

УДК 338.43; 338.433; 339.35  
JEL Classification: Q12, Q13

**Риковська Оксана**  
к.е.н., старший науковий співробітник  
Інститут економіки та прогнозування НАНУ  
м. Київ, Україна  
E-mail: oksana.rykovska@gmail.com

## РОЗШИРЕННЯ КАНАЛІВ ЗБУТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК НАПРЯМ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ФЕРМЕРСТВА<sup>1</sup>

### **Анотація**

**Вступ.** Аграрний сектор більшості країн розвивається за значної державної підтримки. Її напрями різняться та залежать як від пріоритетів міждержавних політик, на кшталт Спільної аграрної політики ЄС, так і стратегічних цілей, що відповідають національним інтересам. На 72 сесії Генеральної Асамблеї ООН було схвалено Резолюцію щодо проголошення Десятиліття сімейного фермерства (2019-2028 рр.). Визнання на міжнародному рівні проблем фермерства покликане стати основою для просування більш ефективної державної політики в області сімейного фермерства та сприяння досягненню Цілей сталого розвитку в частині продовольчої безпеки.

**Методи.** У процесі дослідження використано монографічний метод (аналіз наукових розробок українських дослідників щодо питань підвищення ефективності збуту сільськогосподарської продукції), наукового пізнання та логічного узагальнення (щодо узгодження виробничих можливостей фермерів та потреб бюджетних установ у сільськогосподарській продукції), експертних оцінок (для обґрунтування механізму залучення фермерів до системи публічних закупівель), абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення та формулювання висновків).

**Результати.** Обґрунтовано напрями державної підтримки фермерства через удосконалення регуляторного механізму виведення сільськогосподарської продукції фермерських господарств на ринок публічних закупівель. Оцінено потребу бюджетних установ в сільськогосподарській продукції, запропоновано механізм спрощення доступу фермерів до системи публічних закупівель. Обґрунтовано потенційні можливості об'єднаних територіальних громад у сприянні реалізації продукції фермерських господарств. Окреслено напрями застосування нецінових критеріїв при закупівлях продуктів харчування. Запропоновано встановлення переваг для фермерської продукції у торговельних мережах (супермаркетах).

**Перспективи.** Пропозиції щодо організаційно-економічного механізму збуту фермерської продукції через ринок публічних закупівель сприятиме формуванню додаткових стабільних каналів для реалізації сільськогосподарської продукції. Централізовані закупівлі продуктів харчування для бюджетних установ стануть як вагомим чинником розвитку фермерства, так і напрямом забезпечення окремих верств населення якісними доступними продуктами харчування.

**Ключові слова:** фермерські господарства, публічні закупівлі, реалізація сільськогосподарської продукції.

### **Вступ.**

Аграрний сектор більшості країн розвивається за значної державної підтримки. Її напрями різняться та залежать як від пріоритетів міждержавних політик, на кшталт Спільної аграрної політики ЄС, так і стратегічних цілей, що відповідають національним інтересам. На 72 сесії Генеральної Асамблеї ООН було схвалено Резолюцію щодо проголошення Десятиліття сімейного фермерства (2019-2028 рр.) [1]. Визнання на міжнародному рівні проблем фермерства покликане стати основою для просування більш ефективної державної політики в області сімейного фермерства та сприяння досягненню Цілей сталого розвитку в частині продовольчої безпеки.

Україна долучилася до процесу підтримки фермерства схваленням Концепції розвитку фермерських господарств та сільськогосподарської кооперації на 2018-2020 роки [2]. Ця законодавча ініціатива стала практично першим етапом формування цілісної послідовної державної

<sup>1</sup> Публікацію підготовлено в рамках НДР «Модернізація економічної політики розвитку сфер діяльності та ринків» Розділ «Розвиток механізму державної підтримки фермерства» (державний реєстраційний номер 0118U007329).

політики, спрямованої на підтримку фермерських господарств.

Серед напрямів досягнення мети Концепції визначено необхідність створення організаційних, правових та фінансових передумов для розвитку фермерських господарств та сільськогосподарської кооперації. Основними причинами, що стримують розвиток фермерських господарств, зазначено «непоінформованість значної частини фермерських господарств про кон'юнктуру ринків та умови ведення бізнесу в галузі, орієнтація на реалізацію вирощеної сировини та відсутність можливостей та умов для виробництва готової продукції».

