигідні для Заходу, надаючи фінансову допомогу, постачаючи техніку, добрива, кадри фахівців тощо. Це зумовлено як зміною загальної зовнішньоекономічної і політичної стратегії США, так і інтересами продовольчої системи країни. Разом з тим зміцнення власної продовольчої бази країн, що розвиваються, створює сприятливі умови і для розширення збуту деяких сільськогосподарських продуктів з розвинутих країн. Зовнішньоекономічна діяльність США у продовольчій системі країн, що розвиваються, характеризується відомою гнучкістю

пристосування до різних соціально-економічних умов та своєрідністю шляхів розвитку окремих країн. Вона включає розробку системи машин, технології для дрібного сільськогосподарського виробництва, що відповідає потребам окремих країн і типів інфраструктури, альтернативні форми, що передбачають зв'язки великого монополістичного капіталу харчової промисловості з дрібним селянським господарством, кооперативами тощо.

Будучи найбільшим у світі експортером продовольства, США в той же час посідають друге місце (після Японії) по імпорту. З 1970 по 1990 фінансові роки закупки Сполученими Штатами Америки сільськогосподарської продукції (яка практично повністю складається з продуктів харчування та харчосмакових товарів) збільшилися у 4,5 рази (Семенов В. Ф., Сіваченко І. Ю., Федоряка В. П. Загальний курс агробізнесу. Навч. посіб. / За ред. В. Ф. Семенова, І. Ю. Сіваченка. — л. Т-во «Знання», КОО, 2000. — С. 207).

Проте, незважаючи на величезний обсяг імпорту, США приділяють велику увагу захисту інтересів національної продовольчої безпеки. Вони закуповують за кордоном, головним чином, ті продовольчі товари, які не мають суттєвого значення у раціоні населення. Крім того, постачальниками продовольства у США є досить широке коло країн. Кава імпортується більш ніж із двох десятків країн. Це ж стосується імпорту какао і цукру. Збільшення закупівлі продовольства Сполученими Штатами Америки у таких формах, у яких воно відбувається зараз, ніяк не суперечить захисту інтересів продовольчої безпеки США. Навпаки, США прагнуть активно використовувати переваги міжнародного розподілу праці в аграрній сфері з метою зміцнення власної продовольчої могутності, імпортуючи, головним чином, цю продукцію, виробництво якої на американській території або неможливе, або неекономічне, недоцільне. Отже за всіма параметрами сільське господарство США являє собою великий бізнес, який має суттєву вагу у американській економіці. Під цим терміном агробізнес у США стає індустріалізованою системою. Завдяки щедрій природі та вмілому використанню техніки, добрив та хімікатів, американський фермер фактично не має собі рівних у виробництві великої кількості дешевої продукції.

Таким чином, США — класична країна агробізнесу, де продовольча проблема розв'язується традиційним шляхом розвитку агропромислової інтеграції і захисту національного виробника. Завдяки їй у країні створено якісно нову систему господарських технологічних і фінансово-економічних зв'язків, яка є прикладом для багатьох країн.

8.2. Агропромисловий комплекс Канади

Невід'ємною рисою всього повоєнного розвитку Канади став об'єктивним процес формування єдиного високоінтегрованого АПК країни. Сьогодні це одна з найважливіших складових економіки Канади. АПК у Канаді — єдина агропромислова система, що поєднує, як і в інших країнах, відповідні сфери економіки.

Зараз він є однією з найважливіших складових частин економічної системи країни. У першій половині 90-х рр. у межах АПК виробляють товарів і послуг на 53—55 млрд дол. (9 % валового внутрішнього продукту). У ньому працюють 1,8 млн чол., тобто 13—15 % робочої сили країни. Структура виробництва АПК, за оцінками, виглядала таким чином: 1-ша сфера — 3—5 %, сільське господарство — 27—28 %, 3-тя сфера — 68—69 %. Таке співвідношення трьох сфер в цілому свідчить про розвиненість АПК країни. Зупинимось більш детально на розгляді трьох основних виробничих сфер АПК. Найважливіші складові частини її першої сфери: енергетика, сільськогосподарське машинобудування, служби сервісу, виробництво добрив, хімічних засобів захисту рослин і агрохімічне обслуговування ферм. До цієї ж сфери належать галузі забезпечення фермерів кормами і насінням, які частково надходять безпосередньо з другої та третьої сфер системи, а частково — імпортовані. Центральним елементом усього АПК Канади є сільське господарство. Канада — країна, яка має величезні сільськогосподарські ресурси. Загальна площа фермерських угідь протягом останніх півтора десятиріч практично не зазнала змін і налічує в середині 90-х років 68 млн га. З них 41,7 млн га складає рілля землі, зайняті під сільськогосподарські культури, — 33,2 млн і пари — 8,5 млн га), а 3,5 млн га — культурні пасовища. Решта — 22,5 млн га — землі менш продуктивні і використовуються як пасовища, сінокоси, зайняті лісами (зокрема, плантації клена) тощо. Загальна площа ріллі була достатньо стабільною до початку 80-х років, однак протягом останніх десятиліть спостерігається тенденція до скорочення парів і збільшення посівних площ. Приблизно 75 % земель, що обробляються, зосереджено у трьох степових провінціях — Манітобі, Саскачевані. Альберті.

Останні три десятиліття у сільському господарстві Канади розвивався і поглиблювався процес концентрації виробництва. До середини 90-х років кількість ферм скоротилася порівняно з 1951 р. майже вдвічі і становить 293 тисячі. Важливою ознакою

сільського господарства стало швидке зростання розмірів ферм; середня площа сільськогосподарських угідь у перерахунку на одну ферму збільшилась у 2,4 рази за останні 35 років і складає 231 га, що приблизно на 1/4 перевищило площу середньої ферми в США.

Про поглиблення процесу концентрації сільськогосподарського виробництва свідчить зниження частки ферм з низьким рівнем прибутків і одночасне збільшення частки високоприбуткових ферм. За період з 1976 по 1986 рр. частка дрібних ферм, обсяг продажу яких менше 10 тис. дол., скоротилася з 45 % до 26 %, частка середніх ферм (обсяг продажу від 10 до 50 тис. дол.) скоротилася з 42 % до 34 %. Водночас швидкими темпами зростала частка великих ферм (обсяг продажу понад 50 тис. дол.) — з 13 % до 14 %.

Сільське господарство Канади — високоспеціалізована галузь. За даними 2000 р., 3/4 товарних ферм (обсяг річного продажу понад 3,0 тис. дол.) були спеціалізованими, тобто більше 50 % прибутків від сільського господарства одержували за рахунок продажу цього виду продукції. З них 40 % господарств займались вирощуванням переважно різних видів зернових, 23 % спеціалізувались на відгодівлі худоби. 13 % становили молочні, 6 % — свинарські ферми, 4 % орієнтувались на виробництво овочів і фруктів, а 2 % — на вирощування птиці.

У цілому частка продукції землеробства в структурі фермерських прибутків від сільськогосподарського виробництва досягає 40–45 %, а продукції тваринництва 55—60 %. Основою сільського господарства Канади лишається виробництво зерна, переважно пшениці. На початку 2000-х років структура виробництва основних видів продукції рослинництва виглядала таким чином: на пшеницю припадало 52 %, кормове зерно 37 %, насіння 11 %. У цьому полягає головна відмінність канадського зернового господарства від американського, у якому ці частки становлять відповідно 18 %, 67 % і 15 %.

Канада є значним світовим виробником і експортером якісного товарного зерна. Пріоритетне значення надається продовольчій пшениці здебільшого сильних і твердих ярих сортів. У західних канадських провінціях при середній площі посівів під пшеницею 27,6 млн акрів (акр = 0,405 га) під твердою (Бигит) було зайнято біля 5 млн акрів а її виробництво становить до 4,5 млн тонн щорічно, тоді як у всіх країнах Європейського Союзу тільки орієнтовно 8,3 млн тонн. Всього при врожайності 889 кг/акр у середньому вирощується пшениці понад 25 млн тонн у рік. Це

дає змогу займати Канаді передові позиції у світі і в її продажі за кордон, що дорівнює близько 17 % світового експорту. Урожай тільки зернових щороку становив до 50 млн тонн, а поставки первинним (заготівельним) елеваторам — понад 33 млн тонн. Канадські зерновиробники надають перевагу не розширенню земельних площ під посівами, а ринковим економічним факторам оптимального вирощування зерна, що дозволяє одержувати якісну конкурентоспроможну прибуткову продукцію. Водночас у країні за тридцять років посівні площі під пшеницею зросли більш ніж удвічі як однієї із затребуваних зернових культур на світовому ринку (Кучер М. І., Шевченко В. І. Виробництво зерна та пшениці в Канаді // Економіка АПК, 2002. — № 12. — С. 128—131).

Для виробництва беруть тільки сорт пшениці, що пройшов довголітню перевірку та споживчі властивості якого не гірші від попереднього сорту, стійкий до хвороб, має добрі агрономічні властивості (урожайність тощо) і обов'язково зерна нового сорту повинні зберігати ідентичність щодо трьох візуальних ознак — колір, форма та розмір. Якщо ж візуальна відповідність у сорту пшениці відсутня, то такий сорт знешкоджується. Прийнято такі форми зерен канадської пшениці: еліпсоїдна, трикутна і овальна.

Щороку фахівці Канадської комісії по зерну визначають головні стандартні зразки зерна пшениці, вони включають усі фактори, які негативно впливають на його споживчі властивості — невизрілі, морозобиті і пошкоджені борошнистою рососою. Спочатку складають так звані «гідові проби», що мають по одному фактору. Для стандартних зразків пшениці у фермерів замовляють проби зерна, аналізують їх, об'єднують, підготовляють гідові проби та затверджують у комісії. Потім від найбільш типових у країні партій нового врожаю відбирають по 50—60 кг зерна, формують обсяги у 200—250 кг і з них роблять первинні стандартні зразки (затверджуються комітетом по стандартах) усередненого зерна пшениці за поточний рік. У Канаді функціонують встановлені комісією два таких комітети — «Західний комітет стандартів» і «Східний комітет стандартів», до складу яких входять фермери, представники компаній, службовці Канадської комісії по зерну і Міністерства сільського господарства та продовольства. Одним із головних завдань комітетів є щорічне затвердження первинних і експортних стандартних зразків, що використовуються в якості візуальних еталонів для розсортування у державі зерна нового врожаю та при його реалізації. Комітети розробляють рекомендації щодо змін у характеристиках сортів і обговорюють питання якості пшениці та інших зернових культур. Згідно з дію-

чими правилами, у разі зміни класу наявних товарних партій канадського зерна необхідно мінімізувати зменшення вартості зерна, яке експортуватиметься або використовуватиметься на внутрішньому ринку країни. Передбачено, що при віднесенні пшениці до того чи іншого класу критерієм якості є вміст білка у зерні.

На канадському ринку зерна діє багато ефективних структур, але основними з них є Канадська комісія по зерну і Канадський пшеничний комітет, який не має аналогів у світовій практиці ринків зернової продукції. Головне завдання останнього — бути лідером маркетингу зерна фермерів Прерії, він реалізує продукцію і послуги високої якості для максимізації прибутку західних виробників зерна. Комітет працює з метою встановлення шляхом державного регулювання на ринку зерна найвигідніших для фермерів цін на зернову продукцію та забезпечення конкурентоспроможності здебільшого канадської продовольчої пшениці і ячменю. Чинним законодавством передбачено, що вирощувані у Західній Канаді згадані культури можуть бути продані тільки через комітет, а чистий прибуток (реалізується не менше 75 % обсягу товарної пшениці та ячменю країни) передається виробникам зерна. Пшеничний комітет здійснює експортно-імпортні операції більш як із 70 країнами світу. Щорічні доходи комітету становлять 4—6 млрд дол., і він є однією з найбільших експортних фірм Канади та світових організацій щодо маркетингу зернових культур.

У середині 50-х років, перехідні запаси зерна США досягали близько 1 млрд бушелів (1 бушель = 36,35 л), що змусило Конгрес прийняти ряд законів стосовно цільового експортування зернових культур та допомогло країні домінувати у світовій торгівлі. І вже у 1956—1957 роках американські концесійні програми сприяли збільшенню удвічі обсягів реалізації зерна за межі держави (до 548,6 млн бушелів). За відсутності фінансових ресурсів для конкуренції з американською системою виробництва та експортування зерна, з метою захисту фермерів, уряд Канади опрацював тимчасовий закон «Про запаси пшениці» (1956 рік) та поправки до Закону «Про фінансування виробників зерна у преріях». Відповідно до згаданих законів із федерального казначейства передбачалася компенсація збитків від продажу понад 178 млн бушелів зернових культур на рік. Для зберігання надлишків зерна у ці роки в країні використовувалися не тільки спеціалізовані зерносховища, а й інші приміщення. Крім того, була розроблена програма зниження виробництва пшениці «на завтра» (1970 рік), що дозволило зменшити угіддя під нею від 24,4 млн акрів до

12 млн, а річний урожай — від понад 1 млрд бушелів до 734 млн. Однак на початку 70-х років Канада мала «гори» непроданої пшениці, до чого призводила також недостатня оперативність у роботі товаровиробників зерна, транспортників та працівників елеваторів.

В країні діє система блочного відвантажування продукції — транспортування зернових культур узгоджується з розкладом руху поїздів. Головним завданням працівників залізниці стало відправлення конкретних товарних партій зерна в необхідне місце і у визначений термін. У цей період канадська пшениця, що направлялася для виготовлення борошна та на експорт, була розподілена на класи, а продаж її здійснювався з урахуванням вмісту білка.

В Канаді на основі збору статистичних даних стосовно світового ринку зерна та прогнозування прийнято рішення про пріоритетне вирощування у країні пшениці, кормового зерна і олійних культур.

Водночас федеральний уряд затвердив програму модернізації головних ліній залізниці країни і основних терміналів. Будувалися нові елеватори, термінали, закуповувалися озерні судна. Канадським законодавством і відповідними правилами на елеваторах дозволяється мати запаси зернових у невеликій кількості (олійні культури — 2,0 %, пшениця та інші зернові — 0,5, червонозерна пшениця першого і другого класу — 0,25 % від можливих їх обсягів зберігання). При значних порушеннях цих норм надлишки зерна передаються їх власникам, або надходять у розпорядження Канадської комісії по зерну.

В Канаді, як і у більшості передових з виробництва зерна країн світу, важливе значення приділяється оперативному та достовірному визначенню якості вирощеної пшениці, насамперед у період збору урожаю, при розподіленні її за якістю та у процесі підготування експортних партій. Для цього застосовуються аналогічні автоматизовані прилади експрес-аналізу, що дає змогу не тільки прискорити роботу лабораторій і суб'єктів підприємницької діяльності ринку зерна, а й значно (орієнтовно у 5 разів) здешифрувати процедури визначення якості, сприяти забезпеченню паритетних умов (співставність характеристик і вартості товару) торгівлі. Товарні партії пшениці формуються за вмістом білка і їх розміщують окремо.

Незважаючи на відсутність законодавчої бази та відносно невелику (45 %) кількість фермерів, які мають доступ до мережі Інтернет, у Канаді набуває чинності система продажу електро-

них складських свідоцтв через банк даних. Регулярно переглядаються норми діючих стандартів на пшеницю.

З метою прогнозування валового збору зерна та врожайності щорічно за допомогою супутникової системи у країні здійснюється нагляд за посівами зернових згідно з розробленими комп'ютерними програмами. Крім того, всю інформацію щодо виробництва і ринків зерна державному статистичному управлінню передають Канадський пшеничний комітет (переважно по реалізації зернових культур та стану посівів в інших конкурентоспроможних країнах) і Консультативна рада при Міністерстві сільського господарства та продовольства (статистика про приватний зерновий бізнес). Необхідно відмітити тісний зв'язок у роботі федерального міністерства і пшеничного комітету та удосконалену систему збору й обробки інформації, що дозволяє Канаді щорічно прогнозувати попит та пропозицію на конкурентоспроможні зернові культури (особливо на пшеницю) не тільки у своїй країні, а й на світових ринках. У результаті при експортуванні основної маси канадського зерна забезпечуються найвигідніші періоди і місця продажу та ціни на зернову продукцію (Кучер М. І., Шевченко В. І. Виробництво зерна та пшениці в Канаді // Економіка АПК, 2002. — № 12. — С. 128—131).

З виробництва деяких видів сільськогосподарської продукції у перерахунку на душу населення Канада випереджає США. Зокрема, вона посідає перше місце у світі з виробництва зерна у розрахунку на одного жителя.

Протягом 80-х років цей показник упевнено перевищував 2 тонни. Обсяги виробництва молока і молочних продуктів на душу населення у Канаді в 1,4 рази вищі, ніж у США.

Приріст сільськогосподарського виробництва у повоєнній Канаді було забезпечено шляхом розширення тваринництва. Зростання продуктивності праці пояснюється збільшенням фондоемкості цієї галузі економіки. У 1985 р. загальна вартість основних фондів (земля, будівлі, сільськогосподарська техніка і обладнання, худоба) у сільськогосподарському виробництві перевищувала 115 млрд дол., тобто збільшилась в 11,6 рази у порівнянні з 1951 р. У перерахунку на одного зайнятого цей показник, за даними перепису 1981 р., досяг 175 тис. дол., що було у 4,3 рази вище, ніж у промислових галузях. Таким чином, з середини 80-х років сільське господарство Канади стає одним із найбільш фондоемких виробництв, характеризується високим рівнем концентрації і спеціалізації.

Харчова промисловість посідає перше місце серед переробних галузей Канади. За обсягом виробництва у 1989 р. ця галузь (вра-

ховуючи виробництво напоїв і рибноконсервне виробництво) налічувала понад 3,6 тисяч підприємств, на яких було зайнято приблизно 230 тисяч чоловік (12 % усіх зайнятих у переробній промисловості). Питома вага продукції харчової промисловості становила — 14 % продукції всієї переробної промисловості Канади.

Галузь у цілому характеризується як висококонцентрована і високомонополізована; 75 % активів у 1987 р. було зосереджено у 50 компаній. У межах харчової промисловості налічується 18 підгалузей найбільшими з яких є: забійна і м'ясопереробна, молочна, хлібопекарська, рибопереробна. На ці чотири підгалузі припадає 50 % зайнятих, 61 % підприємств і 40 % виробничої додаткової вартості харчової промисловості.

Величина підприємств харчової промисловості коливається: чисельність зайнятих на 50 % з них не перевищує 20 чоловік, великі підприємства з персоналом понад 50 чоловік становлять трохи більше 1 %.

Завдання доведення продукції агропромислового комплексу до споживача розв'язують підприємства оптової і роздрібної торгівлі, системи громадського харчування. Наприкінці 80-х років оптова торгівля, яка здійснювала зв'язок сільськогосподарських ферм із харчовою промисловістю, налічувала близько 400 підприємств, компаній. Більшість «ланцюгових» компаній є власниками роздрібних магазинів. За канадською класифікацією, до них належать компанії, що мають не менше 4-х магазинів, поєднаних спільною назвою. «Ланцюгові» компанії домінують у канадській роздрібній торгівлі продовольством, і у період з 1975 по 1989 рр. їхня частка в загальному обсязі продажу коливалась у межах 52—55 %. Другою важливою формою організації роздрібної торгівлі продовольством є так звані «добровільні» ланцюги, які являють собою об'єднання однієї чи кількох оптових фірм, і групи, які обслуговуються ними на підставі контракту роздрібних торговців. Об'єднання координує функції оптової та роздрібної торгівлі, організовує спільну закупівлю і рекламу товарів, використовуючи принципи єдиного господарського керівництва при збереженні юридичної і фінансової незалежності кожного члена об'єднання. Роздрібні магазини, що входять до «добровільного» ланцюга мають єдину назву, уніфікований асортимент, спільну збутову політику, яку визначає головний оптова фірма. У 1975—1989 рр. частка «добровільних» ланцюгів у продажу продовольства становила 41—46 %. Таким чином, ці дві форми ланцюгової організації роздрібної торгівлі продовольством забезпечують реалізацію 97—98 % харчових товарів у Канаді.

З 90-х років ланкою переробки, що найбільше розвивається, стала мережа підприємств громадського харчування, яка налічує понад 50 тисяч одиниць. Наприкінці 80-х років тут працювало 625 тисяч чоловік, тобто на 225 % більше, ніж у 1961 р. Приріст у системі громадського харчування за цей період виявився найвищим серед галузей сфери обслуговування, для яких він у середньому становив 195 %, і тим більше серед добувних (32 %) та переробних (18 %) галузей промисловості. Постійно зростає кількість підприємств: з 1978 по 1985 рр. тільки у комерційному секторі (до якого не входять підприємства громадського харчування на підприємствах, у офісах, на транспорті, у збройних силах, лікарнях і таке інше) їхня чисельність зросла з 31,6 тисячі до 50 тисяч. Усього за 1989 р. у системі громадського харчування було реалізовано продовольства на 17,3 млрд дол., тобто на 2,0 млрд більше, ніж у 1981 р. У середньому канадці купують 1/3 продовольства на підприємствах громадського харчування, серед яких провідне місце (57 % продажу) посідають ресторани. Приблизно 40 % цього обсягу припадає на ресторани на зразок «фаст-фуд». На другому місці — пункти харчування при готелях — 17 % продажу, на третьому — підприємства, що виготовляють різноманітні страви і напівфабрикати «на винос» (на зразок домових кухонь і магазинів «кулінарія») — 9 %. До інших належать кафетерії, кав'ярні, бари, буфети у театрах, кінозалах тощо.

Отже, сучасний агропромисловий комплекс Канади є одним із найбільших, якщо не найбільшим блоком у економіці країни і являє собою складну високоінтегровану систему, різні галузі якої структурно, технологічно і економічно пов'язані, впливають як на розвиток один одного, так і на процес еволюції всього комплексу в цілому. Невід'ємним компонентом цієї системи з моменту її зародження стали зовнішньоторговельні зв'язки, які забезпечують реалізацію продукції, що виробляється в Канаді, і компенсують нестачу різних видів продовольства на внутрішньому ринку (Андреев А. П. Производственная // Соединенные Штаты Америки и Канада, 1996. — № 4. — С. 142—154).

8.3. Агропромислова інтеграція в країнах ЄС

Найбільшого розвитку агропромисловий комплекс досяг, крім США, в розвинутих країнах Європи, особливо в країнах Європейського Союзу (ЄС). Єдина сільськогосподарська політи-

ка ЄС стала засобом реалізації таких принципів, як спільне фінансування дій з регулювання сільського господарства, організації гарантованого збуту на внутрішньому ринку, застосування єдиних торгівельно-політичних інструментів і здійснення експорту харчових продуктів світового ринку. Країни ЄС уже наприкінці 70-х років досягли самозабезпечення у головних харчових продуктах.

Сільське господарство — провідна галузь матеріального виробництва країн ЄС. За основними видами сільськогосподарської продукції більшість країн цілком забезпечує свої потреби і зацікавленість в її збуті на зовнішніх ринках. Після Другої світової війни здійснився перехід від універсального дрібного селянського господарства до великого спеціалізованого високотоварного господарства, включеному в систему агробізнесу. Основним типом сільськогосподарського підприємства стала велика високотехнологізована ферма. Але в Південній Європі ще переважають поміщицьке землеволодіння і дрібне землекористування селян-орендарів.

Головні галузі сільського господарства Західної Європи — рослинництво і тваринництво, що поширені повсюдно, сполучаються один з одним. Але в більшості країн переважний розвиток одержало тваринництво.

У Західній Європі збирають найвищі у світі врожаї пшениці (до 60-70 ц/га в Данії, ФРН, Великобританії, Франції та ін.).

Під впливом природних і історичних умов у регіоні склалися три основних типи сільського господарства: північноєвропейський, середньоєвропейський, південноєвропейський.

Для **північноєвропейського типу**, розповсюдженого в Скандинавії, Фінляндії, а також у Великобританії, характерна перевага інтенсивного молочного тваринництва, а в обслуговуючому йому рослинництві — кормових культур і сірих хлібів.

Середньоєвропейський тип відрізняється перевагою тваринництва молочного і молочно-м'ясного напрямку, а також свинарства і птахівництва. Дуже високого рівня досягло тваринництво в Данії, де воно стало галуззю міжнародної спеціалізації. Ця країна — один з найбільших у світі виробників і експортерів олії, молока, сиру, свинини, яєць. Недарма її нерідко називають «молочною фермою» Європи. Рослинництво задовольняє потреби населення в продовольстві, але і «працює» на тваринництво (значна частина оброблених земель зайнята кормовими культурами).

Для **південно-європейського типу** характерна перевага рослинництва, а тваринництво відіграє другорядну роль.

Хоча в посівах головне місце займають зернові культури, міжнародна спеціалізація Південної Європи визначається насамперед виробництвом фруктів, цитрусових, винограду, оливок, мигдалю, горіхів, тютюну, ефіроолієстих культур. За збором винограду і виробництву вин Італія — перша країна у світі, за збором маслин — Іспанія.

У деяких випадках спеціалізація сільського господарства здобуває особливо вузький профіль: у Франції, Швейцарії, Нідерландах — виробництво сиру, у Франції, Італії, Іспанії, Португалії — винограду і вина, у ФРН — ячменя і хмелю для пивоварства, у Нідерландах -квітів. Рибальство давно стало галуззю міжнародної спеціалізації в Норвегії, Данії й особливо в Ісландії.

Під впливом аграрних інтеграційних процесів відбулися структурні зміни в експорті й імпорті товарів ЄС на користь країн-учасниць, що знайшло відображення у посиленні регіоналізації торгівлі харчовими продуктами. Переорієнтація зі світового на внутрішній регіональний ринок характерна для імпорту всіх найважливіших сільськогосподарських товарів. Скоротилось постачання з третіх країн товарів, які є об'єктом єдиної сільськогосподарської політики (пшениця, цукор, вино, масло, сир, свинина). Разом з тим збільшився імпорт із третіх країн таких товарів, як кава, чай, какао, кукурудза, соя, цитрусові.

В економічній літературі країн Європейського Союзу трапляються, крім поняття «агробізнес», такі як «харчове господарство», харчовий (продовольчий) сектор», «продовольча система», котрі вживаються як синоніми. Під усіма цими поняттями мається на увазі сукупність взаємопов'язаних галузей з виробництва і забезпечення населення продуктами харчування, починаючи з сільського господарства і закінчуючи доведенням готових продуктів до споживача. Головними ланками продовольчого господарства, чи агробізнесу, є сільське господарство, харчова промисловість, оптова торгівля, роздрібна торгівля, громадське харчування.

Аграрна політика — це особлива система державної підтримки і регулювання сільського господарства, яка визначає характер розвитку галузі. За час існування ЄС в його спільній аграрній політиці налічується декілька етапів: активна підтримка аграрних цін (1967—1984 рр.), консервативна політика аграрних цін (1984—1992 рр.), активна підтримка виробництва (1992—1999 рр.), консервативна підтримка виробництва (2000—2003 рр.). У 2002 р. реформою Фішера підтримка сільськогосподарського виробництва змінена на підтримку сільської території (П. Гайдуцький // Економіка АПК, 2005 р., № 10, с. 5).

Підтримка сільської території — перспективний шлях розвитку агробізнесу. На цьому шляху відбувається розвиток інфраструктури життєзабезпечення сільського населення, відкриваються можливості для зайнятості селян у будівництві побутовому обслуговуванні, житлово-комунальному господарстві.

При політиці підтримки сільських територій забезпечується підтримка усіх виробників незалежно від форми власності та господарювання, спеціалізації виробництва, кон'юнктури ринку тощо. Окрім вищезазначеного також підвищується якість життя сільського населення, ефективно відтворюється робоча сила, підвищується її кваліфікація. На розвиток сільського господарства і харчової промисловості певний вплив справляє аграрна політика ЄС.

Починаючи з 1953 р., коли сільськогосподарське виробництво догнало попит на продукти харчування, пріоритети продовольчої політики стали змінюватися. Більше не ставилося завдання збільшити виробництво за будь-яку ціну, пріоритетним напрямком став розвиток окремих галузей сільського господарства і підвищення ефективності.

З 1 січня 1958 р. набув чинності Римський договір про створення Європейського економічного співтовариства, згідно з яким сільське господарство включалося до спільного ринку, були скасовані кількісні обмеження і митні збори, що діяли між країнами ЄС, і вводився єдиний зовнішньоторговельний тариф. У договорі передбачалося здійснення єдиної аграрної політики (ЄАП), а в додатку перераховувалися види сільськогосподарської продукції, на які поширювалася ЄАП.

Основна мета ЄАП визначена у ст. 39 Римського договору:

— Підвищувати продуктивність сільського господарства шляхом сприяння технічному прогресу та оптимального використання виробничих факторів, особливо — праці.

— Забезпечувати достатньо високий рівень життя сільського населення, зокрема шляхом збільшення індивідуальних доходів осіб, зайнятих у сільському господарстві.

— Підтримувати стабільність ринків.

— Забезпечувати можливості розширення пропозиції сільськогосподарської продукції.

— Сприяти продажу сільськогосподарської продукції споживачам за доступними цінами.

Основною моделлю організації спільного ринку (що передбачалося в договорі) був загальний ринок зерна (1962). Цей меха-

нізм підтримки залишається базовим і сьогодні, а ключовими елементами ціноутворення є:

— інтервенційна ціна, що призначається для утримання цін на внутрішньому ринку вище певного визначеного рівня. Якщо ціна на зерно на ринках ЄС є нижчою від інтервенційної, то держави — члени ЄС через національні інтервенційні агентства закуповують продукцію фермерів за ціною інтервенції. Запаси зберігаються агентствами або із збитками експортуються на зовнішні ринки. Інтервенційна ціна визначає нижній рівень цін на європейському ринку; порогова ціна, яка є мінімальною ціною імпорту з країн, що не входять в ЄС. Пріоритет країн Союзу забезпечується за рахунок того, що порогова ціна повинна встановлюватися вище від інтервенційної;

— імпорتنі тарифи, з допомогою яких ціни підтримуються на рівні не нижчому, ніж порогові ціни. Розраховуються як різниця між пороговою ціною та світовою ціною, що в свою чергу визначається як мінімальна імпортна ціна (включаючи витрати на страхування та фрахт, тобто ціна СІФ), за якою зерно ввозиться у визначений порт ЄС протягом певного часу. Одним із найскладніших елементів цих розрахунків є світова ціна, що розраховується для шести основних категорій двічі на місяць і корегується на якість та порт доставки. Відповідно порогова ціна та імпортний тариф також розраховуються два рази на місяць;

— експортні субсидії, які дозволяють знизити ціни на експорт продукції до рівня цін ринків експорту. Вони надаються в залежності від ринкової ситуації і діють лише в той період, коли ціни на внутрішньому ринку низькі. Експортна субсидія розраховується як різниця між інтервенційною ціною (або ринковою, якщо вона вища від інтервенційної) та світовою. Субсидії встановлюються Комітетом з управління двічі на місяць. Право на отримання субсидій дають експортні сертифікати, що видаються на встановлені обсяги продукції. Крім того, фіксовані субсидії запроваджуються на експорт до держав, які є традиційними покупцями товарів із країн ЄС, та надаються тим приватним експортерам, що виграли це право на тендері.

Ринок зерна став моделлю для організації ринків інших товарів, які сформувались на базі основних елементів — тарифів на Імпорт, інтервенцій та експортних субсидій, враховуючи особливості конкретного виду продукції.

До середини 1970-х рр. виділились чотири основні проблеми в розвитку єдиної аграрної політики:

— нездатність цін підтримки відображати реальну ринкову ситуацію;

— нездатність структурної політики підвищити продуктивність і зменшити регіональні відмінності в розвитку;

— загроза єдиному ринку з боку системи грошових компенсаційних платежів, яка появилася як результат нестабільності курсів національних валют країн-членів ЄС;

— зростання бюджету ЄАП.

