

**Результати опитування щодо моделей обігу земель
сільськогосподарського призначення в Україні / Лупенко Ю. О.,
Ходаківська О. В., Шпичак О. М., Юрченко І. В., Матвієнко А. П. та ін. –
К. : ННЦ «ІАЕ», 2018. – 52 с.**



Викладено результати опитування щодо стану земельних відносин та можливих моделей обігу земель сільськогосподарського призначення в оцінках власників земельних паїв (залежно від способу набуття земельних ділянок); керівників сільськогосподарських підприємств та фермерських господарств; очільників і представників територіальних громад.

Протягом лютого-травня 2017 р. проводилося дослідження суспільної думки з питань моделей обігу земель сільськогосподарського призначення в Україні. В організації та проведенні анкетного опитування взяли участь 24 наукові установи системи НААН.

Мета опитування – проаналізувати суспільну думку з питань можливих моделей обігу земель сільськогосподарського призначення в Україні та сформулювати на цій основі пропозиції стосовно подальшого вектора земельних перетворень, який буде узгоджу-

ватися з національними пріоритетами та націлений на розвиток українського села і країни в цілому.

За результатами опитування встановлено: спосіб набуття власності на земельний пай; напрями реалізації права власності; позицію щодо мораторію на продаж земель сільськогосподарського призначення; перспективи обігу земель сільськогосподарського призначення та запровадження ринку земель; очікувану ціну купівлі/продажу земельної ділянки.

Результати анкетних опитувань вказують на те, що власники земельних паїв, як і землекористувачі, досить помірковані у відповідях з питань запровадження ринку земель сільськогосподарського призначення.

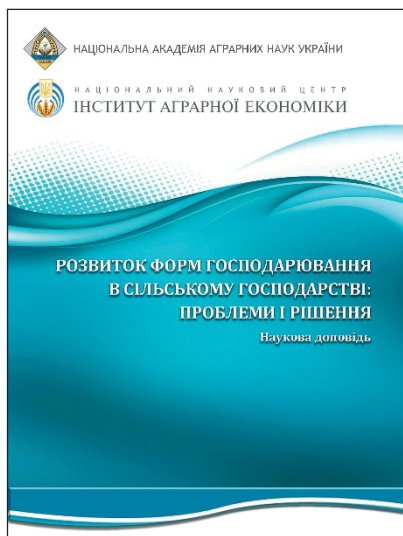
З урахуванням політичної та економічної ситуації в Україні, обіг земель сільськогосподарського призначення потребує прозорого й одночасно жорсткого регулювання державою за контролю структур громадянського суспільства, здійснюваного з урахуванням потреб українських товаровиробників та національних інтересів.

При опрацюванні методики та інструментарію опитування були використані матеріали опитувань УААН, що проводилися під керівництвом академіка НААН О.М. Шпичака у 2004 р.

Результати даних опитувань будуть корисними для органів законодавчої і виконавчої влади при формуванні державної аграрної політики і прийнятті рішень щодо завершення земельної реформи, а також науковців, політиків, громадських діячів, усіх, кому небайдужа доля українського села та України.

*

**Розвиток форм господарювання в сільському господарстві:
проблеми і рішення : наукова доповідь / Національний науковий центр
«Інститут аграрної економіки» ; за ред. Ю. О. Лупенка
[кол. авторів: Ю. О. Лупенко, В. Я. Месель-Веселяк, О. Г. Шпикуляк та ін.].
К. : ННЦ «ІАЕ», 2018. – 54 с.**



Функціонування сільського господарства в новітній історії України пов'язано з формуванням ринкової моделі господарського порядку (система економічної взаємодії, заснована на конкуренції). Радикальні організаційно-економічні трансформації в аграрній сфері забезпечили становлення підприємницьких структур різних організаційно-правових форм і виокремлення невідприємницьких суб'єктів – господарств населення. Набув значного розвитку й інститут фермерства.

Реформування колективної та державної власності, роздержавлення землі та майна в сільському господарстві забезпечили формування аграрного ринку, базовою складовою якого стала сучасна структура виробників сільськогосподарської продукції різних форм господарювання. Нині вона забезпечує поступальний і стабільний розвиток сільського господарства країни, нарощування обсягів виробництва, його доходності та експортного потенціалу, утвердження принципів сталого розвитку сільських територій.

