**2/** У 50 .роки XX ст. в індустріально розвинутих країнах відбулася так звана "зелена ре­волюція." Вона проявилась у різкому підвищенні урожайності сільсь­когосподарських культур і продуктивності тварин, що відбулося в ре­зультаті стрибкоподібного зростання продуктивності праці, зумовле­ного широким проникненням науково-технічної революції у сільське господарство. \У ряді країн /наприклад, ФРН, Франції, Італії/ приймались так звані "зелені плани". Це були спеціальні законодавчі акти окремих держав, які визначали умови, норми і характер державного втручання у сільське господарство, а також довгострокові плани його розвитку. \Конкретизуються "зелені плани" в довгострокових і річних планах, у яких визначаються розміри державних асигнувань на сільське госпо­дарство, розподіл їх за видами витрат, специфічні для кожної краї­ни конкретні форми державного втручання та впливу на сільськогосподарське виробництво. "Зелені плани" передбачають основні напрямки державних капіталовкладень. \Для здійснення "зелених планів" із держбюджетів відповідних країн виділялись значні кошти на іригацію, меліорацію, боротьбу з ерозією грунту і створення інфраструктури. Податкові пільги, дотації на купівлю пального, сільськогосподарських машин та добрив сприяли економічному стимулюванню життєздатних господарств. \"Зелена революція" привела до ліквідації класу селянства у цих І країнах, його місце зайняв клас фермерів-підприємців.

**3. \**В економіці і індустріально розвинутих країн утворюється комплекс взазмопов'язаних виробництв, який складаються з трьох основних груп галузей або сфер:\І. Галузі, які виробляють засоби виробництва для сільського гос­подарства, переробної промисловості, заготівель;\2. Власне сільське господарство та його виробнича і соціальна інфраструктура.\3. Галузі та виробництва, які забезпечують заготівлю, зберігання, транспортування, переробку сільськогосподарської сировини і реа­лізацій виробленої з неї продукції.\ Система виробничо-економічних відносин між цими сферами утворює агропромисловий комплекс - АПК.\Виробничі агропромислові формування складають мікроструктуру АПК. Макроструктуру АПК складають галузі і сфери діяльності в масштабі країни, супермакроструктуру - у міжнародному масштабі.

**4.** Всі передумови формування міжнародної системи агро бізнесу можна розділити на дві групи: об'єктивні і суб'єктивні. До об'єктивних передумов відносяться природні умови, які виз­начають можливість та спеціалізацію ведення сільськогосподарського виробництва. Перша природна умова - наявність земельних фондів, придатних для вирощування певних сільськогосподарських культур та для па­совищного скотарства. Земельні фонди розподілені на земній кулі нерівномірно. Так, на долю Євразії припадає 60% оброблюваних земель світу. Але забез­печеність земельними фондами визначається з розрахунку їх кількості, яка припадає на душу населення. І тоді виявляється, що найменш забезпеченими сільськогосподарськими землями є країни Європи і Азії. До іншої об'єктивної передумови слід віднести нерівномірність розподілу населення по території **земної** кулі. Землезабезпеченість і кількість населення в окремих регіонах світу та окремих країнах не завжди співпадають. Крім того, певні сільськогосподарські культури вимагають відповідної якості землі і відповідного клімату, а тому можуть бути вирощені тільки у від­повідних агрокліматичних умовах /напр, цитрусові, чай, кава та інш/. А тому виникав необхідність доставки такої продукції до місць споживання у міжнародному масштабі. Су б'єктивні передумови визначаються технічним рівнем сільсько­господарського виробництва і формами його організації, наявністю ринкового середовища та відповідного законодавства. Транспортний фактор особливо важливий коли необхідно реалізовувати продукцію, яка швидко псується. Важливою передумовою формування міжнародної системи агробізне**су є** форми організації сільськогосподарського виробництва. Від того, як організується ведення сільськогосподарського виробництва в певній мірі залежить рівень його товарності.

5. У будь-якій підприємницькій діяльності наявні суб'єкти цієї діяльності та певні економічні відносини, які виникають між ними. Суб'єктами міжнародного агробізнесу є окремі країни, одні з яких експортують сільськогосподарську продукцію і продовольство, а інші - імнортують; окремі міжнародні продовольчі компанії, які займають відповідні позиції на світових ринках.\ Між цими суб'єктами міжнародного агробізнесу в процесі **їх** під­приємницької діяльності виникають певні економічні відносини, які проявляються у здійсненні актів продажу - купівлі тих чи інших видів продукції. У більшості випадків це здійснюється на міжнародних біржах сільськогосподарської продукції та продовольства. При цьому мо­жуть укладатися договори контрактації на поставки і закупки про­дукції. Сутність контрактації полягає в тому, що це - тимчасові зобо­в'язання однієї незалежної компанії виробити або купити певну продукцію у іншої незалежної компанії. Вирішальним моментом цих відносин є процес ціноутворення на світовому ринку, який регулюється попитом і пропозицією. Але тут виникають протиріччя між продавцями і покупцями, їх інтереси не завжди, співпадають.

**6.** Виходячі з визначення сутності агробізнесу, можна встановити предмет і задачі вивчення даного спецкурсу. Предметом спецкурсу "Основи агробізнесу" е система економіч­них відносин між сферами агропромислового комплексу. Ця система складається з двох різновидів економічних відносин: а) відносини між двома сферами АПК; б) відносини між всіма сферами та ланками, що утворюють са­му систему. Так, наприклад, до предмету спецкурсу відносяться економічні відносини, які виникають між виробниками сільськогосподарської техніки та її споживачами. Разом з тим, до предмету даного курсу відноситься вся система економічних відносин АПК, починаючи від вирощування сільськогосподарської сировини і закінчуючи продажем виробленої з неї готової продукції. Характер економічних відносин в АПК визначається їх цільо­вою функцією, яка полягає в отриманні прибутку в результаті реалізації продукції кожної з його сфер. У предметі даного курсу можна розрізняти його теоретичні основи і визначення прикладного характеру, які взаємно поєднують­ся. Так, узагальнення досвіду функціонування АПК дозволяє зроби­ти певні теоретичні висновки, які потім можуть бути корисні для практики агробізнесу. Вивчення практики дає можливість формувати теоретичні положення.\ Основи агробізнесу відносяться до спеціальних економічних дисциплін і вивчаються на другому етапі вищої освіти. Для ово­лодіння цією дисципліною необхідні знання таких фундаментальних дисциплін як основи загальної економічної теорії, загальної теорії бізнесу і маркетингу, макро- і мікроекономіки, галузевих економік, економіки регіонів та ін.

