МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА
Факультет економіки і підприємництва
Кафедра маркетингу

Допущено до захисту
“_____” _____ 2024 р.
Зав. кафедри, д.е.н., професор
_____ **Пенькова О.Г.**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

Маркетингові дослідження ринку зерна України

Виконав – студент 2 курсу, групи 21м-ма
освітньої програми «Маркетинг»
спеціальності 075 Маркетинг
Востриков Олексій Юрійович

Науковий керівник – д.е.н., професор
Пенькова Оксана Георгіївна

Умань – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Факультет економіки і підприємництва
Кафедра маркетингу
Освітня програма Маркетинг
Спеціальність 075 «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

_____ О.Г. Пенькова
(підпис) (ініціали, прізвище)
“_____” _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Студенту Вострикову Олексію Юрійовичу
1. Тема роботи «Маркетингові дослідження ринку зерна України»
керівник роботи Пенькова О.Г., д.е.н., професор
затверджені наказом по університету від «03»грудня 2024 року №01-06/320

2. Строк подання студентом роботи _____

3. Вихідні дані до роботи: роботи закордонних та вітчизняних учених, періодичні наукові видання, офіційні статистичні та аналітичні матеріали профільних економічних організацій, зокрема, Державної служби статистики України, Української зернової асоціації (УАЗ), Agricultural Market Information System (AMIS), дані міжнародних експертних та рейтингових агентств, матеріали всесвітньої комп’ютерної мережі Internet, результати власних досліджень.
4. Перелік питань, які потрібно розробити
1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ РИНКУ ЗЕРНА
2. АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ЗЕРНА
3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ЗЕРНА В УКРАЇНІ
5. Перелік графічного матеріалу
таблиць –13;
рисунків – 17.
6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів проекту	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи	12.09.2023	
2.	Одержання індивідуального завдання	13.09.2023	
3.	Складання календарного плану написання кваліфікаційної роботи	14.09.2023	
4.	Підготовка до виконання кваліфікаційної роботи - підбір та вивчення літератури - участь у виконанні науково-дослідних робіт - виконання курсових робіт - інші заходи	 15.12.2023 30.10.2024 30.05.2024 30.10.2024	
5.	Уточнення теми кваліфікаційної роботи та календарного плану-графіка, виходячи зі специфіки базового підприємства, установи	26.07.2024	
6.	Підготовка: - першого розділу - другого розділу - третього розділу - висновків	 12.09.2024 21.10.2024 15.11.2024 20.11.2024	
7.	Доопрацювання кваліфікаційної роботи з урахування зауважень наукового керівника	29.11.2024	
8.	Написання та оформлення роботи в остаточному варіанті	02.12.2024	
9.	Перевірка роботи на академічний плагіат	06.12.2024	
10.	Одержання відгуку наукового керівника	09.12.2024	
11.	Попередній захист роботи на кафедрі	11.12.2024	
12.	Затвердження роботи завідувачем кафедри	12.12.2024	
13.	Одержання рецензії	13.12.2024	
14.	Захист кваліфікаційної роботи	17.12.2024	

Студент _____ Востриков О.Ю.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Пенькова О.Г.

Реферат
на кваліфікаційну роботу «Маркетингові дослідження ринку зерна України»
студента факультету економіки і підприємництва
Уманського національного університету садівництва
Вострикова Олексія Юрійовича

Кон'юнктура продовольчих ринків, в тому числі зернового, окрім стандартних детермінант, що визначаються попитом, пропозицією, ціною та конкуренцією, також залежить від ряду факторів, які мають значний вплив на його формування, розвиток та структуризацію, серед яких варто відзначити економічні, інституціональні, соціальні, інформаційні, інноваційні, техніко-технологічні, екологічні та маркетингові чинники. Повномасштабна війна на території України спричинила значні збитки для всіх сфер економіки та суспільного життя і обумовила ряд негативних трендів у розвитку ринку вітчизняного ринку зерна. Маркетингові дослідження цих тенденцій є підгрунтями для розроблення стратегій його подальшого розвитку. В даній роботі, що складається з трьох розділів, використано роботи закордонних та вітчизняних учених, періодичні наукові видання, офіційні статистичні та аналітичні матеріали профільних економічних організацій, зокрема, Державної служби статистики України, Української зернової асоціації (УАЗ), Agricultural Market Information System (AMIS), дані міжнародних експертних та рейтингових агентств, матеріали всесвітньої комп'ютерної мережі Internet, результати власних досліджень. Загальний обсяг роботи 60 сторінок. Обсяг аналітично-ілюстративного матеріалу – 17 рисунків, 13 таблиць. Кількість опрацьованих за темою роботи джерел становить 53 найменування.

Мета даної роботи: виявлення тенденцій розвитку ринку зерна України та обґрунтування напрямів підвищення ефективності його функціонування.

Перший розділ роботи – теоретичний. В ньому досліджено теоретичні засади маркетингових досліджень ринку зерна.

Другий розділ – аналітичний. В ньому представлено результати аналізу обсягів та чинників формування пропозиції зерна та зовнішнього й внутрішнього попиту на нього.

У третьому розділі обґрунтовано напрями підвищення ефективності функціонування ринку зерна в Україні.

Анотація

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні засади маркетингових досліджень ринку зерна, проведено аналіз обсягів та чинників формування пропозиції зерна та зовнішнього й внутрішнього попиту на нього, обґрунтовано напрями підвищення ефективності функціонування ринку зерна в Україні.

Ключові слова: маркетингові дослідження, ринок зерна, кон'юнктура ринку зерна, пропозиція зерна, попит на зерно, стратегії розвитку.

Abstract

The qualification work examines the theoretical foundations of grain market research, analyses the volumes and factors of grain supply and external and internal demand for it, and substantiates the ways to improve the efficiency of the grain market in Ukraine.

Keywords: маркетингові дослідження, ринок зерна, кон'юнктура ринку зерна, пропозиція зерна, попит на зерно, стратегії розвитку.

ЗМІСТ

ВСТУП…….. 6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ РИНКУ ЗЕРНА..... 8
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ЗЕРНА……..... 13
2.1. Аналіз обсягу та чинників формування пропозиції зерна..... 13
2.2. Аналіз обсягу та чинників формування внутрішнього попиту на зерно..... 22
2.3. Аналіз обсягу та чинників формування зовнішнього попиту на зерно..... 30
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ЗЕРНА В УКРАЇНІ..... 38
ВИСНОВКИ…….. 52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…….. 55

ВСТУП

Ключове місце в економіці України та серед глобальних товарних ринків займає ринок зерна, що обумовлено його важливим значенням для продовольчої безпеки як окремої країни, так і світу в цілому. В останні десятиліття на світовому і вітчизняному рівнях спостерігається підвищення ефективності виробництва зерна. Проте, навіть за умов збереження існуючих темпів розвитку, загострення продовольчої кризи залишається суттєвою проблемою в багатьох країнах світу, що обумовлює актуальність пошуку резервів подальшого розвитку вітчизняного ринку зерна.

Кон'юнктура продовольчих ринків, в тому числі зернового, окрім стандартних детермінант, що визначаються попитом, пропозицією, ціною та конкуренцією, також залежить від ряду факторів, які мають значний вплив на його формування, розвиток та структуризацію, серед яких варто відзначити економічні, інституціональні, соціальні, інформаційні, інноваційні, техніко-технологічні, екологічні та маркетингові чинники. Повномасштабна війна на території України спричинила значні збитки для всіх сфер економіки та суспільного життя і обумовила ряд негативних трендів у розвитку ринку вітчизняного ринку зерна. Маркетингові дослідження цих тенденцій є підґрунтями для розроблення стратегій його подальшого розвитку.

Мета роботи – виявлення тенденцій розвитку ринку зерна України та обґрунтування напрямів підвищення ефективності його функціонування.

Для досягнення поставленої мети сформульовано наступні завдання:

- дослідити теоретичні засади маркетингових досліджень ринку зерна;
- проаналізувати обсяги та чинники формування пропозиції зерна;
- проаналізувати обсяги та чинники формування внутрішнього попиту на зерно;
- проаналізувати обсяги та чинники формування зовнішнього попиту на зерно;

- обґрунтувати напрями підвищення ефективності функціонування ринку зерна в Україні.

Об’єктом дослідження є процеси функціонування ринку зерна в Україні.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та практичні основи формування і реалізації механізмів функціонування ринку зерна в Україні.

Методи дослідження. Для досягнення мети кваліфікаційної роботи використано загальнонаукові та спеціальні методи наукових досліджень, зокрема: наукової абстракції (для дослідження теоретичних засад маркетингових досліджень ринку зерна); історико-логічний метод (для дослідження тенденцій і чинників розвитку ринку зерна у ретроспективі та при виявленні передумов й перспектив його розвитку); статистичні методи (для аналізу ключових показників розвитку ринку зерна в динаміці); кількісного та якісного аналізу (для ідентифікації та оцінки чинників розвитку ринку зерна); методи SWOT- та TOWS-аналізу (для визначення можливих стратегій розвитку ринку зерна в Україні із урахуванням його сильних та слабких сторін і умов зовнішнього середовища).

Інформаційною базою дослідження є роботи закордонних та вітчизняних учених, періодичні наукові видання, офіційні статистичні та аналітичні матеріали профільних економічних організацій, зокрема, Державної служби статистики України, Української зернової асоціації (УАЗ), Agricultural Market Information System (AMIS), дані міжнародних експертних та рейтингових агентств, матеріали всесвітньої комп’ютерної мережі Internet, результати власних досліджень.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ РИНКУ ЗЕРНА

Маркетингові дослідження завжди були одним з найважливіших інструментів для отримання інформації для прийняття важливих управлінських рішень. Питання методології та методів проведення маркетингових досліджень, особливо з точки зору визначення їхньої мети, перебувають у центрі уваги теорії та практики маркетингу.

Науковий пошук у сфері маркетингових досліджень призвів до існування великої кількості формулювань поняття «маркетингове дослідження», які є квінтесенцією підходів до вибору методу, трактування їх мети, сутності, функціонального призначення [1-9]. Мейш А. В. та Матвійчук О. В. зазначають: «У широкому розумінні, маркетингові дослідження покликані вирішувати такі завдання, як: вивчення характеристик ринку, аналізу збуту, вивчення тенденцій ділової активності, вивчення товарів конкурентів, короткострокове прогнозування, вивчення політики цін» [10].

Що стосується маркетингових досліджень ринку, то Гаврилко П.П., Гуштан Т.В. та Сімех К.Ю. пропонують розуміти їх як: «процес збору аналізу та інтерпретації інформації про споживачів, конкурентів, та ринкові умови з метою розроблення успішних маркетингових стратегій» [11]. Бабченко Л.В. та інші підкреслюють: «маркетингові дослідження ринку мають важливе значення для діяльності будь-якої організації за умови систематичності їх проведення. Система маркетингових досліджень має бути такою, щоб кількість і якість отриманих результатів дозволяли розкрити зміст тих явищ, із якими стикається фірма під час своєї діяльності» [12].

Залежно від напряму проведення досліджень поняття «маркетингові дослідження» поділяють на дві основні складові – фундаментальні та прикладні дослідження. Фундаментальні маркетингові дослідження – це дослідження основних ринкових закономірностей та тенденцій, динаміки макроекономічних показників, а прикладні маркетингові дослідження – це дослідження, які

проводяться для задоволення потреб підприємств в інформації для прийняття управлінських рішень [13]. Фундаментальні дослідження, спрямовані на розширення меж знань у певній галузі без необхідності негайного використання їх до існуючої проблеми [8]. Таким чином маркетингові дослідження ринку зерна можна віднести до фундаментальних, оскільки прикладні дослідження більш концентровані на певний вид чи види зерна або продуктів їх переробки.

Методи проведення маркетингового дослідження характеризують інструментарій збору інформації, необхідної для досягнення дослідницьких цілей. Окландер І.М. виділяє такі групи методів маркетингових досліджень: загальнонаукові; аналітично-прогностичні методи; методи, залучені з інших галузей знань; спеціальні маркетингові методи [1].

Вибір методів маркетингового дослідження визначається специфікою об'єкта дослідження. Тому необхідно зупинитися на особливостях ринку зерна як складної системи.

Казьмір В.А. визначає ринок зерна як багатопланову сукупність економічних відносин і господарських зв'язків у сфері виробництва, нагромадження, розподілу, зберігання, обміну, транспортування і споживання зерна на основі інтересів реальних і потенційних ринкових суб'єктів та різноманітних умов, інститутів, структур, механізмів, що зумовлюють стан ринку зерна та трансформацію інтересів і дій його учасників [14].

В науковій та аналітичній літературі є різні підходи до розуміння структури ринку зерна. Найбільш розповсюдженою є наступна класифікація структури: по-перше, виокремлюють продовольчі та фуражні зернові культури; по-друге, класифікують за номенклатурою продукції яка включає різноманітні види зернових культур та їх продуктів; по-третє, за основними етапами функціонування ринку (виробництво, торгівля, споживання) [15]. Види структури зернового ринку наглядно демонструє рисунок 1.1.

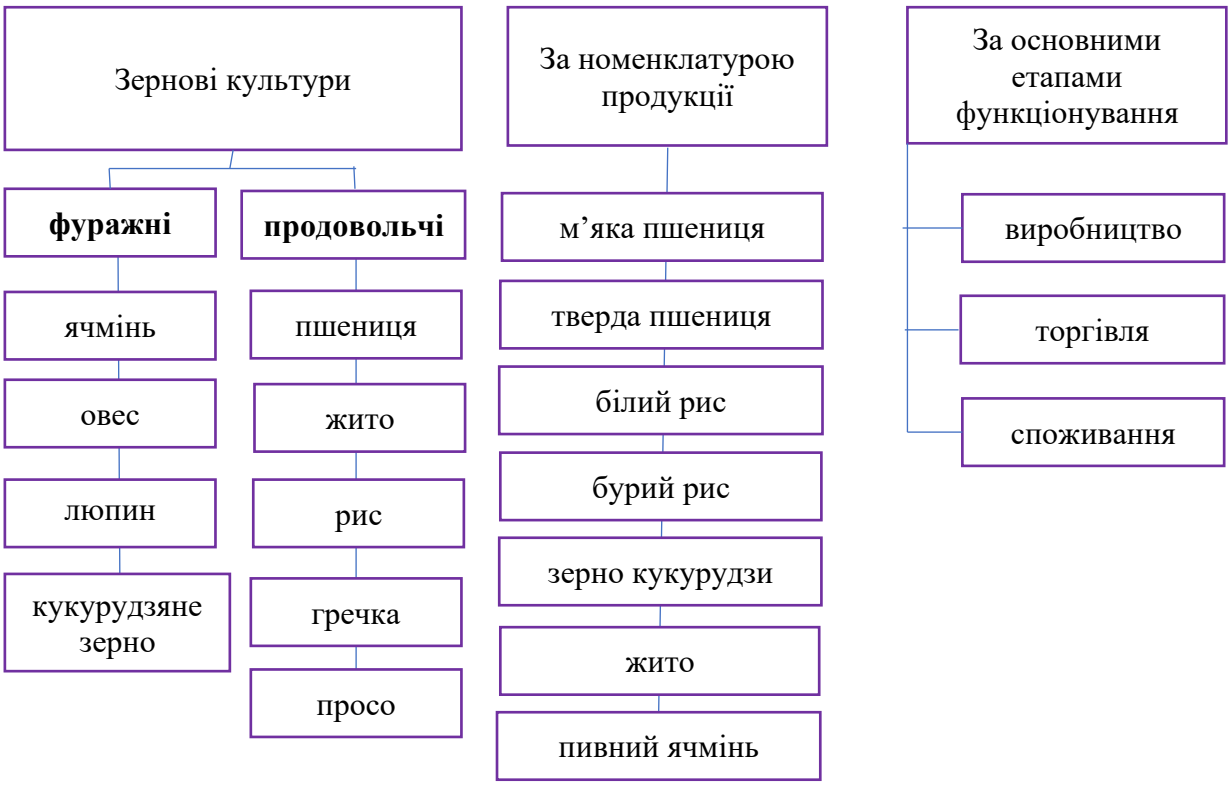


Рис. 1.1. Структурування ринку зерна за трьома класифікаційними ознаками

Джерело: [15]

Так, на основі ринку зерна, функціонує ринок насіннєвого матеріалу, зерна промислової та харчової переробки, фуражу і комбікормів, страхового запасу, а також експорт. Тобто, зерновий ринок сегментований за видами цільового використання зерна як товару:

– продовольчий сегмент (для виробництва борошна, круп, хлібобулочних та кондитерських виробів, інших продуктів харчування);

– зерно фуражне (на годівлю тваринам, як у чистому вигляді, так і у вигляді комбікормів);

– зерно технічне (для виробництва спирту, крохмало-паточної та іншої продукції);

– зерно насіннєве (як насіння для посіву в сільському господарстві).

