

Економічні науки

**Мороз Олеся Володимирівна**

*магістр, студентка кафедри аграрного менеджменту*

*Вінницького національного аграрного університету*

**ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ  
В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ РИНКУ**

**ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ**

**ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ РЫНКА**

**PROBLEMS OF REALIZATION OF AGRICULTURAL PRODUCTS IN  
THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION OF MARKET**

*Анотація.* У статті піднімається питання основних проблем реалізації продукції. Наведені приклади тих галузей виробництва сільськогосподарської продукції, які потребують підвищеної уваги, як з боку держави, фермерів та від суспільства загалом. З'ясовано, що підвищивши якість роботи менеджерів, дотримуючись норм якості та стандартизації, можливе активніше просування державної продукції та вироблення бренду. Доведено, що за сприяння державних програм та надання державних гарантій, можливе як покращення системи зберігання продукції, так і активна реалізація українського товару в тому числі за межами держави. Розвинуто ідею стосовно подальшої діяльності кожного споживача, як свідомого громадянина своєї країни, що може чинити безпосередній вплив на економічну ситуацію в державі. Та завдяки сумлінному дотриманні законів та норм підвищувати стабільність держави.

**Ключові слова:** *імпорт, експорт, економічне зростання, процес глобалізації, ринкова економіка, аграрний сектор.*

*Аннотация.* В статье поднимается вопрос основных проблем реализации продукции. Приведенные примеры тех отраслей производства

*сельскохозяйственной продукции, требующих повышенного внимания, как со стороны государства, фермеров и от общества в целом. Выяснено, что повысив качество работы менеджеров, соблюдая нормы качества и стандартизации, возможно более активное продвижение государственной продукции и выработки бренда. Доказано, что при содействии государственных программ и предоставления государственных гарантий, возможно как улучшение системы хранения продукции, так и активная реализация украинского товара в том числе за пределами государства. Развита идея относительно дальнейшей деятельности каждого потребителя, как сознательного гражданина своей страны, что может оказать непосредственное влияние на экономическую ситуацию в государстве. Но благодаря добросовестному соблюдению законов и норм повышать стабильность государства.*

**Ключевые слова:** импорт, экспорт, экономический рост, процесс глобализации, рыночная экономика, аграрный сектор.

**Summary.** *The article raises the question of the main problems of product sales. Examples of those agricultural production sectors that require increased attention from the state, farmers and society as a whole are given. It was found that improving the quality of managers' work, adhering to the standards of quality and standardization, it is possible to more actively promote state production and brand development. It is proved that with the assistance of state programs and the provision of state guarantees, it is possible to improve the system of storage of products, as well as the active realization of Ukrainian goods in the net outside the state. The idea is developed regarding the further activity of every consumer, as a conscious citizen of his country, which can have a direct impact on the economic situation in the state. But due to consistent compliance with laws and norms, to increase the stability of the state.*

**Key words:** import, export, economic growth, globalization process, market economy, agrarian sector.

**Постановка проблеми.** Глобалізація – це процес, спрямований на створення більш інтегрованої та взаємозалежної світової економіки. І цей процес має дві основні складові: глобалізацію ринків і глобалізацію виробництва.

Глобалізацією ринків називають процес об'єднання історично відокремлених і відмінних між собою національних ринків в один великий ринковий простір. Смаки й уподобання споживачів різних націй починають змінюватись у напрямку певної глобальної норми і таким чином сприяють утворенню глобального ринку.

Торгівля між країнами буде взаємовигідною, коли ціна товару на зовнішньому ринку буде вищою, ніж його внутрішня ціна в країні-експортері. Зважаючи на це потрібно покращувати якість продукції, щоб мати змогу вивести її на світовий ринок.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Більшість видатних політиків, економістів сьогодення виступають прибічниками глобалізації ринків і виробництва. Зокрема, Дж. Сорос вважає, що вигоди від глобалізації перевищують породжені нею витрати. Автори статей стосовно глобалізації ринкової економіки: Тимур Чмерук, Людмила Кислова, Петро Герасименко та ін. «Не можна легковажити із набутками минулого», — зауважує Райнерт. Україні варто і надалі розвивати наукомісткий виробничий сектор, дорожити людськими ресурсами. Серед пріоритетів України – відбудова свого внутрішнього ринку, який дасть бізнесу можливість інвестувати в економіку.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є привернення уваги до проблеми реалізації сільськогосподарської продукції в умовах глобалізації ринку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Зважаючи не факт переважання на українських прилавках великої кількості закордонної продукції, виникає актуальне запитання—як збувати продукт в умовах

жорсткої конкуренції та активного просування імпоротної продукції.