#### **Аналіз останніх досліджень та публікацій.**

Проблеми маркетингу та пошуку каналів збуту сільськогосподарської продукції аграрних підприємств досліджуються в працях І. Баланюка [3], О. Красноруцького [4], К. Блюмської-Данько [5], Я. Ларіної [6], Л. Михайлової, Т. Осташко, О. Шпичака та інших. Їхні розробки, крім іншого, спрямовані на підвищення ефективності реалізації продукції сільськогосподарських підприємств, головним чином великих агроформувань, створення ринкової інфраструктури та впровадження інтервенційних закупівель.

Ю.Лопатинський [7] та О.Шпикуляк досліджували інституційне забезпечення розвитку аграрного ринку. О. Варченко та І. Свиноус, при розробці методологічних підходів до оцінки системи збуту сільськогосподарських виробників, виокремлювали канали реалізації за різними видами продукції [8]. Л. Молдаван, В. Зіновчук, З. Колос та інші пропонують удосконалення збутової діяльності, зокрема малих та середніх виробників, через розширення мережі кооперативів.

Багатоплановість питань та пошук нових можливостей для підвищення ефективності діяльності фермерських господарств, шляхів подолання стримуючих чинників розвитку фермерства, зокрема формування сприятливих інституційних умов для реалізації сільськогосподарської продукції, виробленої у фермерських господарствах, налагодження додаткових каналів збуту визначили мету даної статті.

#### **Мета.**

Метою статті є обґрунтування організаційно-економічного механізму реалізації продукції фермерських господарств через систему публічних закупівель та налагодження стабільних каналів збуту, як напряму державної підтримки фермерства.

#### **Методологія дослідження.**

У процесі дослідження використано: монографічний метод – для аналізу наукових розробок українських дослідників щодо питань підвищення ефективності збуту сільськогосподарської продукції; наукового пізнання та логічного узагальнення – щодо узгодження виробничих можливостей фермерів та потреб бюджетних установ у сільськогосподарській продукції; експертних оцінок – для обґрунтування механізму залучення фермерів до системи публічних закупівель. Абстрактно-логічний метод дозволив зробити теоретичні узагальнення та сформулювати обґрунтовані висновки.

#### **Результати.**

Державна підтримка розвитку фермерства передбачає удосконалення (спрощення) механізму створення фермерських господарств, фінансову підтримку господарської діяльності, формування сприятливих інституційних умов для реалізації сільськогосподарської продукції, виробленої у фермерських господарствах.

Проблема реалізації сільськогосподарської продукції, виробленої у фермерських господарствах існує протягом багатьох років. Фермери, які спеціалізуються на вирощуванні зернових, зернобобових і технічних культур, як правило, включені у ланцюги збуту, сформовані більш крупними господарствами (агрохолдингами). Фермери, які займаються овочівництвом,

садівництвом, виноградарством й тваринництвом тощо, реалізують свою продукцію самостійно.

За даними 2017 р. фермерські господарства виробили сільсько-господарської продукції на суму 21,7 млрд. грн [9]. У структурі виробництва переважають зернові та зернобобові, буряк цукровий і соняшник. Така спеціалізація виробництва фермерських господарств пояснюється не лише рентабельністю вирощуваних культур (27,9%, 41,2% та 20% відповідно), а й наявністю сталих каналів збуту.

Інша продукція рослинництва, хоча і забезпечує достатній рівень рентабельності: овочеві культури – 19,5%, картопля – 28,9%, плодові та ягідні культури – 36,1%, виноград – 51,3% потребує додаткових зусиль на пошук інформації та можливостей для реалізації.

На нашу думку, створення логістичної інфраструктури для забезпечення безперебійного функціонування господарських зв'язків і руху товарно-грошових потоків може стати одним із напрямів підтримки та вагомим чинником збереження фермерського укладу господарювання. Запровадження централізованих закупівель, підтримка фермерів у реалізації продукції через тендерні закупівлі, встановлення преференцій для фермерської продукції у торговельних мережах (супермаркетах) – це лише декілька напрямів непрямої підтримки фермерів. Ці заходи також сприятимуть насиченню внутрішнього продовольчого ринку якісною місцевою продукцією та забезпечуватимуть населення більш доступними продуктами харчування.