Маркетингові дослідження ринку зерна не обмежуються лише визначенням параметрів ринкової кон'юнктури на даному ринку. Вони повинні охоплювати аналіз усіх параметрів зовнішнього середовища, що мають прямий або опосередкований вплив на формування попиту і пропозиції (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Параметри зернового ринку

1. Ситуація на світових зернових ринках	
Ринкова пропозиція	Обсяг світового ринку зернових; виробництво зерна усіх видів, передбачувані об'єми експорту країн-експортерів; перехідні запаси та баланси
Наявний попит	Світове споживання зернових
Цінова ситуація	Динаміка цін на зернові на світових біржах; зміна середньої контрактної ціни експорту та динаміка цін реалізації зернових від виробників
2. Ситуація на внутрішньому зерновому ринку	
Ринкова пропозиція	Зміна виробництва зернових на поточний рік; прогноз виробничих параметрів: посівні площі, врожайність, валовий збір; зерновий баланс; структура видів зерна за якістю; перехідні запаси; логістичні витрати; наявна зернова інфраструктура; динаміка виробництва продуктів переробки
Наявний попит	Динаміка доходів населення; задоволення потреб у продуктах переробки зерна; частка імпортної зернової продукції чи продуктів переробки у вітчизняному споживанні; внутрішньогосподарське споживання; потреби різних галузей тваринництва
Цінова ситуація	Ціни на зернові та зернобобові; оптові та роздрібні ціни на продукцію переробки; ціни на засоби виробництва; індекси споживчих цін на продукти переробки; динаміка цін на ПММ; трансакційні витрати; ціни на добрива та засоби захисту; обсяги реалізації на внутрішньому ринку
Державне регулювання зернового ринку	Державні закупівельні та товарні інтервенції; регулювання зовнішньої торгівлі
Ринкова інфраструктура	Механізми здешевлення ціни на придбання техніки; кредитні програми та Програми галузевої підтримки виробників зернової продукції; механізми кредитування проектів по впровадженню інфраструктурних об'єктів для учасників зернового ринку
Зовнішня торгівля	Питома вага зернових в структурі експорту; вплив і об'єми імпорту зерна та продуктів переробки на внутрішній ринок; порівняльні ціни імпортних та експортних контрактів; аналіз цін на зерно різних видів на внутрішньому і зовнішніх ринках
3. Прогнозування розвитку зернового ринку	
Загальні тенденції розвитку сільського господарства України; перспективи розвитку зернового сектора аграрної економіки України	

Джерело: [16]

Ключовими елементами ринку зерна є його об'єкти (зерно, зернові культури) та суб'єкти. На думку Гайди Ю.І. та Шайнюк Б.Л., до суб'єктів зернового ринку доцільно зараховувати суб'єктів господарювання, які виконують операції з зерном як об'єктом укладених угод (виробництво, купівля, продаж, зберігання, переробка тощо) [17]. Таким чином, у структурі зернового ринку виділяють такі групи суб'єктів - продавці, покупці та інституції

інфраструктури ринку. За такого підходу продавці, до яких також належать виробники, є найважливішою категорією суб'єктів ринку, які значною мірою впливають на формування ринкової пропозиції визначаючи кількість, ціну та умови продажу зерна. Пропозицію зерна на ринку формують різні групи продавців.

Результати маркетингових досліджень ринку зерна цікавлять безпосередньо товаровиробників галузі лише з точки зору прогнозування майбутнього рівня цін. Присяжнюк М.Н. та ін. констатують: «Як і для виробника зерна, для оптового посередника маркетингові дослідження зернового ринку цікаві лише в рамках прогнозування цін та обсягів можливого попиту в конкретних місцях продажу, оскільки інші параметри ринкових процесів (конкурентна боротьба, асортиментна пропозиція, зміна каналів розподілу тощо) зводяться саме до даних показників. Для кінцевих покупців зерна, які його використовують у промисловій переробці для отримання харчової та іншої продукції, також тільки ціна та спосіб доставки мають значення – продавець знеособлений, як і товар» [18].

Ринковий попит, відповідно, формують покупці. При цьому при проведені маркетингових досліджень необхідно зважати на специфіку зернового ринку. Оскільки зерно є сировинним товаром, а не продуктом переробки, то покупці на цьому ринку практично завжди посередники або ті суб'єкти, що займаються переробкою, а не кінцеві споживачі. Тому механізм формування попиту на зерновому ринку має свої особливості. Попит формується зважаючи на потреби кінцевих споживачів, а носіями цього попиту є покупці, які виступають в ролі посередників між продавцями (виробниками) та кінцевими споживачами. Вплив покупців на параметри зернового ринку визначається важливістю пропонованої продукції для кінцевого споживача; високим рівнем поінформованості покупців про стан ринку і про товар; високим рівнем організації покупців, які є, зазвичай, переробними, посередницькими чи сервісними підприємствами, а також багатоваріативністю дій покупців – вони досить вільно можуть обирати на ринку продавця і, в межах певної маржі, параметри угоди.

Розділ 2. АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ЗЕРНА

2.1. Аналіз обсягу та чинників формування пропозиції зерна

Зернова галузь України має стратегічне значення для економіки України та з точки зору гарантування продовольчої безпеки, забезпечення доходів аграрних виробників та інших учасників зернового ринку, надходження валютної виручки в країну та наповнення державного бюджету.

Повномасштабне вторгнення військ рф на територію нашої держави негативно позначилося на обсязі посівних площ зернових та зернобобових культур (рис. 2.1). Окупація частини території України, мінування полів, неможливість проведення посівних робіт у безпосередній близькості до лінії бойових дій спричинили скорочення площі посівів в 2024 році на 4879 тис. га (-30,5%) порівняно з 2021 роком.

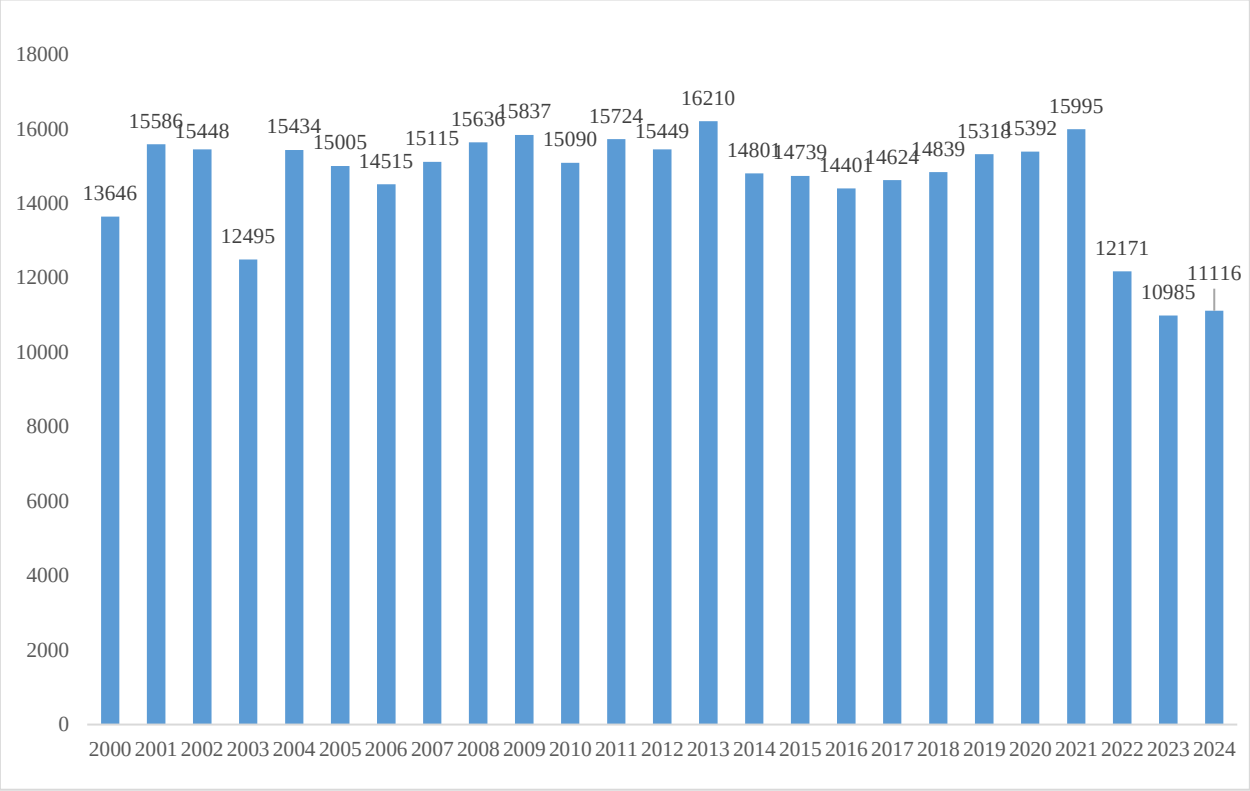


Рис. 2.1. Посівна площа зернових та зернобобових культур під урожай, тис. га

Джерело: побудовано за даними [19]

Наочно ситуацію впливу повномасштабної війни на площі посівів зернових культур показує їх регіональний розподіл (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Регіональний розподіл посівних площ зернових та зернобобових культур, тис. га

Область	2019	2020	2021	2022	2023
Вінницька	873,8	875,4	891,2	811,0	774,6
Волинська	298,2	310,8	327,7	308,6	291,3
Дніпропетровська	1125,7	1095,8	1152,7	1065,8	855,0
Донецька	580,7	572,7	597,1	227,4	137,9
Житомирська	464,6	524,3	553,6	461,0	441,1
Закарпатська	83,2	77,7	84,0	80,9	71,5
Запорізька	972,9	986,2	1014,6	338,5	119,6
Івано-Франківська	148,6	152,6	154,9	145,2	141,1
Київська	638,7	665,8	679,9	633,5	551,7
Кіровоградська	862,5	855,4	900,1	861,6	792,3
Луганська	407,7	398,6	392,0	91,6	72,1
Львівська	319,1	306,4	318,5	326,5	308,1
Миколаївська	890,2	880,7	949,5	727,6	617,7
Одеська	1207,6	1057,2	1238,2	1183,1	1175,4
Полтавська	1015,6	1005,1	1016,9	927,3	825,4
Рівненська	291,4	280,6	321,4	284,1	251,1
Сумська	680,5	697,0	722,2	552,2	502,0
Тернопільська	471,3	485,0	487,9	443,1	415,8
Харківська	1046,3	1017,8	1061,8	628,6	530,3
Херсонська	756,9	777,0	815,1	н/д	н/д
Хмельницька	576,3	620,5	627,4	558,4	515,0
Черкаська	683,5	700,1	709,1	650,0	631,4
Чернівецька	129,1	118,8	120,6	123,3	121,7
Чернігівська	767,5	821,4	858,4	656,9	675,1

Джерело: побудовано за даними [19]

З даних табл. 2.2 видно, що найбільше скорочення посівних площ зернових та зернобобових культур під час повномасштабної війни відбулося в Донецькій та Луганській областях – на 76,9% та на 81,6% в 2023 році порівняно з 2021 році. Трохи менше, але також істотно (близько 20-30%) відбулося зменшення посівів і в Харківській, Сумській, Дніпропетровській та Чернігівській областях.

Розглядаючи структуру розподілу посівних площ за окремими видами зернових культур в 2021 та 2024 роках, можна констатувати наявність структурних зрушень: якщо в 2021 році посіви пшениці на 29,7%

перевищували посіви кукурудзи, то в 2024 році цей розрив становив 21% на користь пшениці (табл.2.2).

Таблиця 2.2

Структура посівних площ за видами зернових культур, тис.га

Зернові культури	2021	2021 до 2020, %	2024	2024 до 2023, %
Пшениця	7099,6	107,6	4902,1	104,9
пшениця озима	6907,5	107,5	4728,5	105,5
пшениця яра	192,1	115,1	173,6	90,0
Кукурудза	5474,8	100,8	4049,7	98,5
Ячмінь	2474,5	103,3	1412,6	94,3
ячмінь озимий	1137,5	111,0	573,3	93,2
ячмінь ярий	1337,0	97,6	839,3	95,0
Жито	175,3	126,9	71,9	90,4
жито озиме	174,2	127,1	71,3	90,4
жито яре	1,1	101,1	0,6	86,2
Овес	177,9	89,1	173,1	104,9
Гречка	84,0	100,0	89,1	60,2
Сорго	42,8	87,5	18,8	132,1
Просо	78,1	49,1	92,6	104,1
Рис	9,9	88,3	3,0	137,1

Джерело: побудовано за даними [19]

Але, якщо аналізувати структуру розподілу посівних площ у відносному вираженні за 2021 та 2024 роки, то значних зрушень не спостерігається (рис. 2.2).

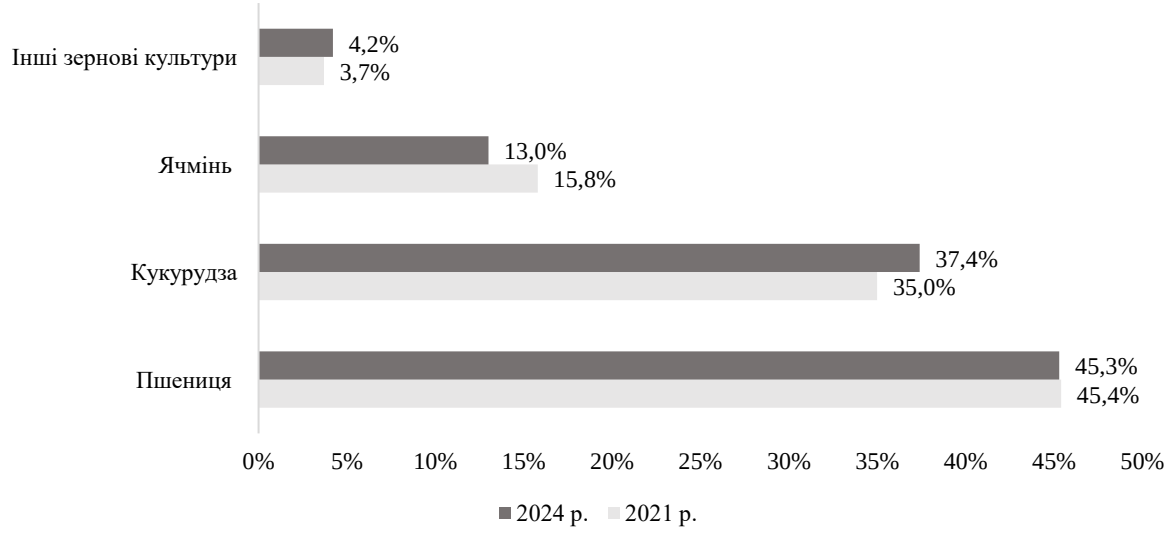


Рис. 2.2. Структура посівних площ зернових в 2021, 2024 рр. %

Джерело: побудовано за даними [19]

Урожайність зернових культур хоча і знизилася в 2022 році, порівняно з попереднім роком, але перевищила значення 2021 року. А 2023 рік став рекордним за цим показником (рис. 2.3).

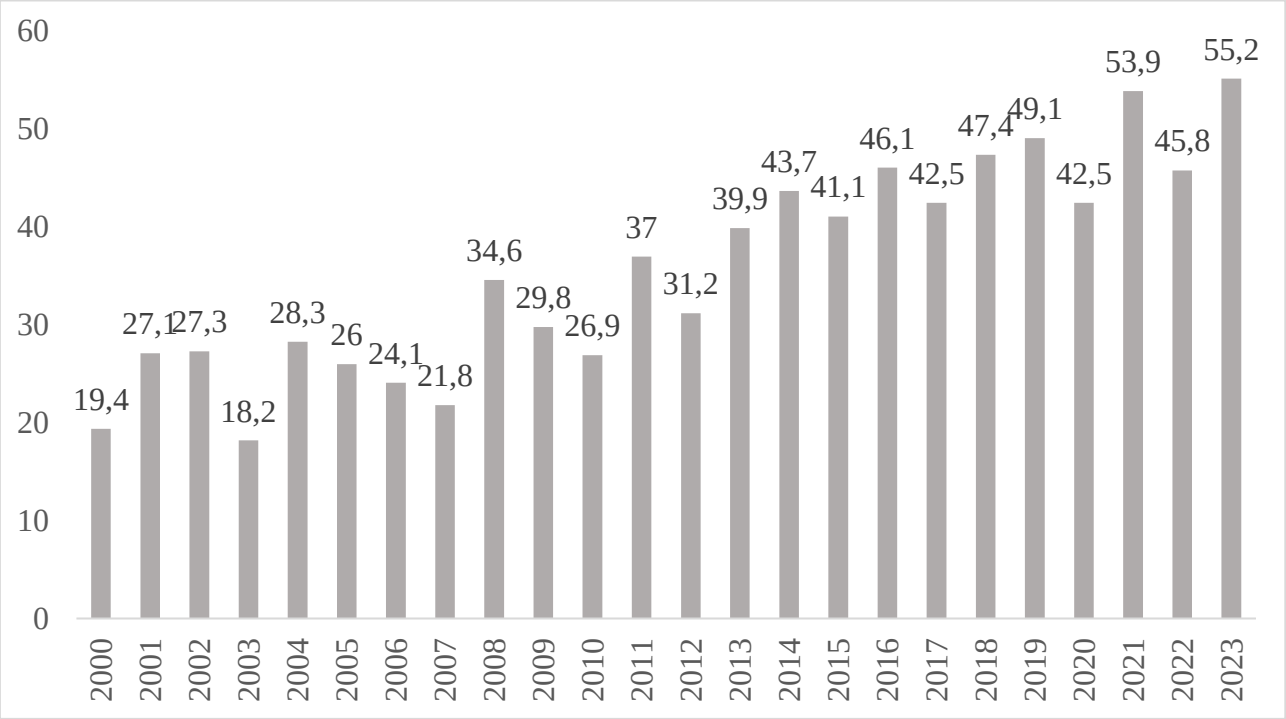


Рис. 2.3. Динаміка урожайності зернових та зернобобових культур, ц/га

Джерело: побудовано за даними [20]

Причина зростання урожайності зернових культур в Україні є використання інноваційних технологій виробництва зернових культур, зокрема сучасної техніка (трактори, комбайни тощо, що допомагає мінімізувати втрати при зборі врожаю), капіталу, розширювання обсягів зрошування полів, використання найкращих високоякісних сортів та гібридів посівного насіння зернових культур, які дають стабільно високі врожаї.