7.Система агробизнеса функционирует в результате соединения процессов производства с/х сырья, его переработке, сохранения, транспортирования и доведения до потребителя. Разные виды предпринимательской деятельности, способствующие такому соединению, создают комплекс экономических отношений, который получил название продовольственного маркетинга. Система продовольственного маркетинга состоит из альтернативных фирм-посредников и многочисленных видов предпринимательской деятельности, которые представляют различные функции маркетингу. Система продовольственного маркетинга состоит из двух главных типов деятельности. Один из них касается физического манипулирования (сбор, погрузка, разгрузка, транспортировка), сохранение, переработка и передача сырья и готовой продукции во время их движения от производителей к потребителям. Другой тип деятельности касается процессов обмена и ценообразования в рыночной системе.

9/ Цільова функція агробізнесу здійснюється з урахуванням трьох основних факторів: фізіологічної потреби у продуктах харчування платоспроможного попиту населення і товарної пропозиції виробників.\ Фізіологічна потреба у продуктах харчування або попросту потреба у їжі відрізняється від багатьох інших потреб людини. Ця відміна полягає у тому, що така потреба повинна бути задоволена безумовно; задоволення цієї потреби не може бути замінене іншим способом. Существует определенная ограниченность в потреблении. Удовлетворение потребности в еде ограничеваются платежеспособностью потребителя товарного предложения: продукт, который находится на рынке или может быть на него доставлен. Все продукты можно поделить на: продукты ежедневного спроса, продукты длительного потребления. Чтобы определить объем товарного предложения нужно знать объем однодневного розничного товарооборота и его колебание по временам года. Чтобы удовлетворить потребности потребителей нужно иметь товарные запасы. Реализация товарного предложения зависит от цены товара, покупатель готов платить больше за лучшее качество. Проблемы: -рац.потребления продуктов. В мире увеличилась мода на здоровый образ жизни. –Требования к рекламе (содержание, адрес, рецепт). –в каком виде реализуется продукт, в какой расфасовке. –экологическая чистота продуктов питания.

10. Фізіологічна потреба у продуктах харчування або попросту потреба у їжі відрізняється від багатьох інших потреб людини. Ця відміна полягає у тому, що така потреба повинна бути задоволена безумовно; задоволення цієї потреби не може бути замінене іншим способом, наприклад, людина може обійтись без автомобіля або телевізора. У першому випадку вона може скористатися громадським транспортом, велосипедом і т. п.; у другому — послухати радіо, відвідати кінотеатр. Разом з тим, потреба у їжі обмежена фізіологічними потребами людського організму. Людина споживає їжі стільки скільки потрібно для підтримання життєвих функцій організму. Ця потреба не може бути задоволена взапас. Однак в умовах товарного виробництва і ринку можливість задоволення потреби у їжі обмежується платоспроможністю споживача. В результаті виникає таке поняття як платоспроможний попит населення.

11. В умовах товарного виробництва і ринку можливість задоволення потреби у їжі обмежується платоспроможністю споживача. В результаті виникає таке поняття як платоспроможний попит населення. Він характеризується тією сумою грошових коштів, яку споживач може витратити на купівлю продуктів харчування. На такій основі відбувається перетворення платоспроможного попиту в купівельну спроможність населення - здатність купувати продукти харчування у відповідності з наявністю у споживача грошових коштів. Однак реалізація цієї здатності і купівельного попиту залежить також і від таких категорій як товарне пропонування і ціна продукту. Платежный спрос и товарное предложение входят в состав основных факторов целевой функции агробизнеса. Товарное предложение- продукт, который находиться на рынке или может быть на него доставлен. Все продукты можно поделить на: продукты ежедневного спроса и продукты долгосрочного потребления. Чтобы определить объем товарного предлдожения нужно знать объем однодневного розничного товарооборота и его колебания по времени года. Чтобы удовлетворить потребности потребителя нужно иметь товарные запасы. Реализация товарного предложения зависит от цены товара, покупатель готов платить больше за лучшее качество.

12. Чутливість продовольчого споживання відносно підвищення доходів називається **гнучкістю доходу.** Чим більш чутливе споживання щодо зміни доходів, тим вище гнучкість доходу. Якщо кількість їжі збільшується разом із зростанням доходів то продукт кваліфікують як нормальний товар. Якщо його кількість зменшується з ростом доходів, то продукт харчування називається низько-сортним, низькоякісним товаром. У цілому продукти харчування мають більш низьку гнучкістьдоходу, ніж інші споживчі товари. Як показали дослідження, чим вище доход, тим "краще" раціон. Але на якість харчування впливають і інші фактори, і високий доход ще не забезпечує кращого раціону. По-перше, споживачі не купують набагато більше їжі при збільшенні доходів, а покращують раціон. По-друге, при зростанні доходів падає їх доля, яка використовується на харчування. Витрати на продовольство не збільшуються **так** же швидко, як і доходи. Із зростанням доходу доля витрат у **ньому** на харчування знижується. Це закон Енгеля - німецького статистика, який першим звернув увагу на цю тенденцію у Європі середині XIX ст. Третій наслідок підвищення доходів - розширення продовольчої "зв'язки" атрибутів, важливих для споживача. При підвищенні доходів споживачі до бажаного набору продовольчих атрибутів додають якість, різноманітність, зручність вживання та сервіс.

14/ Саме на фермі повинні розпочинатися процеси концентраці у сфері маркетингу. Фермерам необхідно краще розуміти продовольчий маркетинг та споживача продовольства, в той час як споживачі і працівники продовольчого маркетингу повинні усвідомлювати проблеми сільського господарства і фермерів. Зростає інтерес фермерів до маркетингу. У порівнянні з більшістю товарів для с/г продуктів характерні підвищена громіздкість та схильність до швидкого псування. Через швидке псування необхідні термінове навантаження, доставка, розвантаження і, можливо, спеціальне охолодження. Контроль і збереження якості нерідко стають реальною та дорогою проблемою. А тому кращий вихід для фермера — швидка реалізація. Обсяг виробленої продукції фермерського- господарства змінюється з року в рік, що зумовлено реакцією фермерів на ціни, урядові заходи, а також такими факторами, як погода і хвороби. Ці зміни в обсягах випуску продукції впливають на процес продовольчого маркетингу. Зміни у поставках продукції з ферм мають істотний вплив на закупівельні ціни, потреби у місткостях сховищ та ступінь завантаження виробничих потужностей переробки, які належать фірмам продовольчого маркетингу. Прагнення зменшити ризик та невизначеність, які спричиняються коливаннями поставок продукції з ферм— одна з рушійних сил, що створюють більш тісні договірні, контрактні зв'язки між маркетинговими агентствами і фермерами. Інша сторона проблеми фермерського маркетингу полягає у дуже малому розриві між ціною реалізації і собівартістю. Умови конкуренції у сільському господарстві звичайно утримують фермерські ціни близько до собівартості продукції.