#### **Удосконалення (спрощення) доступу фермерів до системи публічних закупівель.**

В Україні всі юридичні особи, які є розпорядниками або одержувачами бюджетних коштів здійснюють закупівлі відповідно до Закону України «Про публічні закупівлі» [10]. Це стосується, зокрема, закупівель за кошти державного та місцевих бюджетів для низки установ (закладів освіти, охорони здоров'я, соціального захисту, пенітенціарної служби, військових частин, санаторно-курортних закладів тощо).

Публічні закупівлі – це не лише придбання замовником товарів, робіт і послуг, а й дієвий механізм вирішення тактичних і стратегічних завдань держави. І якщо забезпечення якості, своєчасності, низької ціни, мінімізації підприємницьких, фінансових, технічних ризиків, зростання конкуренції – це тактичні завдання, то стратегічні – це економічна політика (підтримка місцевих виробників), захист навколишнього середовища, соціальна політика (підтримка соціально вразливих верств населення) тощо.

Орієнтуючись на розв'язання стратегічних завдань доцільно було б запровадити преференційні умови для реалізації продукції фермерських господарств як у контексті удосконалення механізму державної підтримки фермерства, так і для підвищення ефективності використання бюджетних коштів (фінансування бюджетних установ).

Ємність ринку закупівель продуктів харчування для установ, що повністю або частково фінансуються з бюджетів різних рівнів, щорічно становить близько 30,0 млрд грн (табл. 1).

Більш ніж половина коштів (18,6 млрд. грн) використовується в закладах освіти. Частина витрат на харчування дітей покривається за рахунок батьків, харчування окремих категорій (дітей-сиріт, малозабезпечених, дітей учасників АТО тощо) здійснюється за рахунок держави, частково послуги надаються за рахунок місцевих бюджетів. Незважаючи на багатоканальне фінансування, забезпечення закладів освіти продуктами харчування відбувається через централізовані закупівлі. Такий же механізм застосовується при закупівлі продовольчих товарів для інших бюджетних установ.

Незважаючи на те, що продукцією фермерських господарств можна задовольнити лише четверту частину потреб бюджетників у продуктах харчування (за асортиментом норм споживання), це вже близько 7 млрд. грн. Вибірковий аналіз за доступними інформаційними ресурсами свідчить, що зазвичай постачальниками стають фізичні особи підприємці (ФОП), основним видом діяльності яких є оптова та роздрібна торгівля продуктами харчування. Фермери не задіяні у постачанні сільськогосподарської продукції бюджетним установам.

**Таблиця 1. Витрати на харчування в установах, що фінансуються з державного та місцевих бюджетів, у 2017-2018 рр.\***

Бюджетні установи <sup>2</sup>	Чисельність осіб, тис. осіб	Вартість харчування <sup>3</sup> , грн/люд-день	Потреба в харчуванні, дні	Разом, млн. грн
Дошкільні заклади освіти**	1300,1	22,0	250	7150,6
Заклади середньої освіти**	3387,8	20,0	170	11518,5
Заклади соц. забезпечення***	46,3	40,0	365	675,9
Лікарні***	8300,0	19,0	11	1734,7
Військові частини***	182,0	75,0	365	4982,3
Заклади пенітенціарної служби***	61,3	135,0	365	3020,6
ВСЬОГО	х	х	х	29082,6

\* Джерело: дані Держстату України [11, 12, 13].

\*\* Примітка: Фінансування за рахунок місцевих бюджетів та приватних осіб.

\*\*\* Фінансування за рахунок державного та місцевих бюджетів.

Серед причин відсутності фермерської продукції на ринку закупівель є неготовність фермерів приймати участь у торгах. Процедура подання першої тендерної пропозиції доволі складна і тривала у часі. Необхідно опрацювати безліч нормативно-правових документів, що регулюють відносини у сфері держзакупівель; підготувати визначений перелік документів; подати пропозицію для участі у тендері та слідкувати за проходженням процедури. Володіння інформацією про ціни на ринку для підвищення конкурентоспроможності серед інших гравців є також необхідною умовою.

