

Загострення продовольчої проблеми у світі, найімовірніше, призведе до того, що більшість країн формуватиме жорстку політику в зазначеній сфері, посилюючи державний контроль за національними продовольчими ресурсами, нарощуючи продовольчі резерви та реалізацію протекціоністських заходів, що обмежуватимуть експорт продовольства.

### **Література**

1. Інтернет-ресурс: [http://www.un.org/russian/issues/food/fao\\_hunger.pdf](http://www.un.org/russian/issues/food/fao_hunger.pdf)
2. *Сумленний С.* Еда для двух миллиардов // Эксперт. — 2008. — № 38. [http://expert.ru/rprintissues/expert/2009/38/eda\\_dlya\\_dvuh\\_milliardov/#print](http://expert.ru/rprintissues/expert/2009/38/eda_dlya_dvuh_milliardov/#print)
3. Виклики і шляхи агропродовольчого розвитку / Пасхавер Б.Й., Шубравська О.В., Молдаван Л.В. та ін.; Ін-т екон. та прогнозув. — К., 2009. — 432 с.
4. *Молдован Л.* Сталий розвиток аграрної сфери — цільовий вектор на ХХІ століття // Економіка України. — 2009. — 352 с.
5. *Попова О.Л.* Сталий розвиток агросфери України: політика і механізми/ О.Л. Попова; НАН України, Ін-т екон. та прогнозув. — К., 2009. — 352 с.

Стаття надійшла до редакції 11.05.2011 р.

УДК 338.439

**К. М. Мірошниченко**, аспірант  
м. Луганськ, Луганський національний  
аграрний університет  
Науковий керівник: **Ткаченко В. Г.**, д-р екон. наук,  
професор, член-кореспондент НААН України

## **ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА БОРОШНОМЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ У КОНТЕКСТІ ВИРІШЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОБЛЕМИ**

У статті розкрито визначення потенціалу України як аграрної держави у вирішенні глобальних продовольчих проблем. Важливість використання маркетингової діяльності на борошномельних підприємствах у визначенні гідного положення в галузі та успіху в конкурентній боротьбі.  
Ключові слова: маркетинг, глобальна продовольча проблема, зерно, органічне виробництво, інтенсифікація сільськогосподарського виробництва, інтеграція.

*В статье раскрыто определение потенциала Украины как аграрного государства в решении глобальных продовольственных проблем. Важность использования маркетинговой деятельности на мукомольных предприятиях для достижения достойного положения в отрасли и успеха в конкурентной борьбе.*

Ключевые слова: маркетинг, глобальная продовольственная проблема, зерно, органическое производство, интенсификация сельскохозяйственного производства, интеграция.

*The article explores the definition of Ukraine's potential as an agricultural state in solving global food problems. The importance of marketing for flour business in determining decent position in the industry and success in competition.*

Keywords: marketing, global food problem, grains, organic production, intensification of agricultural production, integration.

**Постановка проблеми.** Сільське господарство — одна з найпривабливіших галузей економіки, якщо дивитися з точки зору глобальних перспектив. У всіх країнах світу зараз акцентується увага на розвитку агропромислового комплексу, тому що проблема забезпечення населення планети продовольством стає надзвичайно актуальною. У зв'язку з низьким урожаєм, змінними кліматичними умовами, використанням сільськогосподарської продукції для виробництва біопалива та рядом інших факторів ціни на продовольчі товари у світі постійно зростають. У багатьох країнах світу вже виник дефіцит продовольства. За оцінками світових експертів за сільським господарством майбутнє, тому що населення планети росте швидше, ніж можливості продовольчих компаній. Проблема нестачі продовольства залишається досить гострою: майже 1 млрд людей сьогодні голодує, а понад 2 млрд — недоїдає. Отже актуальність виробництва високоякісного зерна озимої пшениці та продуктів її переробки є важливою народногосподарською проблемою у формуванні продовольчих ресурсів держави та експорту на зовнішні ринки. Маркетинг же сприяє досягненню фірмою престижної репутації, визначенню гідного положення в регіоні, галузі та забезпечує успіх у конкурентній боротьбі.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Для досягнення комерційного успіху фірми на ринку особливе значення має докладне вивчення її маркетингової діяльності. Проблеми практичного застосування маркетингу, як комплексного, системного підходу до вирішення конкретних господарських питань виробничої та збутової політики фірми є надзвичайно актуальними в наш час. Проблемні питання продовольчої безпеки країни, а також маркетингової діяльності фірм за різними напрямками діяльності, у своїх роботах досліджували видатні українські та за-

рубіжні вчені: Ф. Котлер, П.Т. Саблук, В.Г. Ткаченко, В.І. Богачов, В.М. Гончаров та ін. Але постійно плінні умови в практиці господарювання та соціально-економічного розвитку країн не дають змоги одноразово вирішити ці питання, тому на практиці потребують постійного вирішення все нові і нові питання.