Організація ринків різних товарів постійно коригується у зв'язку із загостренням проблеми товарних надлишків та бюджетних витрат. Основні два фактори — збільшення бюджетних витрат та конфлікти з торговими партнерами — стали причиною прийняття рішення заморозити ціни підтримки (1984—1985 рр.). Для того, щоб зупинити зростання надвиробництва (зокрема, молока), була введена система квот, але бюджетні витрати не вдалося знизити, що спричинило загальну кризу бюджету ЄС, тому у 1988 р. для певних видів продукції були введені стабілізатори, їх дія спрямовувалася на зниження цін або на скорочення субсидій у випадках, коли загальне виробництво конкретного виду товару в країнах ЄС перевищувало його визначену гарантовану кількість. Так, для зернових ця величина встановлювалася на рівні 160 млн т, і якщо обсяг виробництва був більшим від цього максимуму, то інтервенційні ціни дещо знижувалися. Якщо ж обсяг виробленої продукції був вищим від її максимальної гарантованої кількості, то на порушників накладалися штрафи.

Разом із стабілізаційними заходами було реалізовано програму вилучення земель із сільськогосподарського обороту, зокрема, розроблені схеми добровільного виведення землі із виробництва з компенсаціями втрат фермерам. Такі компенсації отримували фермери, котрі вилучали із обороту 20 % і більше своїх земель на термін не менше п'яти років. Посилювалися вимоги до дотримання екологічних параметрів виробництва; в 1985 р. введені екологічно чутливі зони.

Впроваджені заходи дали певний ефект, але проблеми реформування ЄАП не вирішили. Ціни в ЄС і далі в декілька разів перевищували світовий рівень (зокрема, ціни на зернові були вищі від світових більше ніж удвічі).

У 1992 р. Рада Міністрів ЄС затвердила реформу Рея Мак-Шеррі, згідно з якою відбулося суттєве зниження цін і водночас замінилися доплати на продукти безпосередніми доплатами для фермерів під час вилучення земель із обороту.

Центральним елементом цього Плану було поетапне зниження протягом трьох років цін на зернові культури на 29 %, а на яловичину — на 15 % та наближення їх до світового рівня. Частково

втрати від зниження цін фермерам компенсувались за рахунок одночасного введення погектарних платежів. Для отримання компенсаційних платежів фермери повинні вилучити із виробництва частину своєї ріллі (для дрібних господарств ця умова не обов'язкова), на якій можна вирощувати лише технічні культури для промислового використання. У виробництві яловичини компенсаційні платежі пов'язуються з коефіцієнтом максимальної кількості голів худоби на гектар.

В результаті зміни схеми підтримки цін на зернові нова інтервенційна ціна стала нижчою, ніж інтервенційна ціна, що існувала до реформи Мак-Шеррі. Таке зниження компенсується виробникам зерна спеціальними платежами. Таким чином, відбулася переорієнтація з регулювання цін на прямі виплати фермерам та зміна політики підтримки з крупних комерційних ферм на середні і малі, які ведуть екстенсивне виробництво.

Нова система виявилася досить складною. Зв'язок між компенсаційними платежами та скороченням посівних площ вимагає громіздкого адміністративного контролю. Для аграрної сфери країн-членів ЄС характерною є велика кількість дрібних ферм, тому розробка ефективної системи управління програмами скорочення посівних площ вимагає високих затрат та багато часу.

Крім основних заходів, що стосуються зміни механізму підтримки цін в ЄАП, План Мак-Шеррі включав агроекологічну програму. Відповідно до неї допомога надається тим фермерам, котрі зобов'язуються протягом не менше п'яти років впровадити у виробництво або продовжити використання методів господарювання, що зменшують забруднення навколишнього середовища (наприклад, зниження використання агрохімікатів) і сприяють збереженню сільських ландшафтів. Передбачається також допомога фермерам, які вилучають із сільськогосподарського обороту землі не менше ніж на 20 років з метою створення біотопних заповідників, природних парків або для захисту гідрологічних систем.

Надзвичайно великий вплив на реформу ЄАП мав Уругвайський раунд ГАТТ (СОТ), який вступив у дію в 1995 р., і згідно з яким усі нетарифні обмеження на торгівлю були переведені в тарифну форму, а рівень підтримки цін суттєво знизився.

Внутрішня підтримка знижувалась на 20 % порівняно а 1986—1988 рр. в середньому в усіх видах продукції разом взятих. Розрахунки базуються на загальному показнику підтримки, що розраховується шляхом множення обсягу виробництва на різницю між контрольними цінами зовнішнього ринку і внутрішніми ці-

нами підтримки. Зобов'язання щодо зниження рівня підтримки не зачіпають заходів, які включають дослідні та консультаційні послуги, внутрішню продовольчу допомогу, страхування врожаю, інвестиційні надходження для структурної перебудови, програми збереження навколишнього середовища та регіональні програми підтримки.

Імпортні тарифи, що використовуються країнами ЄС, повинні були зменшитися, в середньому, на 36 % поступово з 1995 по 2000 р. в шість етапів. Зокрема, тариф на імпорт зернових культур не повинен перевищувати 55 % інтервенційної ціни.

Зберігаються експортні субсидії, хоча бюджетні витрати на них знижуються на 36 %, а також зменшується обсяг субсидованого експорту на 21 % з кожного виду продукції протягом 1995—2000 рр.

Не дивлячись на велику різноманітність використовуваних країнами національних урядових заходів аграрна політика країн ЄС має одну спільну рису — є дорогою і потребує значних державних коштів (хоча в останні роки існують постійні намагання знизити бюджетні витрати).

Якщо в 60-70-х роках витрати на сільське господарство становили, зокрема в країнах-членах Європейського Союзу, понад 70 % спільного бюджету, то в 1996 р. — лише 48 %. У 1998 р. на підтримку аграрного сектора в 15 країнах ЄС було виділено 45 млрд ЕКЮ.

Продовольча політика окремих країн ЄС інтегрована, багато питань у галузях зовнішньої торгівлі, продовольчого ринку, продовольчої допомоги іншим країнам, стану і тенденції розвитку агробізнесу та інших розв'язуються разом у масштабі продовольчого господарства усіх країн-учасниць. У результаті економічного розвитку західноєвропейських країн відбувається трансформація мети розвитку агробізнесу. Якщо у повоєнні роки головним було забезпечення населення продуктами харчування, покращення розподілу ресурсів продовольства за соціальними групами населення і територіями, то із досягненням задовільного рівня споживання продовольча політика все більше орієнтує агробізнес на розв'язання проблем зміцнення платоспроможності країн через збільшення експорту і відносне скорочення імпорту, самозабезпечення їх продовольством.

С. Дем'яненко, підсумовуючи ефект від САП ЄС, зазначив, що вона забезпечує найвищі та найбільші у світі експортні субсидії, сума яких у 1996 р. сягнула 84 % світових експортних субсидій, тоді як питома вага США у них становила 1 %, Швейцар-

рії — відповідно, 4 %, Південної Африки — 9 %, а інших країн світу — 2 %. При цьому за останні 30 років продуктивність сільськогосподарства у ЄС знижувалася. Так, якщо у 1968 р. питома вага зайнятих у цій галузі ЄС досягла 12 %, а питома вага самої цієї галузі у ВВП — 6,3 %, то у 1996 р. відповідні показники впали до 5,1 % і 1,7 %. Інакше кажучи, продуктивність праці за ВВП знизилася тут на 37 %. Понад половину бюджету ЄС витрачається на підтримку сільськогосподарства, і в 1997 р. ці витрати становили понад 46 млрд дол. (Дем'яненко С. Спільна аграрна політика ЄС: суть, тенденції та значення для України // Економіка України, 2003 р. — № 3. — С. 82—84).

У 1999 р. відбувалася чергова реформа аграрної політики ЄС, яка вступила в силу в 2000 р. Перспективні плани свідчать про зростання агропродовольчого експорту, особливо в країни, що розвиваються. До 2006 р. прогнозувався ринок усіх основних видів сільськогосподарської продукції.

Не дивлячись на сприятливі прогнози світової кон'юнктури перспективи розвитку ЄАП неоднозначні. Збереження сучасної політики веде до повернення попереднього рівня розриву між внутрішніми та світовими цінами, переговори в рамках СОТ вимагають скорочення рівня підтримки. За останні десять років змінилися пріоритети аграрної політики підтримки доходів фермерів. Якщо в 1991 р. 90 % спільного бюджету витрачалось на інтервенційні закупівлі та відшкодування експорту, то у 2000 р. 70 % аграрного бюджету виділялось на прямі виплати безпосередньо виробникам сільськогосподарської продукції. Максимальна сума, котру може отримати фермерське господарство протягом року у вигляді прямих виплат, не повинна перевищувати 300 тис. євро.

Значні проблеми виникають із розширенням ЄС. Вступ до Європейського Союзу усіх бажаючих країн збільшить кількість споживачів агропродовольчої продукції на 100 млн осіб, але разом з тим площа орних земель зросте на 60 млн га і становитиме 200 млн га. Аграрний сектор країн Центральної і Східної Європи потребує значних структурних змін, а це означає, що додаткові видатки бюджету в Брюсселі за прогнозами аналітиків повинні становити майже 12 млрд євро щорічно. Європейські фермери бояться, що реформа спільної аграрної політики знизить їх доходи, а в країни ЄС нахлинуть дешеві сільськогосподарські продукти із Східної Європи.

У зв'язку з цим основною метою ЄАП на найближчу перспективу є підвищення конкурентності агропродовольчої продукції на

внутрішніх та зовнішніх ринках, зниження цін та більша орієнтація на ринок. Важливою складовою частиною конкурентоспроможності продукції є безпека і якість продуктів харчування, їх виробництво з допомогою екологічно чистих технологій. Одним із важливих елементів сучасної європейської аграрної політики є екологічні заходи. Усі країни-члени ЄС повинні встановлювати мінімальні стандарти забруднення навколишнього середовища, котрих зобов'язані дотримуватись фермери. У разі порушення норм прямі платежі фермерським господарствам значно зменшуються або повністю припиняються. Мінімальні стандарти (вміст нітратів, норми захисту тварин та ін.) дуже різні, оскільки кожна країна має право самостійно їх встановлювати, і вони не регламентуються комісією.

На кінець 2000 р. в країнах Європейського Союзу екологічним землеробством було зайнято близько 130 тис. господарств на площі 3,7 млн га, що становить відповідно 1,9 % всіх фермерських господарств і 2,9 % їх земельної площі.

Приблизно 30 % екогосподарств та четверта частина екологічно оброблюваної площі Євросоюзу знаходиться в Італії. Найвища частка екопродуктів у агровиробництві в Австрії, де екологічно чисті технології використовує 7 % всіх сільськогосподарських підприємств на площі, що становить 8 % сільгоспугідь країни. У Німеччині ці дані становлять відповідно 3 % та 3,2 %. Протягом 1995—2000 рр. площа екологічно оброблюваних земель збільшувалась щорічно на 25 %.

У 2000 р. продаж екопродуктів у країнах ЄС досягнув 7 млрд євро, в тому числі у ФРН — 2,8 млрд євро. За прогнозами міжнародного торговельного центру в найближчі роки середньорічний темп зростання продажу екопродукції у Євросоюзі може становити 20 %.

З огляду на те, яке велике значення європейські країни надають проблемам охорони навколишнього середовища, можна вважати, що до трьох основоположних принципів єдиної аграрної політики: цілісність ринку, першочерговість інтересів спільноти і фінансова солідарність, додається четвертий — екологічна безпека.

Звідси випливає мультифункціональність завдань сільського господарства в Європі: на одній і тій самій території повинно відбуватись виробництво сільськогосподарської продукції і разом з тим необхідно охороняти природне середовище, формувати і зберігати природний ландшафт як основу агротуризму та ін. Це відрізняє європейське сільське господарство від господарств ін-

ших розвинених країн консультативного обслуговування замість використання консультування приватними фірмами. У цьому зв'язку ще одним суттєвим принципом є те, що консультативні послуги ніколи не дублюються з урядовим контролем та інспекційними задачами. Консультативна служба підтримує організації виробників професійними консультаціями для впливу на політику й у той же час функціонує для зв'язку фермерів із владою, щоб допомагати їм пристосуватися до урядових правил та інструкцій.

Виробництво екологічної продукції в Німеччині почалося в 1924 р. завдяки його основоположникові Рудольфу Штайнеру. У своїх працях він порівнював сільськогосподарське підприємство з живим індивідумом, розвиток якого багато в чому залежить від нематеріальних впливів і сил природи. У 1939 р. під екологічне агровиробництво в країні було відведено більш трьох тис. га землі. У 1950-х рр. стали створюватися галузеві союзи, у котрі входили виробники і переробники екологічно чистої продукції. Зараз союзи, найбільшими з яких є Bioland і Demeter, поєднують більшість екологічних господарств. Є й інші впливові організації: Naturland, Biokreis Ostbayern, ECOVI — Федеральний союз екологічного виробництва, GKa, Ekosiegel і Biopark.

У 1985 р., коли ековиробництво набуло великого розмаху і багато видів продовольства почали подаватися як екологічно чисті, представники союзів — переробників продуктів харчування і торговців — заснували Союз екологічної харчової промисловості (BELOW). Його члени виробили визначення того, що таке екологічне сільське господарство, зробивши основний акцент не на тим, якими властивостями повинні володіти продукти, а на тим, у яких умовах їх необхідно виробляти. Споживачам роз'яснили, що мова йде про продукцію, вирощеної і переробленої за допомогою екологічних методів господарювання: без використання хімічних засобів захисту рослин, мінеральних добрив, синтетичних добавок, штучних інгредієнтів, гормонів росту, антибіотиків, генетично модифікованих організмів. Також повинні бути дотримані норми охорони навколишнього середовища і здоров'я тварин.

Діючі зараз правила вирощування і виробництва сільськогосподарських товарів і продуктів харчування, реалізованих як екологічні, були записані в 1991 р. у постанові ЄС № 2092/91 «Про екологічне агровиробництво і відповідне маркування сільськогосподарської продукції і продовольства». Ця постанова багато в чому перегукується з інструкціями Міжнародної асоціації рухів за екологічне землеробство (ИФОАМ), членами якої є 740 союзів з більш ніж ста країн.

Первісна постанова ЄС діяла тільки у відношенні продукції рослинництва. У 1999 р. її доповнили нормативними положеннями про екологічне тваринництво, продукти переробки і їхньому маркіруванню. На упаковці, поряд з позначенням «Продукт контрольованого екологічного виробництва», повинний бути зазначений номер контролюючої організації і символ союзу, членом якої є виробник. А в Німеччині з травня 2001 р. діє ще і єдиний державний екологічний знак, так названий «Bio-Siegel», з позначкою «зроблено відповідно до Постанови ЄС про екологічну продукцію».

Таким чином, у даний час у Європейському Союзі існує єдиний стандарт аграрної продукції і продуктів харчування рослинного і тваринного походження, відповідно до якого виробники і переробники повинні точно вказувати, на яких землях, у яких будинках, на якому устаткуванні здійснюється виробництво. На усіх фазах переробки важливо точно документувати і протоколювати усі виробничі засоби і продукти, що надходять у господарство.

Так забезпечується можливість відслідковувати весь ланцюжок виробництва екологічного продукту, цю виключає використання «неекологічних» компонентів.

З 1994 р. число екологічних господарств Німеччини й оброблюваних ними площ збільшилося майже в десять разів. Зараз 16,5 тис. таких сільгоспідприємств обробляють 750 тис. га угідь. А в цілому по Європейському Союзу кількість площ, сертифікованих за критеріями екологічного сільського господарства, оцінюється в 7,5 млн га. За масштабами розвитку ековиробництва Німеччина уступає Італії, де розташовані більш третини всіх європейських екологічних господарств, і Австрії (у цій країні найвищий серед усіх країн ЄС відсоток сільгоспугідь, оброблюваних екологічними методами). Однак німецький уряд поставив мету до 2010 р. збільшити у своїй країні частку екологічного сільського господарства до 20 % (сільськогосподарських угідь).

На жаль, актуальні дослідження місткості ринку екопродукції і світового обороту екологічних продуктів харчування і кормів відсутні. За деякими оцінками, у 1997 р. він складав деяким більш \$10 млрд. Тільки в Німеччині в 2004 р. оборот екопродукції був 3,4 млрд євро (\$4,4 млрд).

На відміну від більшості інших країн, у яких значну частину екологічно чистої сільгосппродукції і продовольства продають звичайні супермаркети, у Німеччині їм належить близько 1/3 цього ринку. Аналогічні за розмірами частки займають спеціалі-

зовані магазини екологічної продукції і так звані «ab Hof». У перекладі це означає реалізацію «знадвору», тобто прямо з екологічних фермерських господарств, що мають власну м'ясо-, молокопереробку або пекарню.

Один раз на рік, а при необхідності частіше, всі агрогосподарства і підприємства по переробці й імпорту екопродукції перевіряються контролюючими установами. Зараз у федеральних землях Німеччини працюють 22 контролюючих органи, акредитовані центральним федеральним відомством. Якщо орган контролю також кредитований в одній з міжнародних систем (наприклад, в американській NOP), він має право видавати виробникові сертифікат, що забезпечує доступ на відповідний ринок. Ці установи приватні, у їх функції також входить нагляд за дотриманням законодавства ЄС і Німеччини на місцях. Крім того, туди надходить інформація про порушення, встановлені у ході перевірок, щоб при необхідності можна було ввести санкції у відношенні підприємства, що порушив закон.

Витрати по контролю цілком фінансують господарства, що перевіряються, і підприємства. У ході перевірки або вибірково, або при обґрунтованій підозрі на порушення компанією екологічних норм беруть проби ґрунту і рослин, проводять аналіз продукції на наявність хімічних, синтетичних і інших неприпустимих речовин. Порушення постанови ЄС «Про екологічне агровиробництво...» загрожує позбавленням волі до одного року або штрафом до 30 тис. євро. Ця санкція дійсна й у відношенні незаконного посилення на нібито екологічне походження продуктів при їхньому маркіруванні і рекламі. А тим, хто успішно проходить перевірку, комісія видає сертифікат, маючи який можна продавати товар як сертифікований екологічний продукт.

Перехід на екологічне землеробство — досить важкий для господарств процес. Адже вони можуть продавати свої продукти як екологічні лише після закінчення так названого «перехідного періоду» (часу, необхідного для переходу від інтенсивного традиційного до екологічного сільського господарства). Його тривалість складає два-три роки. Крім того, нові екологічні господарства найчастіше повинні спочатку завоювати ринок збуту для свого продукту. Тому впровадження екоземлеробства в Німеччині з 1989 р. підтримується за рахунок бюджету, а розвиток екологічного агровиробництва оголошений одним із пріоритетних напрямків аграрної політики.

Сільгоспідприємства, що вибрали ековиробництво, у перехідні роки одержують від ЄС, федерального уряду Німеччини і її

земель, приблизно в два рази більше дотацій, чим підприємства, що працюють у цій сфері понад два роки. Крім того у перші два роки їм виплачують у середньому по 200—300 євро/га, а починаючи з третього року господарювання — 150 євро/га. Державні субсидії виділяються також на компенсацію витрат по оплаті послуг контролю за виробництвом (у середньому 35 євро/га). Крім того, діють спеціальні програми по виплатах союзам і об'єднанням виробників засобів на розробку концепцій збуту продукції. Ще 35 млн євро в рік надається на проведення просвітницької роботи серед населення, організацію інформаційних кампаній і навчання працівників торговельних організацій.

Інгредієнтів екологічного походження не завжди вистачає для виробництва достатньої кількості продовольства. У зв'язку з цим був затверджений перелік компонентів традиційного, тобто «не-екологічного», сільського господарства, що при необхідності можна застосовувати у виробництві продукції екологічним способом. Разом із тим 70 % інгредієнтів повинні мати екологічне походження. Однак продавати без обмежень, під маркою натуральний продукт можна, тільки якщо він містить не менш 95 % компонентів, зроблених екологічним способом. Якщо їхня частка коливається між 70 і 95 %, то продукт дозволяється рекламувати як екологічний лише з обмеженнями, без маркірування «біо» або «еко». У цьому випадку виробник може тільки вказати на упаковці, що окремі інгредієнти отримані з дотриманням норм ековиробництва, і перелічити їх (Шаркань П. Мировая производственная проблема. — М. Экономика, 1982, с. 122.)

Проблема самозабезпечення в межах ЄС практично розв'язана. Ці країни експортують продовольство. Їхня частка імпорту становить 44 %, експорту — 33 % світового товарообороту. Серед імпортуючих країн перше місце в ЄС та в світі із ввезення посідає ФРН, далі йдуть Англія й Італія. Ступінь самозабезпечення ФРН становить 95 %, а без імпортних кормів — 78 %. Стабільність самозабезпечення залежить від структури продуктів, що виробляються, та їхньої придатності до тривалого зберігання. У зв'язку з цим важливими пріоритетами продовольчого господарства західноєвропейських країн є розвиток морозильного господарства (виробництво глибокозаморожених, герметизованих та стерильних продуктів, Харчових концентратів і консервів). Цей напрямок його структурної перебудови пов'язаний із зміною умов споживання і соціально-демографічними структурними зрушеннями.

Взагалі, невелике зростання населення у західноєвропейських країнах і порівняно високий рівень споживання викликають ско-

рочення сумарних потреб у продуктах харчування. За обмежених можливостей зростання кількості все більшого значення набуває якісно-структурне удосконалення продуктів харчування.

Внаслідок індустріалізації агробізнесу у розвинутих країнах зростає питома вага харчової промисловості за рахунок скорочення частки сільського господарства шляхом підвищення рівня підготовки продуктів до безпосереднього вживання, поглиблення спеціалізації виробництва, продовження шляху просування продуктів від сировини до споживання. Науково-технічний прогрес та агропромислова інтеграція ведуть до проникнення промислових засобів у всі стадії приготування їжі. Ця тенденція характерна для всіх розвинутих країн і є важливим фактором підвищення ефективності суспільного виробництва.

Розглянемо АПК Німеччини як типової і най сильнішої держави ЄС. Основне місце в сільському господарстві ФРН належить виробництву м'яса і молока. У виробництві м'яса домінують свинина, яловичина і телятина. Основний тип господарства — сімейні ферми. Наймана робоча сила становить лише 15 % зайнятих у галузі. Середня площа сільськогосподарських угідь, що припадає на одне господарство, — понад 15 га. Максимальний розмір господарства за площею сільськогосподарських угідь — близько 250 га. Кожний селянин є членом одного чи кількох кооперативів.

Кооперація виступає як організаційна форма об'єднання виробників у їхніх стосунках з іншими ланками народного господарства, виходу на ринок, у галузі забезпечення засобами виробництва і реалізації продуктів. Кооперація як організаційна форма виробничих взаємозв'язків сільськогосподарських виробників виявляється у спільному виконанні важливих функцій: обробці землі, заготівлі сільськогосподарських продуктів, переробці їх, самозабезпеченні сільських поселень свіжими продуктами місцевого виробництва. Кооперативи функціонують на підставі угод, через які регламентуються відносини між центральними органами і нижчими ланками, а також між членами кооперативів. В угодах передбачено пункти, що стосуються організації, управління, постачання, виробництва, реалізації. Залежно від ступеня внутрішньої інтеграції в кооперації виділяються певні шаблі. Тільки на третьому шаблі здійснюється повна інтеграція. Найважливіша відмінність такої кооперації від соціалістичної — наявність приватної власності і притаманний їй характер розподілу результатів.

Друга важлива галузь агробізнесу ФРН — харчова промисловість. У цій промисловості перші три місця посідають молочна,

м'ясна та пивоварна промисловість. Це — характерна особливість харчової промисловості і структури споживання продуктів ФРН. Порівняно велику питому вагу мають виготовлення ласощів, переробка кави, чаю, виробництво продуктів з кави, хлібобулочних і борошняних кондитерських виробів. Багато галузей харчової промисловості мають порівняно однаковий рівень технічного оснащення, трудомісткості продукції і продуктивності праці. Найбільша різниця спостерігається у тих галузях, де домінують ремісничі підприємства: у пивоварному виробництві, виробництві борошняних і кондитерських виробів, м'ясній промисловості.

Протягом останніх десятиліть зростає питома вага галузей, що виробляють продукцію найвищого ступеня готовності до споживання, а також тривалого терміну зберігання. У молочній промисловості зростає питома вага сирів та інших продуктів тривалого терміну зберігання. У м'ясній і рибній промисловості, переробці овочів і фруктів, виробництві продуктів з картоплі зростає питома вага глибокозаморожених продуктів. У ФРН формуються нові галузі харчової промисловості — виробництво глибокозаморожених продуктів, готових страв. Ці виробництва можна назвати міжгалузевими, тому що вони використовують різноманітні види сировини і мають широкий асортимент виробів.

Специфіка виробництва і споживання харчових продуктів зумовлює відносно невелику концентрацію виробництва. Частка дрібних підприємств значно вища. Крім промислових підприємств, у багатьох галузях виробництва (хлібопекарній, броварній, м'ясній, борошномельній, пивоварній) налічується кілька десятків тисяч ремісничих підприємств, які мають спеціальний статус. На цих підприємствах використовується менш потужне обладнання, призначене для дрібносерійного або індивідуального виробництва. Найбільш поширені ремесла в м'ясному господарстві, хлібопекарному і кондитерському виробництві. Ремісничі підприємства вдало поєднують виробничі функції з торгівельними. Необхідно зазначити, що у результаті індустріалізації харчової промисловості кількість дрібних ремісничих підприємств постійно скорочується.

Високий рівень концентрації у крохмальній промисловості, виробництві маргарину та інших харчових жирів, дієтичних продуктів, виробів з тіста, цукрової промисловості. Близько 10-ти підприємств харчової промисловості входять до числа 100 найбільших підприємств ФРН. Науково-технічний прогрес і економія часу ведуть до поглиблення процесу заводської концентрації і

спеціалізації, застосування сучасних методів переробки харчової сировини, розвитку біотехнології, широкого застосування мікроелектроніки, вносять суттєві зміни у структуру харчової промисловості. Дедалі більшого значення набуває зміцнення взаємозв'язків між ланками агробізнесу в уніфікації вимог до якості продукції на всіх стадіях виробництва і переробки продовольчої сировини.

Вплив науково-технічного прогресу і конкуренції на процес концентрації і спеціалізації агропромислового виробництва проявляється подвійно. З одного боку, великі спеціалізовані виробництва мають перевагу в галузях здійснення науково-технічного удосконалення виробництва, вивчення ринку і реклами, переробки побічних продуктів тощо. З другого боку, невеликі підприємства більш гнучкі у зміні асортименту продукції, спеціалізуються на виготовленні індивідуальних продуктів, які відрізняються від масових видів великого промислового виробництва, тим самим забезпечують попит на продукцію, що має порівняно великі витрати і ціну реалізації. Державна виробнича політика сприяє дрібним виробникам у збереженні їхніх місць на ринку Поряд із традиційними засобами (сушінням, ферментацією, консервуванням) усе більше вдаються до глибокого заморожування опромінювання, дегідратації, сепарації із вживанням хімічних фізичних методів. Розвивається виробництво нових видів пакувальних матеріалів і тари, у тому числі призначених для готових страв і напівфабрикатів. Ще більше готових продуктів і консервів випускається у дрібній упаковці. Промисловість пропонує нові складні продукти, які містять натуральні і хімічні речовини (штучне масло, цукрозамінювачі і таке інше). Але найвищі темпи у розвитку харчової промисловості має виробництво глибоко заморожених продуктів і готових страв. Морозильне господарство є складовою частиною всього агробізнесу. Глибоке заморожування стає все більш універсальним засобом зберігання продовольчих продуктів. Впровадження на ринку глибокозаморожених продуктів вимагало порівняно тривалого часу, тому що було необхідно перебудувати базу виробництва і зберігання, а також і психологію споживачів. Середніх за обсягом виробництва у натурі домінують вироби з картоплі, готові страви і напівфабрикати, овочі, рибні і борошняні вироби, м'ясо.

Виробництво готових страв і напівфабрикатів є важливим напрямком індустріалізації агробізнесу ФРН. Їхня основна мета полягає в забезпеченні дешевого харчування, чому сприяє придбання страв, виготовлених промисловим способом. Є три системи

виробництва готових страв, що різняться між собою способом зберігання і постачання виготовлених страв споживачам: у глибокозамороженому вигляді; в охолодженому вигляді (2—4°C); у гарячому вигляді (у термосах). Готові заморожені страви зручні не тільки для тривалого зберігання, але й вигідні з точки зору організації завезення, створення резервів їх у невеликих пунктах харчування. Глибоке заморожування не є універсальним. Неможливо заморозити томати, салат і деякі інші овочі та фрукти, тому з виробництвом за морожених страв усе більше конкурують інші види промислової кухні.

Перевага виробництва і реалізації готових страв в охолодженому вигляді є універсальним засобом зберігання і постачання різноманітних страв. Економічний ефект у порівнянні з традиційним способом виготовлення їжі на кухнях підприємств громадського харчування виявляється в економії інвестицій у будівництво їдалень, їхнє обладнання, тому що на великих промислових кухнях забезпечується більш висока продуктивність праці.

Третя система виробництва і споживання готових страв заснована на постачанні виготовлених промисловим способом страв на місце споживання у гарячому вигляді. На дрібних пунктах харчування місцеве виробництво страв і підігрів їх неефективні. Цей спосіб має багато недоліків: обмежений строк зберігання, великі втрати вітамінів, небезпека псування. Тому найбільш перспективною є система виробництва готових страв, заснована на їхньому зберіганні і постачанні на місце споживання в охолодженому вигляді.

За рівнем сільськогосподарського виробництва Франція посідає перше місце в Європі. А за експортом сільськогосподарської продукції — друге місце в світі після США.

У цій галузі зайнято 6 % населення і на неї припадає 2 % ВВП. Модернізація аграрного сектора у цій країні почалась на початку 60-х років, і протягом 40 років відбувається концентрація господарств: їх кількість скоротилася з 1588 тис. до 735 тис. Одночасно покращилась технічна оснащеність аграрного сектору. Найбільша проблема агробізнесу Франції — надвиробництво продуктів харчування. Тому, починаючи з 1992 року, уряд цієї країни діє у напрямку збільшення допомоги дрібним господарствам, які хоча б рік нічого не вирощують на своїх полях. А щоб з села не пішла робоча сила, пропонується створення багатогалузевих господарств, розвиток агротуризму. (Кваша С. М. Удосконалення аграрних зовнішньоекономічних відносин та особливості регулювання аграрного ринку в країнах ЄС. — Економіка АПК, 2000, № 6, с. 25)

У агробізнесі Франції досягнуто високого рівня інтеграції.

У сільському господарстві Франції є різні форми інтеграції: фермерські кооперативи, спілки фермерських кооперативів, об'єднання спілок, спеціалізовані об'єднання тваринників, товариства змішаних сільськогосподарських інтересів, змішані товариства на користь розвитку сільського господарства тощо. Особливо вирізняються великі інтеграційні системи, які являють собою корпорації національного значення і які використовують всебічні засоби зв'язків з виробництва, переробки і збуту продовольчих товарів. До складу цих корпорацій входять і фінансові організації, які здійснюють фінансування виробництва; науково-дослідницькі, які ведуть наукові дослідження у відповідних галузях сільського господарства. Фермерські кооперативи і об'єднання тваринників репрезентують форми горизонтальної інтеграції, а найбільші з них — вертикальної інтеграції. Кооперативи фермерів вступають у зв'язок із промисловими і комерційними підприємствами, створюючи з ними агропромислові або агропромислово-торговельні об'єднання. У Франції дуже популярні спеціалізовані кооперативи: сироробні, ковбасні, з виробництва і переробки овочів і фруктів, виноробні.