Більшості фермерів складно виконувати невластиві їм функції та на перших порах передбачити свою економічну користь від виходу на ринок централізованих закупівель. При цьому немає розуміння, що представлення власної продукції в подальшому забезпечуватиме постійний збут продовольства на потужному ємному ринку держзакупівель.

У низці країн здійснюється державне регулювання тендерних процедур як з метою захисту інтересів місцевих виробників, так і для впорядкування імпорту різноманітної продукції (вставка 1).

Вставка 1

#### Регулювання на ринку держзакупівель [14]

В багатьох країнах законодавчо закріплюється право місцевих компаній на пріоритет в рівні ціні, таким чином, при інших рівних умовах вигравш присуджується місцевій компанії, навіть якщо запропонована нею ціна вище, ніж у закордонних учасників. Цінова «фора» для місцевих гравців може становити від 6% (США, Канада) до 15% (Кувейт, Індія) і більше. У ряді країн до торгів не допускаються ті іноземні учасники, які в своїх пропозиціях не передбачають передачу частини підряду місцевим фірмам, визначено перелік робіт та послуг, які іноземний підрядник зобов'язаний передавати місцевим фірмам. У багатьох державах участь зарубіжних компаній в тендерах можлива тільки через місцевих агентів або партнерів (Єгипет, Оман). Іноді іноземним підрядникам забороняється ввозити обладнання та матеріали, що випускаються місцевою промисловістю, існує правило потрійного перевищення числа місцевого персоналу над іноземним для підрядних об'єктів. У деяких країнах частина держзамовлення резервується для певних категорій постачальників, наприклад малого бізнесу, організацій інвалідів, установ пенітенціарної системи і т. д. У Південній Кореї надається підтримка малим і середнім підприємствам, що забезпечують зайнятість значної частини населення, як постачальникам у відносинах публічних закупівель. На думку фахівців, якщо не підтримувати малі фірми, великі підприємства будуть одержувати максимальні вигоди для себе, використовуючи недосконалу конкуренцію.

<sup>2</sup> До зазначених установ ще додаються заклади інтернатного типу, санаторно-курортні та інші.

<sup>3</sup> Усереднені дані за 2017-2018 рр.

Така практика захисту місцевих виробників може бути запроваджена на внутрішньому ринку України. Створення інституційної підтримки для реалізації фермерської продукції стане додатковою мотиваційною складовою розвитку фермерства.

В першу чергу, це допомога фермерам у підготовці тендерних пропозицій. Відповідно до реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні базовою одиницею територіального устрою визнана об'єднана територіальна громада. На рівні кожної ОТГ створюється тендерний комітет для організації та проведення закупівель для всіх бюджетних установ громади. Виконавчий орган ОТГ виступає в якості «Замовника». Спеціалісти тендерного комітету обізнані в процедурі торгів, мають доступ до електронних баз даних, електронних торговельних майданчиків тощо. Вони кваліфіковано можуть надавати послуги у підготовці тендерних пропозицій відповідно до вимог законодавства для місцевих фермерів і представляти їх інтереси в якості «Учасника».

По-друге, ці ж спеціалісти зможуть супроводжувати подану фермером пропозицію на всіх етапах тендерних закупівель. Фермеру необхідно буде лише запропонувати асортимент та кількість продукції на продаж. Також допомогу у підготовці тендерних пропозицій могли б надавати фермерам дорадчі служби.

Така організаційна підтримка дозволить фермерським господарствам представити власну продукцію на постійно діючому потужному за обсягами торговельному майданчику й допоможе фермерам слідкувати за кон'юктурою на ринку сільськогосподарської продукції та мотивуватиме виробників не лише на поставки сировини, але й на випуск готової продукції.

#### ***Впровадження нецінових критеріїв вибору переможця при закупівлях продуктів харчування.***

Найбільш поширеним критерієм, що забезпечує вигреш на тендерних торгах є ціновий. Вибірковий аналіз проведених торгів, зокрема у закупівлі продуктів харчування, свідчить що для більшості замовників основним критерієм вибору переможця є ціна [15]. Законом України «Про публічні закупівлі» передбачено можливість використання «Замовником» кваліфікаційних критеріїв для всіх постачальників та нецінових критеріїв у разі оголошення закупівель, коли для визначення кращої пропозиції недостатньо найнижчої ціни. До них відносяться умови оплати, показники якості продукції, терміни поставок тощо (в залежності від виду товарів, робіт чи послуг, що закуповуються), але зазвичай вони не застосовуються. Сукупна вага всіх нецінових критеріїв закупівлі може сягати 30% – для державних закупівель.

