

УДК 339.564:338.433

РОССОХА Володимир,

д. е. н., професор, завідувач кафедри маркетингу та управління бізнесом
Національного університету «Києво-Могилянська академія»,

ШАРАПА Ольга,

к. е. н., старший викладач кафедри обліку та оподаткування КНТЕУ

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто наслідки вступу України до Світової організації торгівлі. Встановлено місткість внутрішнього продовольчого ринку, його обмежувальні чинники і потенціал розвитку. Проаналізовано загальні обсяги і канали реалізації продукції аграрними підприємствами, структуру і баланс експорту-імпорту агропродовольчої продукції за вартісними показниками фізичного обсягу та ціновими індексами зовнішньої торгівлі загалом і за товарними групами. Висвітлено досвід поширення виробництва органічної продукції. Встановлено витрати на логістику в Україні та країнах ЄС. Запропоновано заходи державної підтримки експорту агропродовольчої продукції й рекомендації щодо нарощення експортного потенціалу аграрних підприємств.

Ключові слова: аграрні підприємства, продукція, канали реалізації, експорт, імпорт, стандартизація, сертифікація, логістика, ринок, потенціал.

Россоха В., Шарапа О. Экспортный потенциал аграрных предприятий. Рассмотрены последствия вступления Украины в Мировую организацию торговли. Установлена емкость внутреннего продовольственного рынка, его ограничительные факторы и потенциал развития. Проанализированы общие объемы и каналы реализации продукции аграрными предприятиями, структура и баланс экспорта-импорта агропродовольственной продукции по стоимостным показателям физического объема и ценовым индексам внешней торговли в целом и по товарным группам. Изложен опыт распространения производства органической продукции. Установлены расходы на логистику в Украине и странах ЕС. Предложены меры государственной поддержки экспорта агропродовольственной продукции и рекомендации по наращиванию экспортного потенциала аграрных предприятий.

Ключевые слова: аграрные предприятия, продукция, каналы реализации, экспорт, импорт, стандартизация, сертификация, логистика, рынок, потенциал.

Постановка проблеми. 16 травня 2008 р. Україна набула членства у Світовій організації торгівлі (СОТ), що є правовою та інституціональною основою міжнародних багатосторонніх торговельних відносин. За експертними оцінками, кумулятивний вплив від вступу України до СОТ для галузей національної економіки має позитивний характер.

© Россоха В., Шарапа О., 2016

У частині законодавчого забезпечення процесу вступу України до СОТ Верховна Рада України протягом 2005–2008 рр. прийняла близько 60 законів, які врегульовують такі сфери, як інтелектуальна власність, мито на сільськогосподарську продукцію, страхова й банківська діяльність, імпорт автомобілів, оподаткування сільськогосподарських підприємств, а також різноманітні митні питання.

Проте лібералізація зовнішньої торгівлі розкрила проблеми послаблення конкурентних позицій товаровиробників агропродовольчої продукції (внаслідок їх неготовності конкурувати з європейськими й американськими товарами за показниками якості), насамперед, її експортоорієнтованих видів, і посилення конкуренції між національними й іноземними суб'єктами економіки на внутрішньому ринку. До того ж більша частина експорту аграрної продукції має сировинний характер з низькою доданою вартістю, а місткість внутрішнього ринку країни обмежується багатьма чинниками специфічного спрямування розвитку аграрного бізнесу та державного регулювання галузі.

Нині місткість внутрішнього продовольчого ринку оцінюють у 302–304 млрд грн. З урахуванням досягнення раціональних норм споживання, які забезпечені молоком, м'ясом, фруктами і виноградом лише на 40–70 %, потенційна межа внутрішнього ринку може становити 450–460 млрд грн. Частка сільськогосподарських товаровиробників від кінцевих цін на продовольчі товари становить близько 40 %. Обсяги самозабезпечення сільських жителів та прогнозовані обсяги імпорту досягають майже 70 млрд грн. Отже, прогнозований обсяг споживчого продовольчого ринку для сільськогосподарських підприємств може становити 145–150 млрд грн. Це внутрішній ринок країни, де можуть формуватися загальні доходи, у т. ч. додана вартість суб'єктів господарювання в аграрному секторі.

Серед чинників, що обмежують місткість внутрішнього аграрного ринку України, можна виділити:

- низький рівень доходів, у т. ч. купівельної спроможності населення;
- низьку ефективність сільськогосподарського виробництва, значною мірою зумовлену ціновим диспаритетом міжгалузевих відносин;
- невідповідність розподілу доходів відносно економічної участі в загальних трансакціях між усіма учасниками ринку сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів;
- низький рівень державного регулювання аграрного ринку, брак ефективних програм або невиконання чинних програм державної підтримки споживачів і виробників сільськогосподарської продукції.

Обмеженість місткості внутрішнього агропродовольчого ринку переорієнтовує зусилля товаровиробників на експортний напрям маркетингу, виробництво комерційних видів продукції, яка користується

попитом на світовому ринку. Це стало однією з основних причин дисбалансів у структурі виробництва окремих видів продукції, цінкових диспропорцій, наявності значних соціальних проблем, поступової трансформації спеціалізації України на світовому ринку. Торгівля виробленою в Україні агропродовольчою продукцією у 2015 р. досягла 14,6 млрд дол. США або 38,2 % загального обсягу експорту країни. Позитивне сальдо становило 11,1 млрд дол. США і порівняно з 2014 р. збільшилося на 0,4 млрд дол. США, а з 2013 р. – на 1,9 млрд дол. США [1]. Дохід від експорту продукції сільського господарства і харчової промисловості перевищив дохід від експорту продукції металургії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Динаміку, структуру, перспективи експорту агропродовольчої продукції в країни Європейського Союзу в межах і поза межами імпорتنих тарифних квот з урахуванням місткості імпортного сегмента відповідних продуктових ринків і митних тарифів ЄС та пріоритетні завдання щодо нарощування експорту в ЄС детально представляє Т. О. Осташко [2].

Структуру аграрного експорту, вигоди та проблеми експорту зерна з України розглядають О. М. Шпичак і О. В. Боднар. Зокрема, зазначають автори, найбільше зростання в структурі аграрного експорту за останні роки спостерігається по зернових культурах. Вони забезпечують половину валютних надходжень, а частка їх у загальному експорті зросла від 10,2 % у 2012 р. до 12,1 і 16,0 % у 2014–2015 рр. відповідно. Кожна 11-а тонна зерна, яка продавалася на світовому ринку в 2012 р., українського виробництва. За обсягами експорту ячменю й кукурудзи наша країна посідала 4 місце, пшениці – 8 місце у світі [3].

Географічну структуру українського експорту сільськогосподарської продукції аналізує М. І. Пугачов. За загального зменшення показників вартості вітчизняного експорту агропродовольчої продукції у 2015 р. його обсяги до країн Азії збільшилися до 6,7 млрд дол. США, а частка у географічній структурі експорту зросла від 38,5 % у 2014 р. до 45,3 % [1].

