

*Factors of developing branch competitiveness in the region are: price competitiveness of branch goods, prospects of the regional branch market, technological level of branch economy, quality of industrial products, competition in the regional branch markets and branch resources.*

*Elements of developing regional branch competitiveness strategies can be considered: key competencies, priority directions of developing industry, costs for producing industrial goods, system of regional sector planning and “regional sector strategic platforms”.*

*Choice of development strategy of regional branch competitiveness is caused by possibilities of regional branch diversification and specialization in competitive advantages, target regional branch markets.*

*To measure the level of regional branch competitiveness such indicators can be considered: international competitiveness is necessary to assess the effectiveness of branch trade in the region, including by commodity groups; localization of branch production – decision-making factor “on the establishment of new industrial enterprises” and competitiveness of territorial and branch systems; economic indicators; integral index of industry competitiveness.*

*Thus, the set of indicators of competitiveness can be included in the assessment of the regional branch competitiveness and target priorities in branch regional strategy taking into account peculiarities of regional development. At the same time, the index of revealed comparative advantages and indicator of localization of production are of secondary importance in the assessment of strategy efficiency.*

**Keywords:** *research methodology of competitiveness, the competitiveness of the branch (country), portfolio analysis, regional branch competitiveness.*

**УДК 338.43:633.85**

## **ФОРМУВАННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В АГРАРНІЙ СФЕРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

**В.Ф. Невлад, О.В. Макушок, кандидати економічних наук  
Уманський національний університет садівництва**

*Розглянуто процеси та явища які відбуваються на ринку АПК України. Досліджено внутрішні та зовнішні фактори ринкового середовища та їх вплив на інфраструктуру ринку сільськогосподарської продукції. Запропоновано структуру ринків сільськогосподарської продукції з погляду продавців*

**Ключові слова:** *ринок, сільськогосподарська продукція, суб'єкти ринку, інфраструктура, кон'юнктура, моніторинг, торгівля.*

**Постановка проблеми.** Створення ринку сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки є важливою складовою аграрної політики України на сучасному етапі ринкових відносин. Його економічна суть полягає насамперед у тому, що він є категорією обміну, організований за законами товарного виробництва і обігу, а також сукупністю відносин товарного і грошового обміну [3]. Організація агропромислового ринку дає змогу реалізувати господарські зв'язки, а в кінцевому підсумку —

здійснювати весь процес виробництва. Без нього неможливо досягти основної мети будь-якої підприємницької діяльності — отримання прибутку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам становлення та розвитку ринку сільськогосподарської продукції, удосконаленню його державного регулювання присвятили свої праці вітчизняні та зарубіжні вчені: Бобирев Д. Б., Горлачук В. В., Копитко О. В., Кривончак О. В., Кузник Б. Я., Майстро С. В., Малачієв А. М., Нехайчук Д. В., Песчанська І. М., Полякова Н. М., Портер М. Ю., Чубань В. С., Юрченко А. Ю. та ін.

Проте далеко не всі проблеми розвитку сільського господарства на етапах переходу до ринкових відносин розв'язані, а його результативні показники діяльності не мають поки що достатнього впливу на економічний та соціальний розвиток всього агропромислового комплексу, від діяльності якого залежить забезпечення продовольчої безпеки країни.

**Методика досліджень.** До методик дослідження стану і розвитку ринку сільськогосподарської продукції можна віднести методи дослідження, які враховують вплив факторів зовнішнього й внутрішнього середовища, всю сукупність елементів системи функціонування підприємств-виробників в сільському господарстві, їхню специфіку й взаємозв'язки, а також дозволяють синтезувати їх, досліджувати як єдине ціле в системі «виробник-покупець» [5].