Нецінові критерії впливають на вибір переможця під час аукціону через формування «приведеної ціни» пропозицій (ціни, зазначеної учасником у тендерній пропозиції та перерахованої з урахуванням показників інших критеріїв оцінки за математичною формулою, визначеною замовником у тендерній документації). «Приведена ціна» буде нижчою за фактичну. Після завершення аукціону «приведена ціна» за допомогою того ж коефіцієнта корекції коригується в зворотній бік. Тобто договір з постачальником підписується за фактичною ціною, а не за приведеною. Всі розрахунки відбуваються в автоматичному режимі.

Таким чином, бюджетні установи, які виступають в якості «Замовника» на тендерних торгах в межах законодавства можуть надати преференції місцевим виробникам. Обираючи прямі поставки від виробників (що зазначено в якості кваліфікаційного критерію), на відміну від торговельних посередників, а також якісні місцеві продукти харчування, навіть за більш високою ціною, розпорядники бюджетних коштів не лише надаватимуть якісніші послуги, зокрема харчування певних верств населення за державні кошти, але й формуватимуть додатковий ринок збуту для фермерської продукції, чим підтримуватимуть розвиток фермерства в Україні (вставка 2).

Тому, в компетенції державних структур, зокрема Міністерства освіти і науки, Міністерства соціальної політики, Міністерства охорони здоров'я тощо, рекомендувати підпорядкованим установам проводити закупівлю сільсько-господарської продукції та продуктів харчування у місцевих виробників, в т.ч. фермерів.

Вставка 2

**Мінагрополітики разом із представниками ФАО працюють над запровадженням в Україні ефективної моделі шкільного харчування, яка дозволить залучити малих і середніх сільгоспвиробників та збільшити виробництво якісної і безпечної продукції.**

Експерти ФАО поінформували про бразильську модель шкільного харчування, суть якої полягає в тому, що мінімум 30% харчової продукції для шкіл закуповується у малих сільгоспвиробників та фермерів. Подібна програма діє вже у 17 країнах Латинської Америки та Карибського басейну, і в 9 ведеться робота з її впровадження. Програма фінансується з державного бюджету і перевагу в отриманні коштів, за окремим конкурсом, мають малі сільгоспвиробники та фермери.

Проте, встановлення штучних преференцій для однієї групи учасників торгів, так званий лобізм, може дискримінувати інших і порушити основні засади, на яких базувалось запровадження системи публічних закупівель (запобігання корупційним діям, неефективному використанню бюджетних коштів та захисту конкуренції). Але для досягнення стратегічних цілей, визначених в Концепції розвитку фермерських господарств та сільськогосподарської кооперації на 2018-2020 роки, виконання завдань державної аграрної політики щодо створення необхідних організаційних, правових та фінансових передумов для розвитку фермерських господарств на певному етапі запровадження преференційних умов в системі публічних закупівель буде виправданим кроком.

#### **Включення фермерів у систему е-каталогів.**

У 2019 р. в Україні запроваджено пілотний проект продажу товарів в системі публічних закупівель через електронні каталоги. Новий функціонал буде працювати як звичайний інтернет-магазин. Постачальники кваліфікуватимуться центральною закупівельною організацією та зможуть вносити свою продукцію в електронний каталог. Держзамовники зможуть переглядати цінові пропозиції та за спрощеною процедурою купувати товар, який найбільше задовольняє їхні потреби. Звіт за результатами закупівель буде формуватися в автоматичному режимі.

На першому етапі е-каталогами можна буде користуватися для допорогових закупівель, можливості яких часто використовують бюджетні установи. Така новація поки що не передбачає закупівлю сільськогосподарської продукції, але у перспективі всі товари для бюджетних установ, зокрема й продукти харчування, продаватимуться у такий спосіб.