Не дивлячись на те, що за аналізований період урожайність зернових підвищилася, фахівці зазначають, що вона значно менша, ніж у європейських країнах, зокрема у Франції (урожайність пшениці 8 т/га), США (кукурудзи – 12т/га). А науковці запевняють, що потенціал урожайності зернових використаний тільки в межах 40-50 % [21].

Погодні чинники (зокрема температура повітря, кількість атмосферних опадів, сонячна радіація) мають безпосередній вплив на обсяги виробництва

продукції сільського господарства, передусім рослинництва [22]. Незважаючи на значний внесок інноваційних факторів у зростання врожайності зернових в Україні повністю знівелювати вплив природних чинників на обсяги врожаїв неможливо, що наочно ілюструють дані таблиці 2.3, з яких чітко видно коливання рівня врожайності окремих зернових культур по роках.

Таблиця 2.3

Урожайність зернових культур, ц/га

Культура	2019	2020	2021	2022	2023
пшениця	41,6	38	45,3	39,3	46,4
пшениця озима	41,6	38	45,4	39,3	46,7
пшениця яра	39,7	37,1	41,7	38	40
кукурудза	71,9	56,2	76,8	63,5	78,1
ячмінь	34,2	32,2	38,2	32,2	36,9
ячмінь озимий	36,7	32,7	42,7	33	40,6
ячмінь ярий	32,4	31,8	34,3	31,5	34,2
жито	28,9	33,2	34,5	30,9	29,4
жито озиме	28,9	33,3	34,6	30,8	29,4
жито яре	21,5	23,3	23	41,7	24,3
тритикале	32,3	33,7	33,4	33,6	34,2
тритикале озиме	32,7	34,5	34,1	33,9	35,4
тритикале яре	18,6	25,9	22,5	29,4	16
овес	23,2	25,6	26,2	24,6	25,9
гречка	12,3	11,6	11,5	12,2	14,2
сорго	40,8	22,4	41,4	26,4	31,8
просо	18,1	16,1	23,5	18,4	23,1
рис	52,2	54	49,3	41,7	49,9

Джерело: побудовано за даними [20]

Іншим фактором, що впливає на обсяги пропозиції зернових культур є прибутковість виробництва, на які безпосередньо впливають рівень цін та витрати виробництва. За даними фахівців Київської школи економіки В 2022 році, виробничі витрати у розрахунку на одиницю виробленої продукції зросли для усіх культур та продуктів за виключенням ріпаку [23]. Головною причиною цього росту є високий рівень інфляції та збільшення цін на фактори виробництва, спричинене ускладненою логістикою та розривом усталених ланцюгів постачання. Разом з падінням цін на внутрішньому ринку готової продукції, зріст витрат спричинив значне падіння у доходах виробників.

Основна зміна у структурі витрат виробництва – збільшення частки нафтопродуктів (палива) та інших непрямі витрати, що включає логістику, втрати, зберігання, обслуговування техніки та обладнання, тощо. Частка витрат на добрива залишається незмінною для більшості зернових (рис. 2.4).

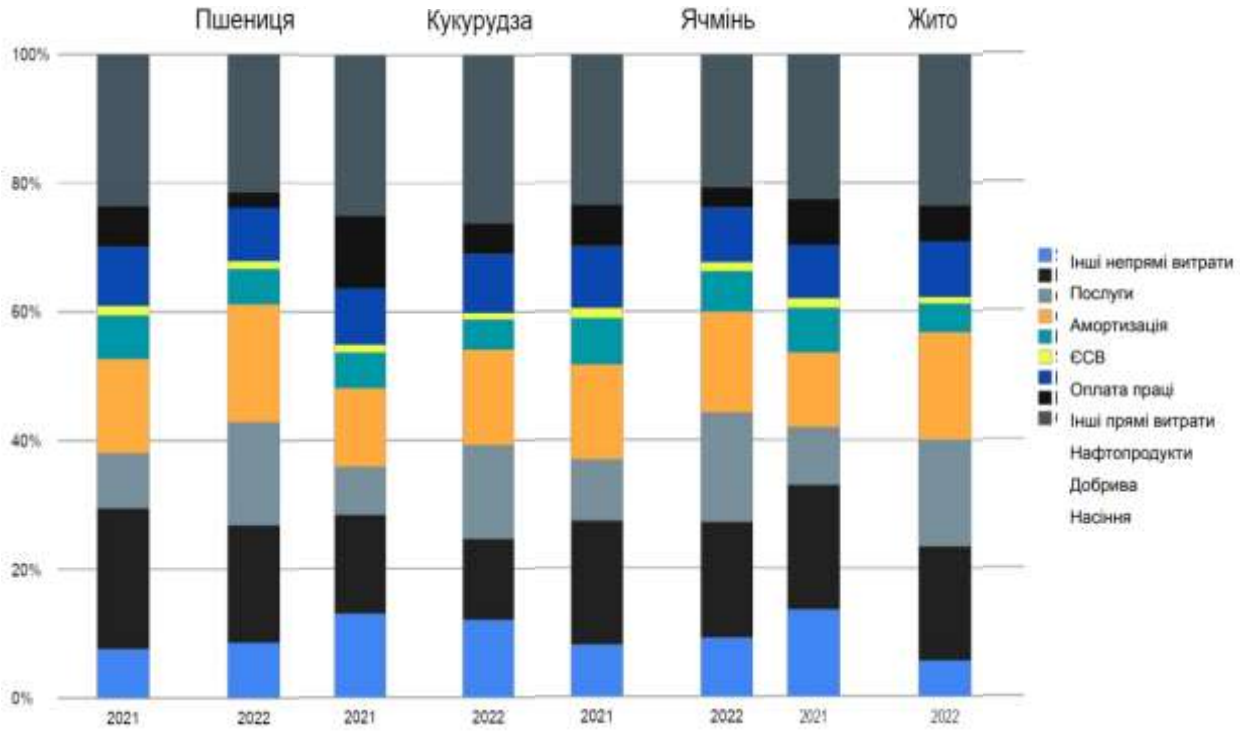


Рис. 2.4. Структура витрат виробництва окремих видів зернових культур в 2021-2022 рр.,%

Джерело: [23]

В 2023 році, внаслідок відносної стабілізації ситуації в Україні, рівень інфляції знизився та ринки почали адаптовуватись до нових умов, що відобразилось і у нижчому темпі зростання виробничих витрат.

Очікувані виробничі витрати фермерських господарств у 2023 році складатимуть близько 27,0 тис. грн на 1 га. Це лише на 1,9 тис. грн (+7,6 %) перевищить показник довоєнного 2021 року у 25,1 тис. грн. таке незначне збільшення виробничих витрат пов’язане з цілою низкою скорочень. Внесення мінеральних добрив зменшиться з 4-5 ц/га до 2-2,5 ц/га. Скорочення основних та допоміжних працівників, а також фонду заробітної плати складе майже на 1,0 тис. грн на 1 га. Крім того, з метою зменшення використання паливно-мастильних матеріалів технологічні операції скоротяться на 20-30%, що також

негативно відображається на показниках врожайності через спрощення технологій [24].

Обсяги виробництва більшості зернових культур через значне скорочення посівних площ у 2023 році так і не повернулися до рівня 2021 року (табл. 2.4). У структурі виробництва за 2023 рік 36,5% припадає на пшеницю, 52,3% - на кукурудзу, 9,2 – на ячмінь та 1,9% на решту культур.

Таблиця 2.4

Обсяги виробництва зернових культур, тис. т

Культура	2019	2020	2021	2022	2023	2023/2021,%
пшениця	28327,9	24877,4	32151	20729,2	21625,2	67,3
пшениця озима	27663,6	24259,4	31368,9	19906,7	20856,2	66,5
пшениця яра	664,3	618,1	782,1	822,5	769,0	98,3
кукурудза	35880,1	30290,3	42109,9	26186,9	31030,4	73,7
ячмінь	8916,8	7636,3	9437	5608,2	5507,2	58,4
ячмінь озимий	3878,5	3291,4	4855,7	2663,3	2489,3	51,3
ячмінь ярий	5038,3	4345,0	4581,3	2944,9	3017,9	65,9
жито	334,7	456,8	593,1	314,0	231,2	39,0
жито озиме	333,2	454,5	590,6	308,6	229,8	38,9
жито яре	1,5	2,3	2,5	5,4	1,4	55,6
тритикале	42,4	34,9	346,3	27,1	17,8	5,1
тритикале озиме	41,6	32,6	337,1	25,7	17,3	5,1
тритикале яре	0,8	2,3	9,2	1,4	0,5	5,1
овес	422,0	510,0	467,9	378,5	427,3	91,3
гречка	85,0	97,6	105,8	147,7	210,7	199,2
сорго	192,0	106,6	173,2	40,3	42,4	24,5
просо	169,7	256,1	205	90,6	203,5	99,3
рис	54,6	60,7	49,5	3,1	11,1	22,4

Джерело: побудовано за даними [20]

Військова агресія РФ суттєво вплинула на географію виробництва зернових в Україні - відбулося значне скорочення обсягів виробництва в східних та південних регіонах, особливо в Херсонській, Запорізькій, Донецькій та Луганській областях через окупацію території та бойові дії. Водночас зросла роль центральних та західних регіонів у забезпеченні зернового виробництва країни, зокрема Вінницької, Хмельницької, Тернопільської та Київської областей. Значно скоротилося виробництво в традиційних житницях України - Харківській та Миколаївській через близькість до зони бойових дій та загрози ракетних обстрілів (рис. 2.5). Відбулася певна концентрація виробництва в більш

безпечних регіонах із сприятливими природно-кліматичними умовами, особливо в центральній частині країни. Деякі аграрні підприємства були змушені релокалізувати своє виробництво із східних та південних областей у більш безпечні регіони.

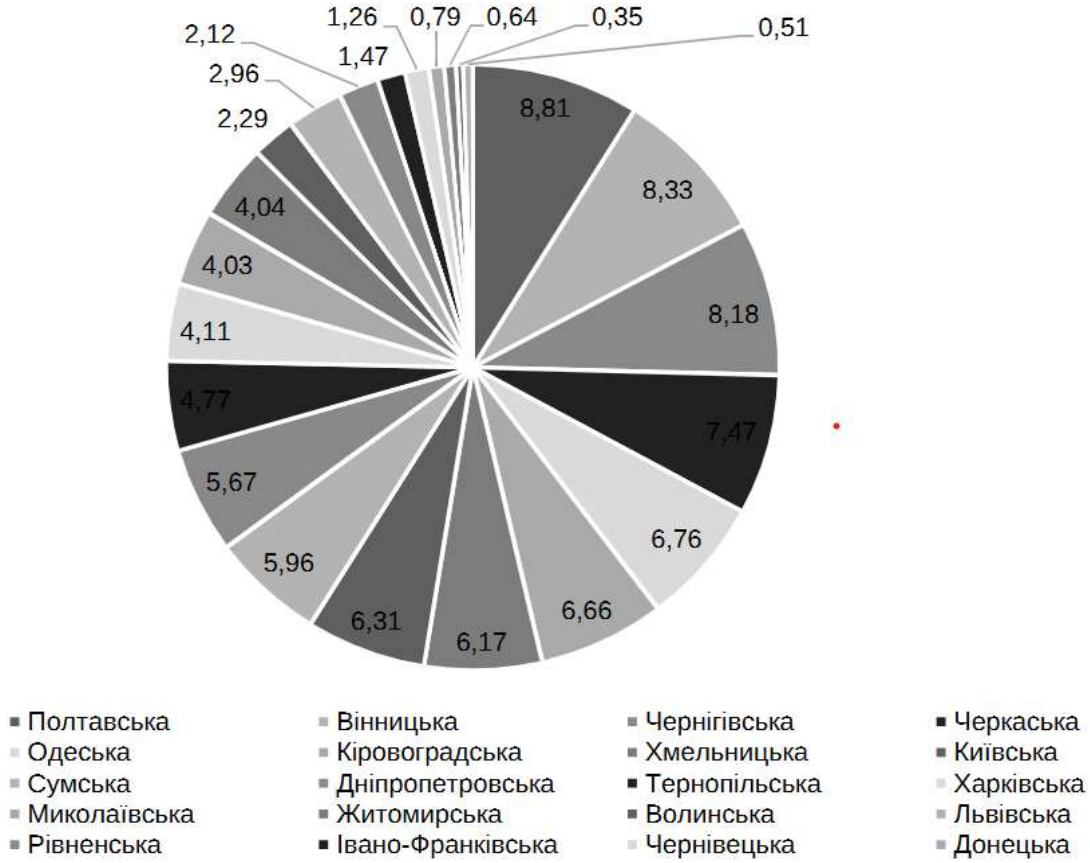


Рис. 2.5. Регіональний розподіл обсягів виробнбицтва зернових культур в 2023 році, %

Джерело: побудовано за даними [20]

Водночас, внутрішні негативні фактори чинять додатковий тиск на роботу аграрного ринку. Вони виявляються у скороченні прибутків та істотному підвищенню витрат виробництва унаслідок зміни логістичних ланцюгів, подорожчання енергоносіїв та підвищення цін на добрива. Наявність зазначених викликів у аграріїв підтверджуються відчутним зниженням рентабельності, про що свідчить такий показник, як EBITDA (сумарний дохід компанії до вирахування податків і зборів без урахування кредитів та амортизації) по основних культурах, який у грудні 2023 року становив всього 47 дол/га, тобто, в 4 рази менше прогнозованих. Особливо великі втрати за цим показником

демонструють такі культури, як кукурудза та озима пшениця (-227 дол/га) та (-19 дол/га) відповідно [25]. Наслідком комплексної дії воєнних чинників на аграрне виробництво стало зростання частки підприємств-виробників зерна, які отримали збиток у 2022 та 2023 роках в цілому по Україні та особливо у прифронтових областях (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Питома вага підприємств-виробників зерна, які отримали збиток, у загальній кількості підприємств у розрізі регіонів,%

Область	2019	2020	2021	2022	2023
Україна	14,3	14,8	8,0	18,5	19,4
Вінницька	10,5	13,0	6,3	16,6	17,9
Волинська	10,8	10,8	8,2	13,4	16,3
Дніпропетровська	15,4	14,0	6,8	20,2	19,0
Донецька	14,1	8,4	6,7	44,3	48,9
Житомирська	21,9	19,6	15,1	22,3	25,4
Закарпатська	6,7	9,4	9,5	15,3	15,4
Запорізька	14,0	10,1	6,4	27,4	27,4
Івано-Франківська	15,9	14,7	8,6	9,7	10,8
Київська	14,6	16,7	9,4	18,7	20,1
Кіровоградська	10,7	16,6	6,7	12,7	15,6
Луганська	11,8	7,5	6,0	46,2	64,0
Львівська	13,7	10,7	10,7	11,5	13,1
Миколаївська	9,7	15,6	5,5	17,2	16,5
Одеська	15,6	34,7	6,3	14,1	17,3
Полтавська	15,4	9,6	8,4	16,2	15,5
Рівненська	20,6	18,1	12,6	21,3	26,7
Сумська	17,5	12,7	11,6	26,5	25,6
Тернопільська	15,1	9,9	9,9	11,3	13,2
Харківська	21,2	12,3	9,8	32,6	31,8
Херсонська	14,6	12,3	5,9	60,7	40,0
Хмельницька	10,6	9,0	4,9	11,9	12,9
Черкаська	12,7	15,1	7,2	15,3	15,6
Чернівецька	20,5	13,9	10,6	14,0	18,0
Чернігівська	21,9	15,0	13,9	23,4	30,5

Джерело: побудовано за даними [26]

Загалом, збитки, завдані фізичним активам агропромислового комплексу України внаслідок російського вторгнення, становлять $10,3 млрд., а економічні втрати сягнули майже $70 млрд. Найбільше із $10,3 млрд обсягу збитків припадає на сільськогосподарську техніку - майже 57% усіх втрат, або $5,8 млрд,

пошкодження тракторів лідирує за підкатегоріями - до $1,6 млрд. Загалом понад 21% всього наявного парку сільськогосподарської техніки та обладнання в Україні повністю або частково пошкоджено [27].

За даними фахівців, загальні втрати сільського господарства України оцінюються в $69,8 млрд. Ця цифра значно перевищує весь сільськогосподарський ВВП України за 2021 рік. На відміну від прямих збитків, втрати сільського господарства розраховуються на основі передбачуваного недоотриманого доходу через зниження обсягів виробництва, падіння цін та збільшення виробничих витрат внаслідок повномасштабного вторгнення.

Найбільша категорія втрат, що становить 49,2% від загальної суми (або $34,3 млрд), пов'язана зі зниженням виробництва продукції рослинництва. Для однорічних культур, на які припадає більша частина цієї категорії, таке зниження виробництва оцінюється не лише для 2022 та 2023 років, але й включає подальші втрати у 2024 році через скорочення посівних площ [27]. Таким чином можна очікувати подальше скорочення обсягів пропозиції зерна на ринку України.