Методику дослідження формування та розвитку ринку сільськогосподарської продукції можна розглядати як сукупність методів, що дозволяють оцінити його сучасний стан. Дана методика дослідження включає формування факторів внутрішнього й зовнішнього середовища, які прямо або опосередковано впливають на функціонування та розвиток ринку сільськогосподарської продукції в сучасних умовах; оцінку ефективності функціонування елементів інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції; дослідження стану та розробку напрямів державного регулювання формування та розвитку ринку сільськогосподарської продукції; формування моделі стратегічного розвитку; розробку загальної методики оцінки ефективності формування та розвитку ринку сільськогосподарської продукції [4].

В сучасних умовах економічні дослідження ринку сільськогосподарської продукції ґрунтуються на загальнонаукових методах, використовуваних у теоретичних і емпіричних дослідженнях.

**Результати дослідження.** Ринок сільськогосподарської продукції (зерна, овочів, картоплі, олійних та інших культур, молока, м'яса) і продуктів її переробки формується суб'єктами ринкових відносин — приватними і державними підприємствами, підприємствами системи заготівлі, зберігання, переробки і реалізації продукції. Залежно від особливостей суб'єкти ринку, які вступають у товарообмін, формують різні ринкові структури (оптовий, роздрібний ринки), забезпечують державну і кооперативну торгівлю або входять у більш складну систему товарообігу основних видів продукції. На основі чого і будуються ринкові відносини в АПК.

Оскільки значна частина сільськогосподарської продукції

безпосередньо використовується для харчування або переробляється і споживається населенням як продовольство, тому ринок доцільно розглядати в контексті формування продовольчого ринку, який є однією з найскладніших ринкових систем, що охоплює сферу обігу майже всіх галузей суспільного господарства. На відміну від інших ринкових систем, вона має свої особливості:

- постійне функціонування;
- сезонність виробництва;
- споживання продуктів харчування.

Особливість формування ринкових відносин в аграрній сфері економіки виявляється в тому, що сільське господарство порівняно з іншими галузями найбільше залежить від кон'юнктури ринку, а продовольчий ринок найбільш вразливий із соціальної точки зору, оскільки його розвиток безпосередньо пов'язаний з рівнем життя населення та його платоспроможністю.

Але дослідження розвитку ринку сільськогосподарської продукції включає і аналіз механізмів формування і функціонування його інфраструктури, яка в свою чергу, складається із збалансованості ринку, тенденції його формування та розвитку, масштаби операцій, які здійснюються на ринку, рівень комерційного ризику та рівень продовольчої безпеки.

Інфраструктура сучасного ринку сільськогосподарської продукції АПК України характеризується тим, що сільськогосподарські товаровиробники в переважній більшості не займаються заготівлею і переробкою сільськогосподарської продукції, а реалізують її посередникам [2]. Посередники, диктуючи сільськогосподарським товаровиробникам умови збуту і реалізації продукції, перш за все, встановлюють ціни на неї, що призводить до недоотримання виробниками частини доходу. Отже, ми пропонуємо структуру ринку сільськогосподарської продукції здійснювати за принципом в розрізі встановлення видів ринків та з урахуванням видів продукції, яку пропонують продавці (рис. 1). Перший рівень ринку сільськогосподарської продукції пропонується здійснювати за походженням продукції, а саме: ринки продукції рослинництва; ринки продукції тваринництва; ринки відходів. Другий рівень – це встановлення переліку видів ринків сільськогосподарської продукції за галузевою ознакою, які є складовими та деталізують ринок продукції рослинництва; ринок продукції тваринництва; ринок відходів. Третій рівень ринків сільськогосподарської продукції залежно від видів продукції, яка пропонується товаровиробниками є деталізацією підвидів ринків сільськогосподарської продукції з урахуванням галузевої приналежності ринку та специфіки продукції, яка на ньому виробляється.