Використання фермерами запропонованих можливостей дозволить зекономити час та ресурси для участі у тендерах. Але без державної підтримки, зокрема щодо отримання необхідної кваліфікації (сертифікації) продукції, цей механізм може бути недоступним для агровиробників.

#### **Встановлення преференцій для фермерської продукції у торговельних мережах (супермаркетах).**

Тривалий час дискутується проблема обмеженості торгових марок певних товарних груп на прилавках супермаркетів. Знайти фермерську продукцію вкрай важко. Причинами можуть бути як жорсткі умови співробітництва, які кожний супермаркет виставляє до своїх постачальників, так і невідповідність асортименту продукції виробленої фермерами потребам торговельних точок. Зазвичай супермаркети цікавлять стабільні, довгострокові ділові відносини з виконанням наступних умов: постійної контрольованої якості товарів; належного оформлення всіх документів та дозволів на постачання даного продукту; конкурентних цін; своєчасності доставки товарів; фінансової стабільності постачальників тощо. Для виробників з відносно малими обсягами поставок, обмеженим асортиментом, непостійною пропозицією (під час збору врожаю) виконання таких вимог дуже ускладнене.

З метою спрощення доступу фермерів до реалізації сільськогосподарської продукції у великих торговельних мережах держава може запропонувати податкові пільги супермаркетам, встановити обов'язкові квоти на продаж фермерської продукції тощо. При цьому фермери також мають шукати шляхи просування своєї продукції на централізовані торговельні майданчики: формувати партії продукції, об'єднуючись з іншими виробниками; отримувати власні торговельні марки (брендувати продукцію); виробляти органічну продукцію, нестача якої існує на внутрішньому

ринку України; розширювати асортимент та нарощувати виробництво готової продукції.

Певна інертність у пошуку нових каналів збуту притаманна не лише українським аграріям, а й більшості малих сільгоспвиробників в інших країнах. Фермери зазвичай використовують посередницькі структури та перевірені збутові ланцюги для реалізації власної продукції. Тому, запровадження заходів державної підтримки на рівні нормативно-правового регулювання буде корисним як для самих виробників, так і для споживачів агропродукції.

### Висновки і перспективи.

Розвиток державної підтримки фермерства, окрім фінансування напрямів виробничої діяльності, передбачає створення організаційних умов та регуляторних механізмів на етапі реалізації продукції. Одним з таких механізмів може стати сприяння у виведенні фермерської продукції на ринок публічних закупівель.

Підготовка тендерних пропозицій, інформаційний супровід на всіх етапах торгів, консультаційна підтримка щодо потреб бюджетних установ (формування держзамовлення) практично не потребують виділення додаткових державних коштів і при цьому сприятиме формуванню додаткових стабільних каналів збуту фермерської продукції. Централізовані закупівлі продуктів харчування для бюджетних установ стануть як вагомим чинником розвитку фермерства, так і шляхом забезпечення окремих верств населення (дітей, військовослужбовців, пенсіонерів в будинках-інтернатах тощо) якісними продуктами харчування.

На даний час всі заходи та механізми підтримки фермерства розробляються на галузевому рівні через Мінагрополітики за участі профільних асоціацій. В цю інституційну систему необхідно залучити об'єднані територіальні громади з передачею повноважень як щодо підтримки фермерів та посилення їх економічної спроможності, сприяння доступу агровиробників до участі в системі публічних закупівель, так і встановлення контролюючих функцій за якістю сільськогосподарської продукції, що дозволить забезпечити якісним продовольством місцеве населення, сприяти зниженню рівня бідності та поліпшити стан довкілля тощо.