2.2. Аналіз обсягу та чинників формування внутрішнього попиту на зерно

Внутрішній попит на зерно складається з таких основних компонентів:

- продовольче споживання - використання зерна для виробництва продуктів харчування (хліб, борошно, крупи, макаронні вироби тощо) для задоволення потреб населення;
- кормове споживання - використання зерна для годівлі сільськогосподарських тварин та птиці (включаючи комбікорми);
- насіннєвий фонд - зерно, що зберігається для посіву наступного врожаю;
- промислова переробка - використання зерна для виробництва промислових продуктів (біопаливо, крохмаль, спирт тощо);
- втрати при зберіганні та транспортуванні - природні втрати в межах встановлених норм.

Сума всіх цих компонентів формує загальний внутрішній попит, який є кількістю показника для планування виробництва та імпорту зерна, а також для оцінки експортного потенціалу країни.

Скорочення кількості населення України обумовило значне скорочення внутрішнього попиту на зерно (табл. 2.6). За підрахунками ООН, після початку повномасштабного вторгнення Росії українське населення скоротилося на 10 мільйонів або приблизно на чверть. Цьому сприяли виїзд громадян за кордон, зниження народжуваності та смерті, спричинені воєнними діями [28].

Таблиця 2.6

Баланс ринку зерна України, млн тонн

Статті балансу	2019/2020 М.Р.	2020/2021 М.Р.	2021/2022 М.Р.	2022/2023 М.Р.	2023/2024 М.Р.
Загальна пропозиція	83,0	70,1	91,4	78,5	72,8
Запаси на початок року	7,8	4,9	5,3	24,3	12,7
Виробництво	75,0	65,0	86,0	54,0	60,0
Імпорт	0,2	0,2	0,1	0,2	0,0
Загальний попит	83,0	70,1	91,4	78,5	72,8
Внутрішній попит	22,0	20,7	18,7	16,7	15,7
Продовольче споживання	5,5	5,4	5,1	4,6	4,4
Витрати на годівлю	11,3	10,4	10,1	9,1	9,1
Інше внутрішнє споживання	5,2	4,9	3,5	3,0	2,1
Експорт	56,1	44,2	48,4	49,1	41,0
Запаси на кінець року	4,9	5,3	24,3	12,7	16,1

Джерело: побудовано за даними [29, 30]

Ключовими факторами подальшого формування внутрішнього споживання зернових культур є:

- подальший розвиток воєнних подій на території України;

- налагодження логістики як сировини та готової продукції всередині країни, так і забезпечення експорту та імпорту в критичних сегментах;

- рівень реалізації потенціалу потужності зернопереробних підприємств відповідно до поточної військової ситуації;

- формування державної підтримки зернопереробного сегменту, який навіть у довоєнний час мав доволі низькі показники ефективності;

- формування попиту тваринницької галузі;

- рівень ризиків пошкодження об'єктів системи зберігання зерна;

- подальша активність міграційних процесів [31].

Борошно пшеничне складає найбільшу кількість продуктів переробки зерна в Україні - близько 75% від загального обсягу. За ним йдуть крупи та комбікорми, але зі істотно меншими частками. Внутрішній попит борошномельної галузі на зерно значно зменшився через істотне скорочення внутрішнього споживання борошна, і це зрозуміло – частина українських територій була тимчасово окупована у 2022 р., також багато хто виїхав за кордон. Виробництво борошна у 2022/23 МР скоротилося на 4,5% порівняно з попереднім сезоном – до 2,615 млн тонн, внутрішнє споживання – на 17%, до 2,05 млн тонн (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Пропозиція та розподіл борошна в Україні, тис. тонн

Статті балансу	2021/2022 М.Р.	2022/2023 М.Р.	2023/2024 М.Р.
Виробництво	2738	2615	2550
Внутрішнє споживання	2477	2050	2300
Експорт	72	147	200
Кінцеві залишки	389	809	861

Джерело: побудовано за даними [32]

Паралельно з цим зазначу низьку купівельну спроможність населення в умовах воєнного часу. У зв'язку з цим пекарні перейшли на простіші рецептури і, як наслідок, звузився асортимент борошна, яке закуповують промислові споживачі.

Скорочення витрат зерна на годівлю сільськогосподарських тварин обумовлено скороченням поголів’я внаслідок економічних факторів (рентабельність утримання) та впливом війни. Лише станом на листопад 2022 року Кабінет Міністрів України надав інформацію, що близько 2 млрд гривень – це збитки від загибелі тварин та пошкодження й руйнування тваринницьких ферм. Наразі підтверджений обсяг 6 тисяч голів корів, до 100 тис поголів’я

свиней, понад 3.5 млн голів птиці втрачено. 206 підприємств зруйновані або пошкоджені [32]. Станом на 1 січня 2024 року скорочення ВРХ порівняно з 1 січня 2022 року склало 18,5 % (487,8 тис. голів), свиней – 9,2%, (514,8 тис. голів), вівць та кіз – 17,2% (188 тис. голів), свійських птахів – 8,7% (17,5 млн. голів), що сукупно призвело до скорочення витрат зерна на годівлю тварин на 10% (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Кількість сільськогосподарських тварин на 1 січня, тис. голів

Рік	ВРХ		свині	вівці та кози	птиця, млн. голів
	усього	у т. ч. корови			
2019	3332,9	1919,4	6025,3	1268,6	211,7
2020	3092,0	1788,5	5727,4	1204,5	220,5
2021	2874,0	1673,0	5876,2	1140,4	200,7
2022	2644,0	1544,0	5608,8	1094,3	202,2
2023	2307,1	1352,8	4948,3	941,4	180,5
2024	2156,2	1262,9	5094,0	906,3	184,7

Джерело: побудовано за даними [33]

Найбільше постраждали Чернігівська, Харківська, Сумська, Київська, Донецька, Луганська, Миколаївська, Херсонська, Запорізька, де на початку поточного року було сконцентровано по усіх категоріях господарств: поголів'я ВРХ – 25,3%, корів – 25,8%, свиней – 31,5%, овець та кіз – 28,2%, птиці – 24,9%. Виробництво продукції тваринництва: м'яса – 20%, молока – 28,7%, яєць – 44,8%. Загалом, скорочення в галузі від загального обсягу, порівняно з минулим роком, становить 15%.

В 2024 році темпи скорочення поголів'я ВРХ дещо уповільнилися. За попередніми даними Держстату, станом на 1 березня 2024 року в присадибному і промисловому секторі Україні утримується 2 млн 254,5 тис. голів ВРХ, у тому числі 1 млн 260,5 тис. корів. Порівняно до 1 лютого 2024 року, поголів'я ВРХ в Україні збільшилось на 76,6 тис. голів (+3%), а кількість корів збільшилась на 4,7 тис. голів (+0,4%). За останній рік поголів'я ВРХ скоротилося на 163,5 тис. голів (-7%), у тому числі корів – на 91,6 тис. голів (-7%). Близько 40% тварин утримується на промислових підприємствах, а 60% – в господарствах населення. Помітне певне сповільнення темпів скорочення поголів'я ВРХ порівняно до

минулорічного періоду. Для порівняння, станом на 1 березня 2023 року Україна втратила 376,8 тис. голів ВРХ (-16%) і 201,8 тис. корів (-15%) порівняно до аналогічного періоду 2022 року [34].

Окреслений комплексний вплив чинників внутрішнього попиту на зерно по різному відбився на обсягах внутрішнього споживання окремих видів зерна. В абсолютному вираженні в 2023 році найбільше порівняно з 2021 роком скоротилося споживання кукурудзи та ячменю – на 2329 та 1559 тис. тонн відповідно. У відносному виразі лідером за скороченням за той самий період є ячмінь - -47,1%, на другому місці кукурудза - -30,6%. Можна очікувати в короткостроковій перспективі подальший спадний тренд внутрішнього споживання основних видів зерна через посилення демографічної кризи, а також негативні тенденції в тваринництві. Так, якщо в 2022 році для підтримання економіки України Рада ЄС ухвалила рішення про скасування всіх торгівельних обмежень на експорт української агропродукції, то в 2024 році було повернуто квоти на безтарифне ввезення окремих груп товарів, в тому числі яєць, курятини, вівса, кукурудзи. З врахуванням того, що значна частина внутрішнього споживання кукурудзи використовувалася в якості кормів у птахівництві, а переорієнтація на нові зовнішні ринки є відносно тривалим процесом, внутрішній попит і на кукурудзу і на овес скорочуватиметься.

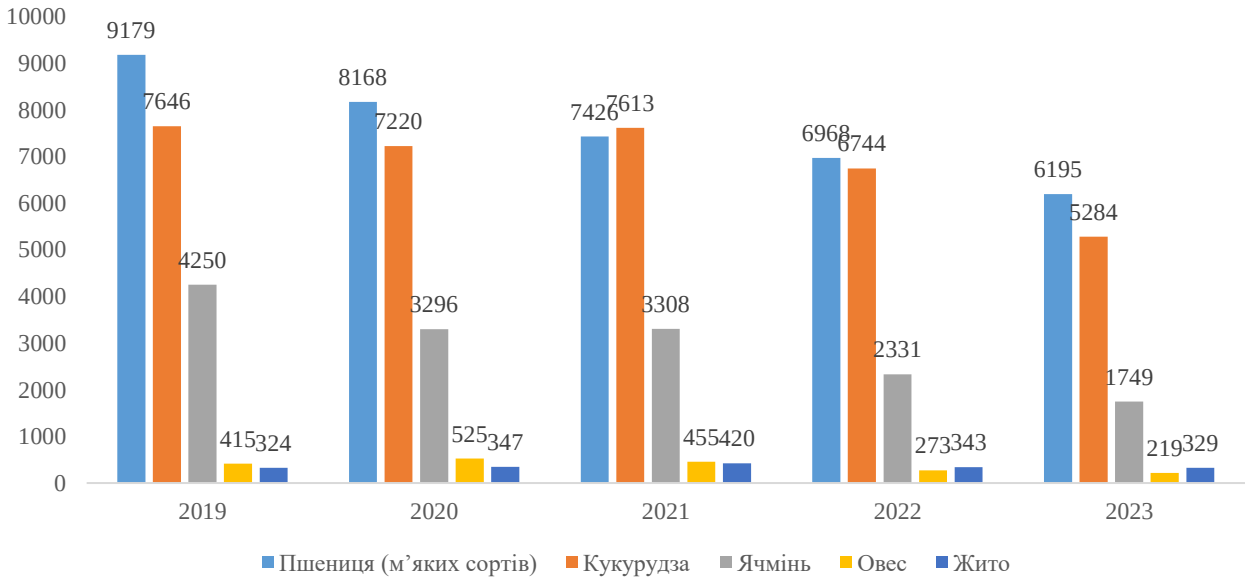


Рис. 2.6. Загальне внутрішнє споживання окремих видів зерна, тис. тонн

Джерело: побудовано за даними [23]

Відповідно до прогнозів AMIS в 2024/25 маркетинговому році відбудеться зменшення обсягів виробництва пшениці та кукурудзи у поєднанні зі скороченням перехідних запасів (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Баланс попиту і пропозиції пшениці та кукурудзи, млн т

Статті балансу	2019/20 м.р.	2020/21 м.р.	2021/22 м.р.	2022/23 м.р.	2023/24 м.р.	2024/25 м.р. (прогноз)
Пшениця						
Загальний обсяг пропозиції	30,9	26,38	33,53	27,59	26,12	23,37
Запаси на початок періоду	2,56	1,45	1,37	6,87	3,62	1,06
Виробництво	28,33	24,88	32,15	20,7	22,48	22,3
Імпорт	0,01	0,05	0,02	0,02	0,02	0,02
Внутрішнє споживання	8,41	8,18	7,85	7,12	6,76	6,6
Експорт	21,03	16,83	18,81	16,85	18,3	15
Запаси на кінець періоду	1,45	1,37	6,87	3,62	1,06	1,77
Кукурудза						
Загальний обсяг пропозиції	39,24	32,51	44,97	42,51	37,92	30,76
Запаси на початок періоду	3,33	2,2	2,82	14,8	7,38	3,72
Виробництво	35,88	30,29	42,11	27,67	30,5	27
Імпорт	0,03	0,02	0,04	0,04	0,04	0,04
Внутрішнє споживання	6,68	6,64	6,61	5,64	5,6	5,6
Експорт	30,37	23,06	23,56	29,49	28,6	23,5
Запаси на кінець періоду	2,2	2,82	14,8	7,38	3,72	1,66

Джерело*:* складено даними [29]

Зменшення врожаю зернових культур в 2024 році створює ризики мікро- та макрорівнів. Неотримання коштів від продажу зерна спричинить недоотримання коштів аграріями та банкрутство сільськогосподарських підприємств, а також призведе до збільшення ризиків для економічного відтворення виробничого циклу наступного року [34].

Означені вище тенденції внутрішнього попиту істотно не позначитися на рівні внутрішніх цін на зерно в 2022 році (рис. 2.7). В червні 2023 року почалося

зниження світових цін на всі основні зернові культури крім рису, що, в свою чергу, позначилося на рівні внутрішніх цін.

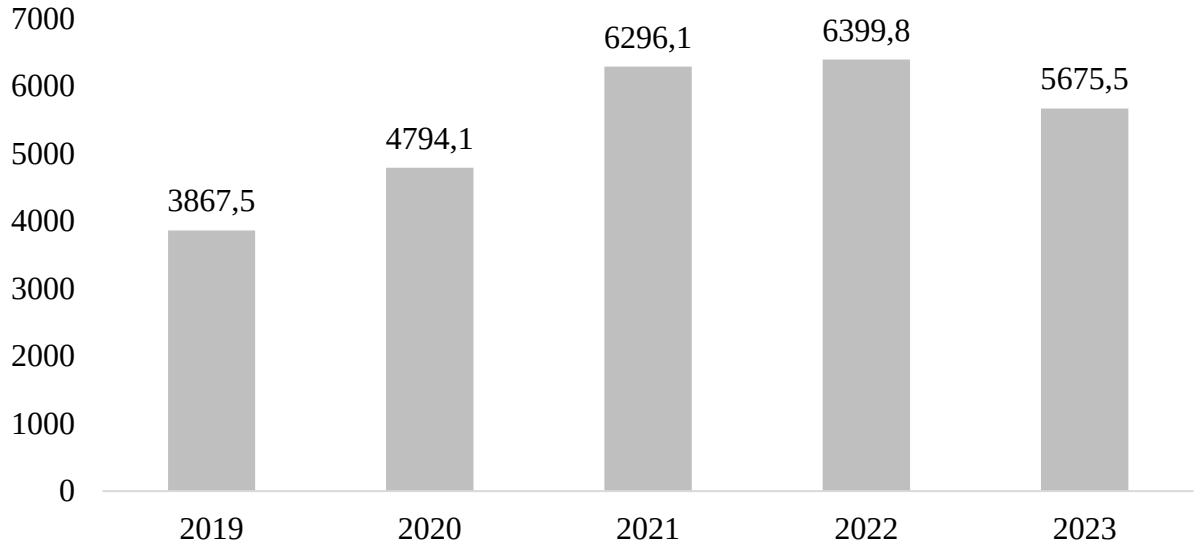


Рис. 2.7. Середні ціни реалізації зернових та зернобобових культур сільськогосподарськими підприємствами України, грн/тонну

Джерело: побудовано за даними [35]

За дослідженнями Жибака М. М. та Христенко Г. М. за період з січня 2015 року по лютий 2022 року рівень цін реалізації пшениці та кукурудзи на 80% залежав від світових цін на дані види зернових культур [36]. Водночас на період війни ця залежність не простежувалась, а внутрішні ціни значно відставали від світових. Отже, війна значно послабила зв’язок між внутрішнім і світовим ринком зерна, що негативно відобразилося на безпосередніх його товаровиробниках та рівні їх доходності [37]. В умовах невизначеності щодо подальшого розгортання бойових дій та руйнування або пошкодження частини елеваторів і зерносховищ зросла частка реалізації зерна в період збиральної кампанії, що також негативно позначилося на рівні рентабельності продажів товаровиробниками.

Аналіз цінової динаміки в розрізі окремих видів зерна показує, що спостерігається загальна тенденція зростання цін з 2019 по 2022 рік, з подальшим зниженням у 2023 році. Найвищі стабільні ціни утримали пшениця м'яка, найнижчі – жито .