Проте проведені дослідження експорту агропродовольчої продукції не дають змоги встановити резерви й обмеження експортного потенціалу підприємств аграрної сфери економіки.

Метою статті є аналіз збутової діяльності сільськогосподарських товаровиробників, оцінювання ефективності експорту агропродовольчої продукції, визначення напрямів підвищення експортного потенціалу маркетингу аграрних підприємств.

Матеріали та методи. Інформаційними джерелами дослідження слугували законодавчо-нормативні акти Верховної Ради та Кабінету Міністрів України, офіційні дані Державної служби статистики України; дані одержані в результаті особистих досліджень, матеріали аграрних підприємств; аналітично-оглядові й науково-методичні публікації із зазначеної проблеми. Для досягнення поставленої мети використано методи аналізу рядів динаміки реалізації сільськогосподарської продукції

і порівнянь за каналами збуту, індексний метод ціни і обсягів продукції у зовнішній торгівлі, узагальнення і синтезу умов виходу аграрних підприємств на міжнародний ринок.

Результати дослідження. Посилення конкуренції між вітчизняними товаровиробниками, експортерами й імпортерами агропродовольчої продукції у контексті реалізації прагнень України до участі в процесах світової економічної інтеграції спричинило суттєві зрушення в структурі пропозиції продукції, що вплинуло на формування збутової політики суб'єктів господарювання. Функціонування в умовах відкритої економіки змушує українських товаровиробників агропродовольчої продукції у процесі планування виробничо-збутової діяльності враховувати вимоги не лише вітчизняного ринку, але й пристосовуватися до правил міжнародних торговельних організацій і закордонних ринків, зокрема країн ЄС, що викликано бажанням входу країни до європейського економічного простору.

У 2014 р. загальний обсяг реалізації продукції аграрними підприємствами становив 194 576,2 млн грн, з них 143 614,3 млн грн (73,8 %) припадає на продукцію рослинництва і 50 961,9 млн грн (26,2 %) на продукцію тваринництва. Порівняно з 2013 р. вартість реалізованої сільськогосподарської продукції у 2014 р. зросла на 35,2 %, у т. ч. продукції рослинництва – на 42,8 %, а тваринництва – на 17,4 %. Водночас на 35,9 % зросли обсяги реалізації продукції переробним підприємствам, на 19,7 % – на ринку і на 14,8 % – іншим суб'єктам господарювання та знижено на 26,8 % обсяги реалізації населенню в рахунок оплати праці та на 3,6 % – у рахунок орендної плати за землю та майнові паї (табл. 1).

Аналіз каналів збуту показує, що у 2014 р. 63,7 % сільськогосподарської продукції реалізовано іншим господарювальним суб'єктам (включають трейдерів і ритейлерів), 14,1 % – переробним підприємствам, 4,0 % – через власну роздрібну мережу, 1,4 % – пайовикам у рахунок орендної плати за землю і майнові паї, 0,1 % – населенню в рахунок оплати праці.

Попри те, що продаж іншим господарювальним суб'єктам був ключовим для більшості видів сільськогосподарської продукції, для деяких товарів (молочна продукція, цукровий буряк, плоди та ягоди, велика рогата худоба) основним каналом збуту був продаж переробним підприємствам. Обсяги овочів і винограду майже порівну розподілилися між переробними підприємствами та іншими суб'єктами господарювання. Значну частку збуту меду, баштанних культур та яєць здійснюють через роздрібну мережу, але вона не стала для цих продуктів ключовим каналом реалізації.

В умовах обмеження фінансових і матеріальних ресурсів аграрних підприємств, недостатньої державної підтримки, зниження купівельного попиту на аграрну продукцію на внутрішньому ринку важливого значення набуває розвиток експорту, який дає змогу за мінімальних

додаткових витрат підвищити рентабельність і збільшити прибутковість виробництва. У сучасних економічних умовах господарювання підприємства та об'єднання агропромислового виробництва мають право безпосередньо здійснювати зовнішньоекономічну діяльність, тобто експортно-імпортні операції.

Зовнішньоекономічна діяльність аграрних підприємств характеризується сукупністю механізмів системи економічних, організаційних, правових і соціально-психологічних важелів, що забезпечують ефективну взаємодію вітчизняних підприємств зі світовими господарськими структурами на макро- та мікрорівні з метою прискорення розвитку експортоорієнтованої діяльності, підвищення ефективності торговельних операцій, гарантування продовольчої незалежності та безпеки держави. Така діяльність належить до важливих, але складних напрямів господарювання. Вона передбачає врахування особливостей світового ринку, основу яких становить міжнародний поділ праці й обмін продукцією, а також взаємозв'язку виробництва і споживання в окремих країнах, передбачення ринкової ситуації. Збільшення обсягів поставок продукції на світовий ринок стає важливим завданням країни.

Таблиця 1

Динаміка обсягів та напрями реалізації сільськогосподарської продукції українськими підприємствами всіх форм власності у 2013–2014 рр., млн грн

Показник	Загальна вартість	Напрями реалізації				
		переробним підприємствам	населенню в рахунок оплати праці	пайовикам у рахунок орендної плати за землю та майнові паї	на ринку, через власні магазини	іншим господарюючим суб'єктам
2013						
Рослинництво	100565,6	6073,2	151,1	2848,1	3456,1	88037,0
Тваринництво	43400,6	14121,1	192,4	21,1	2992,1	26074,0
Усього	143966,2	20194,3	343,5	2869,2	6448,2	114111,0
%	100	14,0	0,2	2,0	4,5	79,3
2014						
Рослинництво	143614,3	10871,8	134,6	2746,5	4131,4	125730,0
Тваринництво	50961,9	16578,2	116,7	18,7	3586,7	5241,8
Усього	194576,2	27450,0	251,3	2765,3	7718,1	130971,8
%	100	14,1	0,1	1,4	4,0	67,3
2014 до 2013, %						
Рослинництво	142,8	179,0	89,1	96,4	119,5	142,8
Тваринництво	117,4	117,4	60,7	88,6	119,9	20,1
Усього	135,2	135,9	73,2	96,4	119,7	114,8

Джерело: сформовано авторами за [4, с. 9–11; 5, с. 9–11]

Продукція сільського господарства й харчової промисловості формує значну частину українського експорту, оскільки сільське господарство входить до четвірки галузей національної економіки, на які припадає 70 % товарного експорту [6, с. 60], а сільськогосподарська продукція в зовнішній торгівлі України має позитивне сальдо (табл. 2).

Таблиця 2

Структура експорту-імпорту агропродовольчої продукції в Україні у 2013–2014 рр.