### Список використаних джерел

1. United Nations Decade of Family Farming (2019–2028). Resolution adopted by the General Assembly on 20 December 2017 A/RES/72/239. URL: <https://undocs.org/A/RES/72/239>. (дата звернення: 10.02.2019).
2. Про схвалення Концепції розвитку фермерських господарств та сільськогосподарської кооперації на 2018-2020 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 13 вересня 2017 р. № 664-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/664-2017-р>. (дата звернення: 10.02.2019).
3. Ткач О.В., Баланюк І.Ф., Копчак Ю.С., Баланюк С.І. Маркетинговий менеджмент у діяльності підприємств. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка*. 2016. № 1(47). Т.2. С. 291-296.
4. Красноруцький О.О. Принципи побудови систем збуту та розподілу продукції сільськогосподарських підприємств. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Серія: Економічні науки*. 2013. №5. С. 56–66.
5. Блюмська-Данько К.В. Розвиток маркетингової діяльності аграрних підприємств: автореф. дис. .... канд. екон. наук: 08.00.04. Харків, 2015. 24 с.
6. Ларіна Я.С. Формування та механізми реалізації маркетингових стратегій в агропродовольчому підкомплексі АПК: монографія. Київ: Преса України, 2008. 336 с.
7. Лопатинський Ю., Тодорюк С. Детермінанти сталого розвитку аграрних підприємств: монографія. Чернівці. 2015. 220 с.
8. Варченко О.М., Свиноус І.В., Микитюк Д.М. Методологічні підходи до оцінки збуту продукції сільськогосподарськими товаровиробниками. *Вісник аграрної науки*. 2013. С. 66-69.
9. Статистичний збірник «Сільське господарство України за 2017 р.». URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/09/zb\\_sg2017\\_pdf.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/09/zb_sg2017_pdf.pdf). (дата звернення: 10.02.2019).
10. Закон України «Про публічні закупівлі». URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19>. (дата звернення: 10.02.2019).
11. Статистичний збірник Дошкільна освіта в Україні у 2017 р. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/publosvita\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publosvita_u.htm). (дата звернення: 10.02.2019).

12. Статистичний збірник Заклади охорони здоров'я та захворюваність населення України у 2017 році. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/06/zb\\_zoz\\_17.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_zoz_17.pdf). (дата звернення: 10.02.2019).

13. Статистичний збірник Соціальний захист населення України. URL: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publzhahist\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publzhahist_u.htm). (дата звернення: 10.02.2019).

14. Федорчук А. Пріоритет національних компаній при держзакупівлях для вітчизняної економіки сьогодні є критичним. *Дзеркало тижня*. 2018. №28.

15. Державні закупівлі. Укладені договори. URL: <https://www.dzo.com.ua/tenders/contracts>. (дата звернення: 10.02.2019).

Статтю отримано: 12.02.2019 / Рецензування 15.03.2019 / Прийнято до друку: 21.03.2019

**Oksana Rykovska**

Ph.D. (in Economics), Senior Researcher

Institute for Economics and Forecasting National Academy of Sciences of Ukraine

Kyiv, Ukraine

E-mail: [oksana.rykovska@gmail.com](mailto:oksana.rykovska@gmail.com)

## NEW MARKET OPPORTUNITIES FOR FARMERS: STATE AND COMMUNITY SUPPORT

### **Abstract**

**Introduction.** *The agrarian sector of most countries is developing with large state support. Its directions are different and depend on the priorities of intergovernmental policies, such as the Common Agricultural Policy of the EU and strategic goals that are in line with national interests. At the 72nd session of the UN General Assembly, a Resolution United Nations Decade of Family Farming (2019–2028) is approved. The importance of farming problems on the international level aims to provide the basis for promoting a more effective state policy in the field of family farming and contributing to the achievement of food security as the part of sustainable development goals.*

**Methods.** *The monographic method (the analysis of Ukrainian scientific researches concerning the issues of increasing the efficiency of sales of agricultural products), scientific knowledge and logical generalization (as regards the harmonization of farmers' production capacities and the needs of budgetary organisations in agricultural products), expert assessments (to justify the mechanism of attracting farmers to public procurement systems), abstract and logical (theoretical generalizations and formulation of conclusions) are used in the process of research.*

**Results.** *The direction of state support of farming through the improvement of the regulatory mechanism for the represent of farms agricultural products to the public procurement market is substantiated. The need of budget organisations in agricultural production is assessed, the mechanism of facilitating access of farmers to the system of public procurement is proposed. The potential opportunities of the united territorial communities in promoting the sale of farm products are substantiated. They are outlined the directions of application of non-price criteria for public procurements of food. It is proposed to establish preferences for farm products in trade networks (supermarkets).*

**Discussion.** *Proposals on the organizational and economic mechanism of marketing of farm products through the public procurement market will contribute to the formation of additional stable channels for agricultural products sale. Centralized purchasing of food products for budget organizations will be a significant factor in the development of farming, as well as the direction of providing the population with quality accessible food products.*