Прикладом горизонтальної інтеграції і переростання її у вертикальну є організація діяльності зернових кооперативів Франції, їхні головні функції — закупівля, зберігання і перепродаж, зерна, а також постачання фермерам товарів, потрібних сільському господарству. Деякі кооперативи опанували переробку зерна і здійснюють збут переробленої продукції.

Зернові кооперативи створюють спілки регіонального, а іноді національного зернового управління. Через цю систему горизонтальної інтеграції заготовлюється близько 70 % товарного зерна в країні.

Наведемо приклад: до об'єднання спілок сільськогосподарських кооперативів департаменту Шер входять три спілки кооперативів, одна з яких спеціалізуються на закупівлі, зберіганні і перепродажу зерна, друга — на постачанні фермерам необхідних товарів, третя займається питаннями насінництва.

До об'єднання входять 14 зернових кооперативів, які безпосередньо ведуть справи з фермерами. У кожному кооперативі налічується від 50 до 1000 членів. Усього об'єднання інтегрує 7 тисяч фермерських господарств з 11 тисяч, що налічуються у департаменті.

Організаційна структура цього об'єднання складається з п'яти спеціалізованих відділень: зернове, постачальне, насінницьке, а

виробництва м'яса і відділення з підготовки кадрів із службою інформації. Об'єднання розвиває вертикальну інтеграцію відгодівельних господарств, переробку і збут продукції.

Інший приклад — птахівниче агропромислове торгівельне об'єднання «СИКА-САВА». Це об'єднання інтегрує усі процеси переробки і збуту 80 видів продукції обсягом 70 тисяч тонн. Основний вид продукції — м'ясо бройлерів. До об'єднання входять 10 кооперативів птахівників, які мають 20 га корисної площі приміщень для відгодівлі; 4 комбикормових заводи, 22 відділення для розмноження закупленої за контрактом племінної птиці, 4 інкубатори, 5 птахобоень, сортувальну станцію яєць, службу технічної допомоги, яка одночасно здійснює контроль за процесом виробництва на всьому підприємстві.

Обсяг виробництва планується з урахуванням можливостей торгівельної мережі об'єднання реалізувати продукцію. Адміністративна рада об'єднання «СИКА-САВА» щорічно встановлює ціни для розрахунків із фермерами, підставою для чого є допустимий мінімальний рівень прибутковості у розрахунку на 1 кв. метр корисної площі критих пташників, здійснює повний контроль за всіма виробничими процесами.

У овочівництві найбільш значні за товарообігом агропромислові об'єднання у північних районах Франції. Прикладом може бути кооператив овочівників і квітників «Прескиль» у приморському мікрорайоні Бретань. До цього кооперативу входять 73 господарства, він має 35 постійних агентів і робітників, зайнятих закупівлею продукції, організацією її зберігання, доведенням продукції до товарного вигляду і збутом оптом та вроздріб. Частину продуктів (томати і полуницю) кооператив повністю реалізує у межах району Бретань, частина постачається на паризькі ринки, а решта відправляється до Лондона.

У тваринництві аграрні, аграрно-торговельні і агропромислові об'єднання працюють на засадах взаємної контракції (Сборник научных трудов ВНИЗСХ. — М., 1975. — Вип. 73 — С. 121—127).

Сімейні ферми традиційні для Данії, тому державна політика спрямована, насамперед, на їхнє збереження. Наприклад, датське законодавство по охороні навколишнього середовища вимагає дотримання гармонічного співвідношення між поголів'ям череди і розміром фермерської земельної ділянки. Відповідно до нього за рік на фермі можна виростити на забій не більш 30 свиней на 1 га. Чим вище поголів'я свиней, тим більшу площу сільгоспугідь зобов'язаний мати фермер. Але Данія — невелика країна, площа

оброблюваних земель складає всього 2,7 млн га, тому і розміри фермерських ділянок обмежені. Ціль державної політики — уникнути остаточної індустріалізації агросектора, коли на зміну дрібним свинофермам приходять великі господарства. Адже якщо десять років тому в країні було більше 20 тис. свиноферм, то сьогодні їх всього 7 тис.

У Данії існує дві категорії фермерів: одні живуть тільки на дохід від сільгоспвиробництва, інші займаються фермерством «на полставки», тобто сполучають роботу на фермі з іншою діяльністю, що приносить родині дохід. Для дрібних виробників фермерство може бути свого роду хобі.

Тваринництво — провідний сектор сільського господарства Данії. На нього приходить 64 % сукупних доходів цієї галузі. Свинарство відіграє особливу роль. У середньому в країні вирощується більш 24 млн свиней у рік. І якщо 100 років тому експорт датської свинини починався з невеликих поставок бекону на ринки Великобританії, то тепер більш 80 % свинарської продукції експортується в ЄС і інші країни, що складає 5,5 % усього датського експорту.

Незважаючи на важливу роль свинарства в економіці країни, у Данії немає урядової програми фінансової підтримки виробників або експортерів свинини. Вона була закрита в 1973 р. після вступу країни в Європейський Союз. У силі залишаються тільки схеми загальної підтримки сільського господарства, що діють у країнах ЄС. Професійна підготовка фермерів — необхідна умова для ведення успішного бізнесу в сільському господарстві. Рівень освіти фермерів у Данії — один з найвищих у світі.

Адже, щоб придбати землі площею більш 30 га, потрібно пред'явити диплом про спеціальну п'ятирічну освіту. Навіть якщо син збирається продовжити справу батька і працювати на тій же земельній ділянці, він зобов'язаний відучитися в спеціалізованому коледжі або університеті. Крім того, щоб можна було контролювати, у чіь руках знаходяться сільгоспугіддя, по датському земельному законодавству заборонена безоплатна передача земель (у тому числі дарування і спадкування). До того ж фермер, що має ділянку більше 2 га, повинний не тільки вести сільськогосподарську діяльність, але і жити на цій землі.

Через те, що собівартість сільгосппродукції в Данії дуже висока, навіть найбільші фермерські господарства можуть залишитися без прибутку і розоритися. Тому дуже важливим фактором є грамотне і професійне управління господарством. Підвищувати свою кваліфікацію фермерам допомагає співробітництво з місце-

вими консультаційними службами по сільському господарству. Такі служби мають власні наукові підрозділи й оперативно одержують нову інформацію про сучасні розробки у свинарстві, доводячи їх до відома фермерів. Консультаційні служби також допомагають підготувати бізнес-план, зробити податкові та інші розрахунки, знайти рішення, що дозволяють фермерові досягти найкращих результатів з меншими виробничими витратами. Практика показує, що рентабельного сільгоспвиробництва може домогтися тільки високоосвічений підприємець, здатний використовувати в комплексі знання з генетики, кормів, технологій і управліннь.

У датському сільському господарстві дуже розвинута кооперативна система. На відміну від України, де фермери роз'єднані і переробники диктують їм свої умови, у Данії фермери об'єдналися в багатопрофільні кооперативи. Зараз більш 90 % свиней забиваються, переробляються і реалізуються цими співтовариствами. На кооперативній основі створені такі найбільші скотобійні концерни, як Danish Crown і TiScan. Вони володіють багатьма датськими компаніями, що займаються переробкою свинини і реалізацією кінцевого продукту. У 2003 р. на їхніх потужностях було забито 21,9 млн свиней. Таким чином, фермер може не турбуватися про те, як реалізувати свинину і хто дасть за неї кращу ціну. Якщо він — член кооперативної бойні, то зобов'язаний поставляти продукцію тільки туди, а кооперативне підприємство повинне платити його фермерам — засновника, найкращу ціну. У свою чергу, у кооперативних підприємствах-переробниках пропадає необхідність займатися пошуками сировини.

Учасником кооперативу може стати будь-який фермер. Як постачальник він одержує частину прибутку від діяльності співтовариства, що відповідає обсягові своїх поставань і якості продукції. Незважаючи на те що в кооперативах є професійні керівники, усі стратегічні рішення приймають самі фермери. Система кооперативів демократична, тому що на виборах і при голосуванні у кожного підприємця є право тільки одного голосу.

Звичайно, співтовариства конкурують один з одним. Однак у певних секторах між ними організоване внутрішньогалузеве співробітництво: наприклад, по поліпшенню якості, ветеринарним питанням, розвитку технологій і ін.

Якщо фермери не входять до кооперативу а таких господарств зараз дуже мало, вони також можуть поставляти сви-

ней, наприклад, на ту ж бойню Danish Crown. Однак при цьому в них, на відміну від колег, які є членами кооперативу не буде права пріоритетного постачання. Це означає, що до таких фермерів бойня може звернутися, тільки якщо їй не вистачає м'яса, а в інших випадках перевага віддається фермерам-засновникам.

Науково-технічний прогрес і агропромислова інтеграція ведуть до проникнення промислових засобів до всіх галузей і стадій приготування їжі. Ця тенденція властива всім розвинутим країнам і є важливим фактором зростання ефективності Громадського виробництва.

Важливою проблемою для сільського господарства є доступ до кредитних ресурсів. У розвинутих країнах вже давно знайшли поширення сільськогосподарські кредитні кооперативи (кооперативні банки). Система кредитної кооперації у Західній Європі існує понад 100 років.

Зокрема у Франції існує кооперативне об'єднання — центральний сільськогосподарській банк «Креді-Агріколь», який має тривірневу структуру для кредитування агробізнесу: місцеві кооперативні банки, регіональні банки, національна каса. Цей банк має мережу із 150 представництв у 60 країнах світу. Це структура яка одночасно є єдиною (центральна фінансова група) та децентралізованою (у формі регіональних банків). 90 % капіталу каси «Креді-Агріколь» належить регіональним банкам, 10 % — теперішнім і колишнім співробітникам цієї фінансової групи (Олійник Д. С. Кредитна кооперація у сільському господарстві: досвід і шляхи розвитку в Україні // Фінанси України, 2003. — № 4. — С. 104—105).

Така система кредитування агробізнесу діє і в Німеччині, Італії, Ісландії. У США діє розгалужена система кредитних установ та організацій, які надають фінансові послуги фермерам.

Існує певна відмінність у функціонуванні кредитної кооперації в Європі та США. Вони відрізняються за джерелами формування фінансових ресурсів. У країнах Європи це вклади членів кооперативних банків, або вклади інших осіб. У США кредитні ресурси утримуються за рахунок емісії і продажу власних боргових цінних паперів на фінансових ринках країни. Є відмінності також за способами формування пайових фондів. У Європі — постійні пайові внески, у США постійних пайових внесків немає (Дем'яненко С. спільна аграрна політика ЄС: суть, тенденції та значення для України. Економіка України. 2003, № 3, с. 83).

8.4. Агропромислова інтеграція в Японії

Японія пізніше, ніж інші країни, стала на шлях індустріалізації сільського господарства. У ній переважає землеробський напрямок розвитку, тваринництво розвинуто менше. Основна сільськогосподарська культура — рис — для власного споживання не потребує ніякої переробки, тому промисловий капітал не зацікавлений в інтеграції значної частки цієї продукції. Продаж основної маси товарної продукції рисівництва перебуває під контролем держави. Державні органи скуповують рис у селян, а потім через оптовиків продають його у роздрібну торговельну мережу для подальшої реалізації споживачам.

Інтеграційні процеси, як і в інших країнах; розвиваються, головним чином, у тваринницьких галузях, зокрема у виробництві бройлерів.

Найбільшого поширення в Японії набрала контрактна форма інтеграції. Ця форма розвивається в усіх галузях сільського господарства, що постачають продукцію для переробки. У Японії агропромисловою інтеграцією найбільш широко займаються універсальні торговельні компанії, що здійснюють як «досільськогосподарські», так і «післясільськогосподарські» функції в агробізнесі.

За останні десятиліття активізується діяльність сільськогосподарської кооперації із створення агропромислових об'єднань. Створюються кооперативні господарські комплекси з єдиною системою виробництва і переробки сільськогосподарської продукції; підприємства з переробки сільськогосподарської продукції на базі продукції, що збирається сільськогосподарськими кооперативами; організовуються порівняно великі кооперативні підприємства з виробництва м'ясних виробів з подальшим продажем їх через кооперативну торговельну мережу; створюються кооперативні оптові ринки і аукціони, ведеться роздрібна торговельна мережа.

У Японії розрізняються два типи кооперативів: комплекси, що поєднують різноманітні види діяльності, у тому числі й ті, які обов'язково здійснюють кредитування своїх членів та прийом від них внесків; спеціалізовані, в яких господарства поєднані за видом занять, головним чином для збуту продукції.

В основі японської кооперативної системи лежить первинний сільський кооператив, що координує дії десятків фермерів, які є власниками землі. Основні функції такого кооперативу: збут продукції; збереження фермерських внесків, навчання селян но-

вих технологій; кредитування і страхування; організація спільного користування обладнанням і механізмами, а іноді й землею; консультації і допомога в оформленні угод оренди і продажу землі, що сприяє підвищенню культури землеробства і збільшенню виробництва продукції; забезпечення медичного обслуговування і допомога жителям села у придбанні побутових товарів.

Первинні кооперативи об'єднуються за відповідним профілем діяльності у префектурні федерації, які створюють всеяпонські федерації. У загальнонаціональному масштабі діють Всеяпонська федерація сільськогосподарських кооперативів і Центральний кооперативний банк, що входить до числа найбільших банків не тільки країни, а й світу.

У завершальній ланці агробізнесу Японії — оптовій і роздрібній торгівлі — зростає кількість підприємств. Переважно це дрібні і найдрібніші підприємства, які мають менше 10 зайнятих чоловік, те ж стосується і підприємств громадського харчування.

Усе більшого розвитку набирають магазини самообслуговування, до яких надходять великі партії продовольчих товарів в упакованому і розфасованому вигляді із зазначенням ваги продукту та його ціна.

Значне місце в агробізнесі Японії належить універсамам, у яких є продовольчі відділи — компанії, що реалізують продовольчі товари під своєю маркою (Маркар'ян С. Б. Проблемы агропромышленной интеграции в Японии. — М.: Наука, 1982. — С. 70—74).

Запитання для самоконтролю:

1. Чим пояснюється вирішальна роль США та країн Європи на світових ринках продовольства?
2. У чому полягають програми підтримки фермерів США?
3. Розкрийте сутність продовольчої політики США, які форми сільськогосподарського виробництва розвиваються в цій країні?
4. Назвіть основні типи агробізнесу США та розкрийте їхній зміст.
5. Визначте головні напрямки сучасної зовнішньоекономічної аграрної політики США та розкрийте їхній зміст.
6. Перелічіть основні напрямки розвитку агробізнесу у країнах ЄС і розкрийте їхній зміст на прикладі Німеччини, Франції, Данії.
7. Дайте характеристику агропромислового комплексу Канади.
8. Японська кооперативна система: її зміст, складові частини та їхні функції.

ГЛАВА 9

АГРАРНІ РЕФОРМИ В КРАЇНАХ СХІДНОЇ ЄВРОПИ І СНД

Основні питання теми

9.1. Особливості становлення агробізнесу у країнах Східної Європи і СНД.

9.2. Основні напрямки аграрних реформ у країнах Східної Європи і СНД.

Основні поняття і терміни:

Аграрна політика колишніх соціалістичних країн — система заходів, спрямована на підвищенні ефективності агропромислового виробництва в цілому.

Приватизація землі — зміна форми власності на землю від державної до приватної.

Реорганізація колгоспів і радгоспів — реформування їх на засадах самофінансування і самоокупності.

9.1. Особливості становлення агробізнесу у країнах Східної Європи і СНД

Економічна політика країн СНД і Східної Європи все більше орієнтується на інтенсивні фактори виробництва, на створення стимулів для високопродуктивної праці, на подальші соціальні перетворення. У агропромисловій сфері ефективно використання цих факторів спирається на зростання ролі економічних важелів і стимулів, розширення самостійності, прогресивні форми організації виробництва.

Тривають пошуки раціонального поєднання великих, середніх і дрібних підприємств різних форм власності, шляхів ефективного розвитку особистого підсобного господарства, удосконалюються відносини землекористування.

Сільське господарство країн СНД і Східної Європи на сучасному етапі все більше і за новими принципами взаємодіє з суміжними галузями економіки, ринкові відносини охоплюють усі галузі і структурні ланки агропромислового комплексу. Аграрна політика колишніх соціалістичних країн орієнтує систему цих стосунків на забезпечення зростання ефективності виробництва в

агропромислового комплексу в цілому. Здійснення цієї мети можливе тільки шляхом Всебічної інтенсифікації виробництва на основі науково-технічного прогресу, глибокої! всебічної структурної перебудови господарства країн СНД і Східної Європи, переходу до цивілізованих ринкових відносин, до економіки з добре налагодженим господарським механізмом.

З метою підвищення ефективності багатокладного виробництва, прискорення науково-технічного прогресу в колишніх соціалістичних країнах здійснюється перебудова виробничих відносин, стилю і методів господарського управління, підтримується підприємницька ініціатива, реформуються зовнішньоекономічні зв'язки.

Сільське господарство як основа агропромислового комплексу є джерелом сировини для отримання продовольчих товарів, а також визначає масштаби, темпи і ритмічність роботи усіх інших галузей, що забезпечують зберігання, перевезення, переробку сировини і доведення продукції до споживача. В цілому агропромисловий комплекс в усіх країнах СНД і Східної Європи перевищує інші міжгалузеві комплекси за розміром частки у ресурсах громадського виробництва і валовому продукті. У агропромислового комплексу цих країн зосереджено від 20 до 30 % основних виробничих фондів і трудових ресурсів. У АПК виробляється від 25 до 40 % валового громадського продукту. Від рівня та ефективності розвитку агропромислового комплексу багато в чому залежать інтенсифікація багатокладного господарства в цілому, його економіки, темпи і якість економічного зростання країн СНД і Східної Європи.

У зв'язку з проведенням реформ, з урахуванням ситуації, що склалася, і набутого досвіду, зараз розробляються теоретичні аспекти проблем ринку як у нашій країні, так і в інших країнах Східної Європи, у першу чергу в Болгарії, Угорщині, Польщі, Чехії і Словаччині, цим же займаються і в Китаї. Половинчасті заходи в цій справі недопустимі. Про це свідчить і досвід Угорщини, Польщі, Китаю.

У низці змін, що відбуваються в житті цих країн, проблема аграрної реформи має пріоритетне значення, вона здійснюється в кількох напрямках.

9.2. Основні напрямки аграрних реформ у країнах Східної Європи і СНД

1989 р. започаткував у Центральній та Східній Європі третю в цьому столітті велику трансформацію аграрних відносин і структур. Аграрні реформи які в довоєнний і післявоєнний пері-

оди здійснювалася на основі комуністичної колективізації, тепер були пов'язані з радикальними змінами у відносинах власності — роздержавленням, реприватизацією і приватизацією.

У Польщі реформування відносин власності в усупільненому сільському господарстві принципово відрізняються від деколективізації в інших пост комуністичних країнах. Тут зміни у формах власності, по-перше, не набрали реституційного і реприватизаційного характеру, по-друге, стосуються тільки державного аграрного сектора, а не колективного, і по-третє, мають регіональні, а не загальнодержавні відмінності та охоплюють лише 1/5 сільського господарства країни.

У Югославії, Хорватії та Словенії усупільнений сектор теж не відігравав вирішальної ролі в структурі сільського господарства. В інших же державах колективізація торкнулася всієї або майже всієї аграрної сфери економіки.

Різною була і тривалість періоду функціонування колективних господарств — більш як 40 років у країнах Центральної Європи, Прибалтики, на частині території Білорусії та України до 60—70 років у Росії, а також на основній частині Білорусії та України. До того ж, у Хорвати, Словенії, Білорусії, Словаччині та Україні аграрні перетворення нерозривно зв'язані з становленням державності. В Східній Німеччині приватизація в сільському господарстві зумовлена входженням колишньої НДР до ФРН і до Європейського Союзу.

Необхідність трансформування сільського господарства посткомуністичних країн викликана, насамперед, економічними та політичними чинниками. В усіх цих країнах великі держгоспи і виробничі кооперативи в існуючій організаційно-економічній формі не спроможні ефективно функціонувати в ринковій економіці. Саме тому колись привілейований соціалістичний аграрний сектор має бути якнайшвидше трансформований у приватний.

Перший законодавчий акт стосувався трансформування економічного устрою. Він дав можливість запровадити приватну власність і засади вільного ринку, хоча в усіх посткомуністичних країнах не було відповідних умов. Там не існувало ринків товарів, праці, грошей і капіталу, а також (за винятком Чехії) ліберальних традицій, середнього класу та приватної власності з великим капіталом. Проте були ідеалісти-реформатори, які мало чим відрізнялися від комуністів, оскільки взялися за реалізацію проекту, в переваги якого свято вірили, незважаючи на те, що, крім цієї віри, для його втілення в життя не було нічого. З точки зору теорії лібералізму, то був найбільший недолік ліберальних реформ — дефіцит конструктивізму. Комуністи бачили в реформах

кінцевий результат, а ліберали вважали, що досить теоретичного обґрунтування реформи, і якщо передумови та методи правильні, то й результати будуть очікуваними.

Загальними особливостями аграрних реформ країн центральної і східної Європи слід вважати:

— Створення нормативно-правової бази реформ переважно у вигляді законів.

— Організацію спеціальних державних установ для практичного здійснення окремих складових реформ.

— Широке використання для проведення приватизаційних процесів механізмів реституції;

— Моніторинг реформ і коригування їх змісту за реальними результатами.

Закони були різноманітними за напрямками. Так у Східній Німеччині для регулювання проблем власності на землю та приватизації був прийнятий «Закон про адаптацію сільського господарства до умов ринкової економіки». В Угорщині ці проблеми коригувались законами: «Про кооперативи» та «Про врегулювання відносин земельної власності».

У Чехії та Словаччині діяв закон «Про регулювання майнових відносин відносно землі іншої сільгосподарності». Аналогічний напрямок мали закони в інших східноєвропейських країнах. Такими законами розподілялась власність кооперативів, регулювалось їх роз'єднання та об'єднання, а також взаєморозрахунки з пайовиками та інші аспекти.

Отже, процеси перетворень у сільському господарстві центральної і східноєвропейських країн були надто політизованими, а їх головний напрям полягав у проведенні приватизації та формуванні фермерських сімейних господарств.

Сільське господарство Чехії розвивається у соціально-культурному середовищі Центральної Європи і на його положення впливають не тільки лібералізація і глобалізація світового аграрного ринку, але й заокеанська конкуренція. Концепція аграрної політики Чеської республіки ґрунтується на Європейській моделі сільського господарства, яка спрямована на розвиток його мультифункціональності, перш за все у регіонах з гіршими виробничими умовами. Передумовою ефективного входження чеського аграрного сектору в єдиний ринок Європейського Союзу є нова орієнтація сільського господарства, яке буде досить конкурентоспроможним і в той же час здатним ефективно використовувати кошти ЄС, направлені на підтримку розвитку сільського господарства, села і покращення навколишнього середовища.

Внаслідок ліквідації дотаційних цін на продукти харчування, лібералізації внутрішнього ринку, аграрної зовнішньої торгівлі і мінімізації державних субсидій валове виробництво сільськогосподарської продукції скоротилось у 2002 році порівняння з 1990 роком на 30 %. Питома вага зайнятих у сільському господарстві працівників становила 4,1 %, а первинного сільського господарства у валовому національному продукті Чеської республіки — 2 %.

В результаті прийнятих державою заходів: компенсації витрат, що виникли за останні 10 років, підвищення закупівельних цін, реструктуризації підприємств, у сільському господарстві у сільському господарстві у 2002 році було досягнуто прибутку у розмірі 3,7 млрд крон. Завдяки цьому покращилась платоспроможність підприємств, зменшилась їх заборгованість.

Реструктуризація сільського господарства супроводжується скороченням чисельності працівників сільського господарства та зростанням продуктивності праці. На початок 2001 року в Чехії було 56, 5 тис. різних типів господарств, що реалізовували свою господарську діяльність на 3,6 млн га сільськогосподарських угідь, з яких майже 75 % перебуває у користуванні юридичних осіб, а решта — 25 % — у користуванні приватних селянських господарств. Більш як половина цієї землі належить господарствам, які мають розмір понад 100 га, що є добрим показником за європейськими стандартами. Господарства із суспільною формою власності у Чехії практично відсутні. Найбільш прийнятною формою власності є акціонерні товариства.

В цілому народногосподарське значення сільського господарства Чехії з точки зору його ваги у ВВП і зайнятості населення вже майже тотожне аграрному сектору країн ЄС.

Зміни у іншій галузі агробізнесу Чехії — продовольчій промисловості, здійснюється не досить динамічно, навіть зі значними іноземними інвестиціями. Гальмується цей розвиток міжсезонним підвищенням цін на сільськогосподарську сировину, а також тиском сфери роздрібної торгівлі.

Питома вага харчової промисловості у загальному ВВП промисловості складає 11,8 %. У перспективі слід чекати подальшого прогресу у концентрації цієї галузі, забезпечення зростаючих потреб до якості продуктів харчування, а значить і підвищення її конкурентоспроможності (Губені Ю. Е. Досвід та проблеми розвитку аграрної політики трансформаційного періоду в Чеській Республіці // Економіка АПК, 2002, № 3 с. 118—124).

Характерною особливістю Угорщини традиційно вважається високий рівень розвитку сільського господарства. Тільки у

1988 р. Угорщина від експорту сільськогосподарської продукції отримала 750 млн дол. чистого прибутку. На Захід і Схід Угорщина експортує до третини виробленої і переробленої сільськогосподарської продукції. Внутрішній ринок достатньо забезпечений усіма видами продовольчих товарів. У той же час споживання основних видів продуктів харчування за останній час скорочується через невпинне зростання цін.

Аграрний комплекс і досі лишається стабілізуючим фактором економічного життя Угорщини. Сільське господарство і харчова промисловість виробляють 30 % національного прибутку. Однак у країні ведеться велика дискусія про форми розвитку сільського господарства. Деякі політичні партії вимагають змін аграрної політики. Чим це викликано? Адже нещодавно угорська модель вважалася зразковою, міжнародно визнаною візитною картою економічної реформи.

Високі показники, які характеризували стан сільського господарства Угорщини до початку 90-х років, були зумовлені існуванням одночасно розвинутих великих сільськогосподарських підприємств (кооперативів і держгоспів, присадибних і підсобних господарств). У 1989 р. держгоспам належало 15 % сільгоспугідь, кооперативам — 70 %, особистим (приватним) господарствам — 15 %.

Однак кооперативи і держгоспи виробляли 48—49 % і 15—16 % аграрної продукції відповідно, а приватні господарства — 36—37 %.

Понад 40 % населення Угорщини займається дрібним сільськогосподарським виробництвом. Серед них найбільше робітників, пенсіонерів, працівників розумової сфери. Ця категорія людей становить 75 % від загальної кількості дрібних виробників. Потреби у кормах для поголів'я худоби, що утримується на земельних ділянках дрібних виробників, приблизно на 60—70 % перекривають великі господарства. Постачання племінної худоби і хімічних речовин для внесення до ґрунту й захист рослин, ветеринарне обслуговування, обробку ґрунту, транспортні послуги здійснюють великі господарства. Реалізують продукцію дрібних виробників за угодами контрактації громадські господарства.

Виробничі кооперативи і держгоспи поряд з основним сільськогосподарським виробництвом здійснюють паралельно допоміжну (додаткову) діяльність. Вони займаються переробкою продукції, торгівлею, розвивають промисловість, сферу обслуговування. На допоміжну діяльність припадає 35—37 % вартості валової продукції сільського господарства.

Агропромисловий комплекс Польщі багато в чому визначає рівень життя населення країни. АПК виробляє чверть валового національного продукту, у ньому працює 31 % загальної кількості зайнятих, у їхньому розпорядженні 35 % основних виробничих фондів. Населення Польщі витрачає 36 % свого прибутку на продукти харчування.

Зараз сімейні індивідуальні господарства є стрижнем сільського господарства Польщі. В індивідуальному (приватному) секторі протягом тривалого часу виробляється 75—80 % продукції сільського господарства Польщі й зосереджено понад 2/3 сільгоспугідь.

Під час процесу трансформації раніше діючих у Польщі економічних структур і переходу до ринкової економіки, який набрав швидкості й став незворотним на початку 90-х років, водночас із здійсненням загальноекономічних заходів — лібералізацією цін, відмовою від дотацій, приватизацією державних підприємств тощо — велика увага приділяється перетворенням у сфері аграрної економіки. Результатами ринкової політики у сільському господарстві є вимивання нерентабельних господарств (30-40 % держгоспів і за старих, «теплих» умов були нерентабельні), активізація ринку землі як чинника виробництва, зміна структури виробництва, а також перехід частини виробничих факторів із сфери виробництва до сфери інфраструктури і сервісу, тобто до сфери переробки аграрної продукції й обслуговування сільських господарств. Відбувається зростання питомої ваги порівняно великих (більше 10 га оброблюваної землі) селянських господарств у загальній кількості їх. Скорочуються «організовані» (державні) закупівлі сільськогосподарської продукції. Ця функція поступово переходить до сфери ринку (у 1990 р., наприклад, їхня частка різко зменшилася до 60 % у порівнянні з 73 % в 1984-1988 рр.).

Для польського сільського господарства характерна багатосекторна структура з переважанням приватних форм господарювання — сімейних селянських господарств, які займають більш як 3/4 площі сільськогосподарських угідь, у них сконцентрований основний матеріальний і трудовий потенціал галузі, виробляється значна частина основних видів сільськогосподарської продукції. В свою чергу суспільний сектор, відіграючи помітну роль у ряді галузей та виробництв, особливо у забезпеченні біологічних фондів для сільськогосподарських галузей, у цілому ж є другорядним за значенням і лише доповнює селянське господарство.

Розглядаючи економічні характеристики аграрно-продовольчого сектора польської економіки в період, до початку ринкових реформ 90-х років, слід зазначити, що вони не були «нерухомими», їх еволюція, значною мірою під впливом економічної та аграрної політики держави, привела до появи й розвитку нових структурно-економічних елементів. Серед останніх необхідно згадати заходи з лібералізації цін на деяких ділянках продовольчого ринку і створення на цій основі вільного ринку деяких сільськогосподарських та продовольчих товарів. У даному ж напрямі діяла й лібералізація адміністративно-правових та економічних нормативів землеобороти, яка сприяла формуванню регульованого земельного ринку у сільському середовищі,

Початок 1990 р. ознаменувався рішучою переорієнтацією аграрно-економічної політики у напрямі швидкого створення основ ліберально-ринкової економіки. Ринкові перетворення у продовольчій сфері розгорнулися ще у серпні 1989 р., коли були повністю відпущені ціни на продовольство та сільськогосподарську сировину.

Уже на кінець липня 1990 року за завданням польського уряду групою польських та іноземних спеціалістів під загальною редакцією представників комісії ЄС та Світового банку була розроблена «Аграрна стратегія для Польщі» — програма реформ, яка включає загальні оцінки стану аграрної сфери в країні, визначення найважливіших проблемних вузлів і рекомендації у коротко-, середньо- та довгостроковій перспективі. На основі цієї програми і з урахуванням її основних положень було розроблено ряд урядових документів.