14a/ Знання маркетингу та його проблем допомагає фермеру приймати важливі господарські рішення, які дають відповіді на такі питання: 1. Що виробляти і як підготовлювати продукцію для продажу? 2. Коли і де купувати і продавати? 3. Яку частину роботи з маркетингу повинен виконувати сам фермер індивідуально або у складі групи? 4. Що можна зробити для розширення ринків? 5. Які угоди та заходи з маркетингу бажані? \6. Як виправити небажані результати дій? Весь комплекс цілей, стратегій і тактики, які допомагають фермеру розробляти і приймати рішення щодо виробництва і маркетингу — це так званий фермерський план маркетингу. Методика розробки плану маркетингу на підприємствах АПК буде розглянута у наступній темі. Фермери керуються цілим рядом цілей: розширення господарства; підвищення виробничої ефективності; збереження сімейної ферми; досягнення економічної незалежності і свободи ринкових І відносин; стабільність виробництва; забезпечення якісного життя та ін. Кожний фермер робить вибір з цих цілей або надає їм різну, ступінь важливості, що, в свою чергу, визначає усі його маркетингові, а також виробничі рішення.

18/ На звичайному підприємстві у агропромисловому виробництві процес впровадження маркетингової діяльності здійснюється поступово і, як правило, проходить п'ять стадій. **На першій стадії** маркетинг розглядається під кутом зору таких понять, як реклама і стимулювання збуту. **На другій стадії** формується більш широкий підхід до управління маркетингом: основна ціль — щоб покупець був задоволений придбанням продукції, після реалізаційним обслуговуванням та ін. При цьому запити і потреби споживачів можуть змінюватися, що необхідно враховувати при виробництві і збуті продукції. А тому на **третій стадії** слід постійно оновлювати виробництво та підвищувати якість пропонованих послуг. **На четвертій стадії** впровадження маркетингу підприємство по­винно вивчити наявні можливості і зайняти певне положення на рин­ку. Це означає — спробувати виділитись на фоні інших підприємств, які виробляють аналогічну продукцію для ринкового сектору. Останній, **п'ятій стадії** впровадження маркетингу відповідає ви­конання усіх функції щодо аналізу ринків та потреб, плануванню, обліку і регулюванню роботи у галузі освоєння ринків збуту.

19. При усій різноманітності конкретних схем маркетингу усі вони грунтуються на сукупності загальних принципів, а саме: — вивчення стану та динаміки споживацького попиту і використання одержаних даних у процесі розробки і прийняття господарських рішень; — максимальне пристосування виробництва до потреб ринку з метою підвищення ефективності функціонування підприємства, критерієм чого виступає значення узагальнюючого показника його діяльності — прибутку; — вплив на ринок і споживацький попит за допомогою таких засобів, як реклама, стимулювання збуту з метою формування їх у необхідному для підприємства напрямку.

22/ Для успішного просування на ринку нових виробів або послуг використовуються шість основних видів цін: 1) "зняття вершків" на ринку, тобто встановлення з самого по­чатку просування на ринку нового або вдосконаленого продукту високої ціни на нього в розрахунку на споживачів, готових купити продукт за таку ціну; 2) ціна за впровадження продукту на ринок, тобто встановлення значно більш низької ціни, ніж є на ринку на аналогічні товари; 3) "психологічна ціна", яка встановлюється трохи нижче будь-якої круглої суми (наприклад, 99 коп.) і створює у споживача суто психологічну уяву більш низької ціни; 4) ціна лідера на ринку або в галузі, яка встановлюється у від­повідності з ціною, що пропонується головним конкурентом на рин­ку звичайно провідною фірмою галузі; 5) ціна з відшкодуванням витрат виробництва, тобто визначенняцін на свою нову продукцію з урахуванням фактичних витрат її виробництва і середньої норми прибутку на ринку або в галузі; 6) престижна ціна, тобто ціна на вироби дуже високої якості, які мають особливі, неперевершені якості.

24/ Існують два основних типи каналів руху товарів — прямі і посередні. **Прямі канали** пов'язані з переміщенням продукції від виробника до споживача без використання незалежних посередників. Цей тип каналів сільськогосподарське підприємство використовує через свої торговельні точки. **Посередні канали** пов'язані з переміщенням продукції від виробника до незалежного учасника руху товарів, а потім споживача. Таких посередників може бути один або декілька. Прямі канали відносяться до **каналів нульового рівня,** які є характерними для реалізації сільськогосподарської продукції на ринку безпосередньо, або дитячим, лікувальним закладам, всередині самих сільськогосподарських підприємств робітникам і службовцям. Цей канал передбачає в основному реалізацію дрібних партій продукції (плоди, овочі, м'ясо, молоко). **Однорівневий канал** включає в себе одного посередника. Такий канал передбачає реалізацію малих партій товару магазинам. **Двохрівневий канал** включає в себе двох посередників. На споживчих ринках такими посередниками стають оптовий і роздрібний торговці. Для АПК цей рівень більш всього є характерним, тому що реалізація продукції відбувається із сільськогосподарського підприємства на переробні заводи або оптово—закупочні бази і холодильники, а потім товари надходять у торгову мережу і до кінцевого споживача. **Трьохрівиевий канал** включає в себе трьох посередників. Наприклад, на Заході у м'ясопереробній промисловості між оптовиками і роздрібними торговцями звичайно стоїть дрібний оптовик. Такий дрібний оптовик купує товари у крупних торговців і перепродає їх невеликим підприємствам роздрібної торговлі, яких звичайно не обслуговують крупні оптові фірми.