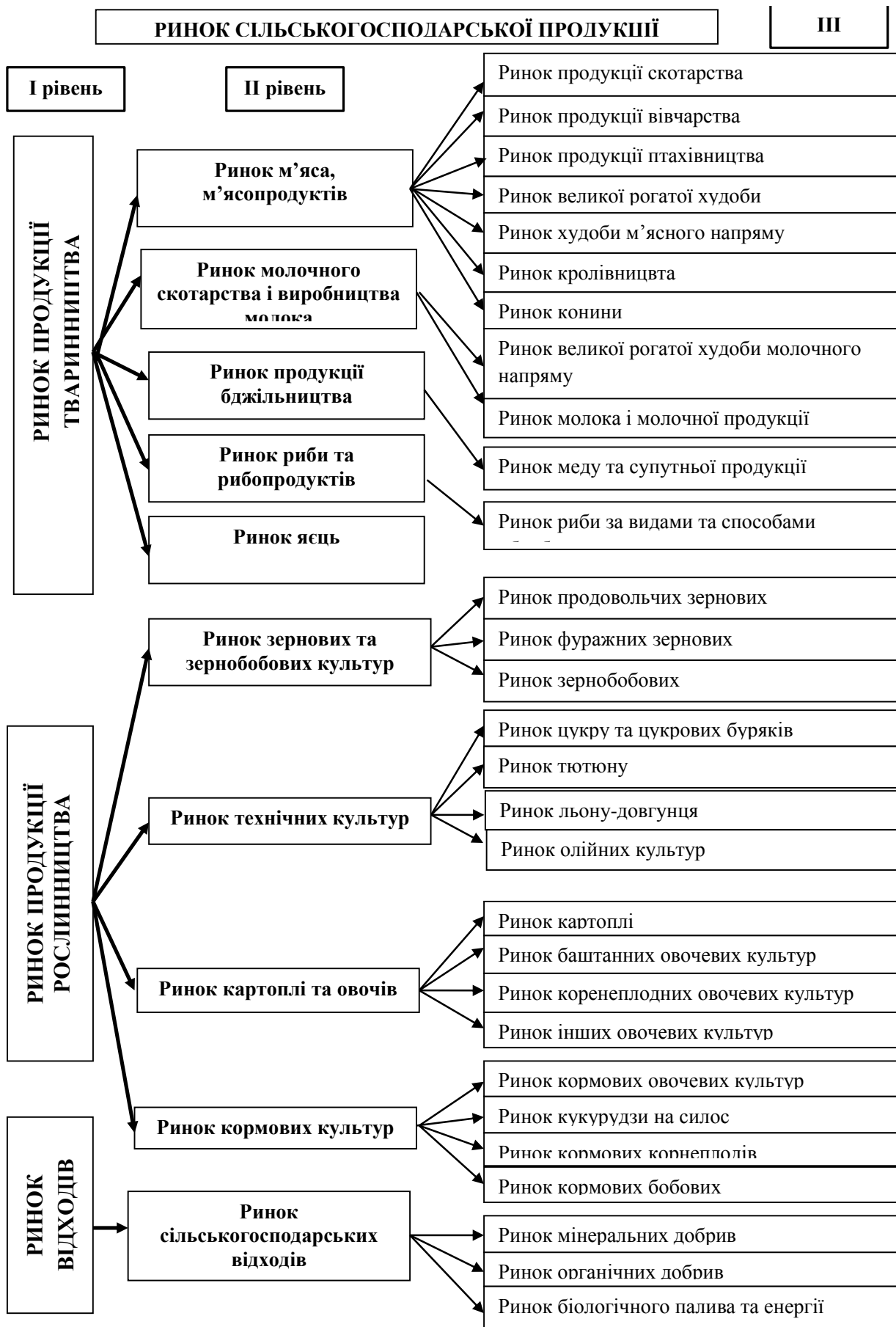