Найменування товарів	Експорт				Імпорт			
	2013, млн дол. США	2014			2013, млн дол. США	2014		
		млн дол. США	у % до 2013 р.	у % до загального обсягу		млн дол. США	у % до 2013 р.	у % до загального обсягу
Живі тварини	12,9	14,5	111,9	0,0	112,6	77,4	68,7	0,1
М'ясо та істивні субпродукти	348,5	381,8	109,6	0,7	618,9	239,2	38,7	0,4
Риба і ракоподібні	20,3	27,4	135,1	0,1	831,0	594,9	71,6	1,1
Молоко та молочні продукти, яйця; натуральний мед	691,5	575,4	83,2	1,1	262,8	185,8	70,7	0,3
Інші продукти тваринного походження	9,9	15,4	156,1	0,0	25,1	26,8	106,9	0,0
<i>Усього продукти тваринного походження</i>	1083,1	1014,6	93,7	1,9	1850,4	1124,1	60,8	2,1
Овочі	111,1	129,9	116,9	0,2	175,4	162,6	92,7	0,3
Їстівні плоди та горіхи	137,9	148,2	107,5	0,3	1196,8	804,8	67,2	1,5
Кава, чай	10,7	14,6	137,4	0,0	331,1	259,9	78,0	0,5
Зернові культури	6351,7	6544,1	103,0	12,1	306,5	366,6	119,6	0,7
Насіння і плоди олійних рослин	2044,8	1687,7	82,5	3,1	389,9	312,0	80,0	0,6
<i>Усього продукти рослинного походження</i>	8849,1	8736,1	98,7	16,2	2607,6	2031,6	77,9	3,7
Жири та олії тваринного або рослинного походження	3497,4	3822,0	109,3	7,1	403,3	301,7	74,8	0,6
<i>Усього</i>	62305,9	53901,7	86,5	100,0	75834,6	54428,7	71,8	100,0

Джерело: складено авторами за [7, с. 49]

Як видно з наведених у *табл. 2* даних, зниження частки імпорту зумовлено дефляційними та інфляційними процесами в Україні, зниженням купівельної спроможності населення, зростанням обсягів самозабезпечення продовольством. Нарощення обсягів експорту за всіма групами товарів, крім молока і молочних продуктів та насіння і плодів олійних рослин, свідчить про позитивну динаміку зовнішньоторговельних операцій для економіки країни (*табл. 3*).

Таблиця 3

Індекси фізичного обсягу, середніх цін та умов торгівлі у зовнішній торгівлі України товарами за 2014 р., %

Код і назва товарів згідно з УКТЗЕД	Індекс фізичного обсягу (Ласпейреса)		Індекс цін (Пааше)		Індекс умов торгівлі	
	експорт	імпорт	експорт	імпорт	кількісний	ціновий
Живі тварини	268,0	70,1	99,1	101,5	382,2	97,6
М'ясо та їстівні субпродукти	115,2	43,4	94,7	91,4	265,2	103,6
Продукти з м'яса, риби	83,4	68,8	96,5	103,2	121,2	93,5
Риба і ракоподібні	144,2	74,8	100,4	97,1	192,7	103,4
Молоко та молочні продукти, яйця, натуральний мед	87,0	74,9	99,5	100,2	116,1	99,3
Інші продукти тваринного походження	139,7	118,3	119,1	95,3	118,1	125,0
Живі дерева та інші рослини	99,6	59,7	109,3	80,4	166,9	135,9
Овочі	129,9	95,9	90,6	89,2	135,4	101,5
Їстівні плоди та горіхи	120,2	72,0	111,3	93,8	166,8	118,7
Кава, чай	135,0	86,3	102,9	92,2	156,4	111,6
Зернові культури	127,2	121,5	89,5	96,3	104,7	92,9
Продукція борошномельно-круп'яної промисловості	102,9	115,3	90,0	94,4	89,3	95,4
Насіння і плоди олійних рослин	91,5	75,7	92,7	100,9	121,0	91,9
Рослинні матеріали для виготовлення	397,9	98,3	92,3	104,0	405,0	88,7
Жири та олії тваринного або рослинного походження	143,0	77,4	80,2	102,0	184,8	78,6
Усього	92,1	74,4	94,8	98,3	123,8	96,4

Джерело: розраховано авторами за [7, с. 82–87]

Цінові та кількісні індекси умов торгівлі показують, наскільки країна виграє (втрачає) за рахунок зміни цін (кількості) товарів у зовнішній торгівлі з іншими країнами за відповідний період. Вони розраховуються за допомогою зведених індексів цін по імпорту й експорту товарів загалом як співвідношення індексів цін експорту та імпорту (у % до базисного періоду).

За даними *табл. 3*, кількісний індекс умов торгівлі товарами сільськогосподарського походження у 2014 р., розрахований як відношення обсягу експорту до імпорту, становив 123,8 %, що свідчить про

перевищення фізичного обсягу експорту над фізичним обсягом імпорту на 23,8 %. Проте за ціновим індексом зовнішньої торгівлі середні ціни експорту цих товарів нижчі від імпорту. Середня виручка від експорту перевищує середні витрати на імпорт лише на 3,6 %. Отже, товари сільськогосподарського походження експортують з нижчою доданою вартістю, ніж імпортують. Загалом, ефективність експорту агропродовольчої продукції визначається валютними надходженнями в країну.

В Україні існує досвід підвищення рівня доданої вартості агропродовольчої продукції шляхом переорієнтації з експорту насіння соняшнику на експорт соняшникової олії. Це дало змогу отримати у 2012 р. 4,2 млрд дол. США валютних надходжень, що становить 6 % у структурі загального товарного експорту України. За використання зерна на виробництво молока сума отриманої доданої вартості у 5,4 раза перевищує надходження від експортних операцій, а за умови використання зерна для виробництва м'яса свиней – у 6,7 раза. За подальшого перероблення м'яса і молока на підприємствах харчової і переробної промисловості може відбутися зростання створеної в межах країни доданої вартості по м'ясу у 9,4 раза, а по молоку – у 8,8 раза порівняно з експортом зернових [8, с. 244].

Ринки зернової продукції для України мав би відкрити вступ до СОТ, але Євросоюз посилив вимоги до якості товару. Під тиском СОТ Україна ухвалила нові нормативи класифікації зерна, що підвищують вимоги до клейковини. Загалом це не впливає на якість зернопродукції, але внаслідок цього Україна не може продавати зерно в ЄС як продовольче. У цих нормативах зацікавлені насамперед імпортери, оскільки вони можуть знижувати ціни на якісне зерно. Експортери через нові вимоги змушені занижувати його клас і реалізовувати зерно як фуражне, що на 40 % дешевше за продовольче. Отже, наслідки вступу України до СОТ для вітчизняних аграрних підприємств неоднозначні.

Відповідно до чинних міжнародних угод Україні надано односторонні торговельні преференції з боку ЄС, результати яких також досить суперечливі. У 2014 р. з України до країн ЄС експортовано на 12 % більше товарів порівняно з 2013 р., насамперед за рахунок аграрної продукції. Проте різке зниження світових цін на продовольство у першому півріччі 2015 р. зумовило скорочення обсягів експорту агропродовольчої продукції майже на третину. Викликає занепокоєння й та обставина, що близько 70 % вітчизняного експорту припадає на сировину, а у наданих ЄС квотах по 36 товарних позиціях значно обмежена частка продукції традиційного українського експорту (м'яка пшениця, кукурудза, продукція птахівництва, мед).