33/ Прибуток у значній мірі залежить від того, наскільки прийнятий фермером порядок вибору чо розробка нормативів задовольняє таким чотирьом основним вимогам: 1. Економічні принципи повинні визначати аналіз і знаходити чітке відображення в його результатах. 2. Усі стандарти чи нормативи повинні точно відображати сукупність матеріальних, економічних або суспільне — правових факторів в їх конкретному відношенні до окремих ферм. 3. Ці нормативи, особливо нормативи витрат випуску продукції, повинні взаємно узгоджуватися та відповідати один одному. 4. Нормативи повинні обиратись чи розроблюватись з достатнім ступенем конкретності і гарантувати, що кінцеві результати забезпечують виразне уявлення про внутрішні матеріально-технічні зв'язки чи фермерського господарства в цілому. Фахівець, який займається аналізом, повинен сам вибрати **або** розробити нормативи, що відтворюють умови, які за його розрахунками, можуть вплинути на виробництво. У кожній конкретній ділянці земельної площі чи одиниці поголів'я худоби нормативи повинні включати велике коло відомостей: 1. За видами матеріалів і послуг, необхідних для вирощування кожної культури, яка підлягає оцінці: насіння, добрива, отрутохімікати, кількість праці, робота тракторів і машин в годинах та ін. 2. За видами матеріалів і послуг, які використовуються для вирощування кожного виду худоби чи виробництва продукції для її утримання, ветеринарного обслуговування, перевозок, отру­тохімікатів та інших матеріалів та послуг. 3. Про кількісні показники усіх витрат для кожної культури чи галузі тваринництва, що підлягають оцінці. 4. Про купівельні ціни чи розмір витрат для усіх видів затрат, матеріалів та послуг. 5. Про розміри продукції кожного виду виробництва. 6. Про продажні ціни продуктів. Першою важливою вимогою у виборі чи розробці нормативів витрати — випуск продукції для економічної оцінки виробничої оди­ниці і бюджетного аналізу е гарантія повної відповідності нормативів земельному фондові, кліматичним умовам і, якщо на фермі буде введено зрошення, забезпечення системи зрошення водою. Нормативи, які використовуються при плануванні, повинні відповідати усім наявним у фермерському господарстві засобам виробництва — господарським будівлям і спорудам, тракторам і транспортним засобам, машинам і обладнанню, продуктивній худобі, а при іригації — іригаційному обладнанню. Економічна оцінка виробничої одиниці дає лише часткову інформацію з проблем загальної господарської діяльності ферми, яку доводиться вирішувати фермеру. Вона являє собою ефективний інструмент аналізу, який дає фермеру відомості відносно того, які види культур і породи худоби вирощувати, але надає невелику допомогу у визначенні розмірів виробництва. Для відповіді на це питання може бути ефективно використаний бюджетний аналіз господарської діяльності ферми.

44/ В останній час в світі з'явилися прогнози, які визначають перспективи зростання виробництва продовольства і попиту на нього. Однією з перших робіт була книга двох американських вчених Г. Кана та Є. Вінера "Рік 2000". Вони розрахували, скільки років потрібно окремим країнам для того, щоб досягнути рівня національного доходу США 1965 р., який становить 3600 доларів на душу населення. За їх розрахунками, Канаді необхідно для цього 12 років, Швеції - 11 р., Індонезії — 593 р. Основна ідея авторів полягала в тому, що період історичного розвитку до 2000 року буде безкризовим, без великих війн та неозброєних конфронтацій і у всіх країнах зусилля будуть зосередженні на внутрішньому розвитку. Найбільш відомою моделлю світу є робота авторів із Масачусетського технологічного інституту США "Межі зростання". За розрахунками авторів цієї моделі на початку XXI сторіччя економічне зростання наблизиться до природної межі. На розвиток світу будуть незадовільно впливати такі фактори, як зростання забруднення навколишнього середовища, виснаження природних ресурсів, катастрофічні масштаби світового голоду та зниження народжуваності. Ця модель зазнала як ніщивної критики, так і схвалення. Потім з'явилась робота М. Масаровича і Є. Пестеля "Людство на перехресті". \На відміну від "Межі зростання" робота колективу вчених під керівництвом лауреата Нобелівської премії Я. Тінбергена (доповідь так званого Римського Клубу) не має фатальних теорій загального краху, песимістичних передбачень, а пропонує засоби рішень, необхідних для уникнення небезпеки, що наближається: 1. Зниження темпів зростання попиту на продовольство шляхом регулювання народжуваності, або за рахунок використання більш ефективних методів господарювання. 2. Покращення розподілу продовольства, в процесі якого недоїдаючі країни отримали б більше продуктів за рахунок тих країн, які мають надлишки продуктів харчування. 3. Збільшення'виробництва продовольства. Нарешті, був розроблений прогноз ФАО. Відносно цього про­гнозу споживання найважливіших продуктів харчування у світі в 2000 році, порівняно з 1970 р. збільшиться удвічі. Попит буде змінюватися у бік більш високого рівня споживання продуктів, бага­тих на білки, за рахунок повільного зростання споживання таких продуктів, яе зернові та картопляні. В той же час буде зростати попит на фуражне зерно.

40.\Для вирішення продовольчої проблеми Організацією Об'єднаних Націй у 1945 році було створено продовольчу та сільськогосподарську організацій - ФАО. До її складу входить 169 держав і Європейський Союз. Україна не е членом ФАО. Головна мета ФАО - ліквідація голоду й покращення харчування через підвищення продуктивності сільського господарства, рибальства й лісництва та через справедливий розподіл продовольства. Функції ФАО: - розробка й здійснення програм допомоги сільському господарству; - надання консультацій урядам з питань політики й планування в галузі сільського господарства; - аналіз і розповсюдження інформації про сільське господарство й продовольчу ситуацій в світі; - обговорення на міжурядовому рівні проблем продовольства й сільського господарства. Діяльність ФАО здійсняється в двох напрямках:- регулярні програми, що фінансуються ФАО, спрямовані на організацій консультацій та послуг членам організації; - програми на місцях, що фінансуються національним трастовими фондами, ПРООН і ФАО, забезпечують надання допомоги урядам і сільському населенню. Джерелами фінансування коштів для реалізації програм е: внески держав-членів; трастові фонди членів; ПРООН; внески Світового бан­ку.Для вирішення продовольчої проблеми Організацією Об'єднаних Націй у 1945 році було створено продовольчу та сільськогосподарську організацій - ФАО. До її складу входить 169 держав і Європейський Союз. Україна не е членом ФАО. Головна мета ФАО - ліквідація голоду й покращення харчування через підвищення продуктивності сільського господарства, рибальства й лісництва та через справедливий розподіл продовольства. Функції ФАО: - розробка й здійснення програм допомоги сільському господарству; - надання консультацій урядам з питань політики й планування в галузі сільського господарства; - аналіз і розповсюдження інформації про сільське господарство й продовольчу ситуацій в світі; - обговорення на міжурядовому рівні проблем продовольства й сільського господарства. Діяльність ФАО здійсняється в двох напрямках:- регулярні програми, що фінансуються ФАО, спрямовані на організацій консультацій та послуг членам організації; - програми на місцях, що фінансуються національним трастовими фондами, ПРООН і ФАО, забезпечують надання допомоги урядам і сільському населенню. Джерелами фінансування коштів для реалізації програм е: внески держав-членів; трастові фонди членів; ПРООН; внески Світового бан­ку.