Разом із тим структура форм господарювання, під якими розуміють способи ведення сільськогосподарської діяльності, викликають різноманітні оцінки щодо визначення їх місця та ролі в загальному розвитку економіки держави, галузі та сільських територій, масштабів і механізмів регулювання ді-

яльності, доцільності існування тих чи інших форм, перспектив та можливостей їх розвитку тощо.

Політики, господарники, науковці, експерти оприлюднюють різноманітні пропозиції щодо внесення коректив у розвиток форм господарювання на селі, закріплення позитивних тенденцій та розв'язання існуючих проблем, урахування тенденцій розвитку світової економіки, реагування на сучасні виклики та ін. Ці пропозиції потребують зважених всебічних оцінок з урахуванням світового досвіду, належної вітчизняної практики, можливостей економіки та суспільства в досягненні позитивних результатів у найближчій та оглядовій перспективі.

З урахуванням вищевикладеного у науковій доповіді зроблено спробу узагальнити практику створення та функціонування форм господарювання в Україні, оцінити їх роль і можливості на сучасному етапі та на перспективу, визначити пріоритетні, бажані для суспільства напрями подальшого розвитку та механізми їх забезпечення.

У доповіді викладено результати наукових досліджень проблем розвитку форм господарювання, організаційних форм підприємницької діяльності на селі. Акцентовано увагу на особливостях розвитку визначених форм і типів ведення господарської діяльності в сільському господарстві. Здійснено аналіз структурних змін та окреслено перспективи розвитку підприємницького середовища аграрного сектору.

Викладені у доповіді оцінки та пропозиції можуть бути використані при розробленні законодавчих та інших нормативно-правових актів, державних і регіональних програм, механізмів державного та ринкового регулювання аграрного виробництва й окремих форм господарювання.

Розрахована на працівників державних та регіональних органів управління, господарських структур, професійних об'єднань, науковців і викладачів вищих навчальних закладів, широкий загаль читачів.

*

**Інвестиційний проект створення сільськогосподарського
обслуговуючого кооперативу / [Ю. О. Лупенко, М. Й. Малік,
О. Г. Шпикуляк та ін.] ; за ред. Ю. О. Лупенка. – К. : ННЦ «ІАЕ», 2018. – 68 с.**



Процес створення й організації діяльності сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів в Україні не набув належного розвитку в процесі проведення аграрної реформи. Відсутність розвиненої мережі сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів негативно позначається на доходах більшості дрібних і середніх сільськогосподарських виробників, зайнятості сільського населення та розвитку сільської місцевості. Через відсутність сільськогосподарських виробничих і обслуговуючих кооперативів великі втрати несуть господарства сільського населення. Не отримуючи достатніх доходів від збуту своєї продукції посередникам, вони поступово втрачають заінтересованість у випуску товарної продукції та зменшують її обсяги, що негативно позначається на продовольчій безпеці держави і темпах її економічного та соціального розвитку.

Незважаючи на втрачені можливості розвитку процесів сільської кооперації, нині ще залишився певний простір для ведення спільної діяльності малих і середніх сільськогосподарських товаровиробників та інших агроформувань у сфері їх обслуговування.

Результати досліджень Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки» підтверджують, що для розвитку обслуговуючої кооперації в сільському госпо-

дарстві важливе значення має наукове та методичне забезпечення. Певні заходи в цьому напрямі здійснювалися у державі за кошти національних й іноземних проектів. Відповідальні роботи по цих проектах були спрямовані переважно на методичне й організаційне забезпечення створення сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів.

Успіх у розвитку сільськогосподарської обслуговуючої кооперації значною мірою залежатиме від інвестиційного забезпечення цього процесу. Важливо не лише дати поради малим і середнім сільськогосподарським товаровиробникам як заснувати сільськогосподарський обслуговуючий кооператив, а й раціонально використовувати на ці цілі інвестиції. Їх можна вкладати в обслуговуючу кооперацію за рахунок різних джерел фінансування, але рішення щодо виділення та використання коштів з кожного джерела слід приймати за умов досягнення умов критерію ефективності.

У виданні викладено рекомендації щодо створення сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу з одночасною розробкою інвестиційних рішень стосовно формування матеріально-технічної бази кооперативу. На прикладі молочарського заготівельно-збутового кооперативу наведено зразковий інвестиційний проект його створення та забезпечення діяльності, а також рекомендації щодо розроблення аналогічних проектів.