**Keywords:** *farms, public procurements, sale of agricultural products.*

### **References**

1. General Assembly. (2017). United Nations Decade of Family Farming (2019–2028). Resolution adopted by the General Assembly on 20 December 2017 A/RES/72/239. *undocs.org*. Retrieved from <https://undocs.org/A/RES/72/239>

2. Rozporyadzennya Kabinetu Ministriv Ukrainy Pro skhvalennya Kontseptsii rozvytku fermerskykh gospodarstv ta silskohospodarskoi kooperatsii na 2018-2020 roky № 664-r. (2017, September, 13). *zakon.rada.gov.ua*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/664-2017-p>.

3. Tkach, O.V., Balanyuk, I.F., Kopchak, Yu.S., & Balanyuk, S.I. (2016). Marketynhovyy menedzhment u diyalnosti pidpryemstv [Marketing management in the activities of enterprises]. *Naukovyy visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriya Ekonomika* [Scientific herald of Uzhgorod University. Series Economics], 1 (47), 2, 291-296.



4. Krasnorutskyy, O.O. (2013). Pryntsyipy pobudovy system zbutu i rozpodilu produktsii silskohospodarskykh pidpryyemstv [Principles of construction of systems of sale and distribution of products of agricultural enterprises]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu im. V.V. Dokuchayeva. Seriya: Ekonomichni nauky [Bulletin of Kharkiv National Agrarian University named after. VV Dokuchaev Series: Economic Sciences]*, 5, 56–66.
5. Blyumska-Danko, K.V. (2015). *Rozvytok marketynhovoyi diyalnosti ahrarnykh pidpryyemstv. Unpublished doctoral dissertation.* Kharkiv.
6. Larina, Ya.S. (2008). *Formuvannya ta mekhanizmy realizatsii marketynhovykh stratehiy v ahroprodovolchomu sektori APK [Formation and mechanisms of realization of marketing strategies in agro-food subcomplex of agroindustrial complex]* Kyiv, Ukraine: Presa Ukrayiny.
7. Lopatynskyy, Yu., & Todoryuk, S. (2015). *Determinanty staloho rozvytku ahrarnykh pidpryyemstv [Determinants of sustainable development of agrarian enterprises].* Chernivzi, Ukraine.
8. Varchenko, O.M., Svyynous, I.V., & Mykytyuk, D.M. (2013). *Metodolohichni pidkhody do pidhotovky produktsii silskohospodarskykh tovariv [Methodological approaches to the estimation of sales of products by agricultural commodity producers].* *Visnyk ahrarnoyi nauky [Bulletin of Agrarian Science]*, 66-69.
9. Statystychnyy zbirnyk «Sil'ske hospodarstvo Ukrainy za 2017 r.». [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua). Retrieved from [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/09/zb\\_sg2017\\_pdf.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/09/zb_sg2017_pdf.pdf).
10. Zakon Ukrainy Pro publichni zakupivli. [zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua). Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19>.
11. Statystychnyy zbirnyk Doshkilna osvita v Ukraini 2017 r. [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua). Retrieved from [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/publosvita\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publosvita_u.htm).
12. Statystychnyy zbirnyk Zaklady okhorony zdorovya i zakhvoryuvanist naselennya Ukrainy u 2017 r. [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua). Retrieved from [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/06/zb\\_zoz\\_17.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_zoz_17.pdf)
13. Statystychnyy zbirnyk Sotsialnyy zakhyst naselennya Ukrainy. [ukrstat.org](http://ukrstat.org). Retrieved from [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publzahist\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publzahist_u.htm)
14. Fedorchuk, A. (2018) Priorytet natsionalnykh kompaniy pry derzhzakupivlyakh dlya vitchyznyanoi ekonomiky sohodni ye krytychnym [The priority of national companies in government procurement for the domestic economy today is critical]. *Dzerkalo tyzhnya [Mirror of the week]*, 28.
15. Derzhavni zakupivli. Ukladeni dohovory. [www.dzo.com.ua](http://www.dzo.com.ua). Retrieved from <https://www.dzo.com.ua/tenders/contracts>.

Received: 02.12.2019 / Review 03.15.2019 / Accepted 03.21.2019