Давайте звернемося до статистичних даних:

За даними Держстату України протягом 2018 року Європейський Союз залишався ключовим торговельним партнером України з питомою вагою торгівлі товарами та послугами 41,1% від загального обсягу торгівлі України.

Протягом цього періоду загальний обсяг торгівлі товарами та послугами між Україною та ЄС склав 49 317,1млн. дол. США. У 2018 р. обсяги українського експорту до країн ЄС (28 країн) становили 23 032 млн. дол. США, що на 14.3% перевищило показник попереднього року. Імпорт з країн ЄС (28 країн) у 2018 р. дорівнював 26 285,1 млн. дол. США, що на 12,7% перевищило показник за відповідний період попереднього року. У двосторонній торгівлі зберігалось негативне сальдо у розмірі 3 253,1 млн. дол. США.

В 2014-2018 роках частка товарів з доданою вартістю в загальній структурі українського експорту була майже незмінною і становила 50%.

Що це означає? Ми сировинна країна, яка отримує половину валютної виручки від продажу простих товарів: сталевих напівфабрикатів, зерна та руди.

Це низькомаржинальні товари з високою волатильністю міжнародних цін на них. Тобто, падіння цін на метал або зерно на міжнародних ринках з легкістю обвалить курс гривні.

Перефразовуючи: високі ціни на сталь, руду і зерно є вищим гарантом стабільності в Україні, ніж будь-який президент.

І через це Україна – в пастці глобалізації. Це коли ми продаємо сировину в інші країни. Там її переробляють у готову продукцію і продають в треті країни, в тому числі й нам.

На жаль, українці перестають бути нацією гречкосіїв. За прогнозами

різних експертних груп на кінець 2018 і початок 2019 років посіви гречки в Україні у 2019 році могли скоротитись удвічі – до 40-50 тис. га порівняно з 100 тис. га у 2018 році. Але за свідченнями сучасних видань, підсумовуючи шість місяців поточного року показники виробництва гречки в Україні становить 24,54 тис. тонн, що на 26 % перевищує показник минулого року.

Попереднь причиною зниження площі посівів вважалося інтервенція неякісної гречаної крупи з Росії. Сусід навмисно продає свою неякісну гречку на українському ринку за демпінговими цінами, які менші за собівартість якісної української крупи.

Хоча на кінець поточного року, прогнози не підтвердилися, але ситуація на ринку все ж критична. Експортний обсяг зріс до 3,85 тис.т. Але імпорт з січня по квітень цього року на рівні 7,34 тис.т, що вдвічі перевищує експорт.

Наступна глобальна проблема, як вимагає невідкладного вирішення, зокрема за сприянням державних програм—зберігання продукції.

Господарства можуть втратити до половини врожаю, експерти навіть не намагаються зменшувати масштаб проблеми.

«Старі радянські овочесховища все більше приходять в непридатність і їх потужностей просто не вистачає під цьогорічний врожай. Псування запасів в таких овочесховищах становить від 30% до 50%», — уточнив керівник компанії "АгроВент Україна" Андрій Марущак.

Нові сховища, звичайно, теж є. Але найчастіше вони належать великим агрохолдингам, які будували їх під себе. А тому левову частку площ заповнюють власною продукцією. Так що середнім і дрібним фермерам рідко вдається прилаштувати свій урожай в гарне місце.

«Завдяки багатому врожаю завантаженість овочесховища у нас зараз перевищує 90%. Ми беремо на зберігання овочі і у фермерів Херсонщини, але працюємо тільки з великими партіями, розміщеними на тривалий термін. Мінімальний об'єм зберігання — 100 контейнерів і мінімальний

строк — 6 місяців», — зазначив комерційний директор Green team Дмитро Череватов.

А зберігати українським виробникам є що: за даними Держстату, на 1 листопада 2018 року обсяги виробництва овочів (без картоплі) відкритого ґрунту зросли в Україні на 1,9% (порівняно з аналогічним періодом минулого року, і досягли 8,7 млн. тонн. А виростили картоплі на 3% більше, ніж роком раніше, — 22,5 млн. тонн. Показникина 2019 рік не значно відрізняються від поточних, швидше ближчі до 2017. Але це не знижує рівень потреби у правильному зберіганні. За таких умов, фермери намагаються якомога швидше розпродати свій продукт оптовикам, щоб знизити затрати на зберігання. А ті, в свою чергу швидше збувають на експорт. Використавши запаси, ми знову ж таки повертаємося до питання імпорту, який за сезон 2018-2019 років побив цтфрові рекорди десятирічної давності.

