

## **СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК**

**Введение.** Агропромышленный комплекс (АПК) выступает одним из стратегически важных отраслей народного хозяйства Украины и является, по последним статистическим данным, тем сектором, который имеет положительное сальдо внешнеторгового баланса после восстановления негативных последствий мирового финансового кризиса. Кроме того, в сфере АПК заложен достаточно большой экономический потенциал, который, при улучшенном планировании и научном обосновании эффективных направлений развития, только возрастет, что окажет положительное влияние как на финансовое состояние национальной экономики, так и на уровень продовольственной и эколого-экономической безопасности страны. Одним из таких эффективных направлений, определенных современными мировыми тенденциями социального и эколого-экономического развития, является развитие и стимулирование сферы органического производства, чему и посвящена статья.

**Степень научной разработки темы исследования.** Значительный вклад в теоретический и практический аспект в исследование проблемы, связанной с развитием сферы органического производства, внесли Внуков Н., Гайдуцкий П., Иванишин В., Листопад О., Мармуль Л., Ситник В. и др. Однако, открытыми и недостаточно исследованными остаются проблемы планирования развития сферы органического производства (как для внутренних потребностей, так и для внешнеэкономических операций), а также (особенно) разработка соответствующего организационно-экономического механизма по укреплению позиций и созданию предпосылок выхода предприятий отечественного АПК на мировой рынок. Особо остро на сегодняшний

---

\* © Прокопенко О.В., Марочко С.С., Клименко О.В., 2013

день обстоит ситуация с нормативно-правовой базой, которая должна способствовать организации, производству и обороту органической продукции на внутреннем и внешних рынках.

**Цель исследования** – определить стратегические ориентиры и тенденции развития сектора органического производства в Украине, а также сформулировать организационно-экономические предпосылки ее реализации с целью стимулирования развития на внутреннем рынке и при осуществлении внешнеторговых экспортных операций.

**Результаты исследования.** Придерживаясь курса на евроинтеграцию, в 2008 году Украина вступила в ВТО, что увеличило возможность выхода отечественной продукции на европейский рынок.

Производство органической продукции и ее реализация путем экспорта является именно той нишей, которую могла бы занять Украина на мировом рынке, особенно учитывая существующие природные и земельные ресурсы.

На современном этапе развития органической продукции в Украине органическим агропроизводством занимаются преимущественно крупные сельскохозяйственные предприятия, средний размер которых превышает 3 тыс. га. Что же касается специализации сельскохозяйственных предприятий на производстве тех или иных видов сельскохозяйственной продукции, то следует отметить, что Украина специализируется преимущественно на производстве органической продукции растительного происхождения. Сфера животноводства в Украине практически не развивается.

Такие выводы были получены после анализа международной базы FAOSTAT [1], содержащей информацию о мировых торговых потоках продукции сельского хозяйства и продовольствия.

На данном этапе развития экономики это связано с тем, что развитие растениеводства получает незначительную финансовую поддержку (в виде дотаций), в то время как в сфере животноводства только начинают делаться первые шаги в этом направлении.

Общепринятыми в экономической науке являются следующие стандарты, которым должна соответствовать органическая продукция:

- земля должна находиться без загрязненных веществ на протяжении трех лет;

- использование технологии культивации земель, соблюдение севооборотов;

- удобрения только растительного происхождения;

- органическая продукция не должна содержать генномодифицированных организмов.

В настоящее время ситуация с загрязненностью почвы не является критической. Существенной остается и только обостряется проблема бесконтрольной (а часто и преднамеренной) эрозии сельскохозяйственных земель, доля которых в некоторых регионах страны составляет более 50%.

Ситуация со злоупотреблениями минеральных удобрений, пестицидов и гербицидов связана отчасти и с отсутствием в стране эффективной системы севооборота, применение которого способно значительно уменьшить объемы необходимых минеральных удобрений и уменьшить заболеваемость растений.