Призначений для надання методичної і практичної допомоги фермерським та особистим селянським господарствам, які створюють або вже створили сільськогосподарський обслуговуючий кооператив та налагоджують його діяльність, а також сільським домогосподарствам, працівникам агроконсалтингу, дорадчих служб, наукових установ і освітніх закладів, іншим користувачам.

*

Методичні рекомендації щодо виявлення, реєстрації та популяризації вітчизняних регіональних продовольчих брендів / [Ю. О. Лупенко, М. Й. Малік, О. А. Козак та ін.]. – К. : ННЦ «ІАЕ», 2018. – 124 с.



Глобалізація світової економіки в умовах інформаційного суспільства зумовила розширення доступу споживачів до різноманітних видів продукції, які стали надзвичайно вибагливими при здійсненні вибору. Наявність значної кількості конкурентоспроможних продовольчих товарів на ринку за поступового зростання доходів населення у світі зумовила потребу у формуванні компаніями маркетингових технологій просування своєї продукції – створення брендів. Сучасний бренд – це відповідь на побажання й очікування споживача, певна обіцянка реалізувати його уявлення про відповідний товар. Бренд є складним поняттям та охоплює багато аспектів: механізм диференціації товару, образ у свідомості споживача і спосіб комунікації з ним, засіб індивідуалізації продукції та система її ідентичності, частина корпоративної культури компанії, концепція капіталу бренду тощо. За великим рахунком, бренд є соціальним міфом, що дозволяє особистості будувати орієнтири як у зовнішньому, так і внутрішньому світі. Вдалий і сильний бренд надає підприємству додаткових конкурентних переваг та вирізняє його продукцію серед схожих видів.

Нині набули поширення продовольчі регіональні бренди, що відображають географічні особливості певної території. Найпопулярнішими з них є шампанське, пармська шинка, швейцарський сир та ін. Вони не тільки представляють певну область, а й стають основою її економіки.

В Україні також існує ряд потенційних регіональних продовольчих продуктів, проте перетворення їх у бренди стримується з низки причин: недосконале законодавство щодо захисту географічного зазначення товарів, недостатній розвиток маркетингових умінь і навиків, відсутність коштів на маркетинг, недостатня обізнаність споживачів щодо даних продуктів, відсутність стратегій розвитку регіонального бренду тощо.

У світі географічні зазначення, що ідентифікують походження продукту, є гарантом його якості та зв'язку з відповідною територією та її традиціями. Законодавчі ініціативи у сфері охорони географічних зазначень започатковані Європейським Союзом у 80-роках минулого століття, і ця робота триває й нині – до прийнятих регламентів і директив вносять доповнення і поправки, що адаптують документи до сучасних змін в політиці ЄС. Механізми, закладені в цих регламентах і директивах, враховують багаторічний досвід охорони зазначень походження товарів у країнах Європи. Під впливом міжнародного законодавства було розроблено національну систему нормативної регламентації географічних зазначень у нашій країні. Втім, потребують доопрацювання положення чинних нормативно-правових актів щодо узгодження їх із положеннями ратифікованих Україною міжнародних договорів, для усунення неточностей, що можуть виникнути при охороні прав інтелектуальної власності на географічні зазначення.

У Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» визначено вектор гордості – це забезпечення взаємної поваги та толерантності в суспільстві, шанування своєї держави, її історії, культури, науки, спорту. Цим вектором передбачено розробку й реалізацію програми популяризації України у світі та утвердження її інтересів у світовому інформаційному просторі, а також створення бренду «Україна». Частиною цих програм може стати розробка та популяризація українських брендів, у тому числі на основі регіональних продуктів.

Загалом розвиток регіональних продовольчих брендів може стати одним із перспективних напрямів розвитку економіки окре-

мих територій та держави в цілому, а також забезпечити формування унікальних конкурентних переваг, що є визначальними в умовах глобалізації.

У методичних рекомендаціях висвітлено теоретико-методологічні аспекти формування продовольчих брендів на основі регіональних продуктів. Рекомендації сприяти-

муть виявленню, реєстрації та популяризації продуктів харчування, що можуть мати захищене географічне зазначення.

Розраховані на працівників різного рівня управління АПК, аграрних товаровиробників, зокрема виробників регіональних продуктів, громадських активістів, науковців, викладачів, аспірантів і студентів.

*