45/ Ці напрями визначаються, в основному, двома причинами; нерівномірністю розвитку виробництва продовольства в окремих країнах або групах країн; особливостями природних умов окремих регіонів світу, які визначають спеціалізація сільськогосподарського виробництва. Наявність першої причини проявляється у тому, що домінуюче становище у світовій продовольчій системі займають індустріально розвинуті країни. Вони вироблять і споживають понад 2/3 світового продовольства /у вартісному виразі/, хоча в них проживав **менш**е 15% населення світу, їх питома вага у світовому експорті продовольства складає біля 64% / у тому числі 65% готових Продуктів і 61% сільськогосподарської сировини/, а в 'імпорті 67% /відповідно 69 і 64%/. Імпорт набував все більаіої двлі у продовольчих системах індустріальне розвинутих країн. На внутрішньому ринку продовольства попит тут зростав на імпортну продукція, причому не стільки на доповнюючі, скільки на заміщуючі товари. У першій половині 90-х років намітилася тенденція до скорочення частки індустріально розвинутих країн у світовій продовольчій торгівлі / у експорті готових продуктів - з 68 до 65%/, сільськогосподарської сировини - з 66 до *60%,* а в імпорті, відповідно, з 70 до 69% і з 71 до 64%/. Причина - більш високі темпи економічного зростання у більшості країн, що розвиваються. Країни, що розвиваються, в яких проживав майже 4/5 всього населення планети, виробляють приблизно І/З всього продовольства, *а* споживають трохи більше третини його загальносвітового споживання. Питома вага цих країн у світовому експорті продовольства складає біля *32% /* у рівній мірі в експорті перероблених продуктів і сільськогосподарської сировини/, а в імпорті - приблизно 26% /26% імпорту готових продуктів і 29% - сировини/. Наявність другої причини - природних умов окремих регіонів світу - визначається, в основному, двома, факторами. Першій - сприятливі природні умови окремих регіонів створюють можливість виробляти таку кількість сільськогосподарської продукції, яка значно переважає потреби місцевого населення; другий - деякі сільськогосподарські культури можуть бути вирощені лише в певних агрокліматачних умовах тропічного і субтропічного поясу Це такі культури як цитрусові, чай. кава, банани, рис тощо.З усієї сільськогосподарської продукції у найбільша обсягах експортується та імпортується зерно. Щодо продукції тваринництва, то більш жвава торгівля відбувається між країнами Західної Європи. В Західній Європі відбувається жвавий зовнішньоторговельний обмін фруктами і овочами, чому сприяє різносезонність надходвення продукції та різноманітність її асортименту. Щодо торгівлі рисом, то вона замкнута переважно в регіональних рамках мусонної Азії: головні поставщики - Таїланд, Бірма; головні імпортери - Індонезія, Південна Корея, Індія.

46. З Україною у більшості людей /як відмічають іноземні фахівці/ найчастіше асоціюються два слова - "хлібниця" і житниця". І це не давно, адже Україна має надзвичайно сприятливі агрокліматичні умови для виробництва зерна. Але виробництво зерна в Україні з початку процесу переходу до ринкової економіки різко впало. В наступні роки відбувалося подальше скороченням. В результаті Укр перетворилася з одного з провідних експортерів зерна на його імпортера. Для того, щоб збільшити обсяги виробництва і експорту зерна для економічного добробуту України в цілому, треба вжити політичних заходів: І. Необхідно лібералізувати ринок землі, ввести довгострокову оренду та заставу землі. Прийняття нового Закону про оренду від І.І.1999 уже приносить перші плода. 2. Терміново необхідно демонополізувати структури, що займаються збутом зерна. 3. Потрібно приватизувати державне підприємство "Хліб України". 4. Необхідно ліквідувати штучні адміністративні монополії у сфері збуту зерна. 5. Потрібно поліпшити прозорість на внутрішньому ринку зерна. В майбутньому держава має проводити закупівлю зерна у конкуренції з приватними торговцями на аграрних біржах. Це підвищить ліквідність бірж та ціни виробника. 6. Необхідно не лише формально, а й фактично скасувати державне замовлення. В перспективі лише приватне постачання ресурсів та приватна торгівля зерном можуть дозволити Україні стати одним з головних гравців на світових ринках зерна. Нарешті, треба мати на увазі, що в сучасному світі держави, які є експортерами зерна надають фінансову допомогу агробізнесу в цій сфері, вважаючи це важливим фактором не тільки продовольчої, але й національної безпеки країни.

48/ Значні експортні можливості має лікеро-горілчана промисловість і виноробства в Україні. Це одна з тих галузей, яка своєю діяльністю справляє значний вплив на економічний потенціал країни. Головною сировиною для виготовлення спирту-ректифікату є зерно, картопля, меляса і тому Україна завада зайшла одне з провідних місць з виробництва лікеро-горілчаної продукції. Однак в останні роки відбулося скорочення урожайності картоплі і спад у виробництві цукрового буряка, що відбилося на:, -роботі лікерогорілчаних заводів. Сьогодні приблизно половина українського алкогольного ринку на лежить імпортерам та підпільним виробникам різноманітних спиртомістких сурогатів. Критичне становище виникло на лікерогорілчаних заводах при введенні акцизів, сягавших 75%. Україна має власні унікальні традації у виробництві високоякісних вин, прикладом чому може бути Масандра, яка нещодавно відмітила свій віковий ювілей / понад 100 років тому князь Голіцин заклав перший підвал знаменитого виноробного підприємства/. З 1950 року Масандра стала виходити на міжнародний ринок, переживши антиалкогольну кампанію. І це при тому, що сьогодні у світі існує двохрічний запас вин основних країн-виробників: Франції, Італії, Іспанії, Португалії, Німеччини. На світовий ринок вина активно вкорінюються Болгарія, Угорщина, Нова-Зеландія, Австралія, Південна Африка. Так що продавати вино досить важко. 1 все ж з підвалів Масандри щорічно виходить біля мільйона літрів високо якісних вин, частина яких поставляється у СІІІА, Швейцарію, Японію, країни ближнього зарубіжжя. При відповідній підтримці держави, Україна те всі можливості успіиіно конкурувати на світових ринках \лікерогорілчаної і винної продукції.

1 Опыт предпринимательской деятельности в агробизнесе позволяет выделить различные уровни его функционирования : 1-ый уровень – агробизнес в фермерских хозяйствах , кооперативах, агропромышленных объединениях, фирмах; 2-ой – агробизнес в масштабе нац.эк. страны; 3-ий уровень – агробизнес в международном масштабе. На практике все три уровня агробизнеса взаимосвязаны. В современном мире сформировалась международная агропродовольственная система или международная система агробизнеса, которая представляет собой многоотраслевой и многофункциональный комплекс в котором объединяется производство. Хранение, транспортировка и реализация продовольственной продукции в мировом масштабе. Экономические отношения в этом комплексе формируются на основе международного разделения труда и глобализации региональных агропромышленных рынков.\Таким образом, сущность международного агробизнеса можно определить как вид предпринимательской деятельности в эк. отношениях м/д странами мира, отдельными организационными структурами АПК в международном масштабе по отношению к производству, переработке, хранению и реализации с/х продукции и товаров из нее. Международный агробизнесне может существовать без первичных форм агробизнеса.