Основним об'єктом аграрної політики Польщі є селянські господарства, передбачено також збереження частини суспільних господарств, але в глибоко модифікованих через комерціалізацію і різноманітність типів управління формах. Водночас констатується, що:

— основою стабільного розвитку аграрної сфери є подолання інфляції, досягнення стабільності та збалансованості економічного розвитку;

— головною умовою успішного розвитку сільського господарства і підвищення галузевої ефективності полягає в розширенні та модернізації всього сектора обслуговування цієї галузі: сфери переробки сільськогосподарської продукції, виробничих послуг торгівлі, банківського обслуговування;

— ключовим питанням даної проблеми є демонополізація сектора обслуговування;

— одна з перспектив розвитку аграрного сектора вбачається у багатофункціональному розвитку села, що створює можливості додаткової зайнятості;

— основою підвищення конкурентоспроможності сільського господарства та аграрної сфери є його технічна модернізація, концентрація виробництва і спеціалізація господарств та регіонів;

— створення через систему економічних інструментів та нормативів адекватних умов для розвитку аграрної сфери, правильного функціонування аграрного ринку і розширення зв'язків зі світовими ринками.

Митна політика Польщі у 90-х роках сприяла суттєвому посиленню дії світового ринку на вітчизняне виробництво та ринок продовольства у бік підвищення його якості і протидії зростанню внутрішніх цін, не допускаючи водночас демпінгового імпорту в країну зарубіжного продовольства, захищаючи внутрішній ринок від такого імпорту (Кудінов С. Є. Досвід Польщі у розвитку птахівництва. — Економіка АПК, 2001. — № 3. — С. 125—126).

У Чехії і Словаччині проводиться велика робота щодо повернення до сільськогосподарського обороту тимчасово необроблюваних земель. Ведення фермерського господарства заохочується скасуванням прибуткового податку з їхніх власників.

Основною формою ведення сільськогосподарського виробництва залишаються великі державні й кооперативні господарства. Заохочується їхній багатогалузевий розвиток аж до створення в них промислових підприємств, у тому числі тих, які виробляють засоби виробництва для сільського господарства та інших галузей народного господарства. У підсумку дуже часто держгоспи і кооперативи перетворюються на комбінати й агрофірми.

Чехія перша і поки що єдина з постсоціалістичних країн, яку прийнято до членів економічної організації високорозвинутих країн. Досвід Чехії свідчить, що успіх аграрної реформи залежить від докорінної перебудови галузей, пов'язаних із сільськогосподарським виробництвом.

У цілому в сільському господарстві країн Східної Європи активно відбуваються зміни структури аграрного виробництва, швидкими темпами розвиваються ринкові відносини з повною або частковою лібералізацією цін і повною господарською самостійністю товаровиробників, трансформуються відносини власності на землю і структура господарств, які виробляють аграрну продукцію. Зокрема в країнах Балтії сільськогосподарське виробництво давно і практично повністю зосереджене у приватному секторі й дає приріст виробництва, але зорієнтоване переважно

на внутрішній ринок. Ці процеси відіграють немало роль у загальному економічному розвитку зазначених країн.

У той же час у постсоціалістичних країнах Європи відчутним стає наближення кризи в аграрному секторі, що пов'язано насамперед із зниженням попиту на продовольчі товари, а також і нерациональною структурою сільського господарства, яка склалася до реформи.

Порівняне падіння обсягів виробництва в країнах Східної Європи пояснюється також зниженням постачання пального, добрив, отрутохімікатів, елітних сортів насіння і тварин. Серед інших причин — невдале реформування кредитних господарств, диспаритет цін між сільськогосподарською продукцією і ресурсами для її виготовлення, технічна й економічна відсталість переробної промисловості і запізніла приватизація її підприємств. Є також певна соціальна напруженість між індивідуальними фермерами і селянами, що залишилися членами сільськогосподарських підприємств.

У Румунії в лютому 1990 року парламентом було прийнято закон про земельну реформу, згідно з яким земля може бути об'єктом приватної власності, предметом купівлі-продажу, а також передаватися в спадщину. Передбачалося скасування усіх сільськогосподарських кооперативів і передача землі у приватну власність селян. Кожна селянська сім'я має право на безкоштовне отримання ділянки землі площею до 10 га, мінімум — 0,5 га.

Перетворення в аграрній сфері східних земель Німеччини після об'єднання її з ФРН почалися з прийняття закону про адаптацію, який визначив найважливіші положення реформування сільського господарства у землях колишньої НДР. Цим законом було повністю ліквідовано сільськогосподарські кооперативи і державні підприємства. Реформи було проведено примусово, але це дало поштовх до створення різноманітних форм господарювання і форм взаємовідносин в агропромисловому комплексі.

Важливим у досвіді східних земель Німеччини є проведення приватизації земель — водночас із здійсненням паювання вдало запроваджується нова господарська структура підприємств, переважно приватного типу, знаходяться надійні інвестори, а управління здійснюється кваліфікованим, компетентним, досвідченим (а не номенклатурним) керівником.

Виробнича й організаційна структура сільськогосподарських підприємств східних земель Німеччини мають забезпечити високу ефективність праці, поступову експортну орієнтацію продукції і послуг, екологічну безпеку, зведення до мінімуму потреби у ро-

бочій силі і енерговитратах, максимальне скорочення органів управління та різноманітних координаційних структур.

Сільськогосподарські кооперативи все більше стають спеціалізованими — або рослинницькими, або тваринницькими. Решта виробничих підрозділів і окремі об'єкти виробничої та соціальної сфери перетворені у самостійні кооперативи.

У східних землях Німеччини пішли шляхом докорінної перебудови управління і насамперед — зменшення кількісного складу управління. У великих кооперативах і асоціаціях управлінський персонал складає 2-4 чол. Керівникові надано великі права і високу зарплату, яка перевищує у кілька разів зарплату найбільш кваліфікованих працівників.

Найважливішою рисою аграрної реформи у східних землях Німеччини є: гнучкість держави в політиці щодо сільськогосподарських товаровиробників. Одним із проявів такої гнучкості є позиція держави щодо фермеризації. Держава поставила за мету повну фермеризацію, проте народ не підтримав цю ідею, і уряд відмовився від неї. Сільськогосподарський товаровиробник сплачує по датки тільки за землю, але звільнений від податків на прибуток, держава підтримує фермер а-початківця, надаючи йому кредит.

Життєвість фермерського укладу базується на тому, що тут, відповідно із специфікою аграрної сфери, в особі фермера поєднується: власник, суб'єкт господарювання і працівник. Він повністю присвоює те, що створює як працюючий суб'єкт. Але, якщо перейти до суцільної «фермеризації», то на селі появиться численна армія безробітних. Досвід Східної Німеччини, Чехії, Угорщини свідчить про те, що альтернативою тут виступає кооперування селян, створення виробничих кооперативів та їх асоціацій. Найбільш масовими в цих країнах стали сільськогосподарські кооперативи.

Найважливішою проблемою агробізнесу постсоціалістичних країн є проблема земельних відносин. Майже в усіх постсоціалістичних країнах вона здійснювалася на основі приватизації землі в сільському господарстві і супроводжується компенсацією за вилучену в минулому земельну власність. Реституція проводиться різними шляхами: повернення землі колишнім власникам чи їхнім нащадкам у межах, що були до колективізації; компенсація іншими землями, приватизаційними ваучерами у їх вартісному вигляді.

Реституція землі виявила, що більшість колишніх власників землі чи їхні спадкоємці не бажають займатися сільськогоспо-

дарським виробництвом. Так, в Естонії через невиконаність сільськогосподарського виробництва 25—30 % колишніх власників не вимагають реституційної землі. В Угорщині згідно із законом про компенсацію з'явилося 1,5 млн землевласників із середньою площею землі 2—4 га і переважна більшість їх не бажає вести сільськогосподарське виробництво. Все це негативно позначається на формуванні нових суб'єктів сільськогосподарської діяльності. В Албанії сільськогосподарські кооперативи, які до початку реформувань володіли 74 % землі, були ліквідовані протягом двох років, а приватизація землі була здійснена у формі безоплатної її передачі колишнім членам кооперативів. Землю розподіляли серед працівників кооперативів з урахуванням кількості членів їхніх сімей. Внаслідок деколективізації в Албанії створилося 400 тис. приватних ферм, в яких зосереджено 75 % сільськогосподарських угідь і 70 % робочої сили, зайнятої з аграрному виробництві. Заслужовує на увагу досвід реформування сільськогосподарських підприємств у східних землях Німеччини, де 80 % угідь використовують невеликі товариства і кооперативи. У Чехії колишньому власнику тільки тоді повертали його землю, коли він брав на себе зобов'язання обробляти її (Шуфрич Н. І. Реформування земельної власності у постсоціалістичних країнах Східної Європи // Економіка АПК, 2003. — № 1. — С. 135).

Румунія за півроку здійснила передачу сільськогосподарських угідь кооперативів в особисту власність. Тут були створені спеціальні комісії для повернення землі колишнім власникам, кожний з яких міг претендувати не більш як на 10 га угідь. Комісії намагалися повернути саме колишні земельні володіння, якщо це було неможливо, пропонувались ділянки такої ж якості і величини в іншому місці, що призвело до подрібнення земельних масивів. Порівняно невелика кількість господарств, отримавши досить великі ділянки — 10 га, почала створювати фермерські господарства. Більшість селян залишалася в колективних господарствах, які виникли на базі колишніх кооперативів. Через відсутність кредитних заохочень, відповідної системи страхування, консультативних служб та ряду інших інституцій багато господарств не наважилися стати фермерами. В цілому ж найпоширенішою формою колективного господарювання у всіх країнах цього регіону стали сільськогосподарські кооперативи на засадах приватної власності на землю їх членів. Однак переважання даної форми господарської діяльності обумовлене не тим, що вона найефективніша, а тим, що це найпростіший шлях продовжувати виробничу діяльність після приватизації землі.

Нині, після земельного розподілу, ще неможливо остаточно визначити, скільки існує одноосібних господарських груп, тобто їх суб'єктів (ТОВ, змінених колективних господарств, одноосібних підприємців, індивідуальних господарів), якими земельними ділянками вони володіють, скільки власної землі й орендованої використовують господарства та підприємницькі структури. У підприємств і господарських товариств, цілком ймовірно, велика частка оренди; В країнах Середньої та Східної Європи у господарських структурах аграрного сектора власна земля переважає над орендованою. Суттєво збільшилась кількість домогосподарств та фермерських господарств. Нинішні індивідуальні господарства країн зазначеного регіону мають багато спільного. До таких ознак можна, зокрема, віднести те, що більшість індивідуальних господарств виділились з великих підприємств або домогосподарств (колишні члени кооперативів та державних підприємств), сімейне підприємство, яке іноді використовує найману робочу силу (при цьому свої доходи члени сім'ї поповнюють зовнішнім підприємництвом), на виробництво продукції використовується лише сімейний капітал, виробничий механізм продовжує традиції господарювання в колишніх домогосподарствах, відносно мала земельна площа (2—10 га) за тієї умови, що основна мета господарювання — забезпечити власні потреби. Крім того, в Угорщині та Чехії корпоративною перевагою є розміри індивідуальних господарств, які найвищі серед країн Середньої та Східної Європи.

При передачі землі в індивідуальну власність державою в усіх країнах передбачено заходи щодо обмеження земельного обігу: встановлюється максимальний розмір земельної власності; іноземцям заборонено купувати землю; визначається певний проміжок часу для можливого відчуження землі, успадкування, оформлення її продажу у відповідному місці; продаж землі тільки державі. Продаж здійснюється в умовах чіткого контролю місцевої влади.

У колишній Східній Німеччині та Албанії дотримуються повної лібералізації, тобто немає ніяких обмежень щодо придбання земельної власності і землекористування до створення справжнього земельного ринку або прояву стабілізації. Встановлена максимальна величина земельної власності в Румунії — 100 га на сім'ю, в Угорщині — 300 га на особу. Це не означає, що одна країна більш сувора, а інша шукає м'який, обхідний шлях для оптимальної концепції земельної власності. Виробничий механізм сільського господарства в Угорщині та Польщі частково орі-

ентований на ринок, і в індивідуальних господарствах переважає спрямованість їх на товарне виробництво та поглиблення спеціалізації. Придбати відносно великі за розміром угіддя може обмежений контингент населення Угорщини. За даними вибіркового дослідження, з усіх одноосібних господарств (а їх налічується в Угорщині 1,4 млн, які мають понад 1499 тис. га угідь) тільки 2,3 % володіють земельними площами понад 100 га (Шуфріч Н. І. Реформування земельної власності у постсоціалістичних країнах Східної Європи // Економіка АПК, 2003. — № 1. — С. 136).

Цілком очевидно, що втручання держави у трансформаційні процеси щодо індивідуальної власності само по собі не є ситуаційним показником дієвості земельної реформи і не спрямоване на модернізацію. Так, в Угорщині як і в інших країнах Центральної та Східної Європи, земельна реформа після приходу до влади нових урядів на початку 90-х років не сприяла збільшенню розмірів одноосібних господарств. Це призвело до спаду виробництва сільськогосподарської продукції і тільки наприкінці 90-х років розпочалося його зростання. Наприклад, в індивідуальних виробників Угорщини досягнуто майже 30 % зростання на кінець 90-х років порівняно з 1989-м. За цей період понад 1 млн га земель перейшло в індивідуальну власність громадян. Збільшилися і площі господарювання на орендованій землі, але не спостерігалось ідентичного збільшення привласнення землі. Разом з тим, у виробничій сфері виявився дефіцит землі, середня земельна власність становила 0,46 га, що зумовило поширення орендних відносин. Нині граничний розмір домогосподарств становить 400 м². Загальна площа землі, яка використовується в домогосподарстві, досягає близько 1 га. Досить подрібнена земельна площа — 2,5 млн ділянок. Розмір однієї земельної ділянки становить 0,6 га. Користувачі землі мають різну кількість ділянок: 63 % — по одній ділянці; 24 % — по дві; 8 % — по три; 5 % — більш як по три ділянки. Близько 1/3 користувачів землі — одноосібники, які орендують землю для виноградників і садів, що знаходяться далеко один від одного. Однак рілля та землі під городами у переважній більшості розміщені на одній ділянці. Близько 1,5 млн га земельної площі домогосподарства використовують згідно з правом землекористування. 86 % землі, що використовується індивідуальними господарствами, є особистою власністю, 12 % — орендованою і 2 % — з іншим правом володіння. Слід зазначити, що із 2169 тис. га землі, яка є власністю і перебуває в господарському обороті, індивідуально обробляються власниками тільки 1286 тис.

га, а 883 тис. га, тобто 41 % землеволодінь, здаються в оренду. Орендарями в основному є кооперативи та господарські товариства, які виділилися з них, нині в Угорщині існує кілька організаційних форм оренди землі (Шуфрич Н. І. Реформування земельної власності у постсоціалістичних країнах Східної Європи // Економіка АПК, 2003. — № 1. — С. 137).

Сільськогосподарські підприємства колишньої НДР після об'єднання Німеччини понад 70 % своїх земель передали в оренду кооперативам, які були створені на базі колективних підприємств. В Угорщині також набула поширення оренда землі сільськогосподарськими кооперативами у своїх членів.

Таким чином:

— головною складовою земельної реформи у більшості колишніх соціалістичних країн є приватизація землі в сільському господарстві, яка супроводжувалася реституцією. Це слід використати в певних регіонах і України, зокрема в Закарпатській області;

— поширеною формою колективного господарювання є сільськогосподарські кооперативи, що ґрунтуються на приватній власності на землю своїх членів. Середній розмір земельної площі кооперативів зменшився;

— поступово зростає кількість селянських (фермерських) господарств, але з невеликим середнім розміром господарства — 2—1 7 га, сімейного типу та також з орендованою землею;

— у жодній пострадянській країні Європи немає справді вільного земельного ринку і необмеженого права приватної власності на землю, безконтрольних операцій з купівлею-продажем землі;

— в Угорщині, де найефективніше проходить земельна реформа, залишилась велика кількість домогосподарств сімейного типу. Використання землі власниками або орендарями ґрунтується на суворій відповідальності згідно з правовим режимом, вимогами національного чи місцевого законодавства.

Всебічний аналіз формування ринкових відносин у сільському господарстві країн СНД дає змогу припустити, що найближчим часом вони перейдуть до встановлення багатосторонніх економічних стосунків, зіставлення, координації спочатку окремих елементів, а в подальшому, можливо, основних засад і механізмів аграрної політики. Створення єдиного аграрного ринку необхідне для збереження і розвитку міжрегіонального ринку продовольства, щоб не руйнувати традиційних спеціалізованих зон з виробництва сільського сподар сільської продукції.

Різноманітні економічні, природні, соціальні та інші фактори вплинули на хід і форму проведення аграрної реформи в країнах

СНД, на формування багатокладного господарства і перехід сільськогосподарського виробництва до ринкових відносин.

На сьогодні сформувалося кілька напрямів розвитку аграрної реформи. В Білорусі до цього часу збереглися великі громадські господарства — колгоспи і радгоспи, а у Молдові розвиваються особисті підсобні та фермерські господарства. В цій країні у приватній власності зосереджено 40 % посівних площ, приватні власники дають 46 % зерна, 99 % — картоплі, 70—80 % — м'яса, молока і вовни.

У Росії ліквідовано монополію держави на землю, передбачено можливість передачі землі у приватну власність, введено систему купівлі-продажу її для особистих підсобних господарств, садово-городніх ділянок і земель під будівлі та споруди. Приватизація землі є одним із основних напрямків земельної реформи. Законодавчо закріплено рівноправність різних соціально-економічних укладів, форм власності і господарювання. Проте проголошене в За коні «Про земельну реформу» положення про рівноправний розвиток різних форм господарювання не підтверджується практикою.

На початку 1992 р. було вжито заходів щодо різкого збільшення кількості фермерських господарств при одночасній швидкій реорганізації колгоспів і радгоспів. Переважна більшість господарств на це не пішли. Робота з пріоритетного розвитку фермерських господарств і надання їм пільг і переваг (явно недостатніх) у порівнянні з іншими категоріями, проведена у стислі строки, не виправдала себе.

У Вірменії та Азербайджані аграрна реформа спрямована на розвиток дрібнотоварного селянського господарства, на повну передачу землі у приватну власність. Вже зараз приватний сектор має більше 70 % посівних площ і виробляє 85 % продукції.

У країнах Середньої Азії пріоритетним напрямком залишається державна власність на землю поряд із передачею землі у володіння і користування громадянам, підприємствам та організаціям при одночасному збільшенні кількості земель в особистих підсобних господарствах. Основний напрямок у цих країнах при формуванні багатокладного господарства — збереження колгоспів і радгоспів, їхнє реформування на засадах самофінансування і самокупності. Найбільшого успіху досягнуто в Киргизстані, де питома вага приватного сектору досягла 50 %. Особливістю сільськогосподарства країн Середньої Азії є те, що в приватному секторі майже повністю зосереджено поголів'я худоби й виробництво продукції тваринництва, а також картоплі й овочів. У ко-

лективних господарствах збережено виробництво зерна і технічних культур.

Всебічний аналіз законодавчих актів у сфері аграрної реформи в Російській Федерації, Україні, Казахстані, Республіці Білорусь та інших країнах СНД підтверджує, що в кожній із цих країн формується власна правова база створення багатоукладного господарства і земельних відносин, яка зумовлена їхньою специфікою.

Аналіз стану сільського господарства країн СНД показує, що діючий ціновий механізм досі не забезпечує виробників сільськогосподарської продукції прибутками для нормальної господарської діяльності. За діючим ціновим механізмом при порушенні паритетності обміну господарства не можуть придбати нову техніку, обладнання, будматеріали тощо, а все це призводить до зниження їхніх репродуктивних можливостей (Формування і реалізація державної політики розвитку матеріально-технічної бази АПК в Україні. Матеріали до П'ятих річних зборів Всеукраїнського конгресу вчених економістів-аграрників. — Київ: ІАЕ, 2003. — С. 72).

Для успішного проведення аграрної реформи і переходу до ринкових відносин у Росії та в інших країнах СНД необхідно сформувати ринковий механізм, який поєднуватиме ринки засобів виробництва, предметів споживання, робочої сили і капіталів. Зараз розвиток ринкових відносин у сільському господарстві країн СНД ускладнюється такими обставинами: монопольним станом галузей, що постачають для сільського господарства засоби виробництва; слабким фінансовим станом багатьох сільськогосподарських підприємств через непомірно високі ціни на засоби виробництва; великими відсотковими ставками за кредитами; недосконалістю податкової системи. Певною мірою все це викликано серйозними недоліками в організації виробництва і праці, фактичними цінами на засоби виробництва і матеріали.

Запитання для самоконтролю:

1. Чому розвиток агропромислового комплексу в країнах Східної Європи та СНД має пріоритетне значення?

2. Дайте коротку характеристику особливостям агробізнесу Болгарії, Угорщини, Польщі, Чехії та Словаччини.

3. Які перетворення відбулися в агробізнесі Східної Німеччини після її об'єднання з ФРН?

4. Аграрна реформа в країнах СНД: основні напрямки її розвитку. Проблеми та тенденції розвитку агробізнесу в Україні.

АГРОПРОМИСЛОВІ КОМПЛЕКСИ КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ

Основні питання теми

- 10.1. Формування національних АПК в країнах Африки.
- 10.2. Агропромислові комплекси у країнах Близького Сходу.
- 10.3. Агропромисловий розвиток країн Південної та Південно — Східної Азії.
- 10.4. Агробізнес у Латинській Америці.

Основні поняття і терміни:

Національний АПК — формування АПК в масштабі окремої країни.

Національна система агробізнесу — система економічних відносин, яка склалася в окремій країні.

Агроіндустріальні підприємства — підприємства, в яких відбувається інтенсифікація сільськогосподарського виробництва.

ТНК агробізнесу — міжнародні корпорації, в основному США, які проникають в сільське господарство інших країн, переважно Латинської Америки.

10.1. Формування національних АПК в країнах Африки

Країни Африки, зокрема Західної, залишаючись одним із найвідсталіших аграрних регіонів світу, занепокоєні пошуком шляхів стимулювання виробництва сільськогосподарських продуктів. Усе частіше вони відмовляються від попередніх моделей переважаючого промислового розвитку, які завдають шкоди іншим галузям економіки і відсувають досягнення продовольчої самозабезпеченості у невизначене майбутнє. При цьому у виборі сільськогосподарських проектів вони все ширше спираються на принцип економічної доцільності, який розуміють як відповідність можливостей кожної країни її потребам, а також діють у напрямі об'єднання зусиль зацікавлених країн регіону у спільному опануванні басейнів рік, створенні великих іригаційних сис-

тем, виробництві добрив і сільськогосподарської техніки. Широкого розвитку набирає агробізнес на основі інтеграції державного, іноземного і національного капіталів. При цьому економічна роль держави в аграрному секторі економіки здійснюється у досить широкому діапазоні — від «адміністративної децентралізації» до так званого структурного врегулювання,

У Сенегалі своєрідно поєднується общинно-феодална власність на землю з активним проникненням до сільської місцевості товарних відносин у ході децентралізації адміністративних структур. Держава намагається змінити монокультурну арахісову економіку країни за допомогою впровадження нових культур — рису, цукрової тростини, овочів. При цьому перевага надається як підтримці великих землевласників і власників підприємств харчової промисловості, так і розв'язанню регіональних аграрних проблем. Так, успішно реалізуються масштабні проекти розвитку перспективних районів товарного рисівництва у провінціях Казаманс і Флев. Тут держава активно сприяє опануванню нових земель, зростанню врожайності, надає допомогу виробникам рису (падді) через поширення нових знань, розподілу посівного матеріалу, встановлення контролю за користуванням водою, надання необхідної техніки й інвентаря. З цією метою було залучено французькі консультативні фірми, іноземних фінансових донорів, технічних фахівців і створено громадські групи сприяння. Усе це привело до перерозподілу власності на засоби виробництва і до позитивних зрушень у соціальній структурі, створення умов для ефективного регіонального розвитку і зростання зайнятості в сільській місцевості.

Під час зміни прав володіння нерухомістю і розподілу прибутків між виробниками рису в Казамансі проведено репланування земель, частину яких було виділено для колективних робіт (спорудження дамб, дренажних робіт тощо) на підставі спеціальних угод. Вільні або звільнені землі одержали безземельні і малоземельні селяни на умовах «узуфрукта» (користування, розпорядження прибутками). У Флеві багато сіл добровільно поєднали свої землі для спорудження спільними зусиллями іригаційних систем. Землі відбирались у традиційних власників розподілялися серед асоціацій виробників (12—16 чоловік), кожний член отримував однакову за площею ділянку землі залежно від свого соціального статусу. Держава забезпечила доступ асоціацій виробників до середньострокового кредиту для закупівлі засобів виробництва і матеріальної підтримки у разі неврожаю.

Сталися зміни в сфері організації виробництва. Так, почався перехід до використання індустріальних методів обробітку сімейних ділянок землі. При цьому ряд найважливіших послуг надавали на колективній основі (наприклад, водопостачання). З'явилися і нові форми соціальної організації виробництва: зростає роль жінок у землеробстві, збільшилася кількість рішень, що приймаються колективно.

У підсумку прибуток на одного зайнятого зріс у 3-5 разів порівняно з традиційними системами рисовиробництва; у зв'язку із зростанням продажу рису-сирцю у 2,7 раза скоротився його імпорт; зросла кількість наймитів у сільській місцевості; у загальному обсязі споживання зерна в регіоні споживання рису зросло з 25 до 30 %. Сенегал разом із Кот-д'Івуаром і Камеруном створили Асоціацію з розвитку рисівництва у Західній Африці з центром в м. Ришар-Талле, засновану на зовнішньому фінансуванні. Цей напрям розвитку продовольчого землеробства певним чином структурно збалансовує монокультурну експортну спеціалізацію економіки країни, справляє позитивний вплив на формування репродуктивних пропорцій.

Посередницький вплив на розвиток аграрної економіки країни держава здійснює також через ряд агропромислових змішаних товариств, одне з яких — «БУД-Сенегаль» — має концесію на розпорядження ділянками землі загальною площею 10 тис. га строком на 5, 12 і 50 років, а також володіє сотнями гектарів резервних земель у Верхньому Казамансі, тимчасово вирошуючи на них кукурудзу. На підставі контрактів із селянами товариство переробляє свіжі овочі і фрукти, постачаючи селянам майже все необхідне насіння, добрива і пестициди.

Багатомасштабний агропромисловий проект освоєння басейну ріки Сенегал реалізується разом із Малі і Мавританією за середньостроковою і довгостроковою (до 2011 р.) схемами. Він сприяє суттєвому розширенню горизонтальних і вертикальних зв'язків у сільському господарстві регіону. Велику увагу в країні приділяють агроенергетичним проектам, заснованим на використанні нетрадиційних джерел енергії, які мають суто місцеве значення. У них у ролі лідера виступають іноземні енергетичні компанії.

Таким чином, Сенегал надає перевагу першочерговому формуванню II і III сфер національного АПК, використовуючи концесії, контрактацію, спільні товариства і змішане фінансування. Проте процес диверсифікації агропромислового виробництва протікає важко. Зростання товарності окремих господарств гальмується відсталістю і консерватизмом земельних відносин, а сут-

тева залежність від іноземного капіталу стримує можливість швидкого зростання валютних накопичень. Становище ускладнюється продовольчим дефіцитом у країні, що створює об'єктивні передумови для прийняття більш радикальних рішень щодо прискорення процесу агропромислової інтеграції.

Курс на агропромисловий розвиток обирають і найменш розвинуті країни регіону. Зазвичай вони мають значний держсектор економіки і досвід централізованого планування. Ці вихідні умови зумовлюють як форми, так і напрями розвитку агропромислової інтеграції, накладаючи на них свою специфіку. Серед таких країн — Гвінея. Тут однією з перших комплексних програм була програма «Агрогвінея», яка передбачала створення великих плантацій для виробництва сільськогосподарських культур, а також переробних підприємств на місцях. Програма охоплювала також кооперативи і селянські господарства.

Підчас реалізації цієї програми виявилися найбільш ефективні форми агропромислової інтеграції: заводи-держгоспи; агропромислові підприємства з виробництва одного виду сільськогосподарських культур (рис, цитрусові, овочі, банани, фрукти); агропромислові об'єднання з виробництва і переробки низки видів сільськогосподарських культур.

Аграрна політика в Малі пережила низку крутих поворотів. Після невдалого експерименту із створення колективних полів у кожному селі (1960—1968 рр.) перевагу було надано розвитку товарних культур, скороченню державних видатків і оздоровленню фінансів (1968—1973 рр.). Потім здійснювалася політика «контрольованого розвитку» (1974—1981 рр.), яка полягала у підвищенні закупівельних цін у сільському господарстві і зростанні інвестицій. Починаючи з 1981 р. в країні відбувається лібералізація, що полягає в активній денационалізації великого держсектору економіки. Так, до середини 80-х років у Малі ліквідовано або приватизовано 2/3 збиткових підприємств і компаній держсектора відповідно до рекомендацій Світового банку для стабілізації економічного розвитку і досягнення продовольчої самозабезпеченості.

Останнім часом за допомогою іноземного капіталу в країні створюються невеликі за розмірами, досить мобільні комплекси на богарних землях, що займаються виробництвом овочів і фруктів, інших продовольчих культур.

Країною з найбільш глибокими агропромисловими традиціями в Західній Африці вважається відносно процвітаючий Кот-д'Івуар. Ще на початку 60-х років, відразу після набуття полі-

тичної незалежності, країна відмовилася від шляху здійснення програми індустріалізації, яким просувалися більшість сусідніх країн. Замість цього увагу було зосереджено на стимулюванні виробництва сільгосппродукції з орієнтацією на світовий ринок. Основна перевага надається розвитку великих плантаційних господарств капіталістичного типу з використанням передової агротехніки, яку купують у промислово розвинутих країнах. За ними закріпилося виробництво основних експортних сільськогосподарських культур: кави (3-тє місце у світовому виробництві), какао (1-ше місце у світовому виробництві), що дає до 80 % валютних надходжень держави. Агроіндустрія з роками стала головним сектором економіки країни, сьогодні вона дає 33 % прибутків держбюджету і 41,6 % прибутків від експорту країни.

Стикаючись із серйозною конкуренцією на світовому ринку в галузі продажу сирих сільськогосподарських продуктів, країна паралельно з диверсифікацією їхнього виробництва розпочала створення власної переробної промисловості. Основним джерелом фінансування є національна держава — 51,5 % (Франція — 20 %, Швейцарія — 3,5 %, Ліван — 2,1 %, Велика Британія — 2,1 %, США — 1,6 %, інші країни — 5,5 %). До середини 80-х років у країні налічувалось 727 підприємств, що переробляли сільськогосподарську сировину, у тому числі понад 60 — харчової промисловості. Склалася галузева структура економіки з переважанням галузей АПК.

Складний період відновлення занедбаного у роки нафтового буму сільського господарства переживає нині найбільша країна Африки — Нігерія. Його частка у ВВП скоротилася з 1960 р. у 5 разів. Нігерія сьогодні купує понад 90 % пшениці, 50 % рису і 20 % кукурудзи.

Сучасна економічна стратегія країни передбачає зведення продовольчого імпорту до мінімуму за рахунок самозабезпечення продуктами харчування. Проводиться основна орієнтація на переваги «зеленої» революції, яка почалася у 1980 році. Головними пріоритетами обрано розширення продовольчих посівів у порівнянні з експортними культурами і створення виробничої інфраструктури в сільській місцевості, зниження ролі державних ферм. Головними ланками нової аграрної політики є реалізація за допомогою Світового банку регіональних проектів сільськогосподарського розвитку на півночі (Фунтуа, Гузау, Баучі), що спираються на дрібний приватний сектор, розвиток іригації на підставі проектів у межах адміністрації басейну ріки Нігер, розширення

насаджень фруктових дерев і тракторизацію сільського господарства країни.