За оцінками Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, загальний економічний ефект від торгових преференцій ЄС для української економіки може становити 497 млн євро і включатиме 340 млн євро від збільшення експорту агропродукції [9]. Проте експортувати свою продукцію до ЄС можуть лише окремі аграрні

підприємства, що зумовлено невідповідністю українського законодавства у сфері безпеки продуктів харчування до європейського, а також несертифікованістю українських підприємств. Отже, зона вільної торгівлі включає як можливості економічного зростання, так і загрози для країни, її галузей і підприємств (табл. 4).

Таблиця 4

Наслідки угоди про зону вільної торгівлі з Європейським Союзом для вітчизняних аграрних підприємств

Вигоди	Ризики
Розширення доступу української аграрної продукції до ринку ЄС	Рівень нетарифного захисту (санітарні, фітосанітарні, ветеринарні та інші вимоги) ЄС значно вищий, ніж в Україні
Розширення доступу до сучасних європейських технологій	Зростання витрат підприємств на підвищення якості, стандартизацію та сертифікацію агропромислової продукції
Підвищення якості української сільськогосподарської продукції, оскільки лише продукція високої якості зможе задовольнити вибагливий ринок Євросоюзу	Брак державної підтримки та хронічний дефіцит грошових коштів, що обмежує можливості підприємств аграрного сектора в активізації свого розвитку і модернізації виробництва
Підвищення усвідомлення якості української продукції, оскільки сам факт купівлі її означатиме, що вона якісна, а також стимулювання загального попиту на українські товари, розвиток вітчизняного виробництва, нарощення експорту тощо	Повільність наближення й адаптації законодавства України до законодавства ЄС та впровадження європейських стандартів для інтеграції до ЄС, оскільки необхідно прийняти понад 4 тис. стандартів, з яких запроваджено нині лише 1,3 тис., а 5 тис. знаходяться в очікуванні
Отримання значного обсягу квот на сільсько-господарську продукцію й утримання ЄС від експортних субсидій, експортного дотування на товари, що надходять в Україну	Невідповідність вітчизняної сільськогосподарської продукції європейським стандартам, що стримує постачання продукції на ринки Євросоюзу
Можливість залучення іноземних інвестицій, а отже, й модернізації виробництва, що знизить собівартість продукції щонайменше на 15 % і підвищить рівень її конкурентоспроможності	Додаткова конкуренція для вітчизняних виробників через спрощення доступу імпорту високоякісної сільськогосподарської продукції з Євросоюзу до України

Джерело: узагальнено і систематизовано авторами

Обов'язковою умовою виходу на міжнародний ринок є наявність у продавця спеціального сертифіката, що засвідчує відповідність продукції вимогам стандартів Міжнародної організації зі стандартизації (*International Organization for Standardization, ISO*) ISO серії 9000, які швидко поширюються в світі й регулюють єдині всесвітні вимоги до систем якості підприємств-постачальників. Більшість стандартів *ISO* використовують у багатьох країнах світу, у т. ч. в Україні, національна

версія яких отримала назву ДСТУ *ISO*. Без сертифіката на систему якості, що підтверджує відповідність продукції стандартам *ISO* серії 9000, підприємства майже не мають шансів на укладання контракту і на участь у міжнародних тендерах. Їхній товар на світовому ринку оцінюють у декілька разів дешевше [10, с. 435–437].

Забезпечення якості відповідно до стандартів *ISO* серії 9000 – це необхідна, але не завжди достатня умова для гарантії конкурентоспроможності товару, оскільки багато підприємств і далі вдосконалюють виробництво з орієнтацією на випуск товару з кращими якісними параметрами, ніж цього вимагають вказані стандарти. Відчутне просування в напрямі стандартизації продукції демонструють корпорації, зокрема, ПрАТ «Авангард» (виробництво яєць і яєчних продуктів), що входить до групи «*UkrLandFarming*», працює за стандартом *ISO 22000:2005* «Системи менеджменту безпеки харчових продуктів».

Загалом Україна за період державної незалежності послідовно здійснює перехід до міжнародних та європейських стандартів. Наприклад, у 1996 р. запроваджені Класифікація видів економічної діяльності (ДК 009-95) та Класифікатор професій (ДК 003-95). У 2001 р. стандарти серії *ISO* (9000 та 14000) визнано як ДСТУ. Законом України у 2003 р. прийнято Статут *FAO UN (Food and Agricultural Organization of the United Nations)*, Продовольча і сільськогосподарська організація об'єднаних націй), у 2006 р. – Європейська соціальна хартія тощо. Станом на жовтень 2013 р. фонд національних стандартів налічував 27 тис. документів, з яких 7074 національних стандартів гармонізовано з міжнародними та європейськими, що становить 15 % від загальної кількості міжнародних та європейських стандартів.

З прийнятих національних стандартів, гармонізованих з міжнародними та європейськими, 1340 стандартів – це стандарти, добровільне застосування яких може сприйматися як доказ відповідності продукції вимогам технічних регламентів, розроблених на базі директив ЄС. Розроблення таких національних стандартів є першочерговим завданням.

Аналіз сучасного стану стандартизації сільськогосподарської продукції свідчить про те, що на неї поширюються чинні в Україні 566 національних стандартів, з них 64,8 % відповідають вимогам міжнародних або європейських. Такий стан можна вважати задовільним. Проте до чинних належать ще 367 міждержавних стандартів, з яких гармонізовано тільки 4,3 %. Цю категорію нормативних документів необхідно переглянути на доцільність застосування в Україні [11].

Для максимального використання переваг від реалізації угоди про зону вільної торгівлі з ЄС, насамперед потрібно забезпечити остаточне формування належної законодавчо-нормативної бази. Слід лобювати необхідність збільшення (або й повного скасування) ЄС імпорتنих квот на українську продукцію, яка має перспективи експорту, передусім у короткостроковому періоді (зернові та продукти їх переробки, олія, куряче м'ясо, мед), надання інформаційно-консультаційної підтримки

потенційним експортерам щодо умов експорту на ринки країн ЄС. Пріоритетним завданням для України стає також розроблення стандартів ЄС щодо безпеки та якості харчових продуктів у ланцюгу «від лану до столу», упровадження міжнародної системи сертифікації і виробництва сільськогосподарської продукції *Global GAP (Good Agricultural Practice, належні сільськогосподарські практики)*, що базується на вимогах запобіжної системи *HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point, аналіз небезпечних чинників і критичних точок контролю)*.

Global GAP – це програма, яку 15 років тому започаткували мережі роздрібною торгівлі в Європі з метою гарантування безпечного виробництва продуктів харчування та декоративних рослин. Контрольні точки системи *Global GAP* поділяють на три види: основні, другорядні та рекомендаційні. Щоб пройти сертифікацію, товаровиробник повинен виконати всі основні вимоги та 95 % другорядних. Щодо рекомендаційних, то необхідний мінімум вимог не вказано. Важливо, що не всі контрольні точки актуальні для конкретного господарства. У такому разі виконання їх можна пропустити.