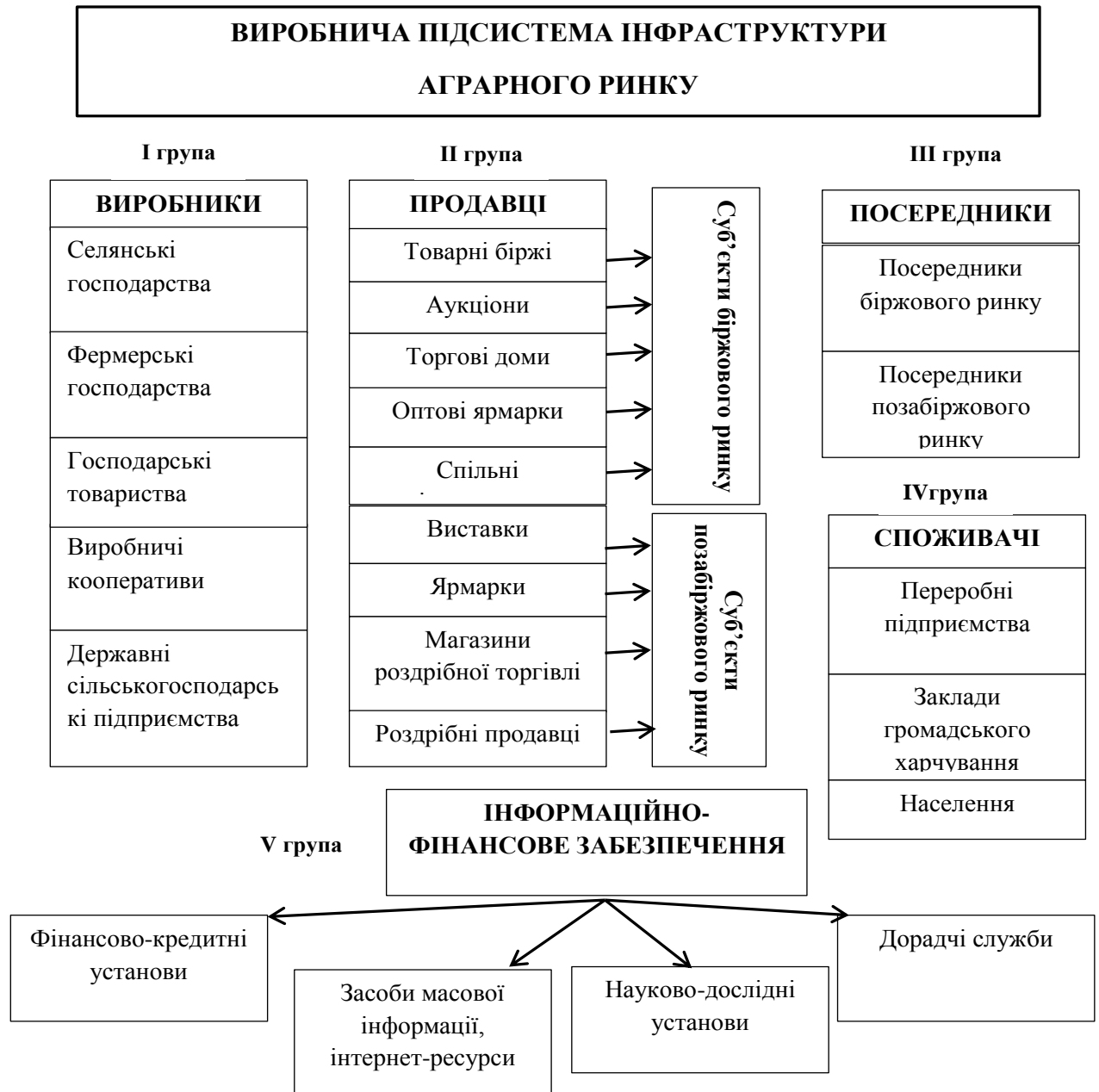