У перспективі пропонується охопити подібними проектами 90 % сільських жителів, для чого вже виділено Світовим банком 5 млрд дол. Спрямованість проектів на заможне фермерство веде до зростання кількості господарств, що використовують найману працю. У північних штатах їх налічується 79 % від загальної кількості господарств, які спеціалізуються на вирощуванні сорго, маїсу, томатів, бавовни, цукрової тростини. Триває активний процес формування ринку найманих сільськогосподарських робітників. Практичною віддачею є зменшення продовольчого дефіциту і 10-відсоткове зниження роздрібних цін на продукти харчування. Комерціалізація виробництва продовольства (особливо сорго і маїсу) привела до значного приросту виробництва.

Нова аграрна політика Нігерії реалізується за умови широкого втручання держави в сільське господарство, особливо у сферу іригаційного будівництва. Разом з тим іригаційні проекти здебільшого залишаються малоефективними через високу капіталоемкість і низьку врожайність зернових. Незважаючи на неясність довгострокових підсумків розпочатих аграрних перетворень, зараз вони йдуть у напрямку зміцнення усіх трьох сфер АПК, що формуються на підставі широкого використання іноземних капіталів. У цілому агропромисловий комплекс розвивається суперечливо. Перетворити сільське господарство на джерело накопичень поки що не вдається. На тлі політичного занепаду нафтового буму це загрожує для Нігерії новими економічними потрясіннями.

Держави Центральної і Південної Африки, як відомо, перебувають на різних ступенях як загальноекономічного, так і суто агропромислового розвитку. Якщо Зімбабве і Кенія вже зробили певні кроки по шляху формування як II, так і III сфер національних АПК, то менш розвинуті — Ангола, Мозамбик, Танзанія й Ефіопія — тільки створюють передумови для розробки перспективних моделей своїх національних АПК в майбутньому. Що, крім географічної близькості, об'єднує всі ці країни на шляху агропромислової інтеграції, враховуючи їхні різні стартові позиції і соціально-економічну орієнтацію? 80-ті роки стали переломними для Анголи, Мозамбіку, Танзанії та Ефіопії. У цьому десятилітті ними було розпочато нові великі перетворення в агросфері, які свідчать про суттєву переоцінку колишніх економічних курсів: формування внутрішнього продовольчого ринку, розширення соціальної бази первинних ланок сільського господарства, лібе-

ралізацію ринку, у тому числі фінансового, ознайомлення та вивчення можливостей практичного застосування інтенсивних технологій і сучасних методів агрокультури, зміну функцій державного сектору, нову кадрову політику тощо.

У зв'язку з цим триває зміна моделі їхнього індустріального розвитку, перенесення акцентів з переважаючого розвитку промисловості на первинну індустріалізацію сільського господарства, поворот до будівництва і реконструкції підприємств харчової, шкіряної, текстильної промисловості, заохочення розвитку традиційних кустарних і ремісничих виробництв, створення елементів виробничо-технічної інфраструктури, організація досліджень збуту сільськогосподарської продукції за кордон, розширення економічного співробітництва з іншими країнами, що розвиваються.

У регіоні приділяється увага і розширенню участі в розробці програми загальноафриканського співробітництва в галузі виробництва сільськогосподарської техніки. Мова йде про випуск найпростішого обладнання та інвентарю, розвиток мережі дрібних підприємств із виробництва і ремонту сільськогосподарських машин, що розташовані безпосередньо у сільській місцевості. При цьому береться до уваги й проблема інвестування, зокрема, використовуються пільгові кредити і субсидії для викупу обладнання і технологій за участю іноземного капіталу.

У Зімбабве, країні — лідері на континенті з виробництва продовольства, досягнуто повного продовольчого самозабезпечення основним продуктом харчування — маїсом, країна також експортує ряд сільськогосподарських культур. Дотримання стратегії сільського розвитку привело до зміни соціально-економічного вигляду села. У сільській місцевості заохочується створення селищ міського типу трьох рівнів: «центри зростання» — майбутні міста з високою концентрацією підприємств харчосмакової промисловості, «сільські центри обслуговування» — великі села з орієнтацією на використання інтенсивних технологій і впровадження нових прийомів агротехніки в сільському господарстві та «ділові центри», що займаються маркетингом і транспортуванням сільськогосподарської продукції. Ця стратегія підсилюється впевненим розвитком елементів І сфери АПК: в країні у значних обсягах виробляються азотні і фосфорні добрива, здійснюється складання тракторів і сільськогосподарських машин за участю іноземного капіталу, налагоджено взаємодію великого комерційного і дрібного селянського секторів сільського господарства. Крупні фермери контролюють 40 % кращих земель.

У комерційному секторі Зімбабве створено низку суперсучасних ферм, які займаються дослідженнями в галузі біотехнології, генетики й селекції, генної інженерії і розробкою нової сільськогосподарської техніки. Так, ферма «Арт» вважається однією з найбільш ефективних і продуктивних у світі серед приватних ферм, що займаються тестуванням гібридного насіння, розробкою найбільш перспективних сортів кукурудзи, сої, земляних горіхів, сорго, кави, пшениці і ячменю. На фермі ведуться також дослідження в галузі тваринництва, проводяться випробування нової сільськогосподарської техніки та іригаційних систем. Тут, зокрема, розроблено принципіально новий комбайн для висівання насіння в ґрунт без оранки землі, що дає економію дизельного пального 100 л на 1 га ріллі, запобігає ерозії ґрунту, істотно продовжує тривалість служби техніки.

У сільському товарному господарстві домінує іноземний капітал: у сфері агробізнесу працюють 50 фірм, які виробляють понад 50 % валової продукції сільського господарства — цукор, цитрусові, бавовну, тютюн, яловичину, птицю, овочеві консерви. Для значного землеволодіння характерне використання інтенсивних технологій, сучасної техніки, добрив, висока товарність землеробства і тваринництва. Уряд не поспішає з націоналізацією великої земельної власності, хоча й створює державні ферми і кооперативи у переселенських районах на землях, придбаних у приватних власників. Тут же й створюються дрібні та середні підприємства з виробництва сільськогосподарського реманенту.

Таким чином, в агробізнесі Зімбабве взаємодіють кілька типів господарств: держферми, кооперативи та дрібнотоварний африканський сектор з великими товарними господарствами місцевого й іноземного капіталу. При цьому державного регулювання усупільненим сектором немає. Паралельний розвиток ферм різних видів власності уряд намагається пов'язати у руслі стратегії «інтегрованого сільського розвитку», фінансування якої дуже обмежено. Причина зростання товарності європейського й африканського секторів агробізнесу — зростання споживання мінеральних добрив, інтенсифікація зернового господарства і тваринництва, широке використання робочої худоби, активний розвиток технічної бази сільського господарства.

Залишається нерозв'язаною проблема безземельних селян, наявності аграрного перенаселення, нестачі кваліфікованих кадрів, стихійності кооперативного руху, різної швидкості входження господарств до ринку.

У Кенії сільське господарство і промисловість, що обробляє сільськогосподарську сировину, дають близько 50 % ВВП. У вартості продукції переробної промисловості провідне місце належить харчовій, виготовленню напоїв і тютюнових виробів (22,3 %), переробці деревини (14 %) і волокон рослинного походження (12,4 %). Основу сільського господарства складають приватна власність на землю і широке залучення іноземного капіталу.

Аграрна реформа лише сприяла збільшенню кількості великих господарств за рахунок розорення дрібних. Провідні виробники сільгосппродукції — приватні кенійські господарства. У виробництві експортних культур (сизаль, пшениця) велику роль відіграє іноземний (переважно англійський) капітал. 40 % товарної продукції землеробства і 70 % тваринництва виробляється під контролем транснаціональних корпорацій (ТНК) агробізнесу. Третина земель належить 400—500 європейським фермерам.

У сільському господарстві Кенії вирізняються дві категорії господарств: великі і середні ферми, яким належить близько 40 % оброблюваних площ, сконцентровані у тваринництві (45 % продукції, що виробляється), плантаційному господарстві (10 %), господарствах змішаного типу (45 %) і є комерційними, переважно монокультурними; дрібні господарства (середній розмір 2,3 га), які об'єднують 70 % сільськогосподарського населення, — ферми споживчого типу, орієнтовані на задоволення потреб сімей. Держсектор незначний, у країні немає єдиної національної аграрної політики.

Процес агропромислової інтеграції і формування АПК перебуває на початковій стадії. Зараз його основу складають господарства плантаційного типу. Склався ряд галузевих підкомплексів АПК, які спеціалізуються на виробництві експортних культур за контрактами.

Компанія-інтегратор постачає обладнання і сільськогосподарські матеріали в обмін на продукцію певної якості та гатунку.

Гальмом для формування горизонтальних і вертикальних господарських зв'язків у АПК є бар'єри приватної власності на землю і особливий, привілейований стан ТНК агробізнесу.

Ці зв'язки формуються зверху з переважною орієнтацією на зовнішній ринок. Держава намагалася закріпити у селі деякі галузі переробної промисловості, але тяжіння її до міської індустрії, відсутність локальних економічних зв'язків призвели до провалу державної політики, зробили її неефективною і позбавленою внутрішніх джерел зростання.

В Анголі у межах прийнятої в 1987 р. Програми соціально-економічного оздоровлення велика увага приділялася проблемі відродження національної агроіндустрії. Це викликано прийняттям курсу на продовольче самозабезпечення, необхідністю послаблення залежності від імпорту продовольства, наявністю об'єктивних умов для збалансованого й інтегрованого розвитку промисловості та сільського господарства.

Програма відновлення та розвитку ангольської агроіндустрії може бути реалізована лише за умови розширення зовнішньоекономічних зв'язків країни і підтримки її економічних перетворень світовим товариством. Зараз Ангола гостро потребує технічної і фінансової підтримки, особливо у сфері постачання обладнання та запасних частин, передового управлінського досвіду.

Актуальні внутрішні проблеми — збільшення виробництва сільськогосподарської сировини для промислової переробки, особливо м'ясопереробки, виробництва жирів і продукції маслосировини, розширення використання рослинних волокон для виробництва тари, підготовка кваліфікованих кадрів технічних фахівців.

Серед сучасних перетворень Мозамбіку — підтримка кооперативного, одноосібного і приватного секторів сільського господарства, розукрупнення ряду підприємств держсектора, допуск іноземного і сприяння національному капіталу. З 1984 р. країна стала членом Світового банку, який рекомендував для неї агропромислому спеціалізацію подальшого економічного розвитку.

У Танзанії пріоритет надається розвитку державних сільськогосподарських підприємств. Водночас повної відмови від кооперативного руху в країні не сталося. Скоріше можна говорити про його реорганізацію на нових економічних засадах.

Здійснюється так звана «федералізація» кооперативних спілок, включно з районними і обласними об'єднаннями на базі первинних кооперативів, які відтепер набули права самостійного розпорядження своєю продукцією. На кооперативній основі продовжують розвиватися тракторизація і сільське будівництво (школи, шляхи, житлові будинки, системи водопостачання).

Разом з тим танзанійська «нова аграрна політика», яка реалізується в країні з 1985 року, намагається надати сучасному аграрному сектору необхідну динаміку, а тому спирається на багатокладний фундамент, що дозволяє поєднати особистий інтерес (дрібноселянське господарство) з колективним (громадські поля).

Таким чином, у державах центральної і південної частин африканського континенту набирає темпів прогрес агропромислової

інтеграції. Грунтуючись на загальних для країн, що розвиваються, рекомендаціях Світового банку, країни регіону роблять спроби пристосувати їх до свого власного досвіду, вписати в соціально-економічну, демографічну, урбанізаційну й екологічну політику. Не все йде просто. Якщо для Зімбабве і Кенії проблема полягає у пошуку джерел нагромадження для розвитку І сфери АПК і народування потенціалів II і III сфер, то Мозамбіку, Анголі, Танзанії та іншим країнам доводиться шукати найбільш придатні варіанти трансформації великого і низькорентабельного усупільненого сектору, враховуючи при цьому свій власний негативний досвід у минулому. Цікаво, що ніхто не має сумніву в необхідності збереження подібного сектору, хоча варіанти співвідношення часток господарств різних типів обираються неоднаково. Зрозуміло, що віддача від АПК багато в чому залежить від того, які загальноекономічні перетворення і з якою швидкістю буде проведено у перехідний період. А тут широке поле для діяльності (Остапенко Н. В. Аграрноиндустриальные комплексы в развивающихся странах: социально-экономические аспекты формирования. — СПб., 1992. — С. 103—150).

10.2. Агропромислові комплекси у країнах Близького Сходу

Макроекономічна ситуація в країнах Сходу протягом останнього десятиліття визначається, як відомо, суттєвим прискоренням капіталістичної трансформації під впливом як внутрішніх соціально-економічних і політичних перетворень, так і значною мірою зовнішніх факторів, пов'язаних із структурною перебудовою світового капіталістичного господарства та наслідками «нафтового буму» 70-х рр. Суттєвою в цьому процесі є зміна ролі держави: від дирижизму до методів економічного управління, від закритості до лібералізації і політики «відкритих дверей», що в цілому свідчить про поглиблення господарської спеціалізації країн регіону, набуття ними власного місця в міжнародному розподілі праці і посилення ступеня залежності від міжнародного капіталу у руслі глобальних змін у розвитку світового господарства останніх років.

Залишаючись у своїй більшості традиційними постачальниками сільськогосподарських (бавовна-сирець, фініки, овочі, кавва, квіти, вино) і мінерально-сировинних (нафта, газ, фосфати, сірка, сіль) продуктів, деякі з країн з кінця 70-х рр. перейшли до

агропромислової моделі розвитку, що створювало передумови формування АПК і необхідної інфраструктури. При цьому держави з більш вираженою політикою лібералізації економіки створили умови для суттєвої активізації національного й іноземного приватного аграрного капіталу, проникнення до економіки ТНК агробізнесу, що значно посилило вплив зовнішніх факторів на хід агропромислової інтеграції і загальноекономічного розвитку.

Поступово у ряді країн регіону переборюється незбалансованість розвитку сільського господарства і промисловості, яка раніше була перешкодою економічному зростанню. У цілому ж цей процес показав суперечливий вплив на їх відновлюваний механізм. Найбільш показові в цьому плані країни Магриба. Так, якщо в Алжирі в цілому не довелося створювати необхідних передумов для прискореного агропромислового зростання, то в Марокко і певною мірою в Тунісі вже створено підвалини для загального посилення процесу інтенсифікації сільськогосподарського виробництва фактично без радикальних перетворень аграрного ладу. Суттєву роль тут відіграли контакти із західними ТНК агробізнесу, а в більш широкому плані — знайдена модель економічного зростання. Закономірний зворотний зв'язок: ТНК агробізнесу обирають об'єктом інвестування більш розвинуті країни з достатнім обсягом внутрішнього ринку і диверсифікованою структурою споживання харчових продуктів населенням, що є важливим початковим імпульсом розвитку національного агробізнесу і реалізації його продукції на місцевому ринку.

Алжир має великий, більш ніж 150-річний досвід проникнення капіталізму у сільське господарство. Ще колоніальна спадщина породила істотну соціальну диференціацію населення — в густонаселених районах країни населення мусило мігрувати у пошуках роботи чи землі.

З 1962 року після набуття незалежності стратегія розвитку передбачала швидку індустріалізацію країни на основі капіталоінтенсивної технології. У цьому процесі постколоніальному сільському господарству відводилась досить скромна роль: держсектор, приватний сектор та дрібне фермерство розглядалися як резервуари робочої сили для великої промисловості.

В Алжирі триває процес створення агропромислової структури «знизу»: приватне землевладіння і розвиток національного продовольчого ринку дали значний імпульс до встановлення нового характеру взаємовідносин між промисловістю та сільським господарством на умовах взаємодоповнюваності та ефективності.

Схожі з алжирськими проблеми розв'язує сьогодні Сирія. З 1975 р. в країні реалізується програма інтеграції сільськогосподарського виробництва. Подальше зміщення акценту в бік розвитку агробізнесу сталося в економічній політиці після провалу п'ятого п'ятирічного плану економічного та соціального розвитку країни (1981—1985 рр.). Найважливіший стримуючий фактор — вкрай низький рівень розвитку продуктивних сил.

З погляду трансформації системи землекористування, аграрна реформа привела до капіталізації основних економічних типів господарств: у регіонах традиційного землеробства зростає кількість великих селянських господарств капіталістичного типу, в які поступово перетворюється частина дрібнотоварного сектору. Водночас у богарній зоні на капіталі місцевої буржуазії створюються високотоварні господарства з широким застосуванням найманої праці. Соціально-економічна роль кооперативів і держгоспів у сільському господарстві сьогодні незначна.

Загальна економічна нерозвинутість Судану і те, що в країні немає сучасної інфраструктури, призводить часом до надмірних валютних витрат і навіть збитковості багатьох проектів у галузі агробізнесу, що суттєво знижує зацікавленість західного капіталу до Судану як об'єкта капіталовкладень і погіршує стартові позиції національного агробізнесу.

Давніх зусиль Судану щодо створення національної агропромислової системи, які дорого коштували, виявилось недостатньо. Великий АПК Джерізане став центром розвитку національної агроіндустрії у зв'язку з непомірними для фінансів країни масштабами і неефективністю загальної економічної стратегії розвитку, у той час як анклавні АПК, засновані на іноземному капіталі, задихаються через непомірно великі витрати виробництва. Автоматизація їх на досить насиченому світовому продовольчому ринку вступає в суперечність із завданням досягнення національного продовольчого самозабезпечення і підйому села.

Політика капіталістичної лібералізації Єгипту призвела до суттєвих змін національної аграрної політики. Позиції державно-кооперативного сектору з 80-х рр. серйозно ущемлені захопленням приватного єгипетського і змішаного секторів із залученням іноземного капіталу. Оскільки площа оброблюваних земель дуже мала (всього 4 % території) і повністю освоєна, єдиний можливий варіант досягнення продовольчого самозабезпечення — широка інтенсифікація сільського господарства, розвиток агропромислової інтеграції і зростання чисельності кваліфікованої робочої сили в сільському господарстві. Початок покладено створенням близько

20 молочних комплексів на 200—450 голів, худоби кожний. Найбільш ефективним серед них є АПК «Нахда» (230 голів), споруджений за технічного і фінансового сприяння західнонімецького капіталу. Разом з тим головна експортна культура країни — бавовна — вирощується дуже застарілими методами. Це є відлунням політики форсованої індустріалізації, популярної у 60-70-ті рр., коли сільське господарство використовувалось як найважливіше джерело внутрішніх накопичень на користь промисловості. Тепер Єгипет переходить на рейки агроіндустріального розвитку. Значне загострення продовольчої ситуації в країні у 80-ті рр. поставило розвиток механізованого сільського господарства на рівень пріоритету національної стратегії економічного зростання.

Проблеми продовольства розв'язувались в Іраку до війни 2003 р. досить збалансовано. Прибутки від експорту служили фінансовою підставою для розвитку іригації і механізації сільськогосподарського виробництва, а також створення низки великих АПК. До кінця 80-х рр. у країні було розроблено 32 агропромислових проекти, які передбачали функціонування 11 молочних заводів, що дало б змогу збільшити виробництво молочних продуктів з 30 до 1000 тонн на добу; 5 консервних заводів, що збільшили виробництво консервів з 2 до 80 тонн щорічно; 4 цукрових заводи, що розширили виробництво цукру на 195 тисяч тонн щорічно; 4 пивоварних і лікеро-горілчаних заводи, що збільшили виробництво пива й алкогольних напоїв до 120 млн літрів за рік, 2 маслوبيйні, що збільшили у 10 разів щорічне виробництво вершкового масла (до 100 тисяч тонн) У зв'язку з подіями останніх років у цій країні припинені програми розвитку АПК (Рилько Д., Дем'яненко В. Проблемы и противоречия развития мировой агропродовольственной системы. МЭ и МО, 2000, № 8, с. 32).

Здійснювалося поглиблення вертикальних зв'язків і в цукровому виробництві на базі створення спеціалізованих агропромислових центрів. В одному з них поєднано буряківництво і вирощування цукрової тростини з виробництвом цукру на основі єдиного управління. Ці центри є великими високоспеціалізованими державними господарствами, на які значну частину обладнання було ввезено у свій час із СРСР, Куби, Чехословаччини і Східної Німеччини. Практикується укладання договорів (контрактів) про виробниче співробітництво між бурякосійними господарствами, цукровими заводами і автотранспортними організаціями.

Іракська аграрна політика була спрямована на захоплення виробничо-економічних зв'язків рослинницьких і тваринницьких господарств переробними підприємствами.

Інша картина спостерігається у сусідній нафтодобувній державі— Ірані, Тут сільське господарство розвивається екстенсивно в умовах відсутності продовольчого самозабезпечення.

У галузі великого капіталістичного землеробства в країні склалися дві групи господарств: землеробські акціонерні компанії, які засновано на національному капіталі, й агроіндустріальні комплекси, що спираються на латифундистське землеробство і капітал ТНК (Семенов В.Ф., Сіваченко І.Ю., Федоряка В. П. Загальний курс агробізнесу. Навч. посіб. / За ред. Б. Ф. Семенова, І. Ю. Сіваченка. — л. Т-во «Знання», КОО, 2000. — С. 252—253.)

10.3. Агропромисловий розвиток країн Південної та Південно-Східної Азії

З кінця 50-х рр. у регіоні починає розгортатися «зелена революція», пік якої припав на кінець 60-х — початок 70-х рр. Багато у чому завдяки їй скрізь зросли обсяги сільськогосподарського виробництва і відбулося поглиблення спеціалізації країн на виробництві обмеженої кількості культур. Індія, Непал і Пакистан зосередили зусилля на вирощуванні рису і пшениці, Шрі-Ланка — рису і спецій, Бангладеш — рису і джуту. Це дало змогу почати створення сучасного сектору сільського господарства, що має державно-капіталістичну спрямованість. Оскільки немає послідовності у проведенні аграрних перетворень, традиційний (докапіталістичний) сектор сільського господарства, залишаючись найчисленнішим за кількістю зайнятих, так і не одержав додаткових стимулів для зростання продуктивності аграрної праці.

Динамічне зростання економіки країн Південно-Східної Азії прийнято пов'язувати з процесами так званої нової індустріалізації, що розгортається в Малайзії, Таїланді і на Філіппінах уже в другому поколінні. Високі й стійкі середньорічні темпи зростання ВВП (в Сінгапурі й Таїланді вище 10 % за останні роки), велика питома вага обробної промисловості у його структурі (в середньому близько 20 %), вражаючий обсяг експорту, в тому числі частка у ньому промислового (80-85 %), зростаючий прибуток на душу населення (у Брунеї, наприклад, за рахунок прибутків від експорту нафти він став одним з найвищих у світі) — усе це свідчить про безпосереднє наближення економік цих держав до рівня промислово розвинутих країн. Характерним є і те, що азіатська експортоорієнтована модель розвитку все активніше трансформується в інтернаціональну науково-виробничу, засновану на

використанні власної технології і висококваліфікованої робочої сили.

У відтворювальному плані відбувається залучення великих ділень національних економік у виробничі, науково-технічні, фінансові та збутові зв'язки міжнародних монополістичних груп, які віддають перевагу «піонерним галузям» у Малайзії та Сінгапурі, «за охочувальним» у Таїланді і «привілейованим» на Філіппінах. Усього ж у середині 80-х рр. тільки в економіку Індонезії ТНК вклали (не враховуючи інвестицій у нафтовидобуток, страхування і банківську справи) 11 млрд дол. у межах 925 проектів, а 700 ТНК з Японії, США, Великої Британії міцно закріпилися в економіці Малайзії. Консорціум з 24 найбільших ТНК надав цій країні 200 млрд дол. для фінансування проектів третього п'ятирічного плану розвитку економіки.

Банківські консорціуми створені також для фінансування розвитку Таїланду і Філіппін, що свідчить про створення могутніх передумов для економічного прориву в подальшому.

У цілому відтворювальний комплекс країн Південно-Східної Азії залишається розімкнутим, досить незбалансованим, з неоднаковими темпами розвитку. Показова у цьому плані агросфера, яка, незважаючи на помітний прогрес, все ж продовжує залишатися в тіні грандіозних промислових проектів. З початку 70-х рр. у країнах регіону було зроблено натиск на впровадження досягнень «зеленої революції» у сільське господарство з метою збільшення його продуктивності і більш швидкого освоєння наявних природних ресурсів, який поклав початок процесу зближення землеробства і промисловості, їхній взаємодії на спільній технічній організаційно-економічній фінансовій основі. Рух у цьому напрямку набрав тривалого і зтяжнього характеру, що не сприяло швидкому подоланню відриву темпів зростання промисловості від сільського господарства і викликало розбіжність у часі траєкторій їхнього розвитку. Використання технологічних заходів «зеленої революції» все ще не призвело до повного позбавлення від відсталості і соціальної поляризації аграрного сектору, неспроможного в наявних умовах стати суттєвим джерелом нагромаджень для придбання засобів виробництва, що дорого коштують.

Основу сільського господарства країн регіону становлять дрібні і найдрібніші селянські господарства, у яких зайнята частина населення.

З кінця 70-х років у регіоні починають виникати сучасні типи агропромислових господарств (приватнокапіталістичного і державнокапіталістичного типу) у вигляді анклавів великого вироб-

ництва, особливо у Малайзії і Таїланді. Починає виділятися як самостійна підгалузь тваринництва (на Філіппінах), хоча залежність від імпорту м'яса скрізь залишається вельми значною. Це є можливим завдяки розвитку власної матеріально-технічної бази агро-індустрії. Спробу перетворити агроіндустрію на джерело внутрішніх нагромаджень нині роблять Індонезія, Малайзія, Філіппіни і Таїланд, хоча вони й не дотримуються будь-якої загальної стратегії.

Великого поширення «зелена революція» набрала в Малайзії. Її досвід свідчить про те, що випередження техніко-технологічних перетворень у порівнянні з соціально-економічними не може бути самоціллю, воно веде до загальної дезінтегрованості аграрного сектору, посилює відокремленість агропромислових анклавів, що виникають на основі іноземного капіталу, та загострює майнову нерівність у сільській місцевості. У цьому сенсі можна погодитися з тим, що навіть там, де «зелена революція» набрала значного поширення (включно з дрібними виробниками, як це відбулося у Малайзії), непропорційно більша частина прибутків дістається великим фермерам.

Передумови розгортання процесу агропромислової інтеграції на Філіппінах почали складатися з 1972 року, коли було проголошено помірну аграрну реформу. Основну увагу було приділено використанню досягнень «зеленої революції» в галузі вирощування рису на дрібноселянській основі, тому що великі плантації (їх усього 2 % від загальної кількості господарств) належать іноземним власникам, переважно американським, які зайняті виробництвом технічних культур (кокосового масла, цукрової тростини, кави). На основі фінансової допомоги Світового банку і банків США було реалізовано проект «Середовище і послуги у новому суспільстві», який базується на засадах територіально-системного підходу. Він передбачав створення агроіндустріальних підприємств, диверсифікацію зайнятості у сільській місцевості, скорочення кількості мігрантів із сіл у міста. Ці перетворення, що проводяться шляхом використання іноземної праці інтенсивної технології та елементів капіталістичної організації виробництва, увійшли в суперечність з дуже поширеними докапіталістичними формами сільськогосподарського виробництва.

З 80-х років у країні докладають активних зусиль для створення національної системи агробізнесу. Окрім традиційних експортних культур, зусилля зосереджуються на розвитку тваринництва, птахівництва та нових експортних культур (головним чином, вирощування бананів). Для цього реалізуються ряд проєк-

тів інтегрованого сільського розвитку. Так, з 1983 року у провінції Палаван здійснюється спорудження низки переробних підприємств у сільській місцевості.

Суттєвим стримуючим фактором є величезний зовнішній борг і діяльність близько 60 ТНК, що мають власні пріоритети в сфері інвестування. Ось чому в руслі політики агроіндустріального розвитку реалізуються лише окремі, малопов'язані один з одним заходи, які провалюються у «чорні діри» нестикування капіталістичних і докапіталістичних структур, хоч і ведуть до розширення власних «низових» форм товарного капіталістичного господарювання.

Трохи інакший вигляд має ситуація в галузі сільського господарства Таїланду, який розвивається найбільш динамічно. Курс на зближення сільського господарства з промисловістю зведений у 1975 році у ранг державної політики. Вкладенню місцевого капіталу і ТНК в агробізнес сприяв «Акт сприяння інвестиціям», прийнятий у 1972 році і переглянутий в 1977 році, який надав можливості іноземним власникам купувати землю (раніше землеволодіння було суто національним), здійснювати трансферт прибутку за кордон і користуватися преференціями аж до повного звільнення від податків. Уряд особливо заохочує вкладення капіталу в кормове і борошномельне виробництво, тваринництво, виробництво консервованих ананасів, гранульованої кассави (тапіоки) та інші галузі.

У результаті наявні контури олігополістичної структури з ядром у вигляді китайсько-тайського транснаціонального конгломерату «Кароен фокафанд», який контролює 36,4 % активів і діяльність 5 компаній, що виробляють 63,4 % всієї агропромислової продукції Таїланду. У сферу його діяльності включено виробництво кассави і цукрової тростини, ананасів і тютюну, кормів для тварин і птахів. Конгломерат продовжує розширювати власні земельні володіння, проявляти активність у сфері контрактації як на рівні великих (цукрова тростина), так і, що цікаво, на рівні дрібних виробників. Над найдрібнішими господарствами встановлено монополістичний контроль не тільки щодо ринків і цін, але й за деякими іншими ключовими факторами (квоти, якість продукції, терміни поставок тощо). Контроль поступово і поширюється на продовольчі культури. При цьому транснаціональний капітал активно взаємодіє з великим національним та іноземним.

Державна аграрна політика Таїланду у значній мірі дуалістична. Ставлячи за мету прискорити становлення більш зрілих і великих товарних структур, вона водночас прямує шляхом повіль-

ної модернізації, а у значній мірі — консервації докапіталістичних ук-ладних форм господарства з метою максимально можливого розкриття їхніх внутрішніх резервів зростання. Головним завданням визнається збільшення обсягу і диверсифікація сільськогосподарського великомасштабного виробництва, проте дрібні виробники не мають суттєвих пільг.

Загострення соціально-економічних протиріч у тайландському селі на основі посилення майнової нерівності є наслідком грубого втручання промислового капіталу в сільське господарство і розвитку агроіндустрії «зверху».

Потенціал кооперативних форм сільськогосподарського виробництва реалізується в Таїланді непросто, оскільки в країні загалом немає традиції колективного господарювання на громадській землі (за винятком родичів). Та й уряд більш приваблює шлях індивідуального фермерства.

Усього в країні налічується 6 видів кооперативів і 3 національних федерації кооперативів. Разом з тим кооперативи в якійсь мірі сприяють поглибленню протистояння багатих і бідних виробників. Усі вони мають, щонайменше, три вади: задумані як багатотільові, у своїй більшості вони є одно продуктовими; малоефективно господарюють; у багатьох з них процвітає корупція. У якійсь мірі це можна віднести і до фермерських асоціацій на регіональному рівні. Вони позбавлені самостійності державою, яка постійно втручається у їхні справи при прийнятті відповідальних рішень. Відчуваються відсутність можливості організувати завершальні етапи агрови-робництва, слабка координація і кооперація членів асоціацій.