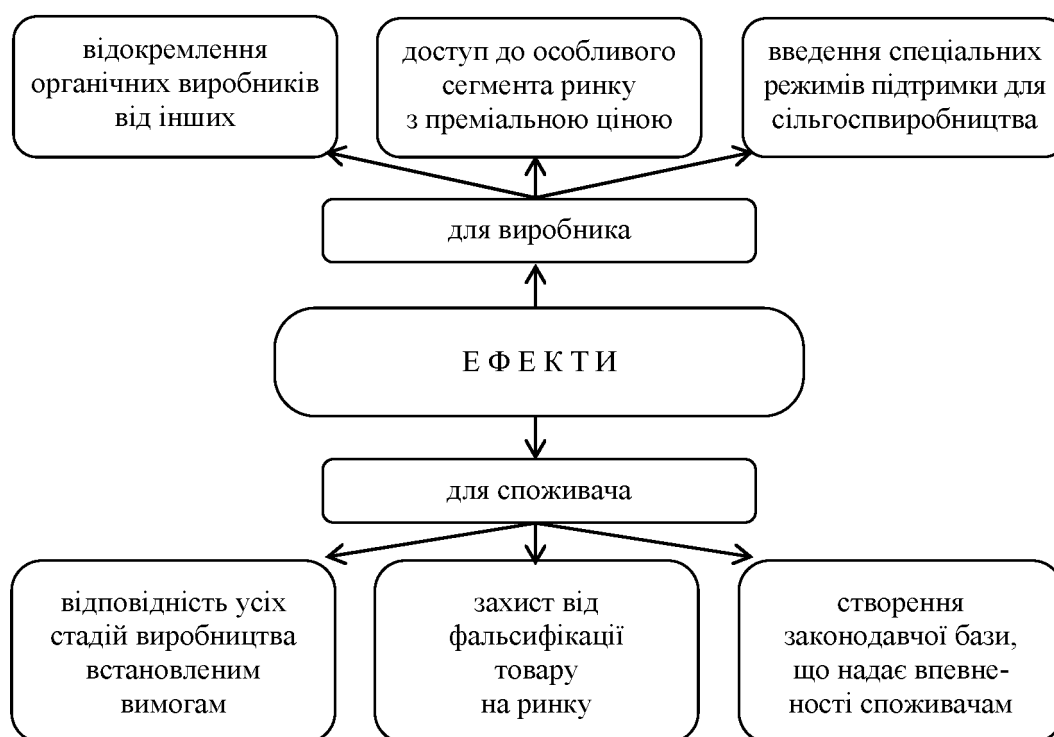
В Україні сертифікація *Global GAP* тільки починається. У 2012 р. сертифікати отримали лише три підприємства-виробники фруктово-овочевої продукції. Стимулювати українських сільськогосподарських товаровиробників до сертифікації продукції за стандартами *Global GAP* розпочала торгова мережа «METRO cash&carry». Головною метою такого стимулювання стала підтримка ефективної світової практики щодо продажу якісної стандартизованої продукції. З 2014 р. сертифікація *Global GAP* стала обов'язковою для всіх місцевих товаровиробників, які постачають продукцію у мережу. Поки що загальна кількість сертифікованих підприємств незначна, проте *Global GAP* для українських товаровиробників стає можливістю забезпечити збут своєї продукції. Торгові мережі шукають надійних постачальників, а сертифікат *Global GAP* є свідченням надійності та якості продукції й водночас шансом вийти на європейські та інші міжнародні ринки.

Система *Global GAP* передбачає не лише вирощування екологічно чистої продукції, але й відповідне транспортування її, зберігання, використання екологічно чистого пакування, розміщення складів хімічної продукції тощо. Проте нинішній рівень агротехнологій не забезпечує масового отримання екологічно безпечних продуктів, а підприємства-виробники сертифікованої органічної продукції реалізують її за межами країни. Понад 90 % української органічної продукції, що експортується, знаходить споживачів у Євросоюзі. Вітчизняні виробництва, кількість яких з кожним роком зростає (нині їх понад 180), сертифікують за органічними стандартами ЄС. У європейських країнах користуються попитом мед, соки, повидла, сиропи, джеми, ковбаси тощо. Затребувана й рослинна сировина українського виробництва.

Оскільки перехідний період від традиційного до органічного виробництва становить три роки (земля має очиститися від хімічних

речовин і вирощена протягом цього періоду продукція не вважається органічною), то товаровиробники-початківці потребують державної підтримки. Досвід провідних країн, зокрема Німеччини, переконує, що ефективним засобом поширення виробництва органічної продукції є її пропагування за державний кошт. Саме так Німеччина в разі наростила обсяги виробництва продукції органічного походження й випередила Італію та Францію.

Одним із найбільш ємних елементів органічної гарантійної системи стає сертифікація. Вимоги споживачів до якості харчових продуктів постійно зростають. Стандарти органічного виробництва встановлюють вимоги до якості органічної продукції. Інспекція та сертифікація забезпечують їх дотримання. Отже, сертифікація стає необхідною умовою збалансування інтересів виробника і споживача (рисунк).



Значення сертифікації органічної продукції для учасників ринку

Джерело: розроблено авторами

В Україні поки не розроблені власні національні стандарти органічного виробництва, тому продукцію сертифікують визнаними на міжнародному ринку стандартами. Основу сертифікації органічної продукції становлять різновиди стандартів (табл. 5).

Нині Україна посідає 21 місце серед світових країн-лідерів органічного руху. Подальший розвиток органічного виробництва сповільнює незавершеність створення законодавчої та нормативно-правової бази державної політики у сфері органічного виробництва, у т. ч. й формування національної системи сертифікації такої продукції.

Таблиця 5

**Основні стандарти міжнародних організацій, що застосовують
у процесі виробництва органічної продукції в Україні**

Засновники	Документи
IFOAM	Нормативні документи міжнародної федерації з органічного сільськогосподарського руху (англ. <i>International Federation of Organic Agriculture Movements</i>)
ЄС	Постанова Ради ЄС 834/2007 та Постанова Ради ЄС 2092/91 про органічне виробництво та відповідне маркування сільськогосподарської продукції і продуктів харчування
Україна	Внутрідержавні стандарти, постанови, програми і правила (директиви і правові норми)
США	Стандарт Національної Органічної Програми (англ. <i>National Organic Program, NOP</i>)
Японія	Японські сільськогосподарські стандарти (англ. <i>Japanese Agricultural Standards, JAS</i>)
Швейцарія	Приватні стандарти швейцарської Асоціації «Біо Свіс» (англ. <i>Bio Suisse</i>)
Німеччина	Деметр – стандарти біодинамічного сільського господарства
Україна	Стандарти органічного сільськогосподарського виробництва та маркування сільськогосподарської продукції і продуктів харчування «БІОЛан» – приватні українські стандарти

Джерело: складено авторами за [12]

Питання сертифікації продукції регулює Закон України «Про підтвердження відповідності» [13]. Підтвердження відповідності – це діяльність, результатом якої є гарантування того, що продукція, системи якості, системи управління якістю та системи управління докільям відповідають встановленим законодавством вимогам. Сертифікація як основний елемент гарантійної системи підтверджує якість органічної продукції на тріступеневому рівні (табл. 6).