**27. Какие особенности земли как средства производства.\**Исходной материальной основой хозяйствования в системе агробизнеса является земля. С использования плодородных свойств земли начинается процесс агропромышленного пр-ва. На земле размещаются посевы, а также животноводческие фермы и сороужения, она используется также как пастбища д/животных.\ Как ср-во пр-ва земля имеет ряд особенностей: она является незаменимым ресурсом, её использование с целью с/х-го пр-ва ограниченно и обусловлено теми климатическими условиями, в которых находится данный удел; она характеризуется постоянным месторасположением, её размеры пространственно ограничены; расширить земельные уделы можно только с помощью значительных вложений труда и средств; земля относится к категории основных фондов АПК. Но она отличается от других основных фондов тем, что не имеет особенностей физического и морального износа. При рациональном использовании её плодородность возрастает, а при чрезмерной эксплуатации падает.

28. **Какие вы знаете виды плодородности земли.\** В с/х-м пр-ве используют земли различного качества. Сравнительная хар-ка качества земельных наделов наз. **Бонитировкой почвы.\** Она необходима д/экон-й оценки земли, ведения земельного кодастра, мельиорации ит.д. Понятие «качество земли»- включает в себя плодородность почв, рельеф и конфигурацию наделов, климатические условия. Эти факторы могут проявляться в разных соотношениях. Н-р, плод-е земли могут нах-ся в неблагоприятных клим-х условиях или неудобных рельефных условиях.\ Но главная качественное свойство земли- её плод-ть. Сущность ее состоит в природном свойстве почвы обеспечивать растения необходимыми питательными веществами, водой на протяжении всех периодов их роста и развития. Вместе с этим, плод-ть земли формируется не только с ее природных качеств, но и под влиянием человека в результате обработки земли. В связи с этим различают природнную, искуственную и эк-ю плод-ть почвы. Природная (естественная) плод-ть обюразовывается в результате долговременного почвообразовательного процесса. Она состоит из совокупности химических, физических, биолог-х и др. Прир-х фак-в. При ведении хоз-ва необх. Наиболее полно и рационально использовать плод-ть земли.\ Искуственная плод-ть создается людьми в процессе ведения земледелия, кот.проявляется в обработке почвы, внесения удобрений, проведения мельиротивных работ.\ Эк-я плод-ть почвы проявляется в единстве и взаимосвязи естественной и искуственной плод-ти. С усовершенствованием техники и технологии земли, кот.раньше считались не плод-ми, постепенно включаются в оборот и их хоз-я ценность возрастает.\ Эк-я плод-ть земли проявляется в таком понятии как качество земли. Это способность земли к воспроиз-ву растений, кот.выращиваются.\ Качество земли оценивается в баллах. При этом такая оценка может быть различной д/разных культур.Кроме того большое значение имеет размещение земли относительно др-х населенных пунктов... Поскольку количество земель ограниченно, очень важным явл-ся их эфф-е использование. Определяют эфф-ть использования земли путем сравнения результатов пр-ва с количеством(или др-й стоимостной, бальной характеристикой земли).

 **29. В чем состоит задание земельной реформы в Украине.\** Земельная реформа явл-ся составной частью эк-й реформы, кот.осуществляется в украине в связи с переходом республики к рыночным отношениям. Задача этой реформы- перераспределение земель с одновременной передачей их в собственность граждан, колгоспам, предприятиям, организациям, а также в пользование с целью образования условий д/равноправного развития разных форм хозяйствования на земле, формирования эк-ки, рационального использования и охраны земли.\ Основные положения реформы опр-ся земельным кодексом Украины. Рассмотрим статьи кодекса, кот.опр-т землепользование с с/х-ми целями. Вразделе 2 «Использование земель» глава 7посвящена землям с/х-го назначения. Сначала опр-ся круг лиц, предприятий и орган-й, кот.могут предоставляться землм с/х-го назначения в собственность и пользование. Это могут быть: - граждане,кот.предоставвляются земли д/ведения частного хоз-ва, индивидуального садоводства и виноделия; - кооперативы граждан - д/коллективного садоводства, огородоводства; - гражданам, колгоспам, радгоспам, др-м с/х-м госуд-м, кооперативным,гражданским предприятиям и орган-м - д/ведения товарного, сельского хоз-ва; - с/х-м научно-иследовательским учреждениям, учебным и др-м заведениям, сельским пр-но-техничным училищам и общеобразовательным школам - д/иследовательских целей и д/ведения с/х; - нес/х-м учреждениям, предп-м, религиозным орган-м - д/ведения подсобного с/х.\ Гражданам Украины, кот.выявили желание вестис-е (фермерское) х-во, кот.базируется на личном труде и труде членов их семей, предоставляются по их желанию в собственность или в аренду земельные наделы, включая приусадебный надел.\ Земельные наделы могут передаваться в собственность или пользование членам различных с/х-х кооперативов работникам с/х-х предпр-й( кроме ислед-х х-в если у них появилось желание выйти из их состава и весте с/х. Им предоставляются наделы, кот.изымаются из земель данных предприятий...). | \Другим гражданам д/ведения с/х земельные наделы предоставляются из земель запаса. Размеры наделов не должны превышать 50 га с/х-х угодий и 100 га всех земель. Д/ведения личного подсобного х-ва земельные наделы не должны превышать 2 га, а д/ведения коллективного садоводства - не более 0,12 га на одного члена кооператива. В таких самых размерах предоставляются наделы д/индивидуального садоводства. Д/инд-го огорововодства пред-ся наделы не более 0,15 га, д/сенокоса и выпаса животных - 1 га.\ В соответствии с земельным кодексом собственники обязаны осуществлять охрану земель, кот. Используются.