Таким чином, тайландський варіант агропромислового розвитку характерний проведенням з боку держави поміркованої про-капіталістичної аграрної політики. Сільськогосподарський потенціал у країні залишається значною мірою не використаним, що, очевидно, допускає тривале паралельне співіснування сучасних та традиційних економічних структур і поступове залучення традиційних структур у товарне виробництво через різноманітні колективні форми некапіталістичного типу (групи, банки, спілки, кооперативи, оренда та ін.). Характерним є високий ступінь збалансованості реалізованих агроіндустріальних проектів, які, на відміну від інших країн регіону, підключають до агробізнесу численні названі вище асоційовані форми селянського виробництва, не обмежуючись великими поміщицькими господарствами.

Іноземна власність на землю у Таїланді перебуває у стадії розвитку, тому що країна ніколи не була колонією.

У зв'язку з цим класичні форми плантаційного господарства виникнути не можуть, хоча господарська ініціатива в умовах, коли не розвивається власний аграрний капіталізм і слабке державне регулювання, можуть передати ініціативу до рук іноземних і змішаних корпорацій агробізнесу. У найближчій перспективі можливе замикання приватнокапіталістичного і державнокооперативного контурів АПК, у яких третя сфера буде значною мірою залежати від міжнародного китайського, японського і американського капіталів (Семенов В. Ф., Сіваченко І. Ю., Федоряка В. П. Загальний курс агробізнесу. Навч. посіб. / За ред. Б. Ф. Семенова, І. Ю. Сіваченка. — л. Т-во «Знання», КОО, 2000. — С. 257—259).

У Китаї прискорення капіталізації економіки, нові форми господарювання, залучення іноземного капіталу стали дійовими передумовами успішної аграрної реформи. Реформа у сільському господарстві Китаю здійснювалася швидкими темпами впровадженням різноманітних форм сімейного підряду, передачею землі в довгострокову оренду селянам, поступовим скороченням і відміною централізованого постачання сільгосппродукції, відпущенням цін на основну номенклатуру сільськогосподарського виробництва, удосконаленням структури виробництва у сільській місцевості. Усе це дало великі результати за перші три роки реформи: валовий внутрішній продукт сільського господарства зріс удвічі.

У Китаї в 1978—1998 рр. проводилось розкомунення селян. Було розпущено 500 тис. комун, а кількість сімейних господарств зросла до 200 млн. Сімейним господарствам було дозволено найм робочої сили, оренду, суборенду землі й майна, кооперування. Характерно, що за 26 років комунізації китайських селян (1952—1978 рр.) сільськогосподарське виробництво зросло всього на 14 %, а за 20 років розкомунення (1978—1998 рр.) — у 2,5 рази, використання хімічних добрив зросло у 3 рази, техніки — у 4 рази (Гайдуцький П. Аграрна реформа: необхідність прискорення // Урядовий кур'єр, 1999. — 14 грудня).

І все ж у Китаї виробництво продовольства скорочується, а споживання стрімко зростає. У 2004 році споживання зерна у Китаї на 37,5 млн т перевищило його виробництво. В найближчі роки ця країна може стати найбільшим імпортером продовольчих ресурсів.

Скорочення виробництва продовольства викликає у китайців неприємні спогади про період комунізації сільського господарства за часів Мао Цзе-Дуна. Тоді за прикладом колишнього Радянського Союзу приватні селянські господарства насильно заганя-

лись у комуни. Результатом такої політики в країні став голод наприкінці 50-х — на початку 60-х років. За офіційними даними, тоді від недоїдання померло 10 млн чоловік, але, на думку західних експертів, жертв було у 20 разів більше. А влада пояснювала трагедію кліматичними катаклізмами. Однак фактично це було зумовлено комунікацією (колективізацією) сільського господарства, як і голод 1930—1932 років у колишньому СРСР (Гайдуцький А. П. Продовольча проблема у Китаї в контексті світового аграрного ринку. Економіка АПК, 2005 р. № 10, с. 146).

З початком відомих китайських реформ (кінець 1970-х — початок 1980-х років) було покінчено і з комунізацією сільського господарства. В країні офіційно закріпили систему селянських господарств на основі сімейних наділів. Їх величину визначали з чисельності членів сім'ї (їдоків), що з своєю чергою призвело до зростання народжуваності в сільській місцевості. Сільське населення швидко збільшувалося. Однак площа землі залишалась на тому ж рівні. Велика чисельність сільського населення (майже 900 млн чол.) і обмеженість родючої землі фактично сформували патріархальну систему ведення сільського господарства без механізації, хімізації тощо.

Протягом останніх років у країні вживаються заходи щодо виправлення ситуації в галузі, розслідуються причини деградації сільського господарства, оголошено наміри істотного зниження рівня оподаткування селян. Однак оптимістичні прогнози щодо збільшення виробництва зерна не виправдовуються — врожаї продовжують знижуватися. Найкращий врожай було зібрано у 1998 році (458,3 млн т), а починаючи з 1999 року виробництво почало різко скорочуватись. Причини цього, на думку експертів, у тому, що деградація сільського господарства має дуже глибокі корені, а масштабність поставлених завдань перевищує економічні можливості країни, в тому числі державної підтримки. Збільшення обсягів виробництва у 2004 році зумовлено сприятливими природно-кліматичними умовами для врожаю та незначним розширенням посівних площ.

Причин продовольчої кризи, що назріває в Китаї, кілька. Це й погіршення клімату, і швидка урбанізація сільськогосподарських земель. Північні території, на яких в основному вирощують зернові, традиційно зазнають наслідків від посухи. Південні території сприятливіші для культивування різних культур, однак вони постійно страждають від повеней. Останніми роками проблеми обох регіонів значно загострилися: посухи стали довшими і частішими, а повені — ряснішими й руйнівнішими. На думку вче-

них, така тенденція зумовлена глобальними змінами клімату і в перспективі тільки посилюватиметься.

Ситуація істотно погіршилась внаслідок індустріалізації сільських територій. Ще за часів Мао, коли населення в містах і селах виплавляло метал з металобрухту, на паливо було використано зелені насадження. Китай почав стрімко перетворюватись на велику пустелю. Щоб зупинити «це явище, насаджували численні лісополоси. Наступ пустелі та зниження рівня води у річках і водоймах було призупинено, але не надовго.

На початку 1990-х років ситуація з протистоянням пустелі знову вийшла з-під контролю. Було вирубано практично усі лісополоси. У північній частині Китаю, яка в минулому завжди страждала від браку води, зневоднення набуло загрозливих масштабів. Піски наступають на ріллю, луки і пасовища, скорочується площа вирощування зернових. За даними спеціалізованого інституту Earth Policy Institute, пустеля поширюється по території Китаю зі швидкістю 3700 км² на рік. За останнє десятиліття 24 тис. сіл у Північному і Східному Китаї були покинуті жителями саме через наближення пісків.

Промисловість Китаю, яка швидко розвивається, потребує дедалі більше води. Водночас її використовують вкрай нераціонально. За даними Міністерства водних ресурсів Китаю, питомі витрати води в промисловості в чотири рази більші, ніж у середньому в світі. Обсяг ґрунтових вод різко скорочується, рівень їх в основних зерновиробничих зонах Північного Китаю знижується зі швидкістю понад 1,5 м на рік, тому фермери відчувають гостру нестачу води для поливу культур. Адже в країні для виробництва 1 т зерна потрібно близько 1 тис. т води.

Окрему проблему становлять відходи, що зливаються разом із використаною водою у річки та озера. За оцінками експертів, п'ять із семи основних водних систем країни настільки забруднені, що являють собою небезпеку для людей. На території індустриальних мегаполісів Китаю забруднені не тільки поверхові, але й ґрунтові води. Наприклад, навколо Пекіна вода на глибині менше 100 м непридатна для споживання.

Наступною причиною загострення продовольчої проблеми в країні є урбанізація сільськогосподарських земель. Використання цих земель для промислових цілей набуває масового характеру, а компенсації для сільського господарства — мінімальні. Селяни одержують у середньому 1000—1500 дол. США на сім'ю, які протягом кількох років витрачають, залишаючись без землі як засобу виживання. Цивілізованого ринку землі тут немає. Значна

частка землі, виділеної під будівництво, нових промислових об'єктів (близько 31 млн км²), була одержано незаконно. Як правило, це найкращі сільськогосподарські землі з організованою інфраструктурою. У 2003 році площа орних земель, призначених для вирощування зернових культур, порівняно з 1998 роком скоротилася приблизно на 20 %, що зумовило адекватне зниження врожаїв основної продовольчої культури — зернових.

Спад сільськогосподарського виробництва супроводжується зростанням споживання продовольства. За офіційними даними, в 2003 році потреба у зернових становила 500 млн т і на думку експертів зростатиме й надалі. Це, насамперед, зумовлено змінами у раціоні харчування китайців. Укорінений на генетичному рівні голод (значна частина китайців недоїдала протягом усієї своєї історії) спровокував швидке зростання споживання продовольства. Одержавши доступ до їжі, китайці не можуть наїстися. Як наслідок, вже 16 % населення Китаю страждає медичною формою ожиріння, а в містах такий діагноз поставлено 33 % громадян.

Зростання кількісного споживання продуктів харчування супроводжується змінами структури продовольчої бази та якості харчування. Дедалі більше китайців відмовляються від традиційних круп'яних і овочевих блюд і споживають м'ясо, яйця та молочні продукти. За даними *The Economist*, з 1989 по 1997 рік споживання зернових у Китаї скоротилось на 15 %, а м'яса — зросло в 1,5 рази, яєць — у 2, птиці й масла — у 3 рази. За оцінками американського університету *North California*, за десять років Китай зробив такий якісний прорив у структурі споживання, який у західній цивілізації зайняв століття. Однак для виробництва продукції тваринництва потрібно значно більше зерна, ніж для його використання на харчові цілі. Тому потреба у зерні починає зростати швидше відносно росту чисельності населення.

Намагання поліпшити ситуацію у сільському господарстві впирається з іншу, не менш гостру — соціальну проблему. Наприклад, підвищення рівня інтенсифікації галузі (де резерви дуже великі) зумовлює необхідність скорочення зайнятості з ній. Тому інтенсифікація галузі виробництва в Китаї, де на селі проживає понад половина населення, загрожує соціальною катастрофою. Виникає проблема зайнятості сотень мільйонів китайців в інших галузях економіки.

На думку експертів з інституту *Earth Policy Institute*, заходи щодо подолання кризи з сільському господарстві можуть мати тимчасовий успіх, однак тенденції незворотні. Вердикт жорсткий — Китай більше не зможе самостійно забезпечувати себе

продовольством. У 2004 році Уряд підвищив закупівельні ціни на рис на 21 %, щоб стимулювати збільшення його виробництва, яке дійсно зросло, проте не компенсувало дефіциту рису (там само, с. 144).

Вступ країни до СОТ приніс сільському господарству Китаю додаткові проблеми. Внутрішні сільськогосподарські ціни на 15—20 % вищі, ніж на світових ринках. Тому харчовикам вигідніше купувати сільськогосподарську продукцію за кордоном, ніж у вітчизняних сільськогосподарських виробників. У результаті внутрішні ціни почали знижуватися. За останні два роки середній дохід на одне селянське господарство знизився з 115 до 96 дол. США. На практиці це означає подальше збіднення сільського населення, що змушує багатьох селян покидати власні маєтки і відправлятися у міста на заробітки. Відкриття китайського продовольчого ринку для іноземних виробників також означає, що місцеві фермери не в змозі конкурувати з експортерами сільськогосподарської продукції.

Таким чином, у Китаї постає серйозна проблема подальшого розвитку сільського господарства. З одного боку, потрібно створити сприятливі умови для діяльності селян, а з іншого — переорієнтуватися на виробництво тих продуктів харчування, які менш витратні й конкурентоспроможніші стосовно імпортової продукції. Водночас слід враховувати, що відкриття китайського продовольчого ринку для іноземних виробників означає, що місцеві фермери будуть малоспроможні конкурувати з іноземними компаніями і внутрішнє виробництво зернових культур може стати нерентабельним.

Ситуація з сільському господарстві Китаю і продовольча проблема загалом істотно впливають на структуру й поведінку світового аграрного ринку. Цей вплив структурозмінний. Оскільки Китай є найбільшим у світі споживачем продовольства і з великим потенціалом розвитку, то в перспективі четверта частина світового продовольчого виробництва може споживатися цією країною.

Такий стан у сільському господарстві країни змушує змінювати зовнішньоекономічну продовольчу стратегію. Останніми роками Китай почав зменшувати експорт продовольства та збільшувати його імпорт. У 2004 році країна стала найбільшим імпортером пшениці у світі. Через декілька років Китай потребуватиме щорічно 40—50 млн т імпортованого зерна, або майже 20 % до споживчої потреби. Так, якщо до 1994 року експорт сільськогосподарської продукції з Китаю постійно перевищував імпорт, то

вже починаючи з 1995 року обсяги імпорту продукції галузі переважають над експортом. Причому у 2003 році від'ємне сальдо досягло рекорду —6,5 млрд дол. США. Китайським фермерам вже стало на багато вигідніше вирощувати овочі й фрукти, ніж зерно. На продажі овочів і фруктів, у тому числі на експорт, вони мають більше прибутків і компенсують витрати на імпорт дешевших зернових культур.

Таку продовольчу проблему в Китаї, виходячи з його геоeкономічних позицій на світовому продовольчому ринку, не можуть не враховувати основні експортери сільськогосподарської продукції і, особливо, зерна (США, Канада, Австралія, Нова Зеландія, Бразилія та Аргентина). Значною мірою Китай становить інтерес для Росії та України як держав із великим і помірно задіяним аграрним потенціалом, особливо в частині збуту зерна, насіння соняшнику, цукру, продукції льонарства та хмелярства. Наприклад, підвищення врожайності зернових в Україні до рівня Франції, на нинішніх посівних площах, може забезпечити збільшення валового збору зерна до 70—80 млн т. При цьому експорт зерна може бути збільшений з 10 млн т (2001—2002 рр.) до 30—40 млн т, що дорівнює обсягу дефіциту внутрішнього виробництва зерна в Китаї. Таким чином, збут зерна в Китай—це дуже вигідний та перспективний ринок для України, і цю стратегію доцільно втілювати в практику (там само, с. 145).

10.4. Агробізнес у Латинській Америці

У агропромисловому комплексі більшої частини регіонів Латинської Америки велику роль відіграють ТНК.

Сучасні ТНК Сполучених Штатів мають більш ніж столітній досвід проникнення у сільське господарство регіону. Відпрацьований ними ринковий механізм регулювання шляхів розвитку господарства доводить, що у сучасних умовах він майже повністю замінив державу. Які функції взяли на себе ТНК?

По-перше, переробка — транспортування — зберігання — збут сільськогосподарської продукції, яку вирощено землеробом, переважно дрібним, з перетворенням землероба на повністю залежного від ТНК постачальника дешевої сировини, якому диктуються умови виробництва, ціни, квоти тощо. Як правило, ціна на сировину не відшкодовує витрат виробництва, заснованого, головним чином, на експлуатації біологічної енергії людей і тварин.

По-друге, контроль над постачальниками машин і сільгосптехніки, оволодіння ринком добрив.

По-третє, контроль над сільськогосподарською наукою, тобто фактичне скуповування галузевої науки.

По-четверте, монополізація торгівлі патентами і насінням.

По-п'яте, монополізація внутрішнього ринку, недопущення до внутрішнього ринку національних господарських структур, таких, зокрема, як кооперативи, включно із збутовими.

Державам у цій ситуації можна тільки порекомендувати вивчити досвід ТНК з регулювання сільського господарства і не допускати їх до захоплення земельної власності. Саме іноземний латифундизм, як відкритий, так і прихований (через підставних осіб — фізичних і юридичних), є тією матеріальною підставою, яка дає змогу ТНК захищати свої експансіоністські інтереси й ігнорувати волю національних суспільств щодо суверенного економічного розвитку.

У Мексиці розрахунок на те, що аграрна реформа допоможе залучити у сільське господарство приватні інвестиції, поки що не виправдався. Іноземний капітал також погано «йде» до сільського господарства: тільки 0,9 % усіх іноземних вкладів припадає на аграрний сектор. Несприятливе співвідношення цін на сільськогосподарську та інші види продукції урізає можливості самофінансування сільського господарства. Усе це відбивається на розвитку сільського господарства і призводить до великої кредитної заборгованості селян.

З ініціативи держави втілюються в життя різноманітні програми, спрямовані на допомогу сільському господарству. В рамках державної програми «Солідарність» було створено національний фонд підтримки агропідприємств, призначений для фінансування низки державних проєктів, будівництва всіляких дрібних промислових підприємств у найбідніших сільськогосподарських районах. З 1993 року почалася робота програми «СИРЕКА». Передбачається зниження відсоткових ставок за кредитами (до 4 % для виробників з низькими прибутками і 4,5 % для решти — понад наявну інфляцію), продовження строків виплати кредитів до 15 років.

Враховуючи тяжке становище селянства і великі труднощі у зв'язку із закінченням процесу лібералізації цін, уряд у листопаді 1993 року ввів у дію державну програму прямих субсидій виробника — так звану ПРОКАМПО (Международный сельскохозяйственный журнал.— 1995. — № 7. — С. 30-36).

Запитання для самоконтролю

1. У чому полягають особливості формування національних АПК у країнах Африки?
2. Охарактеризуйте агропромислові комплекси, в країнах Близького Сходу.
3. Шляхи та проблеми агропромислового розвитку країн Південної та Південно-Східної Азії.
4. Проблеми та шляхи розвитку агробізнесу Китаю.
5. Дайте характеристику розвитку агробізнесу в Латинській Америці.

Тести

ДО КУРСУ «МІЖНАРОДНИЙ АГРОБІЗНЕС»

І частина

Тест 1. У якому році з'явилося перше визначення поняття «агробізнес»?

Відповіді:

1. у 1951 р.
2. у 1963 р.
3. у 1955 р.
4. у 1960 р.
5. у 1959 р.

Тест 2. Назвіть автора першого визначення агробізнесу.

Відповіді:

1. Хеджес.
2. Сакс.
3. Голдберг.
4. Девіс.
5. Кольз.

Тест 3. Що було причиною виникнення поняття «агробізнес»?

Відповіді:

1. Різке збільшення виробництва продуктів харчування.
2. Поява агрофірм.
3. «Зелена революція».
4. Суміщення декількох видів підприємницької діяльності в одній фірмі.

Тест 4. У чому полягає цільова функція агробізнесу?

Відповіді:

1. У розвитку фермерського господарства.
2. У розвитку харчової промисловості.
3. У розвитку торгівлі продуктами харчування.

4. У виробництві товару, який знайде безумовний попит і буде проданий з необхідним прибутком.

5. У задоволенні потреб населення у продуктах харчування.

Тест 5. Визначить передумови формування міжнародної системи агробізнесу.

Відповіді:

1. Наявність земельних фондів, придатних для вирощування певних сільськогосподарських культур та для пасовищного скотарства.

2. Нерівномірність розподілу населення по території земної кулі.

3. Різний рівень розвитку сільського господарства в окремих країнах.

4. Технічний рівень розвитку сільськогосподарського виробництва і форми його організації.

5. Транспортний фактор.

6. Законодавче забезпечення розвитку міжнародного агробізнесу.

Тест 6. Які види підприємницької діяльності входять до міжнародного агробізнесу?

Відповіді:

1. Виробництво продовольчої продукції.

2. Обробка сільськогосподарських угідь.

3. Зберігання сільськогосподарської продукції і продовольства.

4. Транспортування продовольчої продукції.

5. Реалізація сільськогосподарської продукції і продовольства.

Тест 7. З яких основних елементів складається система продовольчого маркетингу?

Відповіді:

1. Організація виробництва сільськогосподарських продуктів.

2. Альтернативні потоки продукції.

3. Фірми — посередники.

4. Різні види підприємницької діяльності, що становлять різні функції маркетингу.

Тест 8. Які два головних типи діяльності виділяються у продовольчому маркетингу?

Відповіді:

1. Процеси виробництва сільськогосподарської сировини.

2. Фізичне маніпулювання, зберігання, переробка і передача сировини і готової продукції.

3. Процес обміну і ціноутворення.
4. Процес споживання готової продукції.

Тест 9. Якими основними особливостями характеризується попит на продукти харчування?

Відповіді:

1. Повсякденність та постійність споживання.
2. Споживання індивідуальне і необхідне кожному.
3. Для задоволення потреб населення необхідна наявність асортименту продуктів харчування певної якості. У характері споживання відтворюються звички та національні особливості, а також пори року.
4. Споживання залежить від демографічних факторів: складу населення зі статі, віку, роду занять.
5. Споживання залежить від собівартості продукції.
6. Споживання залежить від купівельної спроможності населення.

Тест 10. З яких елементів складається методика аналізу ринку на продукти харчування?

Відповіді:

1. Аналіз проводиться по окремому продукту або групі однорідних продуктів.
2. Мета аналізу — визначення потенціальних можливостей ринку з даного продукту.
3. Визначається характер споживчого попиту.
4. Визначаються витрати на виробництво даного продукту.
5. На основі аналізу те чи інше підприємство визначає у яких обсягах і в якому регіоні найбільш вигідний збут продукції.
6. Аналіз ринку дозволяє визначити потребу у нових видах продуктів.

Тест 11. На які групи можуть бути розподілені посередники у продовольчому маркетингу?

Відповіді:

1. Торговельні посередники.
2. Агентські посередники.
3. Фінансові посередники.
4. Біржові посередники.
5. Переробники та виробники.
6. Полегшуючі організації.

Тест 12. З урахуванням яких основних факторів здійснюється цільова функція агробізнесу?

Відповіді:

1. Вартість вирощування сільськогосподарської сировини.
2. Фізіологічна потреба у продуктах харчування.
3. Платоспроможний попит населення.
4. Товарна пропозиція виробників.

Тест 13. У чому полягають особливості товарної пропозиції продуктів харчування?

Відповіді:

1. Продукти транспортабельні і малотранспортабельні.
2. Продукти повсякчасного попиту і продукти делікатесної групи, алкогольні напої.
3. Продукти, які швидко псуються і продукти, що довго зберігаються.

Тест 14. Як визначити обсяг товарної пропозиції?

Відповіді:

1. Необхідно медичну норму споживання помножити на, кількість населення.
2. Необхідно знати потреби населення в залежності від статі і віку.
3. Необхідно знати обсяг однодобового роздрібного товарообороту та його коливання за порами року.

Тест 15. Назвіть основні вимоги до реклами на продукти харчування.

Відповіді:

1. Вказати на сорт продукту (вищий, перший і т. п.).
2. Вміст у продукту основних харчових компонентів.
3. Калорійність.
4. Строк зберігання.
5. Рекомендації щодо норми споживання.
6. Рекомендації щодо приготування комплексних страв.

Тест 16. Які особливі фактори слід враховувати у ціноутворенні на продовольчі товари?

Відповіді:

1. Екологічно чиста продукція.
2. Законодавчі акти, які регулюють ціни на продовольчі товари.
3. Сезонність.
4. Сорт продукту.

Тест 17. Назвіть основні стадії організації маркетингової діяльності на підприємствах АПК.

Відповіді:

1. Розробка реклами та стимулювання збуту.
2. Організація і економіка виробничого процесу.
3. Врахування запитів і потреб споживачів.
4. Постійне оновлення виробництва і підвищення якості продукції.
5. Вивчення наявних можливостей і зайняття певного положення на ринку.
6. Виконання всіх функцій щодо аналізу ринків і потреб, планування, обліку і регулювання роботи у галузі освоєння ринків збуту.

Тест 18. Назвіть основні засади розробки схеми маркетингу на підприємствах АПК.

Відповіді:

1. Вивчення стану і динаміки споживчого попиту до вимог ринку.
2. Вивчення можливостей виробництва з метою підвищення його ефективності.
3. Максимальне пристосування виробництва до вимог ринку з метою підвищення його прибутковості.
4. Вилив на ринок і споживчий попит таких факторів як реклама і стимулювання збуту.

Тест 19. Назвіть основні елементи системи маркетингу на підприємствах АПК.

Відповіді:

1. Комплексне вивчення ринку.
2. Організація рекламної діяльності.
3. Організація технологічного процесу на підприємстві.
4. Організація реалізації продукції.
5. Управління і планування асортименту продукції.
6. Ціноутворення.
7. Освоєння і впровадження на ринок нових видів продукції.
8. матеріально-технічне забезпечення підприємства.
9. Система планів і угод підприємства.
10. Система контролю за виконанням річного плану маркетингу.

Тест 20. Для яких суб'єктів підприємницької діяльності можуть призначатися бізнес-плани сільськогосподарських підприємств?

Відповіді:

1. Для підприємств I сфери АПК.
2. Для підприємств і організацій агросервісу.
3. Для підприємств III сфери АПК.
4. Для особистих споживачів.

Тест 21. Назвіть головний фактор, який визначає ціну землі.

Відповіді:

1. Місцеположення і конфігурація ділянки.
2. Топографія ділянки.
3. Обмеженість земельних ресурсів.
4. Природна родючість ґрунту.
5. Штучна родючість ґрунту.
6. Економічна родючість ґрунту.

Тест 22. Які Ви знаєте форми власності на землю?

Відповіді:

1. Приватна власність.
2. Комунальна власність.
3. Державна власність
4. Міжнародна власність.

Тест 23. Назвіть основні функції агросервісу.

Відповіді:

1. Матеріально-технічне постачання.
2. Реалізація продукції фермерських господарств.
3. Технічне обслуговування.
4. Агрохімічне обслуговування.
5. Зоотехнічне обслуговування.
6. Ветеринарно-санітарне обслуговування.
7. Меліоративне обслуговування.
8. Транспортне обслуговування.

Тест 24. Назвіть форми агросервісного обслуговування в умовах ринкової економіки.

Відповіді:

1. Оптова торгівля засобами виробництва.
2. Оптова торгівля сільськогосподарською продукцією.

3. Розвиток прямих зв'язків між сільськогосподарськими споживачами і виробниками технічних засобів.
4. Створення розгалуженої мережі торговельно-посередницьких організацій.
5. Створення товарних лізингових фірм.
6. Сервісні центри і комісійні магазини.
7. Брокерські і дилерські фірми.
8. Центри і пункти прокату.

Тест 25. Громадянин України має переважне право на придбання /вкуп/ земельних ділянок розміром:.

Відповіді:

1. До 75 гектарів сільськогосподарських угідь, у тому числі до 50 гектарів ріллі у власність з розстрочкою платежу до 15 років.
2. До 100 гектарів сільськогосподарських угідь, у тому числі до 50 гектарів ріллі у власність з розстрочкою платежу до 20 років.
3. До 50 гектарів сільськогосподарських угідь, у тому числі до 100 гектарів ріллі у власність з розстрочкою платежу до 25 років.

Тест 26. Назвіть основні функції Міністерства сільського господарства США.

Відповіді:

1. Довгострокове і короткострокове прогнозування виробництва, попиту і пропозиції.
2. Проведення аналізу фінансового стану фермерських господарств та розвитку окремих галузей АПК.
3. Регулювання виробництва сільськогосподарської продукції.
4. Регулювання ціноутворення на сільськогосподарську продукцію.
5. Аналіз продовольчого забезпечення населення.
6. Організація і проведення наукових досліджень, впровадження їх результатів у фермерські господарства.
7. Підготовка і перепідготовка кадрів.
8. Розвиток сільських районів і охорона природних ресурсів.
9. Контроль якості сільськогосподарської продукції і продуктів харчування.
10. Продовольча допомога низькооплачуваним верствам населення.
11. Сприяння кооперативному фермерському рухові.
12. Антикризове регулювання сільського господарства.
13. Організація зовнішньоекономічних зв'язків.

II частина

Тест 1. Назвіть канали, через які природні фактори можуть впливати на доходи, витрати та прибуток у фермерському господарстві.

Відповіді:

1. Визначають розміри посівної площі господарств.
2. У значній мірі визначають можливість вирощування тих чи інших культур або організації інших галузей впливають на вихід продукції і таким чином, на валовий дохід.
3. Обумовлюють технологічні і організаційні методи та прийоми у полеводстві, характер і розмір затрат виробництва.
4. Можуть створювати специфічні проблеми, які вимагають для свого вирішення спеціальних заходів або певних господарських прийомів (дренаж, захист від заморозків та ін.).
5. Диктують основні вимоги до організації тваринництва.
6. Тісно пов'язані з сезонністю виробництва та строками виконання робіт, збирання урожаю.

Тест 2. На які питання повинен отримати відповідь фермер, приступаючи до розробки структури посівних площ?

Відповіді:

1. Які земельці угіддя і тини ґрунтів наявні у господарстві?
2. Яку площу займає кожний з них і які їх найбільш важливі фізичні властивості?
3. Яка порівняльна урожайність тих чи інших культур на різних ґрунтах і класах земельних угідь і які виробничі витрати припускає кожний з декількох можливих рівнів урожайності?
4. Який розмір валової виручки, витрат і прибутку в розрахунку на одиницю земельної площі для різних культур при різних рівнях урожайності, різних типах ґрунтів або класів земельних угідь?
5. Як розміщена ферма щодо основних ринків збуту?

Тест 3. Які з вказаних витрат виробництва у фермерському господарстві слід віднести:

- а) до грошових постійних витрат
- б) до негрошових постійних витрат
- в) до грошових змінних витрат

Витрати виробництва

1. Амортизація
2. Оплата оренди

3. Пальне
4. Податки
5. Процент на вкладений капітал
6. Ремонт машин і устаткування
7. Мастильні матеріали
8. Страхування
9. Технічний догляд
10. Поточний ремонт будівель

Тест 4. Яким вимогам повинен задовольняти порядок вибору або розробки нормативів

Відповіді:

1. Економічні принципи повинні визначати аналіз і знаходити чітке відображення в його результатах.
2. Усі стандарти або нормативи повинні точно відображати сукупність матеріальних, економічних або суспільно-правових факторів в їх конкретному відношенні до окремої ферми.
3. Нормативи повинні взаємно узгоджуватись і відповідати один одному.
4. Нормативи повинні враховувати рівень кваліфікації працівників ферми.
5. Нормативи мають добиратися з достатнім ступенем конкретності і гарантувати, що кінцевий результат дасть чітке уявлення про фермерське господарство в цілому.

Тест 5. Яке коло даних необхідне для розробки нормативів на кожну конкретну ділянку земельної площі або одиницю поголів'я худоби?

Відповіді:

1. Про види, матеріалів та послуг, необхідних для вирощування кожної культури, яка підлягає оцінці.
2. Про види матеріалів та послуг, які використовуються для вирощування певного виду худоби або виробництва продукції тваринництва.
3. Про середню урожайність та продуктивність тварин.
4. Про кількісні показники всіх витрат для кожної культура або галузі тваринництва.
5. Про купівельні ціни або розміри витрат для всіх видів затрат, матеріалів та послуг.
6. Про обсяги продукції кожного виду виробництва.
7. Про відпускні ціни всіх продуктів.

Тест 6. Які Ви знаєте організаційні форми агропромислового виробництва?

Відповіді:

1. Агропромислові комбінати.
2. Агропромислові заводи.
3. Агропромислові об'єднання.
4. Агрофірми.
5. Спільні підприємства.
6. Агроконсорціуми.
7. МПК.
8. Агротехнополіси.

Тест 7. У чому полягають основні принципи державного регулювання агробізнесу?

Відповіді:

1. Здійснення державного регулювання як доповнення до ринкового механізму.
2. Державне регулювання узгоджується з інтересами товаровиробників.
3. Держава регулює розвиток фермерських господарств.
4. Межі державного регулювання визначаються межами дії об'єктивних економічних законів та конкретними завданнями, які стоять перед суспільством.
5. Державне регулювання здійснюється, як правило, за допомогою економічних заходів.

Тест 8. Які особливості сільського господарства необхідно враховувати при його державному регулюванні?