Рис. 1. Структура ринків сільськогосподарської продукції з погляду продавців

Крім цього, на ринку сільськогосподарської продукції діє велика кількість суб'єктів які пропонується об'єднати в групи в залежності від їх економічного інтересу та специфіки розвитку товарообмінних операцій між ними (рис. 2).



**Рис. 2. Групи суб'єктів ринку сільськогосподарської продукції**

Група суб'єктів виробництва, збуту, посередників, споживачів та групи інформаційно-фінансового забезпечення сільськогосподарської продукції на ринку формують його виробничу підсистемну інфраструктуру. Саме вони виступають основними виробниками та постачальниками аграрної продукції, забезпечують заготівлю природних продовольчих ресурсів. Але, суб'єктів продажу сільськогосподарської продукції слід виокремлювати в залежності від виду ринку, на якому вони здійснюють свою діяльність.

Основною характеристикою суб'єктів біржового ринку є те, що переважна їх більшість здійснює оптову торгівлю аграрною продукцією.

Такі ринки за типами поділяються на оптові ринки споживчого, виробничого та змішаного типу.

Суб'єкти позабіржового ринку сільськогосподарської продукції здійснюють обмін матеріальними благами різних сфер товарного виробництва з метою кінцевого індивідуального споживання товарів і послуг.

Згрупувавши суб'єктів ринку які займаються виробництвом переробкою та реалізацією сільськогосподарської продукції можна стверджувати, що це є ринком персоніфікованих покупців на основі чого, товарообмінний рух продукції, давальницьку переробку, продаж первинних продуктів підприємствам наступної переробки можна розглядати, як позабіржовий ринок. Отже, всі зазначені види суб'єктів пропонуємо розглядати як складові елементи організаційно-технічної (маркетингової) підсистеми інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції.

Суб'єктами споживання на ринку сільськогосподарської продукції виступають: промислові підприємства, які використовують сільськогосподарську продукцію у виробничому процесі для подальшої переробки; державні організації, які закупають продукцію для потреб лікувальних, освітніх установ, армії, державного резерву та інших державних структур; підприємства оптової та роздрібною торгівлі, що закупають продукцію для подальшого продажу кінцевому споживачу; експортно-імпортні організації, які реалізують продукцію за межами національного ринку; індивідуальні споживачі – населення, яке придбаває продукцію для особистих чи сімейних потреб. Саме від рівня платоспроможності зазначених суб'єктів залежить формування попиту та пропозиції на ринку аграрної продукції.

Серед інститутів інфраструктури аграрного ринку окремими суб'єктами виступають посередники. Зазвичай це підприємства чи організації, які за дорученням аграрних підприємств продають їх продукцію або знаходять клієнтів для такого продажу. В умовах ринкової економіки важливими посередниками є товарні біржі, брокерські контори товарних бірж, логістичні фірми, збутові агенти, комісіонери, оптові торговці тощо.

Оптові торговці – це вирішальна ланка у циркуляції цінової інформації між виробниками та споживачами. У системі збуту вони знаходяться між виробниками й споживачами, забезпечуючи зв'язок між пропозицією та попитом. Оптові торговці не продають продукцію широкому загалу, а традиційно постачають продукцію роздрібним торговцям, іншим зацікавленим сторонам: супермаркетам, ресторанам, готелям, лікарням, іншим фірмам громадського харчування, яких називають інституціональними клієнтами — на відміну від кінцевого споживача [6].

При збуті сільськогосподарської продукції велика питома вага також належить посередникам у формуванні вартості продукції: чим вища частка на ринку посередника, тим нижча закупівельна ціна для товаровиробника. Дуже часто виробники сільськогосподарської продукції, не маючи достовірної інформації про кон'юнктуру внутрішнього і світового ринків, змушені реалізовувати продукцію добре поінформованим посередникам за

заниженими цінами. За відсутності оперативної інформації щодо змін ринкової ситуації товаровиробники ризикують утратити значну частину виручки або взагалі не реалізувати власну продукцію в необхідний час.