Таблиця 6

Система гарантування якості органічної продукції

Рівень	Характеристика
1	Безпечність продукції (Система HACCP, стандарт ISO 22 000, GMP, BRC/IFS)
2	Якість продукції (стандарт ISO 9001-2009)
3	Органічна якість (стандарти органічного виробництва (регулювання ЄС, приватні стандарти)

Джерело: складено авторами за [14]

Таким чином, саме органічна продукція конкурентоспроможна і затребувана на європейських ринках. Очевидно, органічному виробництву продукції слід надати пріоритети у підвищенні експортного

потенціалу аграрних підприємств, а переробка цієї продукції на засадах запобіжної системи *НАССР* значно підвищить її додану вартість на міжнародних ринках.

Критерієм ефективності ринку агропродовольчої продукції слугують також витрати на логістику. В Україні вони майже вдвічі вищі ніж у країнах ЄС. Різниця у витратах становить понад 28 дол. США за тону зернових. За валового збору зерна у 60 млн т неефективні витрати на логістику становлять 1,68 млрд дол. США (табл. 7).

Таблиця 7

Витрати на логістику зернових культур у 2014 р., дол. США/т

Елемент витрат	Україна	Німеччина	Франція
З поля на елеватор	14,78	6,75	8,15
З елеватора в порт	23,38	16,38	15,00
Логістика в порту	19,88	6,64	6,78
<i>Усього</i>	58,03	29,77	29,93

Джерело: складено авторами за [15]

Вітчизняним аграрним підприємствам доцільно застосовувати у своїй діяльності кооперативну логістику – ефективний різновид кооперації, яка водночас може вирішити проблеми зі зберігання продукції.

Нагальною необхідністю стає державна підтримка експорту агропродовольчої продукції. У світовій практиці існує значна кількість механізмів підтримки експорту адміністративного (мита, квоти тощо) й економічного змісту (субсидії, консультації, продукти спеціалізованих установ). Зокрема, заходи економічного змісту базуються на наданні послуг спеціалізованими установами, що мають узагальнену назву експортно-кредитних агентств. Роль їх виконують також експортно-імпорتنі банки та спеціалізовані страхові компанії.

Україна як член СОТ у своїй діяльності має застосовувати механізми й процедури, офіційно визнані цією організацією. Одним з дієвих механізмів є державна підтримка експорту шляхом страхування та кредитування. Відчутним кроком до оптимізації фінансування вітчизняних виробників та переробників сільськогосподарської продукції може стати ухвалення законопроекту про державне стимулювання продукції з високою доданою вартістю.

Значення набуває розроблення законопроекту про забезпечення масштабної експортної експансії українських виробників шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту. Він має бути спрямований на запровадження державної підтримки експорту завдяки створенню спеціалізованої державної установи, яка через механізм страхування має стимулювати збільшення експорту, покращання показників торговельного балансу та сприяти розвитку економіки загалом [16].

Цим законопроектом передбачається визначити правові передумови для запровадження в Україні одного з механізмів державної підтримки експорту – створення державної установи, яка здійснюватиме страхування (перестраховування) ризиків та гарантійні операції за зовнішньоекономічними угодами експортерів, а також здешевлення експортних кредитів, що опосередковано стимулюватиме розвиток підприємств аграрного сектора.

Фактично законопроект передбачає створення страхової установи, що має бути партнером експортерів і надаватиме послуги страхування та гарантування у ризикованих сферах. Така підтримка насамперед стосуватиметься забезпечення виробництва продукції переробної промисловості та загалом продукції, що має вищу частку доданої вартості.

Цей дієвий інструмент десятки років експортери ефективно використовують для мінімізації власних витрат і ризиків, що сприяє розвитку бізнесу й опосередковано розвитку внутрішнього ринку. За майже 70 років існування експортно-імпортний банк США стимулював американський експорт на суму понад 400 млрд дол. США, а загальний обсяг кредитів, наданих лише у 2012 р. банківською групою *KfW* на підтримку німецької експортної продукції, становив 13,4 млрд євро [17].

Висновки. Аналіз збутової діяльності сільськогосподарських товаровиробників свідчить про нарощення обсягів реалізації продукції у 2014 р. порівняно з 2013 р. на 35,2 %, у т. ч. рослинництва – на 42,8 % і тваринництва – на 17,4 %. За каналами реалізації значно зросли обсяги реалізації сільськогосподарської продукції переробним підприємствам (35,9 %), на ринку через власні магазини (19,7 %) та іншим господарюючим суб'єктам (14,8 %). Водночас на 22,8 % знижується реалізація продукції населенню в рахунок оплати праці і на 3,6 % за надані в оренду земельні ділянки і майнові паї.

Оцінювання ефективності експорту української агропродовольчої продукції, показує, що обсяг товарів та послуг у 2014 р. становив 63,9 млрд дол. США, що на 14,6 % менше порівняно з 2013 р., або майже на 11 млрд дол. США у грошовому вимірі, але дорівнює 50 % ВВП. Проте вітчизняний експорт має переважно сировинний характер. Сировина й продукція з невисоким ступенем оброблення і мінімальною доданою вартістю стали брендом українського агропродовольчого експорту. Водночас Україна має значні запаси фуражного зерна, яке аграрні підприємства могли б згодовувати тваринам і продавати за кордон продукцію з вищою доданою вартістю (молоко, шкіри, м'ясо). Натомість, країна експортує зерно й імпортує м'ясо. Отже, ефективність експорту агропродовольчої продукції характеризується не високою доданою вартістю і прибутковістю, а валютними надходженнями в країну.

До напрямів підвищення експортного потенціалу аграрних підприємств передусім відносимо налагодження перероблення власної продукції самостійно або на кооперативних засадах аграрним підприємствам, але

для цього необхідні інвестиції. Якщо інтереси великих товаровиробників агропродовольчої продукції в Україні представляють створені ними виробничі асоціації, то для розвитку експортного потенціалу малих і середніх підприємств необхідна державна підтримка. У країнах ЄС основу сільськогосподарського виробництва становлять фермерські господарства, а харчової промисловості – малі й середні підприємства. За даними Міжнародної асоціації товаровиробників харчової промисловості ЄС *Food Drink Europe*, малі та середні підприємства забезпечують 49,3 % товарообігу, 63,4 % зайнятості і становлять 99,1 % кількості підприємств галузі [18].

Оскільки членство в СОТ обмежує застосування заходів стимулювання виробництва та експорту (виділення прямих субсидій, надання податкових пільг, списання податкової заборгованості), то погляди власників аграрних підприємств на наслідки інтеграційних процесів не збігаються. Збереження попередніх умов господарювання може призвести до консервації застарілої структури вітчизняної економіки, що суперечить національним інтересам України, а відкриття міжнародних ринків потребує суттєвих змін у плані пристосування до нових умов. Зокрема, це стосується якості продукції, дотримання стандартів екологічної безпеки тощо.