Відповіді:

1. Сільське господарство забезпечує населення країни продовольчими товарами.
2. Нестабільність сільського господарства у зв'язку з його великою залежністю від природнокліматичних умов.
3. Сільське господарство не входить до системи великих монопольних утворень і тому зазнає найбільш руйнівного впливу конкурентних сил.
4. Нерівномірність розміщення окремих господарств.

Тест 9. Якими показниками характеризується продовольча ситуація в світі в «Декларації Белладжіо»?

Відповіді:

1. Мільярд людей на землі не має коштів, достатніх для придбання продовольства.

2. Половина з них досить бідні навіть для купівлі продовольства, щоб підтримати нормальну життєву активність.

3. Одна дитина з шести народжуваних на землі важить менше, ніж необхідно для нормального розвитку.

4. Кожна четверта дитина вмирає, не доживши до 5 років.

5. Сотні мільйонів людей потерпають від хвороб через споживання неповноцінної їжі.

Тест 10. Який рівень імпорту вважається гранично-критичним для забезпечення продовольчої безпеки країни?

Відповіді:

1. 33 %.

2. 30 %.

3. 25 %.

Тест 11. Визначіть основні складові світової продовольчої проблеми.

Відповіді:

1. Медичний або фізичний вимір продовольчої проблеми.

2. Продовольча проблема феодалізму.

3. Продовольча проблема капіталізму.

4. Продовольча проблема соціалізму.

5. Продовольча проблема перехідних суспільств.

6. Продовольча проблема у країнах, що розвивається.

Тест 12. У чому полягають функції ФАО?

Відповіді:

1. Надання консультацій урядам з питань політики й планування в галузі сільського господарства.

2. Проведення заходів по вирівнюванню розвитку сільського господарства в окремих країнах і регіонах світу.

3. Розробка і здійснення програм допомоги сільському господарству.

4. Аналіз і розповсюдження інформації про сільське господарство й продовольчу ситуація в світі.

5. Обговорення на міжурядовому рівні проблем продовольства і сільського господарства.

Тест 13. З яких джерел відбувається фінансування програм ФАО?

Відповіді:

1. Внески Світового банку.

2. Внески держав-членів.

3. Трастові фонди членів.

4. Регіональні фонди.
5. ПРООН.

Тест 14. Які заходи з розв'язання світової продовольчої проблеми визначені в документах першої світової продовольчої конференції 1974 року?

Відповіді:

1. Досягти однакового рівня споживання продовольства в різних регіонах світу.
2. Тісна координація національних та міжнародних акцій.
3. Необхідна надійна система забезпечення гарантій від виникнення тимчасового дефіциту продовольства та поширення голоду.
4. Остаточного вирішення продовольчої проблеми в світі можна досягти тільки при великомасштабному збільшенні виробництва продуктів харчування, що перевищує темпи зростання населення.
5. Для збільшення виробництва продовольства і створення систем, що гарантують від виникнення його дефіциту і голоду, необхідно забезпечити відповідні матеріальні засоби і надати політичну підтримку.
6. Необхідно стабілізувати торгівлю сільськогосподарськими товарами і покінчити з дискримінацією країн, що розвиваються.
7. Необхідно створити Світову продовольчу раду.

Тест 15. Які функції виконує Міжнародний фонд сільськогосподарського розвитку?

Відповіді:

1. Фінансування розвитку сільських районів і населених пунктів.
2. Створення фондів розвитку сільського господарства в окремих країнах.
3. Надання позик і кредитів на пільгових умовах.
4. Надання фінансової допомоги дрібним фермерам і безземельним селянам в країнах, що розвиваються.

Тест 16. Які напрями діяльності визначають мету світової аграрної політики в статуті ФАО?

Відповіді:

1. Сприяння підвищенню рівня харчування та життєвого рівня населення.
2. Сприяння розвитку переробної промисловості.
3. Сприяння підвищенню ефективності розподілу сільськогосподарської продукції.

4. Поліпшення умов проживання сільського населення та сприяння шляхом цього розвитку світової економіки та свободи людини.

Тест 17. Яким є найбільш дієвий метод збільшення виробництва продовольства?

Відповіді:

1. Покращення роботи переробної промисловості.
2. Збільшення продуктивності одиниці посівних площ.
3. Покращення агросервісного обслуговування.

Тест 18. Які довгострокові тенденції виявляються у розвитку світового продовольчого ринку?

Відповіді:

1. Випереджаючий розвиток торгівлі рослинницькою продукцією у порівнянні з тваринницькою.
2. Випереджаючий розвиток торгівлі у порівнянні з темпами зростання виробництва продовольства.
3. Випереджаючий розвиток торгівлі готовою продукцією у порівнянні з сільськогосподарською сировиною.

Тест 19. Які причини визначають основні напрями експорту і імпорту сільськогосподарської продукції і продовольства?

Відповіді:

1. Особливості природних умов окремих регіонів світу, які визначають спеціалізацію сільськогосподарського виробництва.
2. Нерівномірність розвитку виробництва продовольства в окремих країнах або групах країн.
3. Нерівномірність споживання окремих видів продовольства.

Тест 20. Які політичні заходи необхідно вжити для збільшення виробництва і експорту зерна в Україні?

Відповіді:

1. Необхідно лібералізувати ринок землі.
2. Необхідно більш широко розвивати сільськогосподарські кооперативи.
3. Терміново необхідно демонополізувати структури, що займаються збутом зерна.
4. Необхідно приватизувати державне підприємство «Хліб України».

5. Необхідно ліквідувати штучні адміністративні монополії у сфері збуту зерна.

6. Потрібно поліпшити прозорість на внутрішньому ринку зерна.

7. Необхідно не лише формально, а й фактично скасувати державне замовлення.

Тест 21. Які характерні особливості глобалізації сільсько-господарських ринків проявляються у діяльності МПК у 90-х роках?

Відповіді:

1. Підключення до вивозу капіталу компаній І сфери АПК.

2. Темпи вивозу капіталу МПК випереджали темпи зростання продовольчого експорту.

3. Підключення до вивозу капіталу компаній, які зайняті в оптовій торгівлі продовольством і у сфері громадського харчування.

Тест 22. На які основні категорії підрозділяються ферми США в залежності від типу організації виробництва?

Відповіді:

1. Сімейні ферми

2. Спільні ферми.

3. Кооперативні ферми.

4. Сільськогосподарські корпорації.

Тест 23. Які напрямки спеціалізації характерні для фермерських господарств США?

Відповіді:

1. Зернові

2. Бавовнярські.

3. Виноградарські

4. Тютюнницькі.

5. Овочівницькі.

6. Баштанницькі

7. Плодівницькі

8. Молочні

9. М'ясного скотарства

Тест 24. На яких принципах реалізується єдина сільсько-господарська політика ЄС?

Відповіді:

1. Спільне фінансування дій з регулювання сільського господарства.

2. Спільний розподіл виробленої сільськогосподарської продукції.
3. Організація гарантованого збуту на внутрішньому ринку.
4. Застосування єдиних політичних інструментів і здійснення, експорту харчових продуктів на світовому ринку.

Тест 25. У чому проявляються функції ТНК США у агропромисловому комплексі більшої частини регіонів Латинської Америки?

Відповіді:

1. Контроль над переробкою, транспортуванням, зберіганням, збутом сільськогосподарської продукції.
2. Контроль над розмірами сільськогосподарських підприємств.
3. Контроль над постачальниками машин і сільгосптехніки, оволодіння ринком добрив.
4. Контроль над сільськогосподарською наукою.
5. Монополізація торгівлі патентами і насінням.
6. Монополізація внутрішнього ринку.

Індивідуальне завдання

Для засвоєння практичних навичок підприємницької діяльності у міжнародному агробізнесі студенти виконують індивідуальне завдання, змістом якого є розробка плану маркетингу підприємства, яке ставить за мету вихід на світові ринки з власною продукцією.

Для виконання індивідуального завдання студент повинен використати знання не тільки нормативного курсу, але й інформацію з опублікованих джерел, інтернету тощо. Майбутній економіст-міжнародник повинен навчитися самостійно добувати необхідну інформацію.

План маркетингу підприємства розробляється на 1 рік за такою схемою:

1. Назва підприємства, його місце знаходження.
2. Напрямок виробничої діяльності, види продукції.
3. Характеристика ринку (ринків).
4. Можливі конкуренти.
5. Обґрунтування цілей і стратегії маркетингу.
6. Прогноз кон'юнктури на плановий період.
7. Обґрунтування асортиментної політики підприємства.
8. Обґрунтування цін.
9. Характеристика упаковки.
10. Характеристика реклами.
11. Заходи щодо стимулювання збуту.
12. Кошторис маркетингу.
13. Характеристика стратегії маркетингу на 5 і 10 років.

План маркетингу розробляється по одному з пропонуєваних підприємств, розташованих в південних областях України:

1. Завод плодоовочевих консервів.

Вихідні дані:

Виробнича потужність — 50 млн на рік.

Ціна одиниці продукції — 0,67 дол.

2. Завод дитячого харчування.

Вихідні дані:

Виробнича потужність — 1500 т.

Ціна одиниці продукції (1 кг) — 1 дол.

3. Борошномельний завод.

Вихідні дані:

Виробнича потужність — 3000 т.

Ціна одиниці продукції — 350 дол.

4. Пивоварний завод.

Вихідні дані:

Виробнича потужність — 5 млн дол.

Ціна одиниці продукції — (1 дол.) — 9 дол.

5. Виноробний завод.

Вихідні дані:

Виробнича потужність — 3,8 млн дол.

Ціна одиниці продукції — (1 дол.) — 26 дол.

Крім цих варіантів підприємств студент має можливість запропонувати власний варіанта за узгодженням з викладачем.

Ринки. Для реалізації продукції обирається один з світових ринків продовольства:

Ринок ЄС.

Ринок країн Балтії.

Ринок країн СНГ.

Ринок країн ЦЕФТА (Угорщина, Польща, Словаків, Чехія, Словенія).

Ринок країн НАФТА.

Північно — Африканській ринок.

Ринок країн Азії та Близького Сходу.

Результати розробки планів маркетингу оговорюються на лабораторних заняттях.

Короткий термінологічний словник

Аграрна політика держави — курс та система заходів, спрямованих на інтенсивний розвиток продуктивних сил села, на вдосконалення або докорінну зміну існуючих там форм власності, на поліпшення умов життя та побуту жителів села, на забезпечення сировиною промисловості та ін.

Аграрна реформа — якісне перетворення аграрних відносин або відносин власності у сільському господарстві. З погляду юридичної власності, аграрна реформа означає якісні перетворення системи землеволодіння і землекористування.

Агробізнес — вид підприємницької діяльності у галузях виробництва сільськогосподарської продукції, засобів виробництва для сільського господарства, зберігання сільськогосподарської продукції, її транспортування, переробки і доведення до споживача.

Агрпромиловий комплекс — сукупність галузей народного господарства, зайнятих виробництвом, переробкою, збереженням і доведенням до споживача сільськогосподарської продукції. До складу АПК входять три основні сфери:

- а) виробництво засобів виробництва для сільського господарства та його виробничого обслуговування;
- б) власне сільське господарство;
- в) заготівля, переробка, збереження, транспортування і збут сільськогосподарської продукції.

Кінцева продукція АПК є результатом взаємодії галузей усіх трьох сфер, міжгалузевої кооперації. Оптимальне співвідношення вартості продукції трьох сфер АПК у розвинутих країнах світу становить 25—30 %, 10—15 %, 50—55 %, а кількість зайнятих у них — від 20 до 35 %.

Акціонерне товариство (АТ) — основна форма організації великих та частини середніх підприємств, капітал яких формується шляхом продажу акцій та інших цінних паперів.

Покупці акцій стають пайовиками АТ, а покупці облігацій — його кредиторами. Кошти, отримані в результаті випуску і продажу акцій, формують власний капітал АТ. Він може збільшуватись шляхом наступних випусків акцій та вкладення частини прибутку в розширення виробництва. З прибутку власникам акцій щорічно виплачуються дивіденди. Перед тим певна частина прибутку АТ витрачається на оплату податків державі, зарплату персоналові, поповнення резервного фонду тощо. Кошти, отримані АТ від випуску і продажу облігацій, становлять його позичковий капітал, а власникам облігацій щорічно виплачується твердий процент. АТ поділяються на два основних типи: відкриті — акції яких вільно продаються і купуються всіма бажаючими. У деяких країнах (наприклад, США) такі АТ називають публічними. Закриті — акції яких не надходять у вільний продаж, а розподіляються серед засновників.

Акціонерний капітал — кошти акціонерного товариства, утворені шляхом об'єднання багатьох індивідуальних капіталів, розширення масштабів акціонерної компанії завдяки капіталізації частини прибутку, а також залучення частини коштів вкладників через механізм продажу акцій та облігацій.

Акція (від фр. *action* — цінний папір, від лат. *actio* — розпорядження, дозвіл, претензія) — вид цінного папера без встановленого строку обігу, який свідчить про пайову участь у статутному фонді акціонерного товариства. Акція підтверджує право на участь в управлінні акціонерним товариством, дає право на одержання частини прибутку у вигляді дивіденду і участь у розподілі майна при його ліквідації. Як предмет постійного продажу і купівлі акції мають свою ціну.

Базисна величина — величина показника, з яким порівнюється будь — яка інша (поточна, звітна) величина. Вона є знаменником відношення, базою порівняння чи базовим рівнем.

Базисна ціна — попередньо погоджена покупцем і продавцем ціна. Вона є основною для визначення реальної ціни, яка доповнюється скидками і націнками залежно від кон'юнктури ринку, сорту, якості товару та ін.

Баланс попиту і пропозиції — сукупність економічних показників, що характеризують співвідношення між товарними ресурсами та платоспроможним попитом на окремі товари.

Банк — кредитно-фінансова установа, яка здійснює фінансове посередництво. Залучаючи і нагромаджуючи вільні грошові

кошти підприємств, організацій, населення, банки перерозподіляють їх, надаючи кредити. В Україні сформувалася дворівнева банківська система, яка включає в себе Національний банк і комерційні банки.

Банківський кредит — тимчасове надання у борг грошових коштів фізичним і юридичним особам. Перед наданням кредиту банки перевіряють кредитоспроможність клієнта. Залежно від певних ознак банківський кредит поділяють на внутрішній і міжнародний, виробничий і споживчий. В Україні в умовах дворівневої банківської системи існують кредити НБУ і кредити комерційних банків.

Бартер — обмін товарами на безгрошовій основі (натуральний обмін).

Бартерна торгівля — товарообмінна операція, в основі якої лежить натуральний товарообмін. Право власності на товар передається без платежу грошми, тобто здійснюється обмін одного або декількох товарів на еквівалентну кількість іншого товару. Бартерні операції в Україні зумовлені, насамперед, інфляцією, нестачею валютних коштів. Бартерні торгові операції підривають стійкість грошової одиниці, тому вони не бажані. Бартерна торгівля за своїм змістом є суперечливою, оскільки, з одного боку, розширює обмін, а з другого, — обмежує його рамками товарообмінної угоди.

Бартерна угода — безгрошовий, але оцінений і збалансований обмін товарами, оформлений угодою. Оцінювання товарів здійснюють з метою утворення умов еквівалентного обміну. Умовою еквівалентності є обмін товарами за договірними цінами або з орієнтацією на світові ціни.

Безготівкові розрахунки — платежі без участі готівки, тобто через перерахування сум з рахунків платників на рахунки кредиторів.

Бізнес (англ. business) — справа, заняття, підприємництво, економічна діяльність, спрямовані на отримання прибутку. Це загальноекономічний термін, який характеризує сферу діяльності господарського суб'єкта, його економічний інтерес, величину й обсяги діяльності.

Бізнесмен — комерсант, підприємець, людина, яка робить вигідну справу (бізнес).

Біржа (від лат. bursa — гаманець) — організаційно оформлений, постійно діючий ринок, на якому здійснюють торгівлю цінними паперами, нерухомістю й оптовою торгівлю товарами.

Валова продукція — статистичний показник у грошах, що характеризує загальний обсяг виробництва продукції окремими підприємствами, галузями, сферами, регіонами, народним господарством у цілому за певний період часу.

Валова продукція підприємства — показник, що характеризує у вартісній формі обсяг виробленої підприємством продукції за певний період часу; частина валового суспільного продукту, створена на підприємстві.

Валова продукція промисловості — частина валового суспільного продукту, створена у промисловості. Визначається у вартісній формі як результат виробничої діяльності всієї сукупності промислових підприємств за певний період часу. Валова продукція промисловості обчислюється за заводським (фабричним) методом, тобто без повторного обліку вироблених і спожитих всередині галузі готових виробів. Визначення величини валової продукції промисловості здійснюється у фактичних і порівняльних цінах.

Валова продукція сільського господарства — частина валового суспільного продукту, створена у сільському господарстві; обсяг продукції землеробства і тваринництва, виробленої за певний період і вираженої у вартісній, грошовій формах. Включає вартість засобів виробництва, спожитих у процесі сільськогосподарського виробництва, і чисту продукцію сільського господарства.

Валовий дохід — частина вартості валової продукції підприємства, яка залишається після покриття всіх матеріальних витрат, або новостворена на підприємстві вартість як результат живої праці колективу підприємства.

Валовий збір сільськогосподарських культур — показник, що характеризує загальний обсяг продукції землеробства з усієї посівної площі у межах об'єкта обліку (країни, регіону, господарства).

Валовий оборот — сумарна вартість усіх видів виробленої продукції незалежно від того, продана вона підприємством чи використана на внутрішні потреби. Валовий оборот характеризує обсяг виробничої діяльності підприємства, а валова продукція відображає у вартісній формі обсяг виробленої продукції.

Валовий прибуток — уся сума прибутку підприємства до здійснення платежів і відрахувань; вартісне вираження загального фінансового результату діяльності підприємства.

Вертикальна інтеграція — процес органічного поєднання сільськогосподарських галузей (підгалузей) з галузями переробної промисловості, в ході якого забезпечується єдність і безперервність взаємопов'язаних етапів виробництва, транспортування, зберігання і переробки сільськогосподарської продукції. Вертикальна інтеграція розвивається у формі агропромислових підприємств і їхніх об'єднань.

Вирівнювання економічних умов господарювання — сукупність здійснюваних державою заходів, спрямованих на створення для сільськогосподарських підприємств умов господарювання, за яких рівновеликі затрати (праці, основних і оборотних фондів) давали б можливість отримувати рівновеликі доходи.

Виробничі фонди — сукупність засобів і предметів праці, необхідних для ведення виробництва, виражена у грошовій формі.

Виручка від реалізації — грошові кошти, що надійшли до підприємства за реалізовану продукцію, надані послуги, продане майно, цінні папери та ін.

Відтворення природних ресурсів — відновлення ресурсів природи в процесі господарського використання їх. Розрізняють не відтворювані, частково відтворювані й невичерпані ресурси.

Гнучкість доходу — чутливість продовольчого споживання до підвищення доходів. Чим більш чутливе споживання до зміни доходів, тим вища гнучкість доходу.

«Декларація Белладжіо» — документ, який був підписаний на міжнародній неурядовій конференції італійському курортному містечку Белладжіо у 1989 році, в якому мова йде про фізичну природу і наслідки голоду і недоїдання, а також підкреслюється соціально-економічний характер цього явища і те, що голодоючі та недоїдаючи це бідняки, які не мають достатніх коштів.

Депресія (від лат. depressio — придушення) — фаза промислового циклу, що настає безпосередньо за фазою кризи. Характеризується припиненням спаду промислового виробництва, перебуванням його переважно в стані застою, уповільненням зростання цін, наростанням банкрутств і обсягів безробіття, відносним надлишком позичкового капіталу і низьким рівнем процента тощо.

Державна власність — привласнення державою (як суб'єктом власності) засобів виробництва, робочої сили, частки національного доходу та інших об'єктів власності у різних сферах суспільного відтворення. Державна власність відноситься до колективних форм власності, оскільки її персоніфікатором в умовах тих чи інших економічних систем виступає різний за чисельністю апарат державних чиновників (як правило, вищих) та певною мірою інші верстви і прошарки населення.

Дивіденд (від лат. *dividendus*— те, що слід поділити) — доход, одержаний власником акції за рахунок прибутку акціонерного товариства.

Дилер (маклер, джоббер) — особа або фірма, яка виступає на біржі від свого імені і здійснює посередницькі торгові операції за власні кошти, на відміну від брокера, який здійснює купівлю і продаж для клієнтів зі їхній рахунок.

Дослідження товарного ринку — якісний і кількісний аналіз політичних, економічних, науково-технічних, соціальних та інших факторів, які безпосередньо впливають на обсяг і ефективність продажу товару на конкретному ринку, з метою одержання достовірної інформації для прийняття оптимальних рішень щодо розробки програм маркетингу та організації виробничо-комерційної діяльності підприємства-виробника і експортера.

Екологічний ефект — зміни умов природного життєвого середовища (довкілля), кількості та якості природних ресурсів. Такі зміни можуть мати як позитивний, так і негативний характер: поліпшення або погіршення природних життєвих умов, збільшення або зменшення кількості природних ресурсів.

Екологічні витрати — сукупність витрат і збитків у сфері природокористування. Екологічні витрати — одне з функціональних понять економічної екології, яке науково реалізує загальноприйнятій у світовій практиці принцип сталого розвитку економічної та екологічної систем. Екологічні витрати складаються з власне витрат і збитків у галузі природокористування.

Еколого-економічна ефективність — відношення сумарних економічних витрат до інтегрального еколого-економічного ефекту.

Еколого-економічний ефект — алгебраїчна сума традиційного економічного (як правило, позитивного) та екологічного

(як позитивного, та і негативного) ефектів у матеріальному виробництві і невиробничій сфері, які досягаються, як правило, в різні проміжки часу, лише в окремих випадках одночасно.

Економіка ринкова — економічна система, що базується на індивідуальних формах приватної власності, вільній грі ринкових сил (вільній конкуренції, вільному ціноутворенню, стихійному переливу капіталу тощо).

Життєвий рівень населення — економічна категорія, яка характеризує забезпеченість населення матеріальними, духовними благами, ступінь задоволення особистих потреб людей, що виникають на певному етапі розвитку суспільства.

Життєвий цикл товару — певний період часу, протягом якого товар має життєдіяльність на ринку і забезпечує досягнення цілей продавця. Від життєвого циклу товару безпосередньо залежить рівень прибутку продавця (продуцента) на кожній з його стадій. Розрізняють такі стадії життєвого циклу товару:

- а) впровадження товару на ринок;
- б) зростання обсягу продажу внаслідок визначення товару покупцями;
- в) стадія зрілості, яка характеризується максимальною прибутковістю;
- г) насичення ринку товаром;
- д) спад обсягу продажу і прибутку.

Закон Енгеля — закон, який, на думку німецького економіста Ернста Енгеля, виражає залежність частки споживання продуктів харчування від рівня доходів сім'ї: чим бідніша сім'я, тим більша частка витрат повинна бути виділена нею для придбання продуктів харчування. У міру зростання доходів сім'ї питома вага витрат на харчування зменшується, частка витрат на квартиру, світло, одяг, паливо майже не змінюється, а питома вага всіх інших витрат збільшується. Дія цього закону спостерігається в останні роки в Україні. Так, у 1985—1990 рр. сім'ї робітників і службовців витрачали на продукти харчування 30,2—30,9 % коштів, а у 1991—1992 рр. — 68—70 %. У розвинутих країнах світу, зокрема у США, витрати середньої сім'ї на харчування становлять близько 20 % бюджету.

Земельна власність — сукупність виробничих відносин між людьми з приводу привласнення землі як предмета природи, а

також створеного сільськогосподарськими працівниками необхідного і додаткового продукту. Земельна власність є одним із найголовніших видів національного багатства.

Земельний кадастр — сукупність даних про природний, господарський і правовий стан, якісну характеристику земель (місце розташування господарства, конфігурація полів, забезпеченість теплом, вологою). До нього входять відомості щодо реєстрації землекористування, бонітування, економічна оцінка земель. Головне завдання земельного кадастру — раціональне використання, забезпечення охорони, підвищення родючості ґрунтів.

Земля — головний засіб виробництва в сільському й лісовому господарстві, матеріальна передумова процесу праці, один із його важливих факторів.

Інвестиційна політика — комплекс урядових рішень, які визначають основні напрямки використання капітальних вкладень в економіку, різні її сфери та галузі. Інвестиційна політика визначається станом економіки, основним завданням народного господарства у виробництві, науково-технічному і соціальному розвитку країни. Для України найближчими цілями інвестиційної політики є збільшення обсягу капіталовкладень з метою прискореного виходу з економічної кризи.

Інфраструктура (від лат. *infra* — нижче, під, *structura* — будова, взаєморозташування) — комплекс галузей народного господарства, які обслуговують промисловість, сільське господарство. До такого комплексу входять виробнича та невиробнича (або соціальна) інфраструктура. До виробничої інфраструктури належать шосейні дороги, канали, мости, порти, аеродроми, залізничний транспорт, зв'язок, енергопостачання та ін. До соціальної інфраструктури входить житлове та комунальне господарство, підприємства побутового обслуговування, водосховища і водопостачання, енергетичне господарство об'єктів соціального призначення, підприємства торгівлі, заклади освіти, охорони здоров'я, курортно-туристичні зони.

Інфраструктура ринкова — система підприємств, організацій та закладів, що обслуговують ринок і допомагають йому функціонувати. Це товарні, фондові й валютні біржі, біржі праці, банки та інші комерційні організації, окремі складові ринку (наприклад, ринок товарів, ринок цінних паперів, ринок праці).

Конкурентоспроможність товарів — відповідність товару вимогам ринку, можливість збуту його на конкретному ринку. Її можна визначити, порівнюючи конкурентні товари між собою. Конкурентоспроможність — поняття відносне, тісно пов'язане з ринком та часом продажу (для товару сезонного попиту).

Конкуренція (від лат. *conspicere* — зіштовхуватися) — боротьба між товаровиробниками за вигідніші умови виробництва і збуту товарів та послуг, за привласнення найбільших прибутків; механізм стихійного регулювання пропорцій суспільного виробництва.

Кон'юнктура економічна — сукупність умов, ознак, які характеризують становище в економіці країни, у ділових відносинах, в окремих галузях, регіонах, на окремих ринках товарів або у світовому господарстві в цілому за певний період. Може бути стабільною і нестабільною

Кон'юнктура ринку — сукупність умов, ознак, які характеризують співвідношення попиту й пропозиції на товари та послуги. Об'єктами вивчення кон'юнктури ринку є: динаміка виробництва потужностей у галузі та фірмі; рух замовлень; зміна товарних запасів; співвідношення експортних та імпортованих позицій товару; оптові ціни.

Кооперативна власність — різновид колективної власності, яка утворюється за рахунок грошових і матеріальних внесків його членів, виробленої ними продукції, доходів, отриманих від її реалізації та іншої діяльності, передбаченої статутом кооперативу.

Кооперація (від лат. *cooperatio* — співробітництво) — організаційне оформлене добровільне колективне об'єднання власності і (або) праці для досягнення спільних цілей в різних галузях економічної діяльності. Існує в таких формах: об'єднання взаємодопомоги, товариства, артілі. Кооперативні об'єднання розрізняються за сферами діяльності (виробничі, споживчі, постачальницькі, збутові, кредитні, торгові), а також за територіальною ознакою. Кошти кооперації формуються, головним чином, із пайових і членських внесків. Вищий орган кооперативної організації — збори членів, великих кооперативів — збори уповноважених.

Кооперування виробництва — форма виробничих зв'язків підприємств, що спільно виготовляють певну продукцію. Кооперування виробництва зумовлюється розвитком спеціалізації підприємств.

Лізинг (англ. — leasing) — особливий вид оренди рухомого і нерухомого майна виробничого призначення на підставі відповідного договору між орендодавцем і орендарем. Об'єктами лізингу найчастіше є машини, обладнання, транспортні засоби, споруди виробничого призначення. При лізингу орендодавець зобов'язується надати на певний строк рухоме і нерухоме майно за узгоджену орендну плату разом із ризиком, пов'язаним із правом володіння. Розрізняють фінансовий і оперативний вид лізингу. При фінансовому лізингу після закінчення строку договору і виплати відповідних платежів лізингоодержувач має право викупити обладнання за задалегідь обумовленою його вартістю. Цей вид лізингу можна розглядати як особливий вид кредиту. При оперативному лізингу орендні платежі не йдуть у залік майбутньої покупки.

Лізингова компанія — спеціальна установа, яка здійснює посередницьку діяльність із надання в оренду майна на умовах лізингу.

Лізинговий контракт — угода між орендодавцем і орендарем, за якою в тимчасове користування надаються об'єкти рухомого і нерухомого майна.

Ліцензія (від лат. licentia — дозвіл, право) — документ, який видають відповідні державні органи окремим особам або організаціям на використання продукції, технології або здійснення певних операцій і видів діяльності.

Ліцензування експорту та імпорту — форма державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності і контролю за її суб'єктами.

Маркетинг (від англ. market — ринок) — управління комерційною діяльністю підприємства на основі інформації про потреби споживачів і відповідності цим потребам товарів та послуг з метою забезпечення їхньої конкурентоспроможності на ринку й отримання максимального прибутку.

Маркетингова тактика — формування та реалізація завдань підприємства на ринку щодо кожного товару в конкретній період (короткостроковий) на основі стратегії маркетингу й оцінка поточної ринкової ситуації.

Маркетингу стратегія — формування та реалізація довгострокових цілей щодо кожного сегмента ринку і кожного товару для здійснення виробничо-комерційної діяльності відповідно до ринкових умов та можливостей підприємства.

Менеджер (від англ. manager — управитель) — специфічна професія, яка вимагає схильності до підприємницької діяльності, знань у сфері фінансів, ринку, кредиту та грошового обігу, валютних операцій та податкового законодавства.

Міжнародний агробізнес — вид підприємницької діяльності в економічних відносинах між країнами світу, окремими організаційними структурами АПК у міжнародному масштабі щодо виробництва, переробки, зберігання і реалізації сільськогосподарської продукції та товарів з неї. Міжнародний агробізнес не може існувати без первинних форм агробізнесу.

Міжнародні продовольчі компанії — форма організації міжнародного агробізнесу, при якій більша частина переробленого продовольства і значна частина сільськогосподарських продуктів, які надходять на міжнародний ринок, виробляється в рамках або під безпосереднім технологічним, фінансовим, організаційним впливом цих компаній. Діяльність міжнародних продовольчих компаній сприяє утворенню міжнародного ринкового простору, вони є основними носіями і каталізаторами зростання ефективності національних продовольчих систем.

Монополія (від гр. моно — один і poleo — продаю) — великі підприємства, об'єднання підприємств (картелі, синдикати, трести, концерни, конгломерати), які виробляють певну кількість продукції певного виду, завдяки чому обмежують конкуренцію, посідаючи домінуюче становище на ринку, впливають на процес ціноутворення і отримують високі (монопольні) прибутки.

Податки — обов'язкові платежі до бюджету, які здійснюють фізичні та юридичні особи.

Приватна власність (від лат. privatus — приватний) — форма власності, суб'єктом якої є окрема людина або сім'я. Існує у двох основних формах: одна базується на власній праці, тобто на праці господаря і членів його сім'ї, друга — на використанні найманої праці. Проміжною між ними є форма власності, за якої працюють господар і члени його сім'ї, а також використовується праця небагатих найманих працівників.

Приватне підприємство — форма підприємницької діяльності, де суб'єктом виступає одна фізична особа, яка несе повне відповідальність перед кредиторами і самостійно керує всіма стадіями виробничої та комерційної діяльності.

