

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ І НАЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ

**Страшинська Л.В. Стратегія розвитку продовольчого ринку в Україні /
За ред. Б.М. Данилишина. – К.: Профі, 2008. – 532 с.**

Забезпечення функціонування ринкового економічного механізму в Україні поряд з іншими важливими макроекономічними заходами потребує розбудови національного продовольчого ринку. Зі стратегічного погляду це гарантує продовольчу безпеку, яку в сучасній економічній теорії розглядають як важливий складник економічної безпеки країни в цілому. Важливою умовою продовольчої безпеки країни є задоволення переважної частини потреб споживачів у продуктах харчування національного виробництва.

Країни колишнього Радянського Союзу намагаються розв'язати проблеми формування власних національних продовольчих ринків, накопичуючи при цьому певний досвід. Тому сьогодні існують різні підходи до організації продовольчого ринку постсоціалістичних країн. Завдання полягає в тому, щоб відповідно до специфіки економічного розвитку України обрати найбільш прийнятний із них, який би забезпечував найбільшу ефективність розвитку вітчизняного ринку продовольства.

Розглядаючи будь-який суб'єкт продовольчого ринку як економічну систему, доцільно опрацювати методологічні підходи до моделювання стратегії його розвитку в цілому. Слід зазначити, що на діяльність суб'єктів господарювання впливає безліч



чинників зовнішнього середовища. Здебільшого це руйнівний вплив, що спричинює непередбачувані негативні наслідки. Тому виникає потреба проведення функціонального аналізу діяльності суб'єктів продовольчого ринку та вибору альтернативної стратегії їхнього розвитку, реалізації обраної моделі стратегічної поведінки або ж декомпонування їхніх окремих елементів і забезпечення контролінгу. Саме

дослідженню цих актуальних питань присвячена монографія Л.В. Страшинської «Стратегія розвитку продовольчого ринку в Україні».

Зважаючи на логічну послідовність та системну довершеність її структури, матеріали монографії можна схарактеризувати як такі, що містять наукову новизну, яка включає розроблені теоретичні та методологічні підходи до розв'язання проблеми стратегічного розвитку продовольчого ринку. У контексті сказаного слід відзначити такі наукові положення й методологічні засади:

— запропоновано трактування економічної стратегії як ділової концепції суб'єкта господарювання на певну стратегічну перспективу, що представлена у вигляді довгострокової програми дій, які спроможні реалізувати цю концепцію та забезпечити конкурентні переваги в досягненні цілей;

— уперше здійснено системну класифікацію основних стратегій поведінки суб'єкта господарювання на ринку;

— підготовано методичні основи для процесу розроблення і реалізації конкурентних стратегій;

— висвітлено концептуальні засади управління стратегічним розвитком продовольчого ринку як сукупності заходів та інструментів, спрямованих на одночасне досягнення забезпечення нагальних потреб споживачів у якісних товарах першої необхідності, раціонального використання наявних ресурсів та прискорення адаптації вітчизняних товаровиробників до умов розвитку в світовому економічному просторі;

— системно проаналізовано сучасний стан розвитку найбільш традиційних для України продовольчих ринків з урахуванням основних тенденцій розвитку світової агропродовольчої системи в цілому;

— науково обґрунтовано методологію управління стратегічним розвитком продовольчого ринку на основі пропозиції вдосконалення міжгалузевих зв'язків між суб'єктами продовольчого ринку, прискорення нарощування експортного потенціалу, а також ефективної реалізації продукції на основі маркетингу.

Особливу увагу в монографії приділено питанню необхідності забезпечення дієвої державної підтримки вітчизняних товаровиробників як запоруки ефективного розвитку продовольчого ринку для виконання його важливих функцій.

Позитивно оцінюючи роботу, її теоретичні положення та практичну спрямованість, висловимо деякі зауваження. Детально схарактеризувавши вдосконалення нормативної бази, автор не звернула уваги на економічно-правові аспекти регулювання продовольчого ринку. Крім того, потребує глибшого висвітлення маркетинговий складник стратегічного розвитку продовольчого ринку, а саме формування вітчизняних брендів, оцінення привабливості міжнародних ринків та способи просування продукції на зовнішніх ринках вітчизняними товаровиробниками тощо.

Підсумовуючи, зазначимо, що дослідження ґрунтується на великому обсязі опрацьованої інформації, змістовне, має наукову та практичну цінність. Окреслені стратегічні аспекти розбудови національного продовольчого ринку, відображені в цьому дослідженні, будуть корисними для тих, хто працює у сфері науки і практики управління АПК, а також загалом для всіх, хто цікавиться сучасними проблемами розвитку продовольчого ринку в Україні.

А. ЗАЇНЧКОВСЬКИЙ,
доктор економічних наук,
завідувач кафедри економіки і права
Національного університету харчових технологій
(Київ)