30. **Каковы основные функции агросервиса.\** Функции агросервиса в условиях рыночной эк-ки могут быть разделены на такие основные направления: материально-техн-е снабжение, техническое, агрохимич-е, зоотехнич-е, ветеренарнп-санитарное обслуживание пр-х процессов в растениеводстве и животноводстве, сельское строительство, мельиротивное обслуживание, транспортное обслуж-е.\ Материально- техническое снабжение с/х опр-ся принципами организации, кот.выплывают с особенностей пр-ва и структуры мат-но-тех-х ср-в, кот.используются.\ Одна из особенностей выходит из того. Что в с/х период пр-ва не совпадает с рабочим периодом, в кот. Пр-й процесс осуществляется непосредственно под влиянием труда человека. На пр-й процесс влияют и природные факторы. Все это приводит к тому. Что снабжение техникой, удобрениями идр-ми средствами пр-ва с/х имеет резко выраженный сезонный характер, кот.вызывает необходимость образования больших запасов мат-но-техн-х средств.\ Вторая особенность также выплывает из сезонного характера с/х-го пр-ва и состоит в том, что большинство с/х-й техники используется на протяжении не большого периода. Это приводит к быстрому физическому и моральному износу.\ Следущая особенность состоит в том, что использование М-Т-х средств в с/х опр-ся специфическими условиями почвенно-климатических зон.Техника, кот.исп-ся в разных зонах, может иметь свои отличия.\ Значение М-Т-го снабжения состоит в том, что в стоимости основных фондов с/х более 60% приходится на дома и сороужения и более чем 20% - ни машины, оборудование и транспортные ср-ва.\ Формами агросервисного обслуживания в условиях рыночной эк-ки могут быть: оптовая торговыля ср-ми пр-ва, развитие прямых связей м/у с/х-ми потребителями и производителями технияческих ср-в, образование разветвленной сети торгово-посреднических орган-й,товарных, лизенговых фирм... Одним из перспективных ср-в повышения обеспеченности с/х-го пр-ва и перерабатывающих отраслей АПК машинами и оборудованием, а также ср-м их обновления явл-ся лизинг.\ В системе агросервисного обслуживания основных пр-х процессов в с/х могут образовываться кооперативы. За характерами функций и видом услуг это могут быть кооперативы ремонтно-технического обслуживания ветеринарного обсл-я автотранспортное обслуживание,научно-техническое обеспечение.\ Сельское строительство может осуществляться строительными продразделениями колгоспов и межколгоспных организаций,а также стротельными кооперативами.\ К агросер-му обслуж-ю можно отнести систему природоохранных средств. \Все эти ср-ва эфф-ны, если они проводятся на больших площадях и в единой системе, кот.формируется на основе соответствующих гос-х программ.

31. **Назовите 5 основных наиболее важных каналов, через которые природные факторы могут влиять на доходы, затраты и прибыль в фермерском хоз-ве.\** Известно 5 наиболее важных каналов, через которые природные факторы могут влиять на доходы, затраты и прибыль в фермерском хоз-ве.\ 1.Они в значительной мере возможность выращивания тех или иных культур или организации др-х отраслей, влияют на выход продукции и,т. О., на валовый доход.\ 2.Они обуславливают технологические и органиационные методы и средства в полеводстве, характер и размерпр-х затрат и затрат пр-ва.\ 3.Они могут образовывать специфические проблемы, кот.требуют д/их ликвидации специальных ср-в или хоз-х приемов, н-р, планирование поверхности, ввод правильных севообменов, защита от заморозков. Это приводит к дополнительным затратам и повышает затраты пр-ва.\ 4.Они диктуют основные требования к организации животноводства.\ 5.Они тесно связаны с сезонностью пр-ва и сроками выполнения работ, вт.ч. сбор урожая, а также влияют на качество продукции, ее сбыт и цену.

32. **Какие постоянные и переменные затраты должен учитывать фермер,при использовании основных ср-в пр-ва.\** Для рентабельного ведения с/х-го предпр-я фермер должен иметь значительный оборотный капитал, вложенный в основные ср-ва. Эти капиталовложения очень различны как за своей природной формой,так и относительно срока службы. Удобрения, зерно и др-е ср-ва временного использования потребляются за один пр-й цикл. Срок службы машин и др-го движимового имущества, а также большинство строений составляет два года и более; земля и некоторые капиталовложения в мельиротивные сооружения и почвоохранные ср-ва практично служат вечно. Д/фермера удобно рассматривать денежную ст-ть всей этой собственности, включая все ее эллементы - от наличных денег в кассе фермера до капитала,вложенного в землю - как целый капитал фермы.Чаще большая часть этих фондов представлена разными основными ср-ми в натуральном виде. Фермер может превратить эту часть в деньги путем ее продажи или начисления аммартизации и процента на капитал.\ Много передметов длительного использования, в кот. Фермер вклаывает свои капиталы, со временем изнашиваются и становятся неспособными дальше служить в пр-ве. Исключением явл-ся земля.\ Промежуточное положение м/у этими двумя категориями капиталовложений занимают вложения в почвоохранные ср-ва и др-е ср-ва, направленные на улучшения качества земли.\ Фермы должны учитывать как постоянные, так и переменные затраты использования основных ср-в пр-ва.\ Денежные постоянные затраты: 1.текущий ремонт строений, 2.страхование, 3.орендная плата, 4.налоги.\ Неденежные постоянные затраты:1.аммортизация, 2.процент на вложенный капитал. \Денежные переменные затраты:1.топливо, 2.масла, 3.техническое обс-е, 4.ремонт машин и оборудования. \Фермеру нужно знать разные статьи постоянных и переменных затрат и понимать чем они отличаются. Постоянные затраты имеют особенно важное значение при принятии решений, кот.касаются многих основных ср-в,п.что они постоянные д/каждого отдельного сезона. Роль фиксированных затрат в использовании ОС обусловлена также тем, что фермеру, кот.желает сохранить в своей собственности ср-ва пр-ва длительного пользования, необх. Своевременно вводить в действие оборотный капитал.