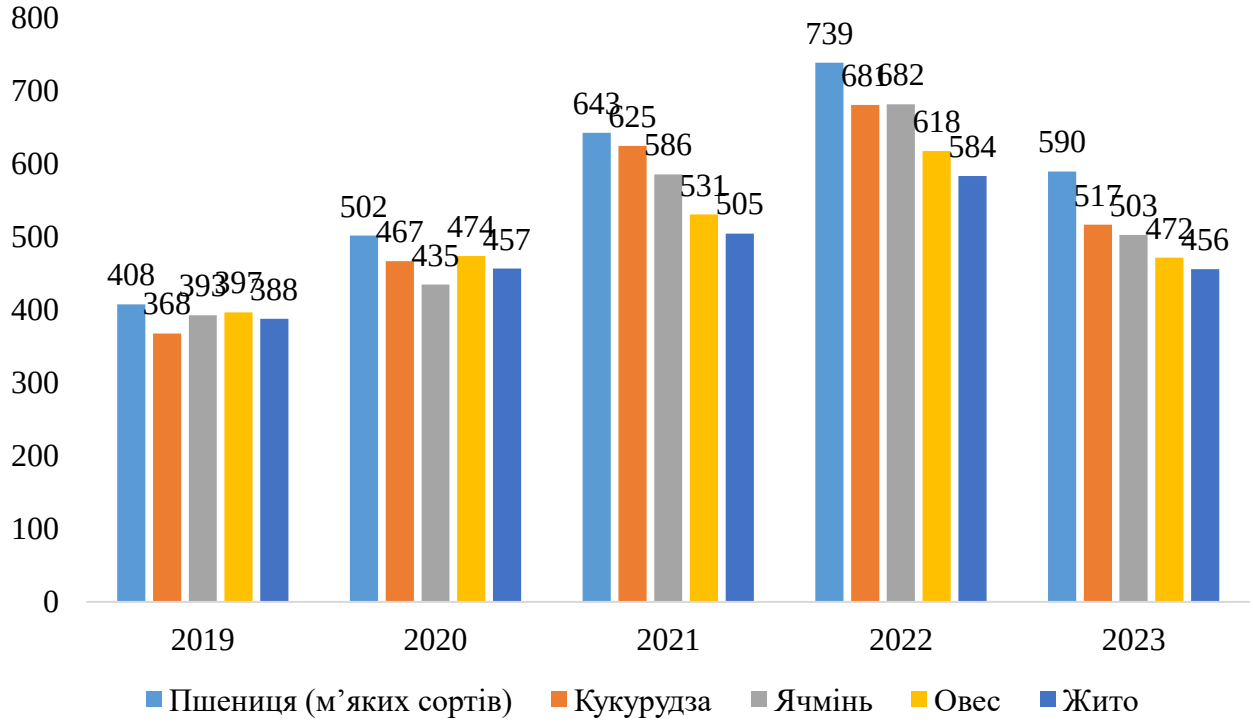


Рис. 2.8. Середні ринкові ціни виробників зернових культур, грн/100 кг

Джерело: побудовано за даними [38]

Отже, внутрішній попит на зернові в Україні протягом 2019-2023 років продемонстрував тенденцію до зниження, особливо після 2022 року через воєнний стан. Споживання хліба та хлібопродуктів у душі населення скоротилося з 96,6 кг у 2019 році до приблизно 82 кг у 2022 році. Суттєво змінилася структура використання зерна - збільшилася частка експортно-орієнтованого виробництва при зменшенні внутрішньої переробки. Фуражне споживання зерна скоротилося через зменшення поголів'я худоби та птиці. Спостерігається тренд скорочення запасів зерна на внутрішньому ринку через логістичні складності та зростання експортної орієнтації. В перспективі очікується помірне відновлення внутрішнього попиту при стабілізації ситуації, проте досягнення довоєнних показників споживання малоймовірно через структурні зміни в економіці та демографічні фактори. Основним драйвером внутрішнього попиту може стати промислова переробка зерна, особливо для виробництва біопалива.

2.3. Аналіз обсягу та чинників формування зовнішнього попиту на зерно

В умовах глобалізації світової економіки та зростаючої продовольчої кризи особливої актуальності набуває дослідження факторів формування попиту на зернові культури на міжнародних ринках. Україна, як один з провідних експортерів зерна, суттєво впливає на світовий баланс попиту та пропозиції, забезпечуючи продовольчу безпеку багатьох країн.

Динаміка зовнішнього попиту на зерно визначається комплексом економічних, політичних, демографічних та кліматичних чинників, які потребують системного аналізу. Особливої уваги заслуговує оцінка впливу геополітичних конфліктів та природних катаклізмів на формування попиту в ключових країнах-імпортерах. Розуміння механізмів формування зовнішнього попиту дозволить оптимізувати експортну стратегію України на світовому ринку зерна.

До повномасштабної війни за обсягами експорту Україна входила до п’ятірки найбільших експортерів зернових у світі, експортували ¾ від того, що виробляли, внутрішнє споживання зернових становило лише 20–25 %. Україна постачала 10 % світового експорту пшениці та понад 14 % кукурудзи [39]. Наразі завдяки допомозі партнерів Україна залишається ключовим постачальником на світових ринках зерна та соняшникової олії, з часткою понад 10 % міжнародної торгівлі. 2023 р. експортовано 16,1 млн т пшениці до 65 країн, 26,2 млн т кукурудзи до 80 країн [40].

Позицію України як одного із провідних виробників зернових культур у світі похитнуло і лімітує війна, а її подальший вплив на сільське господарство, і зерновиробництво зокрема, та глобальну продовольчу безпеку залишається непередбачуваним.

Світовий ринок зернових вантажів характеризується стійкими темпами виробництва. У 2021/2022 мр. урожай пшениці у світі становив 780,3 млн тонн. У 2022/2023 мр. показники збору пшениці сягнули 788,3 млн тонн. Очікується,

що у 2023/2024 мр. обсяги збору будуть становити 789,8 млн т. (або 101,217 % щодо 2021/2022 мр.) [41].

У 2022/2023 МР країни змогли експортувати 212,9 млн тонн пшениці. Основними експортерами є росія, Австралія та країни ЄС, на які припадає понад 50 % вантажних перевезень пшениці. Канада та США посідають четверте та п'яте місця на світовому ринку в сегменті експорту пшениці з часткою ринку 12 та 10 % відповідно. Україна у 2022/2023 мр. змогла посісти шосте місце з експорту пшениці та її частка у світовому експорті досягнула 6 %. Вагомий потенціал щодо експорту пшениці у 2023/2024 мр. мають Єгипет, Індонезія та Китай.

Таблиця 2.10

Динаміка експорту пшениці світовими лідерами, тис. тонн

Країна	2020/2021	%	2021/2022	%	2022/2023	%
росія	39100	19	33000	17	43500	20
ЄС	29788	15	31915	16	37000	17
Австралія	1920	1	25958	13	29500	14
Канада	27722	14	14990	7	25000	12
США	26636	13	21501	11	21500	10
Україна	16851	8	18844	9	13500	6
Аргентина	9597	5	17651	9	7500	4
Інші країни	51786	25	36041	18	35400	17
Разом	203400	100	199900	100	212900	100

Джерело: побудовано за даними [42]

Ринок кукурудзи є найбільшим у структурі зернових вантажів. Світове виробництво кукурудзи у 2023 році та її споживання зросли майже на 40% (39,0% і 37,1% відповідно) з 2011 року. Споживання кукурудзи в Китаї за той самий період зросло на 68,2%, зокрема виробництво +49,8% та імпорт +339,8%.

Споживання кукурудзи в Китаї 2023 року становитиме 306,0 млн тонн або 25,2% від загального світового споживання. Для порівняння, у США, провідному світовому виробнику кукурудзи, цей показник становить 26,1%. Чотири країни - США, Китай, Бразилія та країни ЄС - споживають близько 2/3 світової кукурудзи (рис. 2.9).

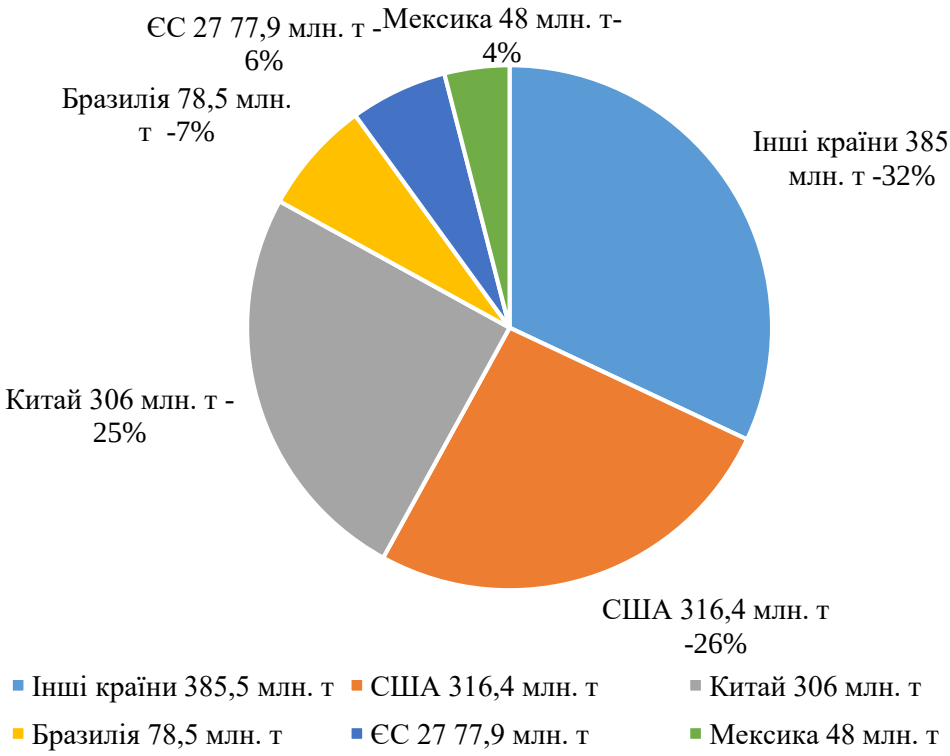


Рис. 2.9. Світове споживання кукурудзи в 2023 році, млн.т

Джерело: побудовано за даними [43]

Китай з обсягом імпорту 23,0 млн тонн (12,1% від загального обсягу імпорту) є найбільшим у світі імпортером кукурудзи (рис. 2.10). Таким чином, Китай має найбільший вплив на світовий ринок кукурудзи, і його дії багато в чому визначають міжнародну торгівлю і ринкові ціни. Світова ціна на кукурудзяне зерно на біржі США в Чикаго продовжує падати. За рік ціна на зерно в портах Мексиканської затоки впала з 270 $/т до 176 $/т. В українських портах через війну з Росією стягуються надбавки за фрахт під час експорту зерна із зони бойових дій, тому кукурудза торгується нижче: у березні 2023 року вона становила 230 $/т, у березні 2024 року - 160 $/т.

Проте є перші ознаки того, що ринок зерна досяг дна і змінить напрямок вектора в бік більш високих цін. Наприклад, це такий показник, як ціна поставок ф'ючерсів на кукурудзу: наразі спотові ціни на кукурудзу на Чиказькій біржі в перерахунку становлять 168 $/т, з поставками в травні-2024 р. - 173 $/т, у липні 2024 р. - 176 $/т, у вересні 2024 р. - 181 $/т.

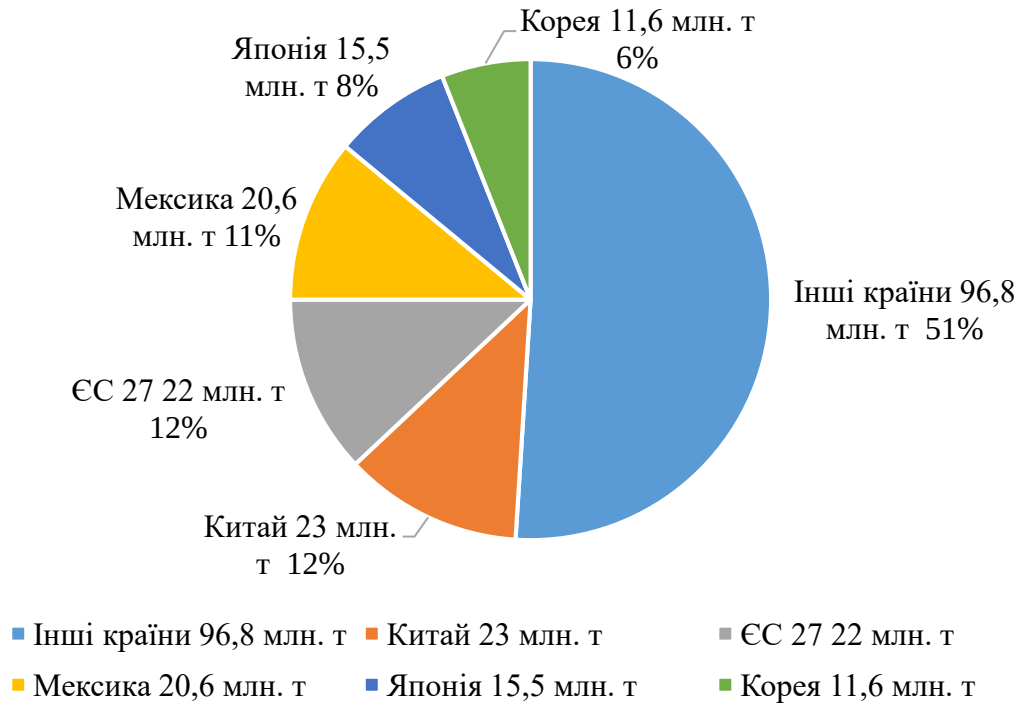


Рис. 2.10. Країни-імпортери кукурудзи в 2023 році

Джерело: побудовано за даними [43]

Однією з провідних культур на світовому ринку зернових є ячмінь. Його економічно вигідно експортувати, оскільки є широкий ринок збуту та низькі витрати на виробництво. Лідером в експорті ячменю у світі є країни ЄС, які у 2022/2023 мр. виростили 51,45 млн тонн цієї культури, друге місце посідає рф з показником 21,5 млн тонн; серед лідерів виробництва та експорту ячменю є Австралія (або 13,7 млн т), Канада (9,99 млн т), Туреччина (7,4 млн т), Великобританія (7,4 млн т) та Україна (6,1 млн т).

До війни 95% сільськогосподарського експорту України відправляли через південні порти, причому щомісяця відправляли майже 6 млн т зерна. Для порівняння, залізничні перевезення становили 300000 тонн, тобто майже двадцяту частину цього обсягу. Основна частина українського зернового експорту відправляли покупцям через порти Миколаєва, Одеси та Чорноморська. Ще 5% припадало на Маріуполь і Бердянськ. Більшість зерна було перевезено до портів залізницею. На сьогодні експортери використовують також альтернативні шляхи доставки, зокрема автотранспортні, залізничні, вартість яких значно більша, порівняно з морським транспортом.

До 2022 року основні напрямки експорту українського зерна були Близький Схід та Північна Африка (особливо Єгипет, Туреччина, Саудівська Аравія), Східна Азія (Китай, Індонезія), Європейський Союз, Південна Азія (Бангладеш, Пакистан) (рис. 2.11).

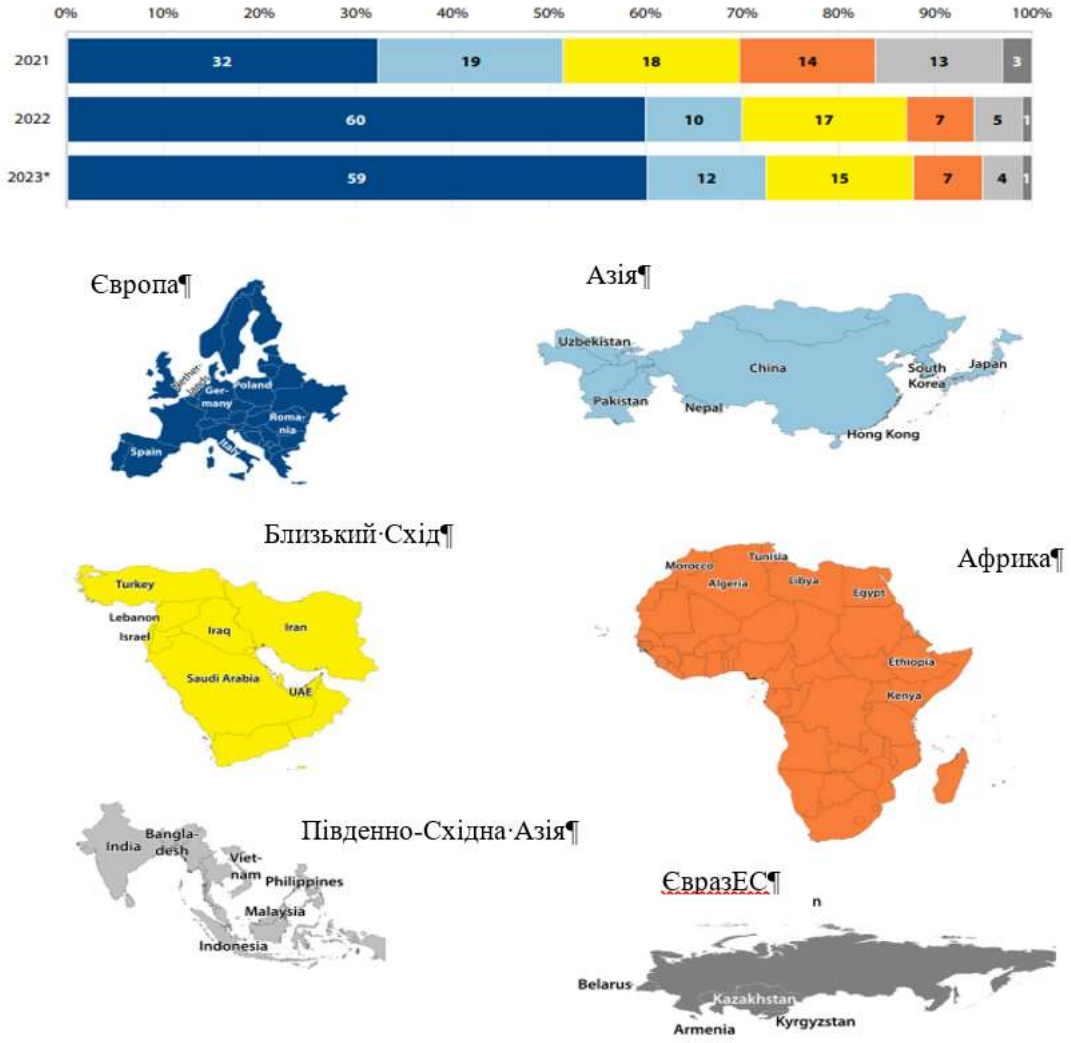


Рис. 2.11. Найважливіші експортні ринки для української аграрної продукції за регіонами світу (2021-2023 рр., млн. дол. США)

Джерело: побудовано за даними [27]

Після початку повномасштабного вторгнення у 2022 році відбулися значні зміни. П’ять місяців морська логістика експорту була заблокована до моменту створення «зернового коридору» через порти Чорного моря (який діяв до липня 2023), а також активно розвивалися альтернативні маршрути через Дунайські порти (Рені, Ізмаїл) й порти Балтійського моря та сухопутні коридори через

країни ЄС. Як наслідок, у грошовому вимірі в 2022-2023 роках обсяги експорту українського зерна забезпечили саме країни ЄС.