Для забезпечення ефективності функціонування аграрних підприємств в умовах членства України у СОТ та євроінтеграції їх збутова політика має базуватися на договірних засадах, розвитку таких форм співпраці, як кооперація, кластерні формування і оптові ринки, об'єднанні зусиль виробників сільськогосподарської продукції, спрямованих на збутову діяльність. Така форма організації збуту буде ефективною для фермерських і особистих селянських господарств, малих і середніх сільськогосподарських підприємств та дасть змогу спільно реалізовувати власну продукцію на вигідних умовах. Кооперативний вид співпраці дає можливість створення власної мережі реалізації продукції і відкриває експортний напрям збуту. Кластерна організація співпраці передбачає взаємодію багатьох суб'єктів ринку.

Важливою умовою інтенсифікації зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств стає підвищення ефективності використання експортного потенціалу для входження України в систему міжнародних господарських зв'язків і міжнародної торгівлі й вирішення завдань економічного розвитку країни завдяки розширенню обсягів, покращанню структури та нарощенню умов збуту вітчизняної продукції на зовнішніх ринках. Визначено такі основні завдання розвитку експортного потенціалу сільського господарства [19]:

- диверсифікація ринків збуту вітчизняної сільськогосподарської продукції з метою підвищення ефективності експорту, освоєння нових і збереження традиційних ринків;
- захист економічних інтересів держави від експорту продукції на демпінгових умовах, які є причиною втрати ринків збуту

внаслідок антидемпінгових заходів і нееквівалентності товарообміну, а також внутрішнього ринку від надмірного вивозу продукції, дефіцит якої призводить до імпорту аналогічних товарів на не вигідних умовах;

- розширення пропозиції продукції сільського господарства, виробництво якої перевищує внутрішні потреби та норми споживання і які можна експортувати на сприятливих для економічних інтересів держави умовах.

Для забезпечення розвитку експортного потенціалу сільського господарства України слід поєднувати реалізацію таких заходів: удосконалення наявної системи транспортних тарифів; покращання правового регулювання та інформаційного забезпечення у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Більш широкий вихід аграрних підприємств на міжнародну арену базується на спрямуванні зусиль щодо створення нових спільних підприємств з виробництва й перероблення конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції з подальшою реалізацією на ринки країн-партнерів. Вони не лише абсорбують капітал, сучасні технології, досвід менеджменту, але й сприяють виходу вітчизняних товаровиробників на зовнішній ринок. Проте формування конкурентоспроможного експортоорієнтованого агропромислового виробництва неможливо здійснити за короткий термін через довгостроковий характер і необхідність упровадження сукупності заходів державної політики. Важливого значення за таких умов набуває формування збутової політики і підвищення ефективності збутової діяльності аграрних підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ukrstat.org>.
2. Осташко Т. О. Експорт агропродовольчих товарів у ЄС: перспективи і завдання / Т. О. Осташко // Економіка і прогнозування. — 2016. — № 1. — С. 83–93.
3. Шпичак О. М. Вигоди та проблеми експорту зерна з України / О. М. Шпичак, О. В. Боднар // Економіка АПК. — 2013. — № 10. — С. 5–15.
4. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2013 рік : стат. бюл. — Київ : Держ. служба статистики України, 2014. — 154 с.
5. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2014 рік : стат. бюл. — Київ : Держ. служба статистики України, 2015. — 108 с.
6. Зоря С. Оцінка підтримки сільського господарства України в міжнародному порівнянні / С. Зоря // Економіка України. — 2005. — № 10. — С. 58–67.
7. Зовнішня торгівля товарами та послугами у 2014 році : стат. зб. — Київ : Держ. служба статистики України, 2015. — 154 с.
8. Россоха В. В. Асоціативні об'єднання як чинник соціально-економічного розвитку суспільства / В. В. Россоха // Соціально-економічний розвиток України в ХХІ столітті: проблеми, пріоритети і перспективи // Вісн. КіПНУ імені Івана Огієнка : за матер. II міжнар.-практ. конф. (Кам'янець-Подільський, 23–24 квіт. 2009 р.). — Кам'янець-Подільський : видавець Зволейко Д. Г., 2009. — С. 241–245. — (Серія «Економічні науки»).

9. Мінекономрозвитку продовжує роботу з приведення національних стандартів у відповідність до світових вимог [Електронний ресурс] / Прес-служба М-ва екон. розвитку і торгівлі. — Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.
10. Шарапа О. М. Система гарантування якості продукції на великотоварних сільськогосподарських підприємствах / О. М. Шарапа // Формування ринкової економіки. — 2015. — № 33. — С. 431–440.
11. Гуменюк Г. Проблеми і перспективи стандартизації сільськогосподарської продукції / Г. Гуменюк // Стандартизація: методологія та практика. — 2014. — № 6. — С. 18–21.
12. Сертифікація органічної продукції в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/economy-411/environmental-economics-and-the-environment-411/11827-411-1103>.
13. Про підтвердження відповідності : Закон України від 17.05.2001 № 2406–III [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua>.
14. Офіційний сайт «Біолан–Україна» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.biolan.org.ua>.
15. Величко О. Спільна логістика регіонів [Електронний ресурс] / О. Величко // Агробізнес сьогодні. — 2013. — № 9 (256). — Режим доступу : <http://www.agro-business.com.ua>.
16. Про забезпечення масштабної експортної експансії українських виробників шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту : проект Закону України від 22.06.2015 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=55685.
17. Майстро С. В. Ринок зерна в Україні: сучасний стан та напрямки державного регулювання [Електронний ресурс] / С. В. Майстро, М. Г. Хірамагомедов. — Режим доступу : <http://www.kbuara.kharkov.ua>.
18. Promoting an EU Industrial Policy for Food and Drink. Competitiveness Report 2013–2015 [Electronics resource]. — Access mode : [yttp:www.fooddrinkeurope.eu/S=0/publication/competitiveness-ripot-promoting-an-eu-industrial-policy-for-food-and-drink](http://www.fooddrinkeurope.eu/S=0/publication/competitiveness-ripot-promoting-an-eu-industrial-policy-for-food-and-drink).
19. Могильний О. Критерії ефективності державного регулювання аграрного сектора економіки / О. Могильний // Економіка України. — 2003. — № 2. — С. 65–69.

Стаття надійшла до редакції 24.06.2016.

Rossokha V., Sharapa O. Export potential of agricultural enterprises.

Background. According to expert estimates, the cumulative impact of Ukraine's accession to the WTO is positive for national economy. However, liberalization of foreign trade revealed problems of weakening of competitive positions of producers of agricultural food products. In addition, most of the exports of agricultural products have raw character with low added value and the capacity of the domestic market is limited by many factors of specific direction of agribusiness development and state regulation of the industry. The limitation of the capacity of domestic agricultural market reorients the efforts of producers to the export marketing direction, the production of commercial products that are in demand on the world market.