Звичайно, далеко не все це потрібно закладати в сховища. Багато продали за кордон, а багато що просто встигли з'їсти. Сукупно Україна потребує сховищ місткістю 4,5 млн. тонн, а загальний обсяг відповідних будов зараз оцінюють у 3 млн. тонн. При цьому майже 70% експлуатованих сховищ — це потужності радянського зразка.

«Ринки овочів України та Євросоюзу зараз тісно взаємопов'язані. Якщо овочі вигідніше продавати в Європі — то українські аграрії будуть це робити. Особливо, якщо у них є проблеми зі зберіганням».

Немає соціальної допомоги від держави.

Крім стабільного забезпечення населення країни якісним, безпечним, доступним продовольством, аграрний сектор спроможний на вагомий внесок у розв'язання світової проблеми голоду.

Подальше входження до світового економічного простору, посилення процесів глобалізації, лібералізації торгівлі потребує адаптації до умов, що постійно змінюються, а відповідно - подальшого удосконалення аграрної

політики.

Український аграрний сектор з потенціалом виробництва, що значно перевищує потреби внутрішнього ринку, може сприяти розвитку національної економіки та її ефективній інтеграції у світовий економічний простір, а отже, зростанню доходів задіяного в аграрній економіці сільського населення, кількість якого становить понад третину всього населення країни, а також забезпечити мультиплікативний ефект розвитку інших галузей національної економіки.

Ця Стратегія спрямована на формування ефективного, соціально спрямованого аграрного сектору економіки, що повинен задовольнити потреби внутрішнього ринку та забезпечити провідні позиції у світі на основі його багатокладності та пріоритетності підтримки господарств, власники яких проживають у сільській місцевості, поєднують право на землю із працею на ній, а також власні економічні інтереси із соціальною відповідальністю перед громадою.

Одна із проблем: нерівномірність розвитку різних форм господарювання з одночасним послабленням позицій середніх сільськогосподарських товаровиробників внаслідок створення для різних за розмірами та соціальним навантаженням сільськогосподарських товаровиробників формально однакових, але не рівних умов господарювання;

- низькі темпи техніко-технологічного оновлення виробництва;
- наявність ризиків збільшення виробничих витрат внаслідок зростання рівня зношеності техніки, переважання використання застарілих технологій, збільшення вартості невідновлюваних природних ресурсів у структурі собівартості виробництва вітчизняної сільськогосподарської продукції;
- обмежена ємність внутрішнього ринку споживання сільськогосподарської продукції, що обумовлена низькою

платоспроможністю населення;

- непоінформованість значної частини сільськогосподарських товаровиробників про кон'юнктуру ринків та умови ведення бізнесу в галузі;
- незавершеність земельної реформи;
- монополізація ринку.

Стратегічними цілями розвитку аграрного сектору є:

- сприяння розвитку сільських населених пунктів та формування середнього класу на селі шляхом забезпечення зайнятості сільського населення та підвищення рівня доходів;
- підвищення рівня інвестиційної привабливості галузей аграрного сектору та фінансової безпеки сільськогосподарських підприємств;
- ефективність галузей, забезпечення стабільності ринків, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції;
- розширення участі України у забезпеченні світового ринку сільськогосподарською продукцією;
- раціональне використання земель сільськогосподарського призначення та зменшення техногенного навантаження аграрного сектору на навколишнє природне середовище.

Якість імпортованої продукції, або "харчовий расизм".

Чехія, Словаччина, Литва та інші країни на початку цього року розглядали питання низької якості продуктів та товарів. Ці товари гірші порівняно з аналогами, які виготовляють для багатших країн. Експерти країн Східної Європи провели дослідження, які показали, що великі міжнародні виробники постачають продукти та товари у країни з меншим рівнем життя нижчої якості. Це стосується України. Виробники продуктів харчування підлаштовуються під рівень платоспроможності попиту і знижують собівартість товарів.