Після припинення дії «зернового коридору» Україна поступово нарощувала відправлення зерна морським та річковим транспортом (рис. 2.12).

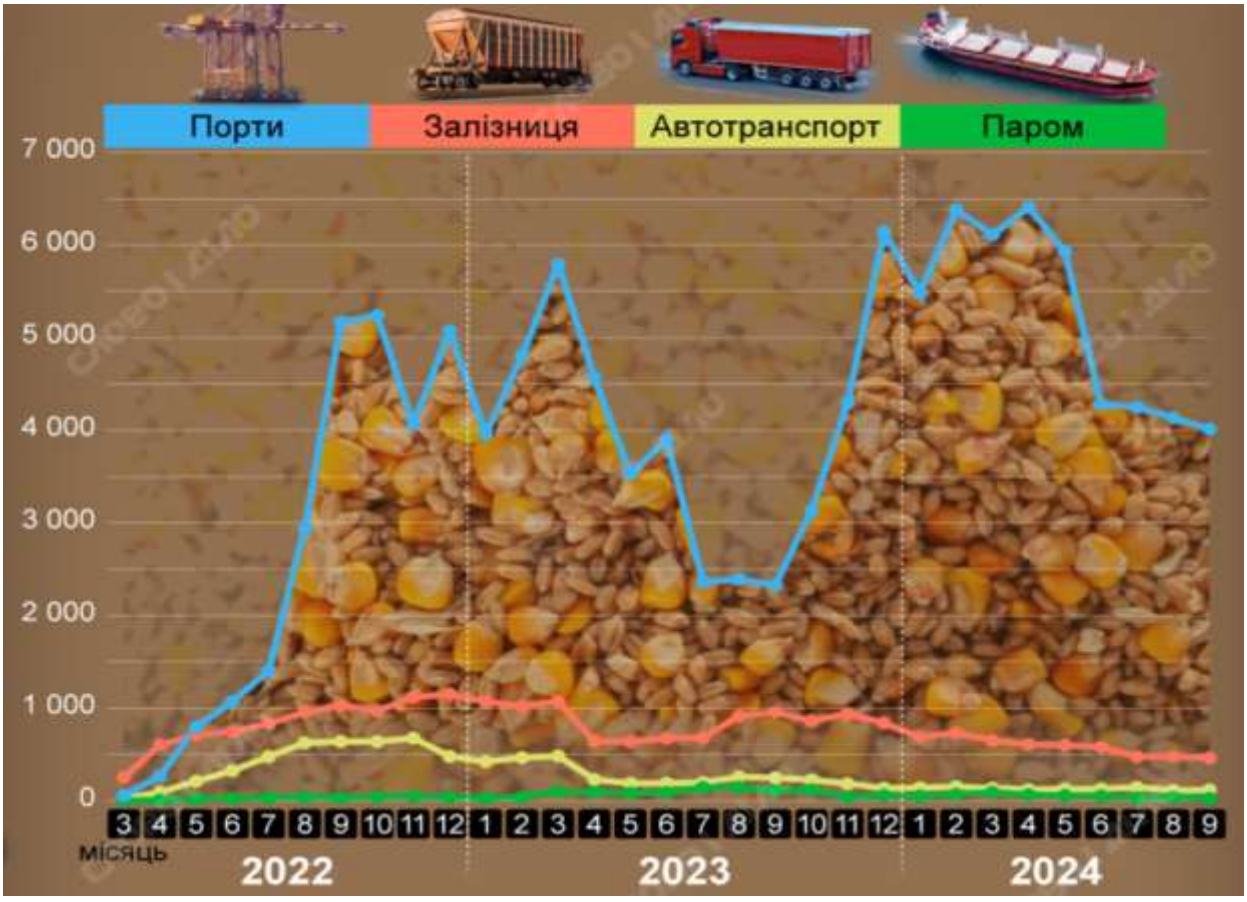


Рис. 2.11. Розподіл за видами транспорту експорту зернових під час повномасштабної війни, тис. тонн

Джерело: [44]

В 2022-2023 рр. при загальному скороченні експорту товарів і послуг з України частка надходжень від експорту зернових перевищила 20%. При цьому обсяг експорту зернових в цілому в натуральному виразі був нижчим на 27% в 2022 р. і на 15% в 2023р. порівняно з середніми значеннями в 2019-2021 роках. Що стосується основних експортних зернових культур - пшениці і кукурудзи, які забезпечують найбільшу виручку (рис.2.13), ці відхилення були значно меншими.

У січні-вересні 2024-го Україна експортувала вже 53,95 млн тонн аграрної продукції, найбільше – кукурудзи (21,82 млн тонн) та пшениці (16,33 млн тонн).

Через порти в січні було вивезено 5,5 млн тонн зернових, у лютому – 6,4 млн тонн, у березні – 6,1 млн тонн, у квітні – 6,4 млн тонн, у травні – 5,9 млн тонн, а у червні-вересні – трохи більше 4 млн тонн щомісяця.

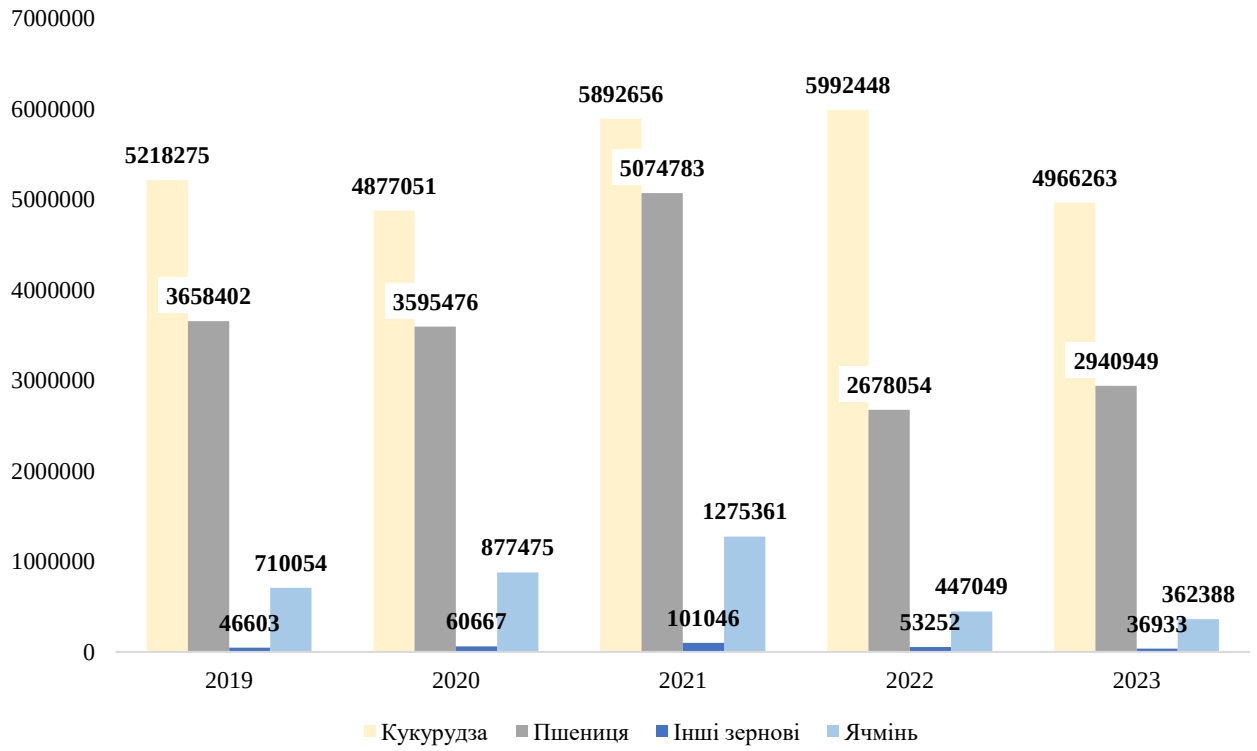


Рис. 2.13. Експорт зернових культур, тис. дол. США

Джерело: побудовано за даними [30]

Протести європейських фермерів на кордоні проти українського зерна набирають обертів. Аграрії з Польщі, Румунії, Угорщини та інших країн скаржаться, що надлишок продукції з України призводить до конкуренції та падіння попиту на місцеву продукцію. Фермери також стверджують, що українські виробники демпінгують ціни, що призводить до зниження вартості зерна на внутрішніх ринках і вони зазнають збитків. Протести проти українського зерна б'ють не лише по фермерах, а й по великих міжнародних компаніях, на частку яких у 2022-2023 роках припадало більше 40% експорту [45].

Найбільшим експортером українського зерна є компанія «Кернел», на яку за підсумками 2022/2023 МР припадає 8%. На французького зернотрейдера Louis Dreyfus припадає 7% загального експорту українського зерна, що робить його

найбільшим експортером цієї продукції серед іноземних компаній. Частку по 5% у загальному експорті зерна з України мають американський постачальник сільськогосподарської продукції Cargill, американська корпорація Archer Daniels Midland, а також українська аграрна компанія «Нібулон». «Агропросперіс» експортував 4% українського зерна. Це українська група компаній, яка займається виробництвом зернових та олійних культур. При цьому інвестує «Агропросперіс» американська транснаціональна інвестиційна група NCH Capital. Експортом українського зерна займається також китайська компанія Cofco International – це один із найбільших виробників, переробників та трейдерів сільськогосподарської продукції. У 2022-2023 роках компанія експортувала 3% зерна. Також 3% серед загального обсягу експорту має агропромислова компанія Viterra (Швейцарія).

Наявність у складі найбільших експортерів українського зерна міжнародних компаній дає підстави до стриманого оптимізму щодо намагань урядів країн походження їх капіталів розв’язати ситуацію з блокуванням логістики експорту зерна дипломатичним шляхом.

Розділ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ЗЕРНА В УКРАЇНІ

В умовах повномасштабної війни вітчизняний аграрний сектор, та зерновиробництво у його межах, в основному залежить від іноземної фінансової допомоги. При цьому, ситуація загострюється тим, що відбувся досить значний відтік робочої сили із сектору, що погіршує організацію робочих процесів.

Дослідженням сайту robota.ua демонструють, що за три квартали 2024 року кількість вакансій в агропромисловому комплексі (АПК) залишається стабільно високою - на кожне резюме припадає майже три вакансії. Серед найбільш популярних позицій: робітник в АПК, спеціаліст із сільськогосподарської техніки, водій, інженер-механік та бухгалтер. І переважна більшість таких працівників вважаються компаніями ринку дефіцитними. Дослідження ринку праці в агросекторі за перше півріччя 2024 року, проведеного компанією Agrohub, зафіксували цікаву тенденцію - 79% компаній, які взяли участь в дослідженні, потребують працівників робітничих спеціальностей, таких, як слюсар, токар, зварювальник, електрик, 64% - лінійних агрономів, 57% - інженерів з ремонту та енергетики [46].

Витрати на енергетичні ресурси постійно зростають, що призводить до значного підвищення собівартості продукції. Особливо складною вона стає із-за постійних обстрілів окупантами об’єктів критичної інфраструктури. На елеваторах за рахунок того, що відбуваються всі необхідні дії з зерном - сушка, вентилювання, фумігація - зерно може зберігатись довго. Елеватори доволі енергозатратні підприємства, наприклад, лише одна сушарка зерна може споживати понад 120-140 кВт-год електроенергії, а на підприємствах їх може бути кілька. І це не рахуючи лінії приймання чи вивантаження зерна. Тому жоден генератор чи сонячні станції не можуть рівноцінно замінити централізоване джерело електропостачання в силу високих затрат на альтернативні джерела електроенергії [47]. Відповідно, чим довше зерно зберігається на елеваторі, тим дорожче це обходиться клієнту.

Загалом до повномасштабного вторгнення в Україні було 56,6 млн т потужностей одночасного зберігання зернових. За оцінками Elevatorist.com, з 24 лютого до листопада минулого року кількість потенційно зруйнованих або пошкоджених сховищ досягла 77 одиниць або 9,4 млн т. Але попри війну майже в усіх західних, південних та центральних областях України активно відновлюють зерносховища та вводять нові потужності [48].

Крім того, відслідковуються значні проблеми з логістикою продукції. Більше половини українського експорту здійснювалась через порти Чорного та Азовського морів (таких як Одеський порт, Миколаївський, Херсонський, Маріупольський, Бердянський). Ці міста переживали важкі бої або були прифронтовими. Тому у їх межах є пошкодження зернових терміналів та залізничного сполучення. Російські удари по цивільних суднах та іншій інфраструктурі зернового коридору впродовж всієї війни обмежує пропускну здатність морських портів та підвищує вартість страхування суден з українським зерном. Крім того, рф здійснила замінювання водних шляхів, що перешкоджає експортним потокам у цьому та наступних роках.

Отже, у вітчизняних товаровиробників є проблеми з енергетичними ресурсами, кадрами, логістикою, що дуже посилює ситуацію невизначеності на ринку. Констатуючи формування масштабної та розвиненої інфраструктури вітчизняного зернового ринку до повномасштабного вторгнення, слід зазначити і необхідність набуття нових механізмів його подальшого зростання з врахуванням наслідків війни, пошуку факторів стійкості та постійного вдосконалення технологічних та організаційних аспектів виробництва та розподілу зерна.

З метою визначення подальших стратегій розвитку зернового ринку в Україні із урахуванням його сильних та слабких сторін і умов зовнішнього середовища скористаємся SWOT-аналізом, який є важливим інструментом у визначенні стратегічних пріоритетів його розвитку і полягає у розділенні факторів його формування на чотири категорії: сильні (Strengths) і слабкі

сторони (Weaknesses); можливості (Opportunities); загрози (Threats). Результати аналізу відобразимо у вигляді матриці (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз зернового сектора України

Сильні сторони (strengths)	Слабкі сторони (weaknesses)
- сприятливі природно-кліматичні умови для вирощування зернових культур; - висока якість (родючість) ґрунтів; - наявність висококваліфікованих кадрів; - розвинуті технології виробництва та значний досвід реалізації продукції; - наявність портового сполучення з зовнішніми ринками; - збільшення підприємств, які готові до переходу до системи господарювання на принципах сталості; - фінансова підтримка з боку державних та міжнародних організацій; - статус лідера на зовнішньому ринку.	- застаріла технічна база багатьох господарств; - значна залежність від кон'юнктури зовнішніх ринків; - значні втрати при зберіганні та транспортуванні зерна; - експорт переважно сировинної продукції; - дефіцит кадрів; - висока вартість кредитних ресурсів; - вузька продуктова лінійка; - недостатньо розвинута маркетингова інфраструктура.
Можливості (opportunities)	Загрози (threats)
- зростання світового попиту на продовольство; - потенціал підвищення врожайності через впровадження нових технологій; - розширення географії експорту; - розвиток органічного землеробства; - поглиблення переробки зерна та створення продукції з високою доданою вартістю.	- скорочення ємності внутрішнього ринку збуту; - кліматичні зміни та природні катаклізми; - волатильність світових цін на зерно; - посилення конкуренції на світових ринках; - зростання вартості ресурсів (паливо, добра, засоби захисту рослин); - політична нестабільність та безпекові ризики.

SWOT-аналіз зернового сектору був розроблений з урахуванням ймовірних глобальних тенденцій попиту та пропозиції, представлених вище, інших факторів змін, а також поточних знань про вітчизняне виробництво зерна та транспортну логістику. На основі перетину зазначених полів (передумов) було сформовано чотири ключові стратегічні напрями (табл. 3.2).

Зокрема: поле «S+O» показує стратегії розвитку сильних сторін галузі зерновиробництва в напрямі реалізації можливостей зовнішнього оточення; поле «T+S» використання сильних сторін сфери з метою нівілівання існуючих зовнішніх загроз; поле «W+O» формує стратегії подолання проблем за рахунок можливостей зовнішнього середовища щодо зернових; поля «T+W» визначає

стратегії подолання слабких сторін вітчизняного зерновиробництва, що посилюються загрозами зовнішнього середовища.