Прогнозування товарного ринку — перспективна оцінка розвитку ринкової кон'юнктури, можливої зміни ринкових умов з метою врахування їх у діяльності підприємств.

Продовольча безпека країни — поняття, за яким відповідно до світових критеріїв продовольчої безпеки країни гранично-критичне значення імпорту не повинно перевищувати 30 %. У протилежному випадку це означатиме втрату продовольчої незалежності та безпеки держави.

Продуктивність праці — ефективність виробничої діяльності людей у процесі створення матеріальних благ і послуг. Вимірюється кількістю продукції або послуг, вироблених працівником за одиницю робочого часу, затраченого на виробництво одиниці продукції чи надання послуги. У виробництві будь-якого товару беруть участь жива теперішня та минула праця.

Пропорції народного господарства (від лат. proportio — розмірність) — співвідношення між сферами і галузями народного господарства, між стадіями суспільного відтворення, між різними регіонами країни, внутрішньогалузеві та між виробничі пропорції тощо. Пропорції між сферами (загальноекономічні) — це співвідношення між виробничою і невиробничою сферами, між промисловістю і сільським господарством, між 1 і 2 підрозділами тощо.

Протекціонізм (від лат. protectio — захист, заступництво) — політика на захист внутрішнього ринку шляхом захисту від іноземної конкуренції. Протекціонізм здійснюється за допомогою високих митних тарифів на іноземні товари, повної заборони або обмеження імпорту окремих товарів, валютних обмежень, нетарифних бар'єрів, компенсаційних мит, сприяння експорту продукції національної промисловості чи сільського господарства, використання ліцензійної системи у зовнішній торгівлі, податків на імпорт тощо. Встановлення високих мит на іноземні товари може викликати зростання цін на внутрішньому ринку.

Реклама (від лат. — *reclamo* — кричати) — цільова інформація про споживчі властивості товарів та послуг з метою їхньої популяризації та збуту. Реклама — будь-яка форма повідомлень, які використовує фірма для інформування, переконання або нагадування людям про свої товари, послуги, ідеї суспільної діяльності. Фірма може використовувати крім реклами також публічні, персональні продажі та різноманітні стимулювання збуту.

Рента (від нім. *rente* — віддання назад) — особливий вид відносно стійкого доходу від певних видів власності (землі, нерухомого майна, облігацій). Особливе значення має земельна рента як економічна форма реалізації земельної власності. Причиною існування земельної ренти є монополія на землю як об'єкт господарювання, що зумовлює формування суспільної власності й цін на продукцію, вироблену на гірших землях. Умовами утворення ренти є відмінності у природній родючості ґрунтів, неоднакова віддаленість їх від ринку збуту сільськогосподарської продукції, баз постачання. Джерело ренти — надлишок додаткового продукту, що утворюється продуктивнішою землеробською працею на кращих земельних ділянках.

Ринок — система товарно-грошових відносин, що виникають між продавцем і покупцем, яка включає механізм вільного ціноутворення, вільне підприємництво, що здійснюється на основі економічної самостійності, рівноправності та конкуренції суб'єктів господарювання у боротьбі за споживача. Функціонування ринку підпорядковується законам товарного виробництва — закону вартості, попиту і пропозиції та закону конкуренції.

Сегментація ринку — розподіл ринку на окремі частини (сегменти) — група підприємств, товарів, споживачів, яким властиві певні спільні ознаки. Сегментація ринку може здійснюватись різними шляхами, за багатьма ознаками з урахуванням різних факторів. Об'єктами сегментації є споживачі, продукти (вироби та послуги), підприємства (фірми).

Сімейний підряд — форма колективного підряду, за якою адміністрація підприємства, господарства укладає договір з колективом, що складається з членів однієї сім'ї. Основна мета, принципи, організаційні й технічні умови сімейного підряду такі ж, як і при нормативному підряді. Поширення переважно у сільському господарстві, будівництві й первинній переробці продукції.

Спеціалізація — форма суспільного поділу праці, виражена у поділі старих та формуванні нових галузей суспільного виробництва, а також у поділі праці всередині галузей. Розвиток ринкових відносин, зростання масштабів виробництва, науково-технічний прогрес — найважливіші фактори спеціалізації, характерні для всіх галузей матеріального виробництва і невиробничої сфери.

Спілка — товариство з необмеженою кількістю учасників, мета, якого — сприяти їхньому промислу чи господарській діяльності засобами колективного виробництва; учасники не несуть особистої відповідальності за її зобов'язання.

Товар — продукт праці, виготовлений з метою обміну або продажу. Обмін, а потім і продаж є одним із засобів задоволення тих чи інших потреб суспільства і виникає разом із суспільним поділом праці та економічним відокремленням окремих виробників, які спеціалізуються на виробництві різних продуктів. Обмін продуктами мав певне місце в умовах первіснообщинного способу виробництва, більш поширеним став в умовах рабовласницького та феодального способів, хоча переважаючим у них було натуральне господарство.

Товариство відкрите — товариство, засноване на договорі кількох учасників (компаньйонів) з метою підприємницької діяльності, отримання прибутків і використання для цієї мети майна кожного з учасників договору.

Товариство з обмеженою відповідальністю — товариство (юридична особа), учасники якого беруть участь у постійному капіталі (статутному фонді) постійними внесками, не несучи особистої відповідальності за зобов'язання товариства.

Товарне виробництво — специфічний тип організації суспільного виробництва, при якому окремі продукти виробляються економічно відокремленими товаровиробниками і для задоволення суспільних потреб необхідні купівля, продаж на ринку цих продуктів, що стають товарами.

Транснаціональна корпорація — гігантські компанії, які діють у міжнародному масштабі і контролюють значну частку світового виробництва товарів, послуг, процес ціноутворення і привласнення монопольних надприбутків.

Управління просуванням товару — методи роботи з дилерами та торговельними посередниками, способи представлення нових виробів торговельним організаціям та споживачам. При спілкуванні з дилером та будь-яким іншим торговельним посередником найбільшу роль відіграє ціна на товари та послуги, визначення частки прибутку, який припадає на їхню долю.

Фермер — підприємець у сільському господарстві, власник сільськогосподарського підприємства. Найпоширенішим видом

сільськогосподарських підприємств у розвинутих країнах Заходу є сімейна ферма, де виробництво ведеться на власній землі силами членів сім'ї, а під час сезонних робіт використовують і найманих працівників.

Фірма (від італ. *firma*) — організація, яка веде господарську діяльність. Більшість фірм має у своєму складі одне підприємство, але значна частина фірм володіє і керує кількома підприємствами. Фірми створюються у всіх галузях економіки і з будь-якою формою власності.

Форми власності — якісно визначені види економічної власності, які виступають суспільними формами розвитку окремих елементів системи продуктивних сил (засобів праці, предметів праці, людини або робочої сили як її окремого елемента, науки, використання людьми сил природи, інформації та ін.) на тих чи інших ступенях еволюції людства, неоднакових рівнів усуспільнення виробництва і праці та різних економічних умов функціонування певних сфер і галузей виробництва в конкретних історичних умовах.

Цільова функція агробізнесу — досягається внаслідок реалізації готової продукції агропромислового виробництва з прибутком.

Ціна виробництва — перетворена форма вартості товару, що включає витрати виробництва та середній прибуток, категорія розвинутої ринкової економіки.

Ціна землі — капіталізована земельна рента. Земля не створюється людською працею, а тому ціни як такої не має. Проте у ринковій економіці, як й інші рідкісні блага, земля виступає об'єктом купівлі-продажу. Власник землі, продаючи її, по суті, продає право на отримання з неї доходу (ренти). Тому продаж ділянки відбувається лише тоді, коли вилучені за неї кошти при наданні їх у кредит принесуть процент, не нижчий від ренти.

Ціна рівноваги — ціна на конкурентному ринку, за якої величини попиту та пропозиції однакові; ціна, за якої ринок «очищається» (відсутність дефіциту чи надлишку товарів та послуг); ціна, яка виявляє тенденції до підвищення чи зниження; ціна, яка означає збіг «ціни продавця» та «ціни покупця», інтересів виробника та споживача. Графічно ціна рівноваги відповідає точці перетину кривої попиту та кривої пропозиції (точці еквіліуму).

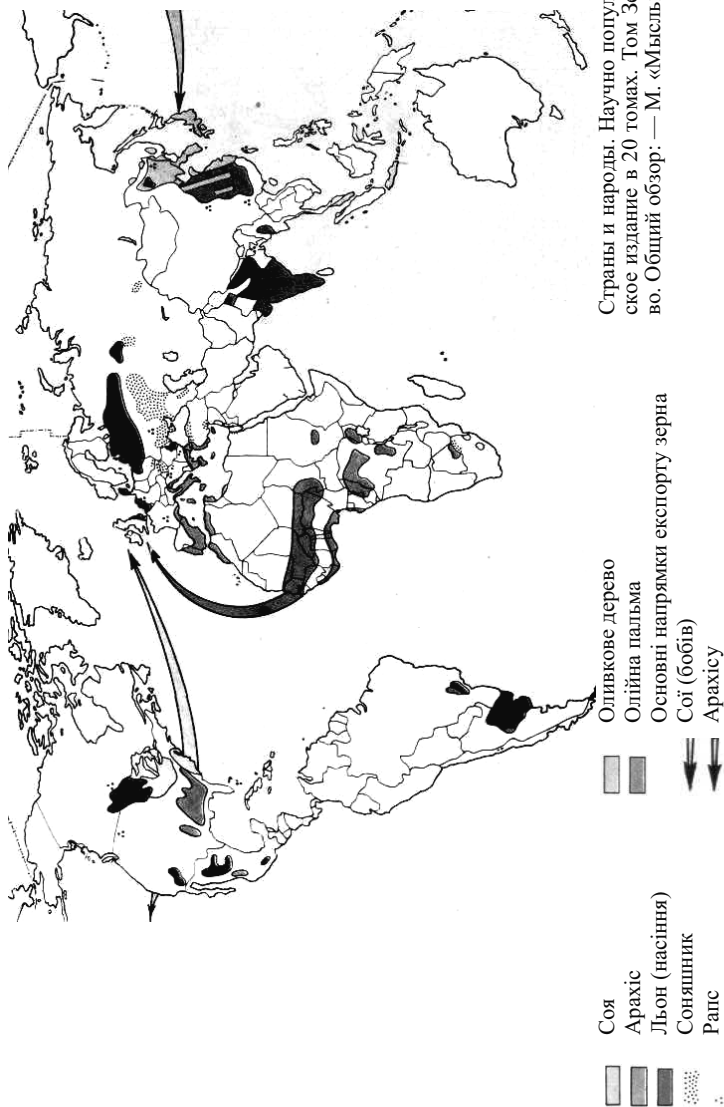
Цінні папери — належним чином оформлені документи, що виражають майнові відносини у суспільстві та підтверджують право («титул») на певне майно або грошову суму.

Ціноутворення — процес обґрунтування, затвердження та перегляду цін і тарифів, визначення їхнього рівня, співвідношення та структури. До ціноутворення відносять також аналіз та прогноз динаміки цін, контроль за дотриманням законодавчих норм у цій галузі. Ціноутворення виступає як система обліку ціноутворюючих факторів: витрат ресурсів на виробництво та реалізацію товарів; рівня споживчої вартості, якості товарів; науково-технічного рівня та новизни товарів; співвідношення попиту та пропозиції; взаємовпливу цін на аналогічні товари чи товари — субститути; зміни купівельної спроможності грошей, темпів інфляції тощо.

Якість — сукупність технічних, економічних, експлуатаційних та інших властивостей речей і процесів, які характеризують їхню корисність, один із головних показників ефективності виробництва, науково-технічного, економічного і соціального прогресу.

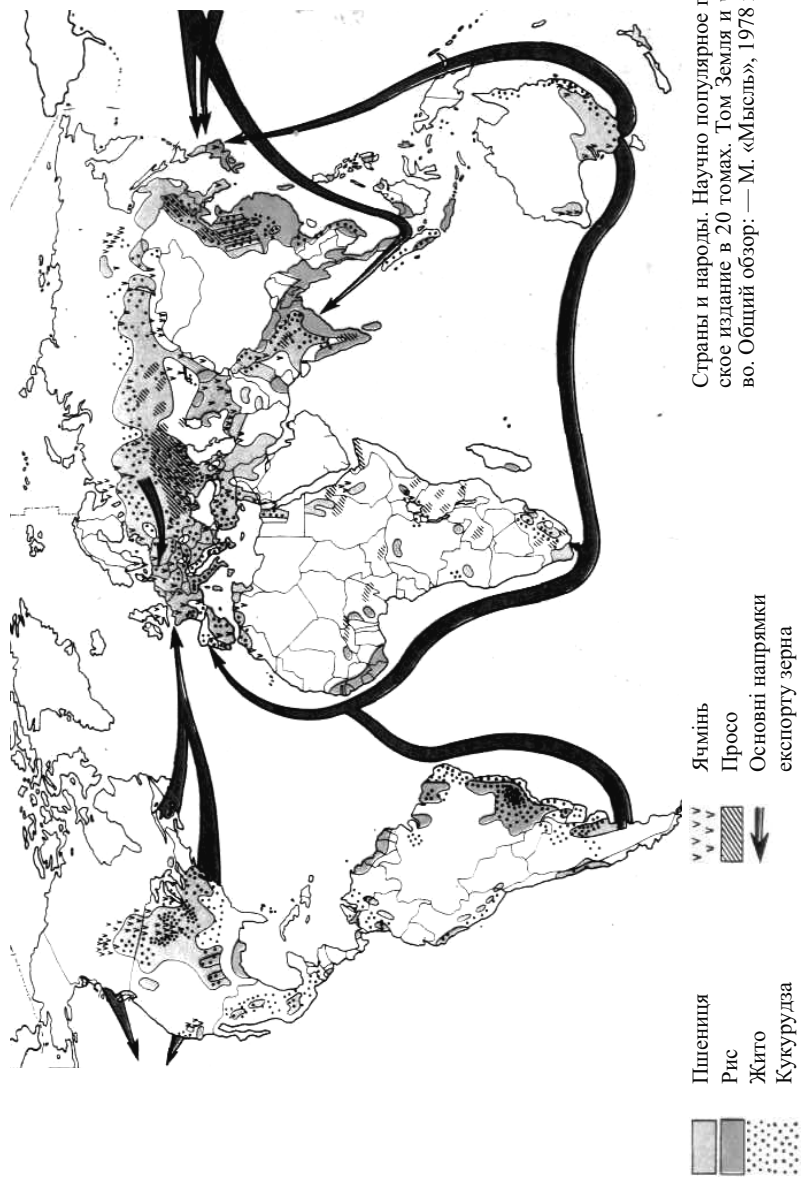
Додатки

Карта 1. Ареали посівів олійних культур і основні напрямки експорту сої (бобів) і арахісу Додаток 1

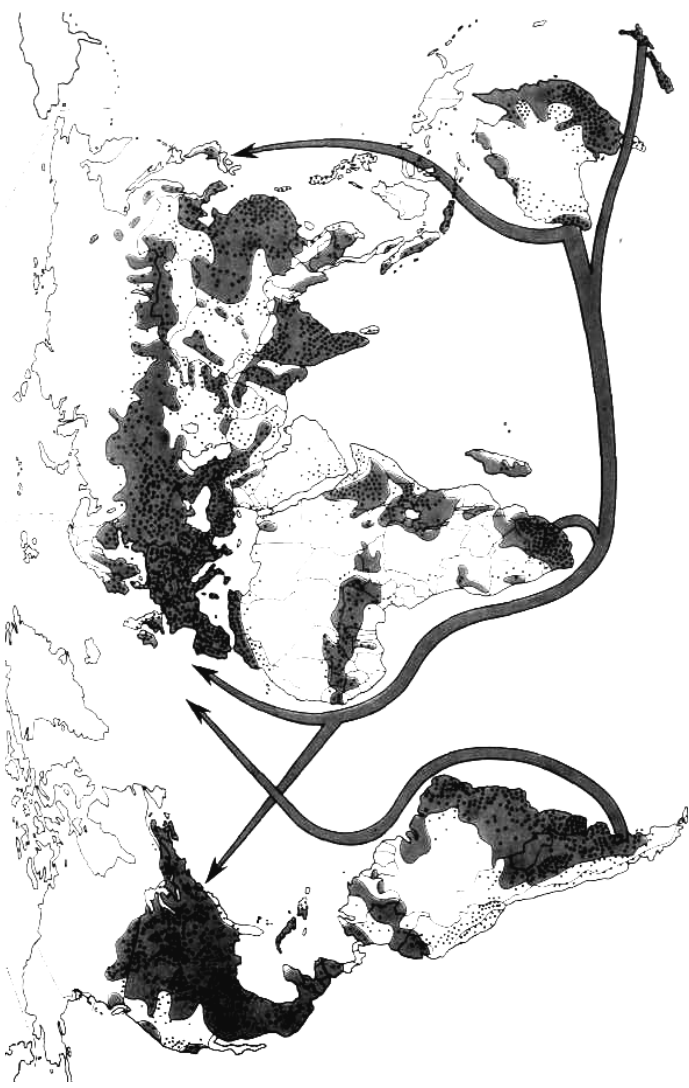


Страны и народы. Научно популярное географическое издание в 20 томах. Том Земля и человечество. Общий обзор: — М. «Мысль», 1978 г. С. 248

Карта 2. Ареали посівів зернових культур і основні напрямки експорту зерна



Карта 3. Ареали розвитку тваринництва і основні напрямки експорту вовни

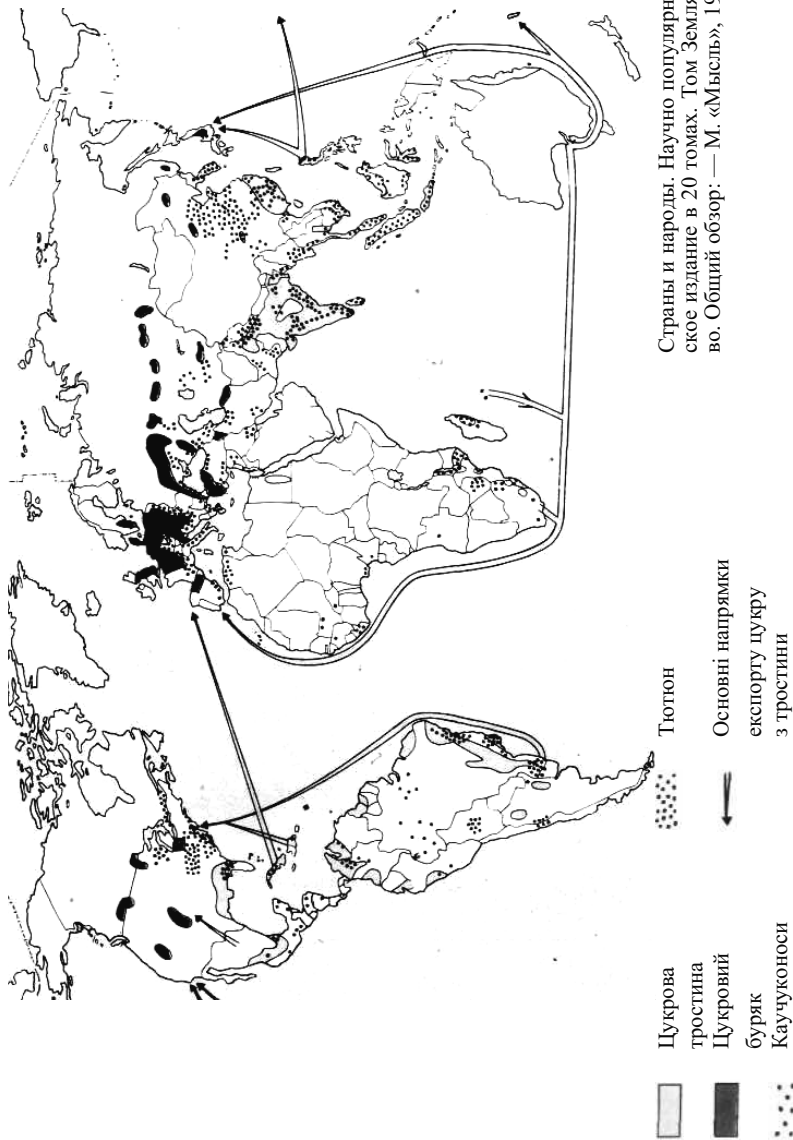


Велика рогата худоба
Свині
Вівці

Основні напрямки експорту вовни

Страны и народы. Научно популярное географическое издание в 20 томах. Том Земля и человечество. Общий обзор: — М. «Мысль», 1978 г. С. 250

Карта 4. Ареали розвитку рослинництва і основні напрямки експорту цукру з тростини



Список рекомендованої літератури

1. Конституція України. — К.: Либідь, 1996. — 26 с.
2. Закон України «Про власність» // *Голос України*. — 1991. — 24 квітня.
3. Закон України «Про господарчі товариства» // *Голос України*. — 1991. — 11 жовтня.
4. Закон України «Про фермерське господарство» // *Урядовий кур'єр*. — 2003. — 29 серпня.
5. Закон України «Про державну підтримку сільського господарства України» // *Урядовий кур'єр*. Орієнтир. — 2005. — 16 листопада.
6. Закон України «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року» // *Урядовий кур'єр*. — 1996. — 15 серпня.
7. Закон України «Про систему інженерно-технічного забезпечення агропромислового комплексу України» // *Урядовий кур'єр*. Орієнтир. — 2006. — 1 листопада.
8. Закон України «Про особливості приватизації майна в агропромисловому комплексі» // *Урядовий кур'єр*. — 1996. — 15 серпня.
9. Закон України «Про плату за землю». — *Урядовий кур'єр*. — 1996. — 19 жовтня.
10. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» // *Голос України*. — 1991. — 24 липня.
11. Закон України «Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві» // *Голос України*. — 1992. — 12 червня.
12. Закон України «Про екологічну експертизу» // *Голос України*. — 1995. — 16 березня.
13. Закон України «Про сільськогосподарську кооперацію» // *Урядовий кур'єр*. — 1997. — 14 серпня.
14. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини». *Урядовий кур'єр*, Орієнтир, 26 жовтня 2005 р.
15. Земельний кодекс України. *Урядовий кур'єр*. — 2001, 15 листопада.
16. Статут Аграрної біржі. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 26 грудня 2005 р. № 1285.
17. Указ Президента України «Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектору економіки» // *Урядовий кур'єр*. — 1999. — 8 грудня.

18. *Баккет М.* Фермерское производство: организация, управление, анализ: Пер. с англ. — М.: Агропромиздат, 1989. — 464 с.
19. *Бойко В. І., Норманський М., Лазня В. В. та ін.* Ринок продовольства. — К.: ІАЕ УААН, 1995. — 278 с.
20. *Борщевський П. П., Чернюк А. Г., Шмаглій О. Б.* Підвищення ефективності розвитку і розміщення харчової промисловості. — К.: Наукова думка, 1994. — 160 с.
21. Власність у сільському господарстві / За ред. П. Т. Саблука, В. В. Юрчишина — К.: Урожай, 1993. — 350 с.
22. *Вьюн В. Г.* Организационно-экономический механизм рационального природопользования в сельскохозяйственном производстве. — Днепропетровск: Пороги, 1994. — 159 с.
23. *Гайдуцький П. І.* Аграрна реформа: необхідність прискорення, // Урядовий кур'єр. — 1999. — 14 грудня.
24. *Гайдуцький П. І., Корольова О. Є.* Формування ринкових відносин в агропромисловому комплексі. — К.: ІАЕ УААН, 1994. — 175 с.
25. *Гайдуцький П. І.* Україні потрібна нова аграрна політика // Економіка АПК 2005 р., № 10, С. 3—7.
26. *Гайдуцький А. П.* Продовольча проблема у Китаї в контексті світового аграрного ринку // Економіка АПК, 2005 р., № 10, С. 143—147.
27. *Губені Ю. Е.* Досвід та проблеми розвитку аграрної політики трансформаційного періоду в Чеській Республіці // Економіка АПК, 2002, № 3 С. 118—124.
28. *Данилишин Б. М.* Эколого-экономические проблемы обеспечения устойчивого развития производительных сил Украины. — К.: СОПС Украины, НАН Украины, 1996.— 260 с.
29. *Дем'яненко В. Рьлько Д.* Мировая аграрно-продовольственная система. — МЭ и МО, 1998, № 8.
30. *Дем'яненко С.* Спільна аграрна політика ЄС: суть, тенденції та значення для України // Економіка України, 2003 р., № 3, С. 80—86.
31. *Завадський Й. С.* Управління сільськогосподарським виробництвом в системі АПК. — К., 1992. — 367 с.
32. *Заставний Ф. Д.* Географія України. — Львів: Світ, 1994. — 471 с.
33. *Кваша С. М.* Удосконалення аграрних зовнішньоекономічних відносин та особливості регулювання аграрного ринку в країнах ЄС. — Економіка АПК, 2000, № 6.
34. *Кваша С. М., Голомша Н. Є.* Конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції на світовому аграрному ринку. Економіка АПК, 2006, № 5.
35. *Кіщак Ю.* Експортний потенціал галузі. Харчова і переробна промисловість, № 9—10, вересень-жовтень 2004 р.
36. *Ковалев Е.* Продовольственная проблема в современном мире. — МЕ и МО, 1999, № 6.
37. *Коньгин В. С.* Фермерское хозяйство США. — М.: Агропромиздат, 1989. — 272 с.

38. *Кучер М. І., Шевченко В. І.* Виробництво зерна та пшениці в Канаді // Економіка АПК, 2002 № 12, С. 128—131.
39. *Маркарьян С. Б.* Проблемы агропромышленной интеграции в Японии. — М.: Наука, 1982. — 240 с.
40. *Мартынов В. Д.* Фермерская кооперация.— М.: Знание, 1990. — 64 с.
41. *Месель-Веселяк В. Я., Саблук П. Т., Монік М. Й.* Розвиток форм господарювання на селі. — К.: Урожай, 1993. — 376 с.
42. Методические рекомендации по организации маркетинга в агропромышленном производстве // АПК: экономика, управление. — 1993. — № 7. — С. 45—55; № 8.— С. 35—45.
43. *Олійник Д.С.* Кредитна кооперация у сільському господарстві: досвід і шляхи розвитку в Україні // Фінанси України, 2003, № 4, с. 102—109.
44. Основа маркетингу на підприємствах АПК / За ред. П. І. Гайдуцького, Є. А. Бузовського. — К.: ІЕА УААН, 1992. — 38 с.
45. Перехід до ринкового господарювання / П. Т. Саблук, М. П. Вітковський. — К.: ІАЕ УААН, 1993. — 136 с.
46. Проблемы развития региональных АПК / Под ред. В. Р. Боева. — М.: Агропромиздат, 1987. — 287 с.
47. Про стратегію трансформації АПК і забезпечення продовольчої безпеки України. — Економіка України. 2000, № 9.
48. Прогнозирование развития региональных продовольственных комплексов / Под ред. Е. Н. Крылатых. — М.: Агропромиздат, 1989. — 329 с.
49. Реформування сільського господарства в Україні: широке поле. За редакцією Штефана фон Крамона-Таубаделя та Людвіга Штріве. — К. Фенікс, 1999.
50. Региональная специализация сельскохозяйственного производства / Борщевский П. П., Прейгер Д. К., Иванух Р. А. — К.: Наукова думка, 1989. — 200 с.
51. *Ричард Л. Кольз, Джозеф Н. Уль.* Маркетинг сельскохозяйственных продуктов //АПК: экономика, управление. — 1992. — № 1. — С. 44—48; № 2. — С. 32—36; № 3. — С. 62—66; № 4. — С. 60-65; № 5. — С. 33—37.
52. *Руснак П. П.* Економіка природокористування. — К.: Урожай, 1992. — 318с.
53. *Рылько Д. Демьяненко В.* Проблемы и противоречия развития мировой агропродовольственной системы. — МЭ и МО, 2000, № 8.
54. *Семенов В. Ф., Деречин В. В.* Региональный АПК: теория, практика, проблемы. — Одесса: ОКФА, 1995. — 164 с.
55. *Семенов В. Ф.* Шляхи підвищення ефективності реформування агропромислового комплексу регіону. — К.: РВПС України НАН України, 1998. —206 с.
56. *Семенов В. Ф., Сіваченко І. Ю., Федоряка В. П., Кирилова О. Л.* Основи агробізнесу. — Навч. посіб. / За ред. В. Ф. Семенова, І. Ю. Сіваченка. — Одеса, ОКФА, 1897.

57. *Семенов В. Ф., Сіваченко І. Ю., Федоряка В. П.* Загальний курс агробізнесу. Навч. посіб. / За ред. В. Ф. Семенова, І. Ю. Сіваченка. — л. Т-во «Знання», КОО, 2000.
58. *Ситник В. П. та ін.* Вдосконалення економічного механізму в АПК. — К.: Урожай, 1989. — 184 с.
59. *Сіваченко Й. Ю., Коровяковский Д. З.* Формирование и развитие целостной системы агропромышленного комплекса. — Киев: Вища школа, 1987. — 172 с.
60. *Соколенко С. І.* Сучасні світові ринки та Україна. / Наук. вид. — К. Демос. 1995, — Рос.
61. Соціальне відродження і розвиток села в умовах становлення ринкових відносин / Саблук П. Т., Вдовиченко М. В. — К., 1993. — 216 с.
62. Формування і реалізація державної політики розвитку матеріально-технічної бази АПК в Україні. Матеріали до П'ятих річних зборів Всеукраїнського конгресу вчених економістів-аграрників. — Київ, ІАЕ, 2003. — 82 с.
63. Фінансовий і ціновий механізм АПК в умовах переходу до ринку / Саблук П. Т., Дем'яненко М. Я., Шпичак О. М. та ін. — К.: ІАЕ УААН, 1993. — 350 с.
64. *Філіпчук Н.* Колгосп по-французьки // Голос України, 3 лютого 2000 р.
65. *Хэджес Т.* Организация хозяйства на фермах: Пер. с англ. — М: Прогресс, 1966. — 607 с.
66. *Чумаченко Н. Г.* Анализ и прогнозирование развития экономики региона. — К.: Наукова думка, 1991. — 226 с.
67. *Чухно А. А.* Перехід до ринкової економіки. — К.: Наукова думка, 1993. — 276 с.
68. *Шаркань П.* Мировая продовольственная проблема. — М. Экономика, 1982.
69. *Шиян Д. В.* Особливості та чинники формування закономірностей циклічності виробництва у сільському господарстві США // Економіка АПК, 2004 р., № 4, С. 147—152.
70. *Шуфрич Н. І.* Реформування земельної власності у постсоціалістичних країнах Східної Європи // Економіка АПК, 2003, № 1 С. 135—137.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

І. Ю. Сіваченко, О. В. Захарченко, В. Ф. Семенов,
Д. В. Побережний, М. А. Левицький,
І. О. Горячко, М. І. Барановська

МІЖНАРОДНИЙ АГРОБІЗНЕС

Видання 2-ге, перероблене та доповнене

Навчальний посібник

Керівник видавничих проектів – *Б. А. Сладкевич*
Друкується в авторській редакції
Дизайн обкладинки – *Б. В. Борисов*

Підписано до друку 24.06.2008. Формат 60x84 1/16.
Друк офсетний. Гарнітура PetersburgC.
Умовн. друк. арк. 15.

Видавництво “Центр учбової літератури”
вул. Електриків, 23
м. Київ, 04176
тел./факс 425-01-34, тел. 451-65-95, 425-04-47, 425-20-63
8-800-501-68-00 (безкоштовно в межах України)
e-mail: office@uabook.com
сайт: WWW.CUL.COM.UA

Свідоцтво ДК №2458 від 30.03.2006