**Формулювання мети статті.** Метою дослідження є узагальнення та обґрунтування аспектів сучасного стану глобальної продовольчої проблеми, політики держави у сфері забезпечення продовольчої безпеки та визначення напрямів маркетингової діяльності на аграрних підприємствах борошномельної галузі. Для досягнення поставленої мети були поставлені та вирішені наступні завдання: визначення потенціалу України як аграрної держави у вирішенні глобальних світових проблем (продовольчих — голод, екологічна безпека продуктів харчування; екологічних; енергетичних); обґрунтування маркетингової діяльності на переробних підприємствах борошномельної галузі.

**Основний матеріал дослідження.** Україна за своїм природно-ресурсним потенціалом, історично сформованим образом світового сприйняття та особливостями менталітету є аграрною країною. Виробництво зерна є ключовим пріоритетом агропромислового комплексу України. Щороку в Україні під зернові, зернобобові, круп'яні, кукурудзу та соняшник відводиться близько 60 % усіх посівних площ. Одним із чинників стабілізації виробництва продовольчого зерна в Україні є збільшення площ посіву пшениці, яка за потенціалом продуктивності переважає інші зернові і складає основу формування хлібного балансу держави [2]. Для стабілізації виробництва продовольчого зерна яра пшениця повинна зайняти належне місце в зерновому балансі держави. Прогрес цивілізації пов'язується з хліборобством, яке вимагає родючих і якісних ґрунтів. Україна споконвіку називалася світовою житницею [3]. На підтвердження цих слів, ми маємо документ, який пощастило отримати з архіву Великобританії. Документ датовано 1888 роком, а мова в ньому йде про облік світового експорту зерна. Згідно цього документу понад 50 % (!) зерна було експортовано з України. На жаль, сьогодні імідж світової житниці ми втрачаємо. За даними ООН, на початку 2009 р. чисельність населення планети становила 6,6 млрд чол., на 2050 р. передбачається 9 млрд чол. Щорічно з ріллі виводиться 21 млн га. Якщо на одного жителя планети припадає близько 0,27 га ріллі, Європи — 0,25 га, то в Україні — 0,69 га. Проблема підвищення і стабілізації виробництва високоякісного

зерна пшениці була і залишається актуальною для України. Земля — це природний, найголовніший засіб виробництва в сільському господарстві, який нічим іншим не можна замінити. У 1970 році за даними ФАО, у світі вироблено 590 млн т зерна, 1995 — 7300 млн т, на 2020 р. прогнозується зростання майже у 1,5 разу. У Національному університеті біоресурсів і природокористування України досліджуються такі сучасні системи землеробства: інтенсивна (промислова); екологічна; органічна (біологічна); система землеробства No-till. Проблема виробництва якісних і безпечних для здоров'я людини продуктів харчування визнана ФАО пріоритетним напрямом розвитку сучасного сільського господарства. В багатьох західних країнах світу цією проблемою займаються на державному рівні. Учені Університету Еморі довели: якщо дитина з раннього віку вживає правильну, збагачену вітамінами їжу, вона росте розумною та здоровою. При цьому освіта відіграла лише другорядну роль. Так, у ході експерименту інтелектуальні здібності жителів 4 гватемальських сіл уперше було протестовано ще в 70-х роках минулого століття. Підсумки експерименту підбили у 2002 р. За ці роки гватемальці вживали різну їжу і встигли отримати різну освіту. Відправною точкою маркетингу є існування нужд та потреб котрі підлягають задоволенню. Вивчення потреб людини — головна задача маркетингу. Розвиток органічного сільського господарства зумовлений підвищенням попиту на його продукцію на світовому продовольчому ринку. Дослідженнями встановлено, що в Україні земельний потенціал для розвитку органічного господарювання існує, але для цього потрібно створення чіткої, ефективної системи підтримки на національному рівні і правового забезпечення рівних умов функціонування суб'єктів господарювання органічного напрямку. За прогнозами у 2020 р. обсяги світової торгівлі органічним продовольством можуть сягнути 200—250 млрд дол. Дієтолог, науковець, директор першої української мережі органічних продуктів «Еко-шик» Людмила Веспер зазначає, що в Україні 131 фермерське господарство розміром від 10 до 1000 га які вирощують органічну продукцію: це власне зерно або борошно, є сертифіковані за міжнародними стандартами, їх сертифікують європейські, канадські й американські сертифікуючі організації. Вони вирощують продукцію і експортують на європейський ринок тому що якість українського зерна дуже висока. Постійно проводиться маркетинговий зріз і моніторинг ринків, наші споживачі вже готові платити за сертифіковану якісну продукцію. Однією з основних проблем роз-