Тому, вважаємо за доцільне діяльність посередників та сукупність їх взаємозв'язків з учасниками ринку розглядати як посередницьку підсистему інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції.

**Висновки.** Отже, застосування запропонованої нами структури при проведенні статистичного вивчення ринку сільськогосподарської продукції забезпечить розширення переліку об'єктів статистичного дослідження, надасть змогу сформуванню детальний та повний масив інформації про особливості функціонування різних видів ринків аграрної продукції, що в свою чергу, забезпечить приймати правильні управлінські рішення суб'єктами аграрного ринку та інвесторами.

Прискорення розвитку інфраструктури ринку, посилення конкурентної боротьби у сфері обігу, надасть змогу сільськогосподарським виробникам обирати такі канали розподілу аграрної продукції, які б забезпечили досягнення найбільшої результативності діяльності, максимізації прибутку, а також створення умов стимулювання інвестиційної діяльності при розвитку елементів інфраструктури аграрного ринку. Ефективний розвиток ринку аграрної продукції можливий лише при взаємодії та взаємному доповненні всіх складових його інфраструктури, які залишаються самостійними і мають власну функціональну спрямованість.

### Література

1. Бобирев Д. Б. Кластерний підхід – шлях до забезпечення конкурентоспроможності регіону [Електронний ресурс] / Д. Б. Бобирев // Наукове товариство Івана Кушніра. – Режим доступу : <http://nauka.kushnir.mk.ua/>

2. Копитко О. В. Інфраструктурне забезпечення оптових ринків сільськогосподарської продукції / О. В. Копитко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.1. – С. 266–272.

3. Кривончак О. В. Сутність аграрного ринку і його раціональна побудова / О. В. Кривончак // Сталий розвиток економіки: Всеукраїнський науково-виробничий журнал ЛНАУ. – 2014. – С. 235–239.

4. Кузник Б. Я. Світовий досвід підтримки сільського господарства і українські реалії / Б. Я. Кузник // Економіка і регіон № 1 (24). – ПолтНТУ: 2010. – С. 135–140.

5. Нехайчук Д. В. Про створення оптового ринку сільськогосподарської продукції як передумови успішної реалізації кластерного підходу в агросекторі автономної республіки Крим [Електронний ресурс] / Д. В. Нехайчук // Економіка харчової промисловості: щоквартальний науковий журнал №4 (12). 2011. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/ekhp/2011\\_4/zmist.html](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ekhp/2011_4/zmist.html)

6. Юрченко А. Ю. Міжнародний досвід застосування сільськогосподарського маркетингу на ринку овочевої продукції / А. Ю. Юрченко // Таврійський науковий вісник. – Херсон. – 2010. – Випуск 70. – С. 306–311.

## References

1. Bobyriev, D.B. Cluster Approach is a Method Region Competitiveness Guarantee. Available at <http://nauka.kushnir.mk.ua/>. (in Ukrainian)
2. Kopytko, O.V. (2012). Infrastructural Implementation of Wholesale markets of Agricultural Products. *Research Reporter in National Forestry Engineering University of Ukraine*, 2012, no. 22.1, pp. 266–272. (in Ukrainian).
3. Kryvonchak, O. V. (2014). Essence of Agrarian Market and its Rational Structure. *Stable Economic Development: All-Ukrainian Scientific and Industrial Journal in Lviv National Agrarian University*, 2014, pp. 235–239. (in Ukrainian).
4. Kuzniak, B. Ya. (2010). World Experience of Agriculture Support and Ukrainian Reality. *Economics and Region in Poltava National Technical University*, 2010, no. 1 (24), pp. 135–140. (in Ukrainian).
5. Nekhaichuk, D. V. (2011), About the Establishment of Wholesale Market of Agricultural Products as a Premise of Cluster Approach Successful Realization in Agrosector at the Autonomous Republic Crimea, *Economic of Food Industry: Quarterly Research Journal*, 2011, no. 4 (12). Available at [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/ekhp/2011\\_4/zmist.html](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/ekhp/2011_4/zmist.html). (in Ukrainian).
6. Yurchenko, A. Yu. (2010). International Experience of Agricultural Marketing Use in Vegetable Products Market. Kherson, *Tavriiskyi Research Reporter*, 2010, no. 70, pp. 306–311. (in Ukrainian).