В Украине созданы условия регистрации предприятий по производству органической продукции, однако надежной нормативно-правовой базы для сертификации экологической продукции с целью ее продвижения на мировой рынок не создано. Как показали предыдущие исследования [2], существующая система имеет значительные недостатки, которые приводят как к недоверию со стороны покупателей (потребителей, особенно на мировом рынке), так и к нарушению в сфере интеллектуальной собственности и антимонопольного законодательства.

На данный момент в Украине имеется опыт создания более 155 сертифицированных органических хозяйств. Официальные статистические обзоры IFOAM подтверждают, что в Украине наблюдается увеличение не только количества сертифицированных органических хозяйств, а и неуклонный рост (в среднем на 4% в год) площади органических сельскохозяйственных земель [3].

Социологические исследования свидетельствуют, что украинский рынок органической продукции имеет значительный потенциал. Экологически чистую продукцию желают покупать (потреблять) 82,7% опрошенных. Параллельно с этим, готовы покупать ее лишь 49,5%, что связано с более высокой ценой на такую продукцию (на 40–50% больше, чем на продукцию, выращенную по обычной технологии) и низким уровнем доходов населения. Однако, наличие желания у украинцев покупать экологически чистую продукцию и увеличение их экологического сознания является значительным потенциалом для увеличения внутреннего рынка при условии улучшения экономической ситуации в будущем [4].

Кроме этого, как показывают данные, в развитых странах мира и в странах с переходной экономикой наблюдается увеличение объемов спроса на продукцию органического производства (в частности, такое увеличение наблюдается у среднего класса).

Учитывая, что в странах с переходной экономикой образовывается и увеличивается средний класс, спрос на органическую продукцию будет только расти.

Также, как указывается в некоторых источниках (в частности, [4]), динамика развития рынка органических продуктов (товаров) в Украине существенно будет зависеть от активности украинских производителей и торговых компаний. Рынок низкокачественных и неорганических продуктов будет способствовать переходу потребителей на более безопасные товары, прежде всего, органические.

В связи с тем, что на сегодняшний день не разработана единая база учета производства и внешней торговли продукцией органического сельскохозяйственного производства, исходным для определения тенденций и возможностей в развитии данного сектора является анализ валовой продовольственной продукции, которая на высоком уровне представлена в мировой базе Продовольственной и сельскохозяйственной организации объединенных наций FAOSTAT [1].

Для определения тенденций и приоритетов развития АПК был проведен анализ подробной матрицы международной торговли продовольственной продукцией (рис. 1–2).

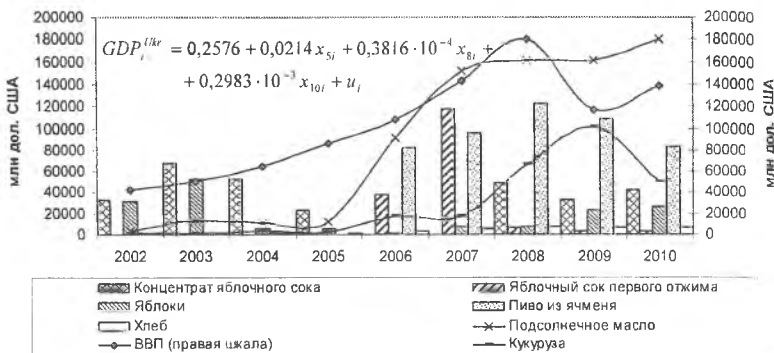


Рисунок 1 – Динамика объемов экспорта отдельных видов продовольственных товаров из Украины (составлено по данным [1])