вितку виробництва й ринку органічних продуктів є налагодження безперебійного їх збуту. Цьому певною мірою буде сприяти прийнятий Верховною Радою України за основу проект закону про органічне виробництво. У світовому землеробстві пшениця відіграє надзвичайну роль. Так пшениця органік, яку вирощують у Чернігівській області багата крахмалом (до 70 %), білком (до 12 %), вітамінами, мінералами. Ціни борошна пшеничного (0,5 кг) становить 11 грн, муки соєвої (0,5 кг) — 23 грн. Так, ми бачимо, що органічне господарювання здатне здешевіти вироблену продукцію порівняно як з європейською (завдяки високій якості українських чорноземів) так і з традиційно вирощуваними вітчизняними аналогами (у наслідок скорочення витрат на придбання мінеральних добрив).

Підвищення ефективності державної політики із забезпечення продовольчої безпеки зумовлено тим, що задоволення нагальних потреб країни у продовольстві, до певної міри, залежить сьогодні від імпорту, на жаль, не завжди якісного. В січні—лютому 2011 р. порівняно з січнем—лютим 2010 р. імпорт борошна збільшився на 32,3 % (на 0,19 тис. т) до 0,770 тис. т (на суму \$ 0,620 млн). У 2010 р., порівняно з 2009 р., імпорт борошна підвищився в 2,4 разу (на 3,92 тис. т) до 6,71 тис. т (на суму \$2,37 млн). Борошномельні підприємства суттєво скоротили виробництво борошна. Причиною різкого зниження обсягів реалізації стала неможливість працювати в «плюс» в умовах адміністративного обмеження цін та подорожчання зерна: компанії не мають можливості підвищувати ціни на свій товар через жорстке держрегулювання, в той час як собівартість виробництва зросла через ріст цін на зернові. Уряд стримує ціни на хліб ще на етапі виробництва сировини. В Україні діє обмеження рентабельності виробництва борошна, граничний її рівень зафіксовано на рівні 2—6 %. Також борошномельні підприємства повинні погодити підвищення ціни, якщо дельта підвищення перевищує 1 % у місяць. При цьому вартість основного ресурсу борошномельних підприємств — зерна — постійно підвищується. Зараз ціни на зерно на внутрішньому ринку суттєво нижче світових, однак все ж таки перевищують рівень осені 2010 р. Так, вартість пшениці 2—3 класу за останні півроку зросла мінімум на 25 %. У споживчому кошику європейця продовольство складає менше 20 %, в українця — понад 60 %, тому що заробітна плата в сільському господарстві найнижча серед галузей економіки (табл. 1).

Таблиця 1

**ДИНАМІКА СЕРЕДНЬОМІСЯЧНОЇ НОМІНАЛЬНОЇ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ  
М. ЛУГАНСЬКА ЗА ВИДАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
У 1995—2010 рр., грн<sup>1</sup>**

|  | У середньому на одного штатного працівника |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|--|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|  | 1995                                       | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
| Сільське господарство, мисливство та пов'язані з ним послуги | 43   | 128  | 173  | 207  | 248  | 331  | 451  | 576  | 784  | 1123 | 1230 | 1497 |
| Діяльність транспорту та зв'язку                             | 78   | 280  | 396  | 487  | 591  | 721  | 901  | 1124 | 1394 | 1848 | 2006 | 2291 |
| Фінансова діяльність   | 149  | 379  | 593  | 654  | 722  | 906  | 1183 | 1537 | 1959 | 2572 | 2701 | 3202 |