Одержано 27. 10.2015

## Аннотація

**Невлад В.Ф., Макушок О.В.**

### **формирование рыночных отношений в аграрной сфере экономики Украины**

*Создание рынка сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки является важной частью аграрной политики Украины на современном этапе рыночных отношений. Его экономическая суть заключается прежде всего в том, что это категория обмена, организованной согласно правил товарного производства и обращения, а также совокупность отношений сырьевых товаров и валютного обмена.*

*Но далеко не все проблемы развития сельского хозяйства на этапах перехода к рыночным отношениям решены, но его показатели эффективности еще не имеют достаточного влияния на экономическое и социальное развитие агропромышленного комплекса, от которых зависит продовольственная безопасность страны.*

*Если мы говорим о всеобъемлющей характеристика рыночных процессов и явлений, то прежде всего, на наш взгляд, необходимо сосредоточить внимание на состоянии рынка, который формируется под влиянием совокупностей факторов и условий. Это, в свою очередь, требует постоянного мониторинга ситуации на рынке. В частности для изучения будет целесообразно применять конкретные методы анализа конъюнктуры на основе качественной оценки ситуации на рынке, полученной экспертным путём.*

*Но исследование развития рынка сельскохозяйственной продукции включает в себя и изучение механизмов формирования и функционирования его инфраструктуры.*

*Инфраструктура современного рынка сельскохозяйственной продукции агропромышленного комплекса Украины характеризуется тем что сельскохозяйственные производители в подавляющем большинстве занимаются заготовкой и переработкой сельскохозяйственной продукции, а реализовывают её через посредников.*

*Таким образом мы предлагаем структуру рынка сельскохозяйственной продукции осуществлять по принципу в разрезе установления видов рынков с учётом видов продукции, которые предлагают продавцы.*



Кроме того на рынке сельскохозяйственной продукции работает большое количество субъектов. Группа субъектов производства, хранения и переработки сельскохозяйственной продукции формируют производственную подсистему инфраструктуры сельскохозяйственного рынка. Они выступают, главными производителями и поставщиками сельскохозяйственной продукции, обеспечивают заготовку природных продовольственных ресурсов. Однако субъектов продаж сельскохозяйственной продукции необходимо отделять в зависимости от вида рынка, на котором они работают.

Очень часто производители сельскохозяйственной продукции, не имея достоверной информации о конъюнктуре внутренних и мировых рынков, вынуждены реализовывать продукцию хорошо информированным посредникам за низкими ценами. В отсутствие оперативной информации, касающейся изменения ситуации на рынке производители рискуют потерять значительную часть доходов или вообще не реализовать собственную в определённое время.

Ускорение развития инфраструктуры рынка, усиление конкуренции в сфере обращения, позволит сельскохозяйственных производителей выбрать такие каналы распределения сельскохозяйственной продукции, которые бы обеспечили достижение наибольшей продуктивной деятельности, максимизировать прибыль, и создать условия для стимулирования инвестиций в развитие инфраструктуры сельскохозяйственного рынка.

**Ключевые слова:** рынок, сельскохозяйственная продукция, субъекты рынка, инфраструктура, конъюнктура, мониторинг, торговля.