The analysis of recent researches and publications. Domestic scientists pay much attention to such issues as the dynamics, structure, prospects of exports of agricultural food products to the countries of European Union, the structure of agricultural exports, the benefits and problems of grain export from Ukraine, the demand for grain products on the international market, which is formed under the influence of the growth of planet population, geographical structure of Ukrainian exports of agricultural products and others. However, studies of export of agricultural food products that were conducted make it difficult to establish reserves and limitations of export potential of enterprises of agricultural sphere of the economy.

The **aim** of the article is the analysis of sales activity of agricultural producers, evaluation of the effectiveness of exports of agricultural food products, determination of ways of increasing the export potential of marketing of agricultural enterprises.

Materials and methods. Legislative and normative acts of the Verkhovna Rada and the Cabinet of Ministers of Ukraine, the official data of the State Statistics Service of Ukraine, materials of agricultural enterprises, analytical and review and scientific and methodical publications of this problem which were received as a result of personal research served as information source of the research. To achieve this goal the methods of analysis of time series of agricultural products and sales channels for the comparison, the index method for production volumes in foreign trade, summing up and synthesis conditions for the release of agricultural enterprises on the international market were used.

Results. The consequences of accession to the world trade organization were considered. The capacity of internal food market, its limiting factors and development potential was established. General volumes and product sales channels by agricultural enterprises, structure and balance of export-import agricultural food products for worthy indicators of volume and price index of foreign trade overall and product groups were analyzed. Experience of spreading of the production of organic products is highlighted. The cost of logistics in Ukraine and EU countries is established. Actions of state support of agricultural food products export and recommendations of increasing export potential of agricultural enterprises are prompted.

Conclusion. The priority task of agricultural enterprises on the safety and quality of food products on the basis of certification Global GAP for marketing their products in domestic and foreign agro-food market. A shift from traditional to organic production, whose products are in demand in the European market. The experience spread organic production. Proven importance of certification of organic produce to market participants and the importance of its implementation on the basis of the basic standards of international organizations, used in the production of organic products, and Ukrainian legislation. Established logistics costs in Ukraine and the EU. The measures of state support for exports of agri-food products and recommended increasing the export potential of agricultural marketing enterprises.

Keywords: agricultural enterprises, products, sales channels, export, import, standardization, certification, logistics, market, potential.

REFERENCES

1. Oficijnyj sajт Derzhavnoi' sluzhby statystyky Ukraїny [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://ukrstat.org>.
2. Ostashko T. O. Eksport agroprodovol'chyh tovariv u JeS: perspektyvy i zavdannja / T. O. Ostashko // Ekonomika i prognozuvannja. — 2016. — № 1. — S. 83–93.
3. Shpychak O. M. Vygody ta problemy eksportu zerna z Ukraїny / O. M. Shpychak, O. V. Bodnar // Ekonomika APK. — 2013. — № 10. — S. 5–15.
4. Realizacija produkcii' sil's'kogospodars'kymy pidpryjemstvamy za 2013 rik : stat. bjul. — Kyi'v : Derzh. sluzhba statystyky Ukraїny, 2014. — 154 s.
5. Realizacija produkcii' sil's'kogospodars'kymy pidpryjemstvamy za 2014 rik : stat. bjul. — Kyi'v : Derzh. sluzhba statystyky Ukraїny, 2015. — 108 s.
6. Zorja S. Ocinka pidtrymky sil's'kogo gospodarstva Ukraїny v mizhnarodnomu porivnjanni / S. Zorja // Ekonomika Ukraїny. — 2005. — № 10. — S. 58–67.
7. Zovnishnja torgivlja tovaramy ta poslugamy u 2014 roci : stat. zb. — Kyi'v : Derzh. sluzhba statystyky Ukraїny, 2015. — 154 s.
8. Rossoha V. V. Asocjatyvni ob'jednannja jak chynnyk social'no-ekonomichnogo rozvytku suspil'stva / V. V. Rossoha // Social'no-ekonomichnyj rozvytok Ukraїny v XXI stolitti: problemy, priorytety i perspektyvy // Visn. KPNU imeni Ivana Ogijenka : za mater.

- II mizhnar.-prakt. konf. (Kam'janec'-Podil's'kyj, 23–24 kvit. 2009 r.). — Kam'janec'-Podil's'kyj : vydavec' Zvolejko D. G., 2009. — S. 241–245. — (Serija «Ekonomichni nauky»).
9. Minekonomrozvytku prodovzhuje robotu z pryvedennja nacional'nyh standartiv u vidpovidnist' do svitovyh vymog [Elektronnyj resurs] / Pres-sluzhba M-va ekon. rozvytku i torgivli. — Rezhym dostupu : <http://www.kmu.gov.ua>.
 10. Sharapa O. M. Systema garantuvannja jakosti produkciï na velykotovarnyh sil's'kogospodars'kyh pidpryjemstvah / O. M. Sharapa // Formuvannja rynkovoi ekonomiky. — 2015. — № 33. — S. 431–440.
 11. Gumenjuk G. Problemy i perspektyvy standartyzacii sil's'kogospodars'koi produkciï / G. Gumenjuk // Standartyzacija: metodologija ta praktyka. — 2014. — № 6. — S. 18–21.
 12. Sertyfikacija organichnoi produkciï v Ukraini [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/economy-411/environmental-economics-and-the-environment-411/11827-411-1103>.
 13. Pro pidtverdzhennja vidpovidnosti : Zakon Ukrainy vid 17.05.2001 № 2406-III [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://zakon4.rada.gov.ua>.
 14. Oficijnyj sajt «Biolan–Ukrainna» [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.biolan.org.ua>.
 15. Velychko O. Spil'na logistyka regioniv [Elektronnyj resurs] / O. Velychko // Agrobiznes s'ogodni. — 2013. — № 9 (256). — Rezhym dostupu : <http://www.agro-business.com.ua>.
 16. Pro zabezpechennja masshtabnoi eksportnoi ekspansii ukrai'ns'kyh vyrobnykiv shljahom strahuvannja, garantuvannja ta zdeshevlennja kredytuvannja eksportu : proekt Zakonu Ukrainy vid 22.06.2015 [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=55685.
 17. Majstro S. V. Rynok zerna v Ukraini: suchasnyj stan ta naprjamky derzhavnogo reguljuvannja [Elektronnyj resurs] / S. V. Majstro, M. G. Hiramagomedov. — Rezhym dostupu : <http://www.kbuara.kharkov.ua>.
 18. Promoting an EU Industrial Policy for Food and Drink. Competitiveness Repot 2013–2015 [Electronics resource]. — Access mode : [yttp://www.fooddrinkeurope.eu/S=0/publication/competitiveness-ripot-promoting-an-eu-industrial-policy-for-food-and-drink](http://www.fooddrinkeurope.eu/S=0/publication/competitiveness-ripot-promoting-an-eu-industrial-policy-for-food-and-drink).
 19. Mogylnyj O. Kryterii efektyvnosti derzhavnogo reguljuvannja agramogo sektora ekonomiky / O. Mogylnyj // Ekonomika Ukrainy. — 2003. — № 2. — S. 65–69.