<sup>1</sup> Дані Держкомстату України

У розвинених країнах світу за рахунок розвитку самого сільського господарства, нарощування виробництва і посилення конкуренції ціни також стабілізуються. У нас, на жаль, розвиток конкуренції не стимулюється, бо все регулюється в ручному режимі. У результаті виконання заходів, передбачених Програмою [1], у 2015 році очікується забезпечити виробництво: зерна — в обсязі 50 млн тонн, цукрових буряків — 25, олійних культур — 15, молока — 20, м'яса — 5,1 млн тонн, що гарантуватиме досягнення науково обґрунтованих норм споживання харчових продуктів та підтримку ефективного експортного потенціалу (табл. 2).

Таблиця 2

**ОБСЯГ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА ТА БОРОШНА  
НА ПЕРІОД ДО 2015 РОКУ, млн т**

| Найменування основних видів продукції, товарів | Обсяг виробництва за роками |      |      |               |      |      |      |
|--|-----------------------------|------|------|---------------|------|------|------|
|  | фактичний                   |      |      | прогнозований |      |      |      |
|  | 1990                        | 2005 | 2006 | 2007          | 2008 | 2010 | 2015 |
| Основні види сільськогосподарської продукції   |                             |      |      |               |      |      |      |
| Зерно  | 51                          | 38   | 34,3 | 27,3          | 40   | 42   | 50   |
| Основні види продовольчих товарів              |                             |      |      |               |      |      |      |
| Борошно  | 7,67                        | 2,9  | 2,65 | 2,7           | 2,8  | 3    | 3    |

Необхідно довести обсяг споживання населенням у 2015 році основних продуктів харчування до раціональних норм (табл. 3).

Таблиця 3

**ОБСЯГ СПОЖИВАННЯ ОСНОВНИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ  
НАСЕЛЕННЯМ НА ПЕРІОД ДО 2015 РОКУ  
(на одну особу на рік, кілограмів)**

| Найменування продуктів харчування | Фактичний обсяг |       |       |       |       |       | Прогнозований обсяг |      |      |
|-----------------------------------|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------------|------|------|
|                                   | за роками       |       |       |       |       |       |                     |      |      |
|                                   | 1990            | 1995  | 2000  | 2004  | 2005  | 2006  | 2007                | 2010 | 2015 |
| Хліб та хлібопродукти             | 141             | 128,4 | 124,9 | 125,6 | 123,5 | 119,5 | 122                 | 120  | 110  |

Україна займає лідируючі позиції з експорту зерна в світі. Однак не варто забувати, що країна також доволі активно пропонує на зовнішні ринки і борошномельну продукцію. У 2009 році Узбекистан, Таджикистан та Афганістан активно купували борошно українського виробництва. Однак вже в цьому сезоні Казахстан зумів практично повністю перекрити українським експортерам доступ на даний ринок за рахунок пропозиції більш низьких цін на борошно. Також на ринках цих азіатських країн присутнє російське борошно, котре в поточному сезоні за рахунок менших логістичних витрат є більш конкурентоспроможним, ніж українське. При цьому на світовому ринку Україна має більше переваг ніж експортери інших країн, через наявність виходу до Чорного моря. Також українські виробники мають можливість задовільняти вимоги за якістю продукції, котру пред'являють клієнти. Як повідомляє компанія «ПроАгро», спеціалісти французької компанії Strategie Grains зменшили прогноз врожаю зерна в Євросоюзі в 2011/12 МР на 0,4 % до 289,8 млн т. через дефіцит опадів в північних районах ЄС. Одним з найбільших вітчизняних виробників і експортерів сільськогосподарської продукції в Україні є ТОВ СП «НІБУЛОН». Підприємство має 40 підрозділів, розташованих в одинадцяти областях України. Диверсифікація виробничої діяльності за кліматичними зонами дозволяє знизити природні ризики, пов'язані з втратами врожаю внаслідок коливань погодних умов у різних регіонах України. Підприємство успішно співпрацює з всесвітньо відомими американськими, європейськими та іншими виробниками сільгосппродукції, техніки і засобів захисту рослин. ТОВ СП

«НБУЛОН» набуло членства компанії в Американській торгівельній палаті в Україні. Торгівля власною та закуповуваною сільгосппродукцією є стратегічним напрямком діяльності ТОВ СП «НБУЛОН».