В умовах ринкової економіки якість продукції відіграє надзвичайно



важливу роль у підвищенні її конкурентоспроможності. Економічне суперництво підприємств, окремих об'єднань, боротьба їх за ринки збуту зосереджуються не значною мірою на нецінових факторах, а не лише на ціні. Серед цих факторів — реклама, створення сприятливих умов для реалізації продукції, забезпечення (за необхідності) післяпродажного обслуговування покупців — особливе місце займає якість продукції. Зрозуміло, що за однакової ціни більшим попитом користуватиметься продукт, який має вищу якість. Водночас істотне поліпшення підприємством якості продукції порівняно з аналогічною продукцією конкурентів дає йому можливість підвищувати ціну на неї, не втрачаючи при цьому своїх споживачів, а в нерідких випадках навіть збільшуючи обсяг продажу.

На український ринок потрапляє приваблива імпортна продукція, добре калібрована і упакована. Оскільки швидко зростаючі роздрібні мережі не можуть купувати якісну продукцію у місцевих виробників, вони все частіше звертаються до продукції з-за кордону (яблука – з Польщі, солодкий перець – з Нідерландів, кавуни – з Іспанії, виноград – з Італії). Таким чином, адаптація існуючих стандартів якості і безпечності виробництва та встановлення функціональної організації з контролю якості важливі питаннями для майбутнього розвитку галузі виробництва плодоовочевої продукції в Україні.

На даний момент лише деякі українські виробники плодоовочевої продукції знайомі з існуючими стандартами якості. Ще менше вони знають про стандарти якості для свіжих овочів і фруктів, які діють в Європейському Союзі та інших країнах, або про стандарти, прийнятих міжнародними організаціями, наприклад, ФАО або СОТ.

Різниця у стандартах ЄС та України базується на принципах функціонування економіки. Відхід від планової економіки до ринкової означає, що держава не може контролювати все. В ринковій економіці завдання стандартів—радше контролювати мінімальні вимоги безпечності,

які а) не шкодитимуть споживачам б) забезпечать гравцям ринку певну свободу. Багато вимог до безпечності харчових продуктів в ЄС відрізняються від норм, встановлених в Україні сьогодні. Приміром, в Україні є вимоги щодо вмісту кадмію в соняшниковому насінні, а в ЄС цієї норми немає. З іншого боку, в ЄС вищі вимоги до вмісту білка в молоці.

Так, наприклад для України базова частка білка в молоці, яке надходить на переробні підприємства, відповідно до державного стандарту складає 3%, а в ЄС—3,2%.

Контроль за безпечністю продукції: що таке НАССР?

НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points—Система управління безпечністю харчових продуктів, ХАССП)—система аналізу і контролю ризиків та небезпечних чинників, що дозволяє гарантувати виробництво безпечної продукції шляхом визначення й контролю небезпечних чинників. Сьогодні система управління безпечністю харчових продуктів на принципах НАССР визнана найнадійнішою системою в світі, яка запобігає виробництву небезпечних харчових продуктів.

Питання регулювання—це більше питання контролю до того, що виробляють підприємства. Раніше система безпечності продуктів харчування була орієнтована на боротьбу з наслідками порушень. НАССР запобігає порушенню норм безпечності продуктів харчування. При цьому відповідальним за безпечність продукції є оператор ринку, а не державні контрольні органи. Дотримання загальних гігієнічних вимог—програм-передумов НАССР в Україні є обов'язковим для всіх операторів ринку харчових продуктів з 20 вересня 2016 року та вимагає забезпечити здоров'я та гігієну персоналу як елемент безпечності продукції.

Підприємства, які виробляють продукцію, що містить необроблені інгредієнти тваринного походження, повинні запровадити НАССР в обов'язковому порядку з 20 вересня 2017 року. Якщо в продукції не містяться необроблені інгредієнти тваринного походження, підприємство

має перейти на НАССР з 20 вересня 2018 року. Останніми на стандарти НАССР в Україні мають перейти малі потужності—20 вересня 2019 року.

Побудова, впровадження і сертифікація інтегрованої системи управління якістю продукції промислових підприємств надасть їм ряд конкурентних переваг та впевненість у такому рівні виробництва продукції та надання послуг, який відповідає вимогам міжнародних стандартів і зумовлюється гострою конкурентною боротьбою на внутрішньому і зовнішньому ринках.

На сьогоднішній день активно піднімається питання про відміну використання антибіотиків у виробництві продуктів харчування. Загальна тенденція до антибіотикорезистентності населення призводить до потреби у зміні сподобів вирощування та зберігання продукції, яка є основним джерелом насичення суспільства. Активні кампанії по покращенні якості продукції, точно не здешевлять її вартості, але виведуть на значно вищий та безпечніший рівень споживання. А відтак підвищать шанси на можливість прогодувати себе не вдаючись до збільшення кількості імпортованих харчів.