Таблиця 3.2

TOWS -аналіз зернового сектора України

S-O «maxi-maxi» стратегії:	S-T «maxi-mini» стратегії:
Стратегія: розвитку ринку (із акцентом на інтенсифікаційний підхід до зростання); посилення конкурентних переваг за І. Ансоффом	Стратегія: розвитку товару за І. Ансоффом; диференціації за М. Портером
W-O «mini-maxi» стратегії:	W-T «mini-mini» стратегії:
Стратегія: розвитку ринку (із акцентом на сталий розвиток) за І. Ансоффом; концентрації за М. Портером	Стратегія: диверсифікації за І. Ансоффом

Отже, проаналізувавши наявну кон'юнктуру в сфері виробництва зернових можна представити такі стратегії та їх поєднання із її подальшого становлення, як інтенсифікації зростання за рахунок розвитку ринку (сектор «S+O»), стратегія розвитку товару за І. Ансоффом та диференціації за М. Портером (сектор «W+O»), розвитку ринку (із акцентом на сталий розвиток) за І. Ансоффом концентрації за М. Портером (сектор «T+S»), диверсифікації за І. Ансоффом (сектор «W+O») (табл.3.3).

Зазначені стратегії мають бути реалізовані у межах формування комплексу короткострокових, середньострокових та довгострокових інструментів різної направленості.

Стратегія розвитку ринку зернового сектора України має бути спрямована на досягнення таких цілей: збільшення експортного потенціалу; підвищення якості зерна до міжнародних стандартів; диверсифікація експортних напрямків; зростання частки продукції з високою доданою вартістю.

Реалізація цієї стратегії повинна включати теніко-технологічні та маркетингові заходи (рис. 3.1). Варто відзначити, що зреалізувати цю стратегію без активної підтримки урядовців та міжнародних партнерів лише силами бізнесу вкрай складно.

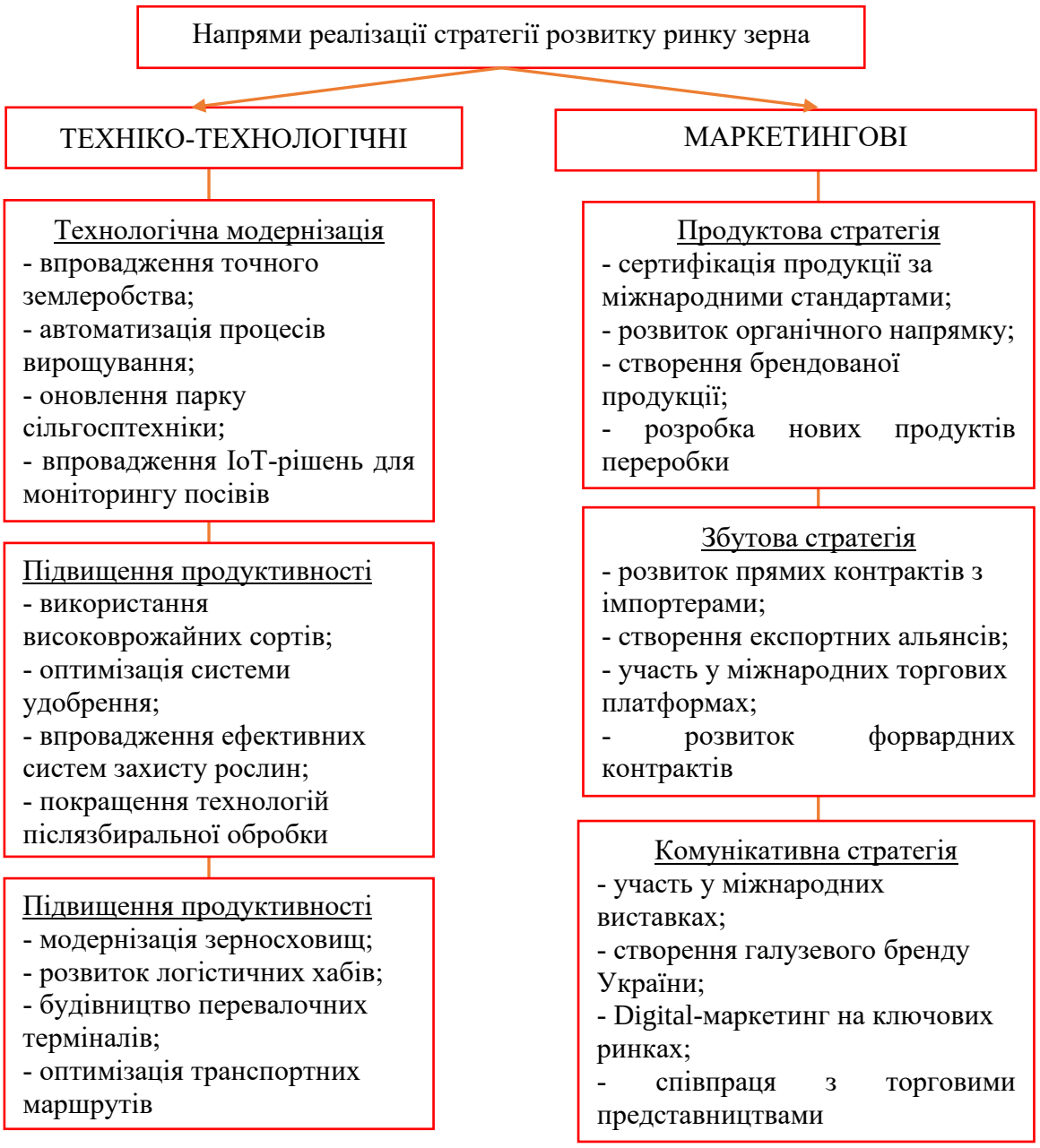


Рис. 3.1. Техніко-технологічні та маркетингові напрями реалізації стратегії розвитку ринку зерна

Джерело: власна розробка

Певні кроки з реалізації цієї стратегії вже були зроблені. В Україні до початку війни функціонував ряд підприємств які спеціалізувались на вирощуванні органічних зернових на експорт. У цьому напрямі є значний потенціал для розвитку ринків, нарощування ефективності зерновиробничої діяльності та диверсифікації асортименту товарів. До повномасштабного вторгнення рф, відповідно до даних Європейської Комісії Україна займала лідируючі позиції за постачанням органічних зернових, насіння олійних культур,

макуха тощо до країн Європи. Враховуючи євроінтеграційний вектор розвитку вітчизняного виробництва, необхідним є подальше врахування тенденцій та планів узгоджених в ЄС («Зелена угода ЄС», прийнята в 2019 р., передбачає використання принаймні 25% сільськогосподарських угідь ЄС для органічного землеробства [49] та наявних сильних сторін, зазначений напрям виробничої діяльності є досить перспективним.

Маркетингова стратегія розвитку товару для зернового ринку України дозволить не лише задовільнити потреби внутрішнього ринку у нових високоякісних продуктах із зернових культур, а й істотно збільшити додану вартість шляхом поглиблення переробки, що дозволить створити нові робочі місця в економіці країни та підвищить її техніко-технологічний рівень. Реалізація зазначеної стратегії повинна спиратися на результати дослідження сучасних споживчих трендів (рис. 3.2).

Наприклад, тільки за однією з технологій сучасної глибокої переробки з зерна кукурудзи можна отримати 4 продукти з великою доданою вартістю, які мають великий попит на експортних ринках та внутрішньому ринку: паливний етанол (біоетанол), високобілкова добавка DDGS, скраплений вуглекислий газ та кукурудзяна олія. При цьому це майже безвідходне виробництво та для переробки можна використовувати навіть фуражне зерно. У 2020 році Україна експортувала фуражну пшеницю на $1 млрд. Якщо цей обсяг фуражного зерна направити на переробку в моногідрат глюкози, фруктози та лимонної кислоти, то отримуємо більше $3 млрд валютної виручки [50].

З метою стимулювання розвитку переробки продукції та збільшення її доданої вартості, було розроблено державний проект “єРобота”, що являє собою грантові програми по створенню нового та розширенню діючого бізнесу малих та середніх підприємств. В її межах, актуальним для зернового сектора напрями єРобота: СВОЯ СПРАВА (безповоротний грант до 250 тис грн на запуск або розвиток власної справи), головна умов якого – створення щонайменше 1 робочого місця та сплата податків та єРобота: НОВИЙ РІВЕНЬ (грант до 8 млн грн на розширення/створення підприємств у сфері переробки агропродукції із

співфінансуванням держави та підприємця 70%/30% або 50%/50%), умова отримання якого є створення щонайменше 25 нових робочих місць та сплата податків [51].



Рис. 3.2. Напрями реалізації стратегії розвитку товару на зерновому ринку України

Джерело: власна розробка

Стратегія концентрації для зернового ринку України передбачає пошук ринкових ніш (рис. 3.3).



Рис. 3.3. Характеристики стратегії концентрації на зерновому ринку України

Пошук нішевих культур обумовлений сучасними трендами підвищення інтересу до здорового харчування у розвинутих країнах. Наприклад, спельта надзвичайно популярна в Європі (продукти з неї вважаються дієтичними), а тому добре підходить для експорту. Перевагами її вирощування порівняно зі звичайною пшеницею є [52]:

Невибагливість. Спельта менш вибаглива до родючості ґрунту, ніж пшениця, і дає непогані врожаї навіть за нестачі елементів живлення.

Стійкість до заморозків і впливу низьких температур. Це стосується різних стадій розвитку культури. Завдяки морозостійкості часові рамки сівби розширюються (сіяти спельту можна з вересня по листопад).

Спельта дає гарний врожай і при органічному вирощуванні, і при «класичному». Це й пояснює її популярність на ринку органічних продуктів.

Рослина має хорошу стійкість до вилягання завдяки своїй висоті, що подекуди сягає 170 см! Якщо бажаєте посилити стійкість до вилягання, можна додатково використовувати ретарданти.

Урожайність спельти зазвичай становить близько 80% від врожайності пшениці, яка вирощувалася в таких же умовах.

При меншій урожайності спельта за багатьма якісними показниками краща за звичайну пшеницю. У зерні спельти міститься до 25% білку та до 50% клейковини. Тому зі спельтового борошна можна виготовляти смачний і суперпоживний хліб, здобу, макаронні вироби. Або змішувати його зі звичайним пшеничним борошном для покращення якості останнього.

Також у світі спостерігається справжній «бум» кіноа. Так, лише за період із 2010 до 2018 років кількість країн, які сертифікували її вирощування, зросла більш ніж утричі. Найбільш активно інтродукція відбувається на Європейському континенті, який є основним ринком збуту «здорової» їжі. Крупа кіноа під назвами «золоте зерно», «золото інків» тощо поступово стає частиною харчування окремих категорій людей, у тому числі із серцево-судинними захворюваннями.

Насіння кіноа має специфічний хімічний склад, порівняно з іншими, вже відомими безглютеновими продуктами (до прикладу, гречки), характеризується більш високим вмістом білку та мікроелементів. Однак найважливіша характеристика – відсутність речовин, що блокують процеси засвоєння. Саме це стає визначальним у виробництві продуктів, орієнтованих на людей похилого віку, а також з підвищеним рівнем фізичного навантаження. Кіноа придатна для

вирощування в наших природно-кліматичних та ґрунтових умовах, і вже ведуться селекційні роботи, щодо вирощування кіноа в Україні.

Розглядаючи перспективи розвитку зернового ринку України в цілому, варто зазначити, що для набуття нової якості зростання зернового ринку необхідно активізувати використання маркетингу за рахунок розширення функціональної сфери його застосування від окремих актів обмінних операцій між продавцем та покупцем зерна до підтримки всього ланцюжка ринкових процесів, забезпечення їх стійкості та надійності на основі узгодження інтересів усіх учасників зернового ринку.

Узгодження інтересів сторін обміну є ключовим аспектом маркетингу – сам акт обміну означає, що сторони дійшли висновку, що їх індивідуальні інтереси будуть реалізовані, якщо вони зроблять угоду.

Класичний продаж є обміном товару на гроші, провідною силою якого є зацікавленість покупця у споживанні придбаного товару, тому він і віддає за нього гроші. На сучасних ринках ланцюжок руху товару до кінцевого споживача, зацікавлення якого і полягає власне у використанні придбаного продукту, дуже значний, і його учасники здійснюють обмінні операції не заради споживання продукту, а для його подальшого обміну: посередники купують зерно для подальшого перепродажу; елеватори надають послуги зберігання, дозволяючи перенести моменти споживання зерна на перспективу; підприємства харчової промисловості використовують зерно як сировину для випуску продукції, що передається потім по ланцюжку до кінцевого споживача.

Таким чином, на відміну від класичного обміну у вигляді продажу, в якій покупець отримує можливість реалізувати свій інтерес у вигляді задоволення потреби у продукті, основна сукупність обмінних операцій на зерновому ринку зводиться до реалізації інтересів його учасників у просуванні зерна до кінцевого споживача. Цей аспект є ключовим для створення єдиної платформи узгодження інтересів учасників ринку зерна. Компонентами цієї платформи є:

– технологічна цілісність;

– інформаційна відкритість;

– єдина система нормативно-правового регулювання;

– зацікавленість у розвитку ринку зерна як інтегруючої всім ринків технологічно пов'язаних товарів та послуг.

Тільки ціновими механізмами забезпечити ефективне узгодження інтересів у складній системі, як зерновий ринок, неможливо: потрібна розвинена система комунікацій, яка може бути сформована у вигляді єдиної маркетингової системи зернового ринку. Ця система має ґрунтуватися на добровільному прагненні до узгодженої діяльності учасників ринку, розкривати їхню об'єктивну зацікавленість в успіху функціонування всієї системи.

Технологічна кооперація під час виробництва та просування зерна до кінцевого споживача є об'єктивною основою узгодження господарських інтересів суб'єктів зернового ринку. У макроекономічному масштабі обмінні процеси між виробниками та споживачами зерна припускають, що загальний прибуток від збуту зерна кінцевому споживачеві розподіляється між усіма учасниками системи [53].

Цей процес розподілу реалізується у різноманітних актах обміну, у ході кожна зі сторін прагне збільшити власну вигоду. Проте прагнення індивідуальної вигоди у системі зернового ринку має призводити до руйнації її цілісності. Сама господарська практика та свобода вибору способу виробництва є обмежувачем егоїстичних запитів учасників ринку на отримання ними більших вигод за рахунок інших. Так, якщо перевізники одного виду транспорту завищують тарифи на доставку зерна, постачальники переходять на інші способи доставки; якщо елеватори підвищують ставки зберігання, то сільгоспвиробники починають створювати власні потужності зберігання тощо. Дані процеси саморегулювання системи можливі, якщо існує вільний доступ ринку постачальників необхідних ресурсів та послуг для виробництва та просування зерна, немає монополії на будь-який вид діяльності.

Узгодження інтересів учасників зернового ринку на основі єдності інтересів у стабільності виробництва та просування зерна до кінцевого споживача є більш ефективним способом координації різноманітної

господарської діяльності, але потребує створення складної маркетингової системи комунікації всіх суб'єктів господарювання. У разі комунікації повинні забезпечувати як реалізацію всіх процедур обміну учасників ринку, як це реалізується у традиційних маркетингових інформаційних системах, а й формування єдиної системи цінностей.

В якості основних напрямів функціонування єдиної маркетингової системи зернового ринку можуть бути виділені такі:

– інформаційно-аналітична діяльність, що включає довідкову підтримку, статистичне спостереження та маркетингові дослідження кон'юнктури ринку. Відкриті технологічні, фінансові та ринкові дані дозволять приймати оптимальні управлінські рішення і формуванню таких даних необхідно приділяти значну увагу;

– вирішення існуючих проблем зернового виробництва та просування продукції на основі впровадження технологічних інновацій, що передбачає як розповсюдження таких інновацій за рахунок презентацій, виставкової діяльності постачальників ресурсів та послуг, так і їх впровадження у практичну господарську діяльність на основі комерціалізації, що також є однією з функцій єдиної маркетингової системи зернового ринку;

– удосконалення форм договірної роботи між усіма учасниками зернового ринку з формування системи довгострокових взаємовигідних відносин. Однією з таких форм є підтримка біржової торгівлі та стандартизація обмінних операцій по всьому спектру товарів та послуг, що беруть участь у процесі виробництва та просування зерна: постачання техніки, палива, мінеральних добрив та засобів захисту рослин; забезпечення зберігання та транспортування; надання кредитних та страхових сервісів та ін.

Також активно розвиваються нові інституційні форми координації та регулювання сільгоспвиробництва за допомогою маркетингу. Спільні круглі столи, законодавчі ініціативи, участь у роботі інститутів громадянського суспільства – всі ці напрями необхідно використовувати для просування цінностей стабільного функціонування зернового ринку.

Основними передумовами ефективного функціонування єдиної маркетингової системи зернового ринку є те, що кожен із її учасників реалізує у власній господарській практиці такі ключові маркетингові активності:

– визначає власні стратегічні та тактичні цілі на зерновому ринку;

– узгодить сформульовані цілі з цілями партнерів з виробництва та просування зернової продукції;

– реалізує організаційні форми та механізми, що забезпечують ведення спільної комерційної діяльності на зерновому ринку: стандартизацію продуктів та сервісів, перехід на довгострокові контракти, страхування та зниження ризиків власної господарської діяльності тощо;

– надає фактичні дані про поточну виробничо-господарську діяльність та бере участь у розробці прогнозів розвитку ринку зерна.