Наша країна представлена в Рейтингу ТОП-500 найкрупніших компаній Центральної та Східної Європи 39 компаніями, що на 13 компаній менше, ніж у минулому році. Таким чином, Україна знизилася присутність у ТОП-500 рейтингу Deloitte до 8 %. У минулому році українські компанії займали 10,4 % в розрізі кількості компаній та 11 % у розрізі загального доходу. Компанія «НБУЛОН» у цьому рейтингу зайняла 192-е місце, тим самим обігнавши інші сільськогосподарські підприємства України: «Кернел» (211 місце), «Миронівський хлібопродукт» (342 місце).

**Висновки та пропозиції.** Особлива роль аграрного сектору в Україні обумовлюється унікальним поєднанням сприятливих природнокліматичних умов та геостратегічним положенням, спроможністю України зайняти вагоме місце на міжнародному продовольчому ринку. В Україні необхідно прийняти закон «Про органічне виробництво» який дозволить значно збільшити обсяги виробництва конкурентоспроможної аграрної продукції, прискорити насичення внутрішнього ринку високоякісними продуктами харчування та створити передумови для формування свідомості здорового способу життя у громадян. При цьому значно зміцнюється імідж України як аграрної держави і європейської країни при вступі до СОТ та зменшується ризик втрат українських сільгоспвиробників. Виробництво у достатній кількості органічної продукції сприятиме поглибленню інтеграції українського аграрного виробництва до ринку ЄС та світових ринків загалом.

Також необхідно сформувати національну мережу оптових сільськогосподарських ринків, інформаційно-комунікативні мережі та активізувати розвиток транспортного забезпечення; сформувати прозорі та ефективні канали надходження продукції від виробника до споживача; збільшити завантаження переробних підприємств, забезпечити подальший розвиток сільськогосподарського машинобудування, зберегти робочі місця у галузях — партнерах сільського господарства; впровадити у практику базові агроекологічні вимоги і стандарти відповідно до регламентів ЄС; довести обсяг споживання населенням у 2015 р. основних продуктів харчування до раціональних норм. Участь трейдерів безпосередньо в сільськогосподарському виробництві є найбільш вірогідним вирішенням проблеми інтенсифікації сільгоспвиробництва. Український експортер «НБУЛОН» вже включив у ланцюг



інтеграції вирощування зерна, включаючи оренду землі і організацію зерновиробництва. Ми вважаємо, що в багатьох відносинах приклад «НІБУЛОНу» показує напрям, у якому будуть у тій чи іншій формі розвиватися і міжнародні трейдери.

### **Література**

1. Постанова Кабінету міністрів України від 19.09.2007 р. №1158 «Про затвердження Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року».

2. *Богачев В. И.* Экономическая и продовольственная безопасность регионов в условиях аграрной реформы / Василий Иванович Богачев. — Луганск : Элтон—2, 2009. — 114 с.

3. *Ткаченко В. Г.* Восстановит ли Украина статус житницы Европы / Валентина Григорьевна Ткаченко. — К. : Аристей, 2010. — 196 с.

Стаття надійшла до редакції 25.03.2011 р.

УДК: 338.436

**Т. С. Наконечний**, канд. екон. наук,  
**М. І. Манько**, аспірант,  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана»

### **ФОРМИ КООПЕРАЦІЇ БУРЯКОЦУКРОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*У статті обґрунтовано доцільність кооперації у бурякоцукровому виробництві у вигляді неприбуткових кооперативів.*

Ключові слова: бурякоцукрове виробництво, кооперація, неприбутковий кооператив, математичне моделювання.

*В статье обоснована целесообразность кооперации в свеклоносахарном производстве в виде неприбыльных кооперативов.*

Ключевые слова: свеклоносахарное производство, кооперация, неприбыльный кооператив, математическое моделирование.

*Advisability of co-operation in beet-sugar industry in the form of unprofitable co-operative is substantiated in this article.*

Key words: beet-sugar industry, co-operation, unprofitable co-operative, mathematical modeling.

У сучасних умовах розвитку економіки України все більшу увагу приділялось металургії та хімічній промисловості, а сільське господарство залишалось поза увагою, що і призвело до глибокого і затяжного занепаду стратегічно важливої галузі. Перед