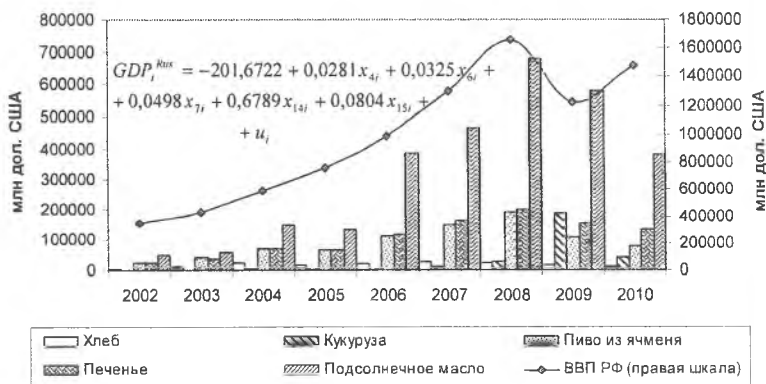


Рисунок 2 – Динамика объемов экспорта отдельных видов продовольственных товаров из России (составлено по данным [1])

Главное отличие развития внешнеэкономического сектора продовольственной сферы России и Украины – наличие стабильности в проведении внешнеэкономической политики.

Как видно из рис. 1–2, внешнеэкономическая деятельность в РФ в сфере продовольствия имеет свои приоритеты, которые проявляются, по приведенным данным, в преимущественном развитии экспорта

конкретных видов продукции, одним из которых является подсолнечное масло, занимающее довольно большой удельный вес во внешне-торговом балансе на протяжении всего периода исследования.

В Украине же экспорт подсолнечного масла находится на сравнительно высоком, в сравнении с другими видами продовольственной продукции, уровне только в последние годы. В частности, после 2005 года во внешнеэкономической политике Украины в сфере продовольствия резко и существенно менялись приоритеты, которые в значительной степени были отданы на развитие и стимулирование экспорта подсолнечного масла, а также кукурузы.

В ходе проведения исследования массив статистических данных отдельных групп продукции был обработан в среде Maple.

Для построения модели были взяты и проанализированы товарные потоки по следующей продовольственной продукции, имеющей существенный удельный вес в подробном балансе торговли базы FAOSTAT для Украины и РФ: концентрат яблочного сока ( $x_{1i}$ ); яблочный сок первого отжима ( $x_{2i}$ ); яблоки ( $x_{3i}$ ); пиво из ячменя ( $x_{4i}$ ); хлеб ( $x_{5i}$ ); коровье молоко цельное свежее ( $x_{6i}$ ); молоко цельное сухое ( $x_{7i}$ ); кукуруза ( $x_{8i}$ ); томаты (помидоры) ( $x_{9i}$ ); томатный сок ( $x_{10i}$ ); печенье ( $x_{11i}$ ); соевые бобы ( $x_{12i}$ ); подсолнечное масло ( $x_{13i}$ ); овощи обезвоженные ( $x_{14i}$ ); овощи свежие ( $x_{15i}$ ), а также объем номинального ВВП (GDP).

При построении моделей поэтапно отбрасывались статистически незначимые параметры торговых потоков для экономического развития стран.

Статистически значимые товарные потоки для Украины и РФ включены в уравнения (1), (2) для России и Украины соответственно:

$$GDP_i^{max} = -201.6722 + 0,0281x_{4i} + 0,0325x_{6i} + 0,0498x_{7i} + 0,6789x_{14i} + 0,0804x_{15i} + u_i, (1)$$

где  $x_{4i}$  – объемы экспорта пива из ячменя, тыс. дол. США;

$x_{6i}$  – объемы экспорта коровьего молока свежего, тыс. дол. США;

$x_{7i}$  – объемы экспорта молока цельного сухого, тыс. дол. США;

$x_{14i}$  – объемы экспорта овощей обезвоженных, тыс. дол. США;  
 $x_{15i}$  – объемы экспорта овощей свежих, тыс. дол. США.

$$GDP_i^{Ukr} = 0,2576 + 0,0214x_{5i} + 0,3816 \cdot 10^{-4} x_{8i} + 0,2983 \cdot 10^{-3} x_{10i} + u_i, \quad (2)$$

где  $x_{5i}$  – объемы экспорта хлеба, тыс. дол. США;  
 $x_{8i}$  – объемы экспорта кукурузы, тыс. дол. США;  
 $x_{10i}$  – объемы экспорта томатного сока, тыс. дол. США.