Формування масштабної маркетингової системи зернового ринку дозволить створити нові механізми виробництва та просування зерна, забезпечить стабільну роботу сільгосппідприємств та гарантує продовольчу безпеку країни. Сам зерновий ринок розкриє потенціал внутрішніх факторів зростання, що вкрай важливо в умовах мінливої та найчастіше непередбачуваної кон'юнктури світового ринку.

Серед сучасних маркетингових інструментів, що потребують розширеного використання для забезпечення подальшого ефективного розвитку зернового ринку України також відносяться:

- розвиток цифрових торгових платформ та онлайн-бірж, які забезпечують прозоре ціноутворення та швидкі розрахунки;

- впровадження системи простежуваності продукції на основі блокчейн-технологій, що підвищує довіру внутрішніх та зовнішніх покупців;

- створення мобільних додатків для моніторингу цін та аналітики, що дозволить учасникам ринку приймати більш обґрунтовані рішення;

- використання Big Data та предиктивної аналітики для прогнозування попиту та оптимізації логістичних потоків;

- розвиток електронної системи складських документів та аграрних розписок для підвищення ліквідності ринку;

- використання інструментів цифрового маркетингу, включаючи таргетовану рекламу та контент-маркетинг, що сприятиме активізації просування української продукції на міжнародних ринках;

- розвиток спеціалізованих освітніх онлайн-платформ для підвищення компетентності учасників ринку в сучасній сфері застосування маркетингових інструментів.

Найважливішим важелем, який обумовлює багато інших, з боку міжнародних партнерів України із відновлення і модернізації її комплексу зерновиробництва є отримання статусу кандидата на членство в ЄС у червні 2022 року із подальшим входженням її до числа країн ЄС. Така магістральна мета як вступ до Європейського Союзу є потужним стимулом виконання вимог для формування комплексу інструментарію із відбудови та подальшого становлення вітчизняного ринку зерна.

ВИСНОВКИ

1. Маркетингові дослідження ринку зерна покликані вирішувати таке основне завдання, як зниження ступеня невизначеності та ризиків при ухваленні управлінських рішень економічними суб'єктами – учасниками даного ринку. Вони включають визначення параметрів ринкової кон'юнктури та мають охоплювати аналіз усіх параметрів зовнішнього середовища, що мають прямий або опосередкований вплив на формування попиту і пропозиції.

2. Аналіз обсягу та чинників формування пропозиції зерна показав, що основним фактором впливу на обсяги виробництва починаючи з лютого 2022 року стала повномасштабна війна на території України та її прямі й опосередковані наслідки для зернової галузі. Скорочення площі посівів зернових культур в 2024 році становило 4879 тис. га (-30,5%) порівняно з 2021 роком. Структура розподілу посівних площ у відносному вираженні значних змін не зазнала. Урожайність зернових культур знизилася в 2022 році і досягла рекордних значень у 2023 році. За аналізований період відбулося значне зростання виробничих витрат та збільшення частки нафтопродуктів (палива) й інших непрямі витрати в їх структурі. В загальному обсязі виробництва зерна близько 90% припадає на пшеницю та кукурудзу і близько 9% на ячмінь. Наслідком комплексної дії воєнних чинників на аграрне виробництво стало зростання частки підприємств-виробників зерна, які отримали збиток у 2022 та 2023 роках в цілому по Україні та особливо у прифронтових областях.

3. Аналіз обсягу та чинників формування внутрішнього попиту на зерно виявив скорочення внутрішнього продовольчого споживання внаслідок зменшення кількості населення країни, скорочення витрат зерна на годівлю сільськогосподарських тварин, що обумовлено скороченням поголів'я внаслідок економічних факторів (рентабельність утримання) та впливом збитків від воєнних дій. В 2022-2023 роках спостерігалося зменшення внутрішнього споживання всіх видів зерна, а найбільше кукурудзи та ячменю – на 2329 та 1559 тис. тонн відповідно. Рівень внутрішніх цін на зерно в 2022 році зростав та

значно скоротився в 2023 році внаслідок зниження світових цін на всі основні види зерна. Можна очікувати в короткостроковій перспективі подальший спадний тренд внутрішнього попиту на зерно через посилення демографічної кризи, а також негативні тенденції в тваринництві. Основним драйвером внутрішнього попиту може стати промислова переробка зерна, особливо для виробництва біопалива.

4. Аналіз обсягу та чинників формування зовнішнього попиту на зерно показав, що світовий ринок зерна характеризується стійкими темпами виробництва та зростаючим попитом. України залишається одним із провідних виробників зернових культур у світі. У 2022/2023 мр. країна змогла посісти шосте місце з експорту пшениці та її частка у світовому експорті досягнула 6 %. В 2022-2023 рр. при загальному скороченні експорту товарів і послуг з України частка надходжень від експорту зернових перевищила 20%. При цьому обсяг експорту зернових в цілому в натуральному виразі був нижчим на 27% в 2022 р. і на 15% в 2023р. порівняно з середніми значеннями в 2019-2021 роках. Що стосується основних експортних зернових культур - пшениці і кукурудзи, які забезпечують найбільшу виручку, ці відхилення були значно меншими. До 2022 року основні напрямки експорту українського зерна були Близький Схід та Північна Африка (особливо Єгипет, Туреччина, Саудівська Аравія), Східна Азія (Китай, Індонезія), Європейський Союз, Південна Азія (Бангладеш, Пакистан). Внаслідок логістичних обмежень в 2022-2023 рр. істотно зросла частка європейських країн в загальному експорті, але, з врахуванням активізації роботи портів та активній протидії експорту українського зерна європейськими фермерами, можна очікувати в середньостроковій перспективі повернення до традиційних ринків збуту. А наявність у складі найбільших експортерів українського зерна міжнародних компаній дає підстави до стриманого оптимізму щодо намагань урядів країн походження їх капіталів розв’язати ситуацію з блокуванням логістики експорту зерна дипломатичним шляхом.

5. SWOT-аналіз зернового сектору з урахуванням ймовірних глобальних тенденцій попиту та пропозиції та інших факторів змін, а також стану

вітчизняного виробництва зерна і потенційної дії чинників внутрішнього попиту дозволив визначити чотири ключові стратегічні напрями подальшого розвитку ринку зерна України: інтенсифікації зростання за рахунок розвитку ринку, стратегія розвитку товару та диференціації, розвитку ринку із акцентом на сталий розвиток) та концентрації. Стратегія розвитку ринку зернового сектора України має бути спрямована на досягнення таких цілей: збільшення експортного потенціалу; підвищення якості зерна до міжнародних стандартів; диверсифікація експортних напрямків; зростання частки продукції з високою доданою вартістю. Стратегія розвитку товару для зернового ринку України передбачає активізацію внутрішнього попиту і пропозиції шляхом поглиблення промислової переробки зерна. Стратегія концентрації передбачає пошук ринкових ніш. Для ефективної реалізації подальших стратегій розвитку зернового ринку необхідна розвинена система комунікацій, яка може бути сформована у вигляді єдиної маркетингової системи зернового ринку, а також використання сучасних маркетингових інструментів - цифрових торгових платформ та онлайн-бірж, впровадження системи простежуваності продукції на основі блокчейн-технологій, використання Big Data та предиктивної аналітики для прогнозування попиту та оптимізації логістичних потоків та інших.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Окландер І.М. Класичний підхід до теорії маркетингових досліджень в період доцифрової економіки. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Том 6. № 3. С. 65-79.

2. Сотніков Ю.М., Бутенко А.А. Інструментарій маркетингових досліджень в умовах трансформації економіки. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2021. №1-2 (278-279). С. 94-99.

3. Федорченко, А. В. Система маркетингових досліджень: монографія. К. : КНЕУ, 2009. 259 с.

4. Ванькович Л. Я., Паук Н. І. Важливість та інструментарій маркетингових досліджень при виході вітчизняних підприємств на міжнародні ринки. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2023. № 1 (9). С. 18-28.

5. Амонс С. Е., Красняк О. П. Маркетингові дослідження ринку і його структурних елементів: теоретичний аспект. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7926

6. Ванькович Л. Я., Паук Н. І. Важливість та інструментарій маркетингових досліджень при виході вітчизняних підприємств на міжнародні ринки. *Management and entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development*. 2023. Vol. 5, numb. 1. С. 18-28.

7. Ільченко Т. В. Тенденції сучасного розвитку маркетингових досліджень в Україні. *Приазовський економічний вісник*. 2022. Вип. 1. С. 55-59.

8. Багорка М. О., Кадирус І. Г., Юрченко Н. І. Формування системи маркетингових досліджень на підприємстві. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2022. № 2. С. 64-70.

9. Хитрук І. О., Ковшова І. О. Система інтернет-маркетингових досліджень. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»* . 2020. № 7(2). С. 21-26.

10. Мейш А. В., Матвійчук О. В. Маркетингові дослідження: їх роль та потреба у ринковій економіці. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 3. С. 80-84.

11. Гаврилко П.П., Гуштан Т.В., Сімех К.Ю. Теоретичні аспекти здійснення маркетингових досліджень ринку. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2024. №6 (277). С. 44-49.\

12. Бабаченко Л.В., Жидок В.В., Британ Т.Ю., Михайлова М.В. Організація маркетингових досліджень із використанням сучасних інформаційних технологій. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : збірник наук. пр.* - *Харків : ХДУХТ*. 2020. Вип. 2 (32). С. 130-138.

13. Фісун Ю.В., Борисенко О.С., Ярмолюк О.А. Інноваційні підходи проведення маркетингових досліджень сучасних підприємств. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2022. № 2. С. 99-103.

14. Казьмір В. А. Економічна сутність та особливості функціонування ринку зерна. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2020. Вип. 33. Ч. 1. С. 66-70.

15. Прушківська Е. В., Коваленко Р. М. Особливості функціонування світового ринку зерна в умовах геополітичної нестабільності. *Економічний вісник*. 2023. №4. С. 58-66.

16. Блюмська-Данько К.В., Зайденко М.А. Організаційно-економічні параметри функціонування ринку зерна в Україні. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2023. Вип.1 (93). С. 28-33.

17. Гайда Ю. І., Шайнюк Б. Л. Ринок зерна в ретроспективі та перспективі: глобальний аналіз. *Innovation and Sustainability*. 2023. № 4. С. 30-40.

18. Присяжнюк Н. М., Мазур Т. Г., Івановський А. В., Федорук Н. М., Панченко Т. В. Маркетингові підходи до формування організаційно-економічного механізму ринку зерна. *Економічний аналіз*. 2024. Том 34. № 3. С. 532-540.

19. Посівні площі сільськогосподарських культур за їх видами. Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/

20. Обсяг виробництва, урожайність та зібрана площа сільськогосподарських культур за їх видами по регіонах. Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/

21. Пащенко О. В., Жарікова О. Б., Жофань У. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку ринку зернових культур в Україні. *Ефективна економіка*. 2023. № 10. URL: https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/issue/view/106

22. Acevedo, S., Mrkaic, M., Novta, N., Pugacheva, E., Topalova, P. (2018). The effects of weather shocks on economic activity: What are the channels of impact? Working Paper, 18/144. International Monetary Fund.

23. Агровигляд України 2024-2033. KSE. URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2024/03/Agroviglyad-2024-2033.pdf

24. Витрати аграріїв на гектар у 2023 році лише на 7,6 % перевищать показники довоєнного 2021 року - Інститут аграрної економіки. URL: https://superagronom.com/news/17813-vitrati-agrariyiv-na-gektar-u-2023-rotsi-lishe-na-76--perevischat-pokazniki-dovoyennogo-2021-roku--institut-agrarnoyi-ekonomiki

25. Васьковська В. Реальність виявилась гіршою за плани? Результати продажів зернових культур у 2023 році. URL: https://economics.progroshi.news/news/economics/makroekonomika/realnist-viyavilas-girshoyu-zaplani-rezultati-prodazhiv-zernovih-kultur-u-2023-roci-14827.html

26. Питома вага підприємств, які отримали збиток, у загальній кількості підприємств, за видами економічної діяльності у розрізі регіонів (2014–2023). Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/

27. IMPACT OF RUSSIA'S WAR ON UKRAINIAN AGRICULTURE. Analytical digest. 2024. URL: https://css.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/cis/center-for-securities-studies/pdfs/UkrainianAnalyticalDigest005.pdf

28. Коваленко А. ООН: Після початку повномасштабної війни населення України скоротилося на 10 мільйонів. *Українська правда.* 2024. URL: https://life.pravda.com.ua/society/na-skilki-skorotilosya-naselennya-ukrajini-pislya-pochatku-povnomasshtabnogo-vtorgnennya-dani-oon-304425/

29. Market Database. Supply and Demand Overview. Agricultural Market Information System (AMIS). URL: https://app.amis-outlook.org/#/market-database/supply-and-demand-overview

30. Trade Map. Trade statistics for international business development. URL: https://www.trademap.org/Index.aspx

31. Хахула В., Батажок С., Івановський А., Машкін Ю. Формування попиту на ринку зерна: проблеми та шляхи вирішення. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. Міжнар. науковий журнал.* 2024. Випуск 1-2. С. 84-93.

32. Дадус О. Збитки від загибелі тварин та пошкодження тваринницьких ферм становлять приблизно 2 млрд гривень. 2022. URL: https://www.kmu.gov.ua/news/zbitki-vid-zagibeli-tvarin-ta-poshkodzhennya-tvarinnickih-ferm-stanovlyat-priblizno-2-mlrd-griven-olena-dadus

32. Тваринництво (1990-2023). Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/

32. Чим живе український ринок борошна у воєнний час? URL: https://www.apk-inform.com/uk/exclusive/opinion/1535238

33. Темпи скорочення ВРХ в Україні сповільнюються. URL: https://agroportal.ua/news/zhivotnovodstvo/tempi-skorochennya-vrh-v-ukrajini-spovilnyuyutsya

34. Прушківська Е. В., Коваленко Р. М. Особливості функціонування світового ринку зерна в умовах геополітичної нестабільності. *Economics Bulletin*. 2023. №4. С. 58-66.

35. Середні ціни продукції сільського господарства, реалізованої підприємствами. Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/

36. Жибак М. М., Христенко Г. М. Ринок зерна в Україні: цінова ситуація та проблеми розвитку в умовах війни. *Агросвіт.* 2024. №6. С. 23-29.

37. Боднар О.В. Вплив війни на розвиток ринку зерна в Україні. *Інноваційна економіка.* 2023. №4 (96). С. 118-124.

38. AgroPortal. URL: https://agroportal.ua/publishing

39. Загроза продовольчій безпеці світу. Міністерство закордонних справ України. 2023. URL: https://mfa.gov.ua/zagroza-prodovolchij-bezpeci-svitu

40. На розмінованих землях України вже можна виростити 1 млн т зерна. Прес-служба Апарату Верховної Ради України. 2024. URL: https://www.rada.gov.ua/news/news_kom/245689.html

41. Саботаж РФ “зернового коридору”. (2023). INTERFAX. URL: https://interfax.com.ua/news/general/923303.html

42. Distribution of global cornproductionin 2022/23, bycountry. (2023). STATISTA. URL: https://www.statista.com/statistics/254294/distribution-of-global-corn-production-by-country-2012

43. Global maize market. Insightex. URL: https://insightex.org/en/statty/svitovij-rinok-kukurudzi/

44. Скільки зернових Україна експортувала під час повномасштабної війни. URL: https://www.slovoidilo.ua/2024/10/18/infografika/ekonomika/skilky-zernovyx-ukrayina-eksportuvala-povnomasshtabnoyi-vijny

45. Які компанії є найбільшими експортерами зерна в Україні. URL: https://www.slovoidilo.ua/2024/02/19/infografika/ekonomika/yaki-kompaniyi-ye-najbilshymy-eksporteramy-zerna-ukrayini

46. Дефіцит кадрів у сільському господарстві. Що може допомогти? URL: https://biz.nv.ua/ukr/experts/nestacha-kadriv-v-golovniy-eksportniy-galuzi-ukrajini-yak-ce-vipraviti-novini-ukrajini-50466447.html

47. УЗА просить уряд віднести елеватори до критично важливого бізнесу в питанні включення електроенергії. URL: https://uga.ua/news/uza-prosit-uryad-vidnesti-elevatori-do-kritichno-vazhlivogo-biznesuv-pitanni-vklyuchennya-elektroenergiyi/

48. Потужності зберігання зерна в Україні по областях - інфографіка. URL: https://elevatorist.com/blog/read/885-potujnosti-zberigannya-zerna-v-ukrayini-po-oblastyah--infografika

49. Передумови повоєнної відбудови аграрного сектору України. Ukraineinvest. URL: https://ukraineinvest.gov.ua/uk/news/18-10-22-2

50. Бататін О. "Велика агропереробка": як збільшити додану вартість в агросекторі. *Економічна правда*. 2023. URL: https://epravda.com.ua/columns/2022/06/22/688436/

51. Аграрна повоєнна відбудова України – грантові програми. Aggeek. URL: https://aggeek.net/ru-blog/agrarna-povoenna-vidbudova-ukraini-grantovi-programi

52. Перспективи вирощування спельти. URL: https://mizez.com/news/perspektivi-viroschuvannya-spelti

53. Шелудько Р. М., Друшляк І. М. Реалізація концепції та системи маркетингу на світовому ринку зерна. *Вісник ХНАУ. Серія :Економічні науки.* 2019. №3. С. 35-44.