Тому доцільно впроваджувати інтегровану систему управління якістю, яка на практиці поєднує взаємопов'язані процеси, і є основою для досягнення основної мети діяльності підприємства — отримання прибутку шляхом задоволення вимог і очікувань споживачів.

Постійне покращення і задоволення потреб споживачів. Усунення та зниження небезпеки і ризиків на виробництві.

Що варто робити в даних умовах:

- Бренд-менеджер розкручує торгівельну марку компанії, намагаючись зробити так, щоб її впізнавали на ринку, працює з рекламними агентствами, де придумують таку ідею, яка виділить продукт з маси інших і зробить його популярним.
- Помилково вважати, що робота бренд-менеджера закінчується з успішним виведенням марки на ринок. Мало правильно

позиціонувати торгівельну марку, зробити її популярною. Щоб до неї не пропав інтерес споживачів, бренд-менеджеру доводиться постійно піклуватися про її оновлення, вигадувати фішки: змінювати упакування товару, проводити різноманітні рекламні та промоушн-акції.

- Проводити просвітницьку діяльність серед малих фермерських господарств по земельним кодексам, правилам використання та охорони земель сільськогосподарського призначення. А також права та закони.

**Висновки.** Даною роботою намагаюсь привернути увагу на відносини між споживачами і виробниками, як моральні так і правові.

Людина стає споживачем задовго до того, як вимовляє своє перше слово, вона з народження споживає смачне дитяче харчування, носить памперси, спить в ліжечку...

Кожен з нас стає споживачем кілька разів на день, тому з впевненістю можна говорити про те, що ми з Вами живемо у суспільстві споживачів.

Чого найбільше хоче споживач? Звісно, отримати якісний товар або послугу за розумні гроші. І навіть більше, споживач готовий переплачувати аби лише отримати бажане, отримати найкращий сервіс.

Питання сервісу, якраз особливо гостро постає в Україні. Коли споживач не може отримати бажане, тобто якість і сервіс. Хоч Україна і рухається в напрямку до європейських стандартів, але дуже і дуже повільно.

Кожного дня ми не лише є споживачами, ми ще є і виробниками товарів або виконавцями послуг. Кожного дня хтось з нас пече хліб, хтось лікує людей, хтось складає автомобілі, хтось навчає дітей, хтось надає юридичні послуги...

У світі діє принцип: «я їм хліб, який приготував ти, а ти користуєшся моїми освітніми, медичними, технічними послугами». Тому хочеться звернутися не лише до споживачів, а й особливо до виробників—коли кожен

виконує свою роботу пам'ятаймо, що ми її виконуємо для таких же споживачів як ми з Вами, які хочуть хорошу якість і гідний сервіс.

Перед тим, як виконувати свою роботу неналежним чином, подумайте, чи хотіли б Ви, щоб Вас годували неякісним товаром або надавали неякісні послуги?

Поважаймо себе і інших, ставмося до інших так, як хочемо, щоб ставилися до нас. Робімо якісне, щоб купувати найкраще і національне!

### **Література**

1. Бренд-менеджер. URL: <https://www.education.ua/ua/professions/brand-manager/>
2. Глобалізація як феномен сучасності. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2009/09/2/205852/>
3. Кислова Л. А. Вплив глобалізації товарних ринків на економічний розвиток та безпеку країни. URL: <http://journals.uran.ua/index.php/2225-6407/article/view/22173>
4. Міжнародна торгівля товарами в Україні та Євросоюзі у I кварталі 2018 року. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/mizhnarodna-torgivlya-tovaramy-v-ukrayini-ta-yevrosoyuzi-u-i-kvartali-2018-roku>
5. Науковий вісник ЛНУВМБТ ім. С.З. Гжицького, 2016, т 18, № 2 (69).
6. Сіденко В.Р. Глобалізація // [1] Енциклопедія сучасної України : у 30 т. / ред. кол. І. М. Дзюба [та ін.] ; НАН України, НТШ, Координаційне бюро енциклопедії сучасної України НАН України. К., 2003–2016.
7. Шаров І. Ф. Від мрії – до дії! – К.: Арт Економі, 2016. 188 с.
8. URL: <https://agroreview.com/news/mystectvo-vedennya-teplychnoho-biznesu-v-ukrayini-menshi-ploshchibilshyj-asortyment>