В связи со значительными колебаниями объемов экспортных операций продукцией продовольственной сферы в Украине, статистические значимыми оказались лишь три ее вида, к которым было отнесено хлеб, кукуруза и томатный сок, при этом же следует отметить, что построенная модель характеризуется невысоким коэффициентом детерминации ( $R^2 = 82,14\%$ ).

Не смотря на это, можно с уверенностью сказать, что сбалансированность и эффективность существующей внешнеэкономической политики в стране требуют существенного улучшения и соответствующей корректировки структуры внешнеторгового баланса, что скажется и на платежном балансе страны. Необходимо существенно увеличить в приоритетных направлениях экспортной деятельности долю высокотехнологичной продукции, прежде всего, в сфере производства кукурузы, так как при экстенсивном развитии отрасли наблюдается существенное истощение земель и возникновение эколого-экономического ущерба, что и наблюдается сегодня.

Благодаря планомерной внешнеэкономической политике Российской Федерации, статистически значимыми оказались 5 из 14 исследуемых параметров модели ( $R^2 = 99,45\%$ ), по которой наибольшее влияние на экономическое благосостояние оказывает сфера растениеводства (прежде всего, как показала модель, овощеводства и продуктов его переработки).

Поскольку работа на внешнем рынке сопряжена с экологической маркировкой, создание эффективной системы ее проведения в стране

позволит существенно увеличить экспортные возможности, что, параллельно с интенсификацией развития органического производства, будет способствовать решению эколого-экономических проблем и переходу к устойчивому эколого-экономическому развитию.

Как свидетельствуют исследования [2], существующая практика применения сертификационных знаков экологической маркировки приводит к нарушениям в сфере антимонопольного законодательства и интеллектуальной собственности, приводящим к введению потребителей в заблуждение.

Также, результаты исследований, приведенные в работе [5], свидетельствуют, что при отсутствии национальной системы сертификации органического производства в Украине производители настраивают связи с иностранными и международными сертификационными структурами, что, по нашему мнению, значительно замедляет и усложняет полноценное развитие органического производства, увеличивая, в частности, себестоимость единицы продукции.

Решить проблему адекватности экологической маркировки можно посредством корректировки схем сертификации продукции в системе УкрСЕПРО, которые нуждаются в дополнении анализом и исследованием субъектов хозяйствования на предмет соответствия названия торговой марки требованиям сертификации соответствующих классов товаров.

Торговая марка с названием экологической направленности не может быть зарегистрирована, если среди классов товаров, которые производит или реализовывает субъект хозяйствования, нет экологических.

**Перспективы дальнейших исследований** направлены на нахождение необходимых темпов прироста объемов валового производства и экспорта продовольственной продукции в разрезе отдельных видов и целевых рынков, и, соответственно, обеспечение оптимального планирования на их основании производства продукции для максимального обеспечения внутренних потребностей и наиболее полного использования конкурентных преимуществ как на внутреннем, так и на внешнем рынках.



## Библиографический список

1. Подробная матрица внешнеэкономической торговли для Украины и России за 2000–2010 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа к ресурсу : <http://faostat3.fao.org/home/index.html#DOWNLOAD>.
2. Марочко С., Рожкова Е. Анализ проблем применения сертификационных знаков экологической маркировки в системе обеспечения устойчивого развития и их решение // Устойчивое развитие. – 2012. – Выпуск 3 (апрель 2012). – С. 81–85.
3. Федерация органического движения Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа к ресурсу: <http://www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-42-29>.
4. Чи готові українці купувати екологічно чисті товари? [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://consumers.unian.net/ukr/detail/6179>.
5. Маслак О. Ринок органіки в Україні: стан та перспективи // Агробізнес сьогодні. – 2011. – № 24 (223) [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://www.agro-business.com.ua/component/content/article/17-2010-06-11-12-52-32/806-2012-01-02-22-35-47.html>.