#### **Annotation**

**Nevlad, V.F., Makushok, O.V.**

#### **Market relations formation in agrarian sphere of economic of Ukraine**

*The establishment of agricultural products market and products of its alteration is an important constituent part of agrarian policy of Ukraine at current stage of market relations. Its economic essence consists in its being a trade category at first. It is organized according to the trade industry and turnover principles and is also a complex of merchandise exchange and money turnover relations.*

*However, not many problems of farm economy development have been solved at the stage of transfer to market relations, and its effective activity indices do not have enough influence on economic and social development of the whole agribusiness, from the activity of which depends guarantee of state food safety.*

*Speaking about complex characteristics of market processes and events, it is necessary to concentrate on market condition first of all, that is formed under the influence of totality of factors and conditions. It requires a constant monitoring of market situation in its turn. Besides, it would be reasonable to use particular methods of market condition analysis that are based on quality evaluation of market situation received by experimental method for performing the investigation.*

*But investigating the development of agricultural products market includes also the investigation of mechanisms of its infrastructure formation and functioning.*

*Infrastructure of modern market agricultural products of agro industrial complex of Ukraine is characterized with its realizing to dealers, but not engaged in stockpiling and treatment of agricultural products by agricultural commodity producers.*

*So, we offer to realize the structure of agricultural products market according to the principle of market type establishment in sections and considering the products types, which is offered by salesmen.*

*Besides, a great amount of subjects operate in the market of agricultural products. A group of manufacturing subjects, such as storing and treatment of agricultural products, form the industrial subsystem of agrarian market infrastructure. They are the main producers and providers of agrarian products, and they also provide the stockpiling of natural food resources. But sale subjects of agricultural products must be distinguished according to the market type, where they perform their activity.*

*Producers of agricultural products are very often made to realize production with reduced prices to well-informed dealers, without having real information about internal and world market condition. Producers risk to lose a great part of proceeds or they can even not realize their own products in time, if they do not have hot information about changes of market situation.*

*Acceleration of market infrastructure development, intensification of competitive struggle in the turnover sphere will give an opportunity to agricultural providers to choose such channels of agrarian products distribution, that will guarantee the achievement of the best results of their activity, maximization of incomings, and the establishment of conditions for investment activity stimulation at the development of elements of agrarian market infrastructure.*

**Key words:** market, agricultural products, market subjects, infrastructure, market condition, monitoring, trade.

**УДК 657**

## **ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ**

**Н.В. Оляднічук, кандидат економічних наук**  
**Уманський національний університет садівництва**

*Розглянуто види інформаційних систем та їх застосування в бухгалтерському обліку. Проаналізовано переваги і недоліки інформаційних систем при застосуванні в обліку з метою формування економічної інформації. Досліджено проблемні питання та обґрунтовано необхідність застосування інформаційних систем в бухгалтерському обліку.*

**Ключові слова:** інформаційні системи, бухгалтерський облік, об'єкти бухгалтерського обліку, активи і зобов'язання.

**Постановка проблеми.** Інформаційна система – це сукупність організаційних і технічних засобів для збереження та обробки інформації з метою забезпечення інформаційних потреб користувачів. Інформаційні системи, як системи управління, тісно пов'язується, як з системами збереження та видачі інформації, а також забезпечують обмін інформацією в процесі управління. Вона охоплює сукупність засобів та методів, що дозволяють користувачу збирати, зберігати, передавати і обробляти відібрану інформацію. Метою і завданням інформаційної системи є формування інформації, необхідної для ефективного управління всіма її ресурсами, створення інформаційного та технічного середовища для управління її діяльністю.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням актуальних питань щодо використання інформаційних систем у бухгалтерського обліку займаються ряд науковців: С. Голов [1], В. Жук [2], С. Івахненко [3, 7], О. Гринчак О. Давлетханова, Л. Михайлишина [4] Р. Мачуга [5], В. Моссаковський [6] та інші, чиї здобутки мають досить важливе значення для практичного їх застосування. Проте, нині мають місце актуальні проблеми стосовно сутності інформаційної системи бухгалтерського обліку. Тому виникає необхідність поглибленого вивчення суті інформаційної системи обліку, з метою її оптимізації.

Метою статті є дослідження стану інформаційних систем в