34.К осн. организац-ым формам агропромю пр-ва, кот.получили развитие в нашей стране, относятся агропром. комбинаты, агропр-е объединения, агрофирмы, агроконсорциумы.\ Агропромышленный комбинат представляет собой интегрир-ный пр-но-хоз-й комплекс, в состав кот. входит пр-во с/х-й продукции,его перераб. и реализац ч/з собств-ю фирменную торговлю. Такие комбинаты размещ-ся вблизи больших городов, пром. центров, рекреац. и туристич. зон с целью обеспечения их высококач-ым прод-вием. Предпр., кот.входят в состав АК-в, им. свою хоз-ю самост-ость, они могут быть разных форм србств-ти.Отношения м/у предпр-ми в составе комбинатов стоятся на договорной основе. Управление комбинатом осущ-ся Советом в составе ген. директора, его зам-лей, руководителей прд-й и орг-й, кот.входят в его состав.\ Довольно распростр-ной формой в агробизнесе явл-ся агропромышленные объединения. Их осн. задания, ф-ции и направл деят-ти аналогичны АК-м, но интеграцион связи более глубокие. В последнее время в них произошло акционирование.\ Главн структурн подразделениями объединений явл-ся кооперативы, кот.образуются как в сферах с/х-го пр-ва и перераб-щей пр-ти, так и в организации ремонтно-тех-го, энергит-го и транспортного обслуж-я пр-х пред-й. Д/решения проблем расшир. воспр-ва и соц-го развития образов-ся централизов. фонды.\ Одна из новых форм агропр-й интеграции - пр-е и научно- пр-е системы. Это такая форма договорных отношен гр. предпр-й, хоз-в и орган-й, кот.осуществляет пр-во, переработку, сохранение опр-ных видов продукции под организац-м и технол-м руководством главного предпр-я. В научно-пр-ю сист. еще входит научно-ислед. учреждение, кот.обеспечивает введение в пр-во прогрессивных технологий и новых видов продукции.\ Агрофирма - это агропр-е пред-е, образованное на базе с/х-го предпр-я при наличии в нем пререраб-его звена, а также мощностей по сохранению и реализации готовой продуции. Высшим органом управления явл-сясовет, в состав кот. входят руководители структурн подразделений. Эк-е взаимоотн-ия пр-й и орган-й агрофирмы строятся на основании их равноправного участия в распределениии полученных результатов.\ Ком-кие взаимоотн-ия в агрофирме осущ-ся специально образованным коммерческим центром, кот.наблюдает за спросомна разные продукты и своевременно уведомляет про изменения правление фирмы.\ Агрофирма также занимается нетрадиц-ыми видами деят-ти, такими как выращивание лекарственных растений, собиранием полезных плодов. Вся эта продукция пользуется спросом на междун-м рынке и содействует улучшению финансово-эк-го состоияния агрофирмы.\ Агроконсорциум явл-ся одной из новых форм агропром-й интеграции в условиях нашей страны. В мировой практике консорциум означ. соглашение м/у банками и пром-ми компаниями для совместной взаимовыгодной предприн-й деят-ти. В наших условиях агрокон-м может опр-ся как кооперация нескольких пред-й разных отраслей н/х, орг-й и банков, кот.сохраняют свою самостоятельность, для совместного осущ-ия программы или проекта по пр-ву, переработке, сохранению и реализац. с/х-й продукции. Они могут быть регион-ми, межотрасл-ми и междунар.\ В его формировании могут брать участие любые организации, кот.имеют свободные ср-ва. Высшим органом управления явл-ся совет учредителей - директоров, в состав кот.входят руководители всех орг-й и пред-й, кот.явл-ся сост. частями. Агр-м имеет полную самостоятельность д/осуществления эфф-й пр-й дея-ти. Они могут образовываться и для реализац крупных гос-х и регион-х целевых прогр. силами группы пред-й любой формы собств-сти. После выполнен поставленной цели к-м прекращает свою деят-ть и превращается в др-й вид объед-я.

36. **Определите основные функции Министерства с/х в США.\** 1Кратое, долгосрочное финансирование разработки прогнозов, развития пр-ва, спроса и предложения. 2.Проведение анализа продовольственного обеспечения населения.\ 3.Анализ состояния и перспектив внешней торговли\ 4.регулирование объема пр-ва с/х продукции.\5.организация ипроведение научных достижений и внедрение резервов в фермерское хоз-во.\6.Подготовка и переподготовка кадров.\7. развитие сельскохоз-х районов, охрана природных ресурсов.\8.контроль качества прод-ии.\ 9.продовольственная помощь низкооплачиваемым и др-м слоям населения.\ 10.благоприятные условия д/кооперативного фермерского движения. \11.организация внешне-эк-х связей.\ Одна из главных функций-это антикризисное регулирование с/х: достижение равновесия м/у спросом и предложением на рынке продов-х товаров. Такое регулирование происходит путем стимулированиядобровольных ограничений за соответствующее вознаграждение пр-ва с/х продукции и покупка госуд-м у фермеров излишков по гарантированным ценам. Министерство публикует различные бюлетени.В развитых странах важнейшая функция гос-ва явл-ся планирование и регулирование развития районов агропром-го пр-ва. Политика гос-ва следует на образование национ-го АПК.

41. **Какими путями можно повысить производительность земли.\** Успешное решение продовольсвенной проблемы зависит от эфф-ти предпринимательской деят-ти в сфере агробизнеса. Всвою очередь такая деят-ть зависит от уровня информированности пред-й про методы увеличения продов-х рес-в.\ Наиболее действующим методом увеличения пр-ва продовольствия есть увеличение продук-ти единицы посевных площадей. Этот путь явл-ся единственной потенциальной возможностью, потому, что пригоден д/ведения с/х земли практически уже привлеченных в обращение и неиспользованных земельных ресурсов нету. \ Увеличение продуктивности земли достигается спомощью увеличения урожайности. Это обеспечивается учетом таких факторов, как сортовые семена, минеральные и органические удобрения и ср-ва защиты растений. Наиболее важным д/увеличения урожайности явл-ся сортовое семя. В последнее время достигнуты значительные успехи в селекции высокоурожайных сортов пшеницы, риса, кукурузы. Но необх. Иметь в виду, что новые высокоурожайнае сорты растут, главным образом, в особенной , ограниченной экологической срде. \Следующий фактор - минеральные и органические удобрения. Несовершенство агротехнической обработки земли в связи с внесением удобрений ведет к негативным экологич-м последствиям. Это содействует распространению мысли, что необходимо уменьшение использования минеральных удобрений и химических ср-в защиты растений. Правильное использование минер-х и орган-х удоьрений в наших условиях может увеличить урож-ть на 40-50%. Правильное использование удобрений не только содействует увеличению пр-ва с/х сырья,но ивносит значительные качественные изменения в пр-ю ,которая производится. В зерне повышается содержание белка, в картошке - крахмала, в подсолнухе - масла... Крометого растения становятся устойчивыми к неблагопр-м условиям погоды, заболеваниям. Иследования показали, что для получения высоких урожаев необх. Вносить на гектар не менее 450-500 кг. Удобрений. \Значительную роль играет химизация в повышении продуктивности животноводства. С помощью химических ср-в можно увеличить пр-во животной пр-ии на 40-50%. Наиболее важное направление химизации животноводства - повышение содержания белковых веществ в кормах. Это достигается путем добавления в кормы синтетического сырья. Другое направление - обогащение кормов витаминами и стимуляторами роста, комплексное использование микроэллементов. Убытки от вредителей составляют до одной трети ст-ти с/х пр-ии. \Химизация с/х дает наибольший эффект при условии ее рационального соединения с мельиорацией. \Увеличение прод-х рес-в может быть достигнуто с помощью уменьшения до минимума убытков при посевах, сборке и транспортировке и обработки с/х про-ии.

42.**Определите особенности НТП в с/х. \**Засчет введения научных достижений в практику можно достичь больших результатов в пр-ве прод-я, чем традиционными методами. Это может изменить весь ход пр-х процессов0, повысить урожайность с единицы площади, значительно повысить производ-ть труда в с/х. В каждой стране решающими будут масштабы доступных затрат на пр-во 1 т пшеницы, сливочного мяса, свинины. \В ускоронии увеличения с/х пр-ва приобретают такие науки как биология, техника,химия. Поскольку в с/х объектом труда явл-ся живой материал, то различные технич-е и энергет-е затраты могут достигнуть целей только в биологично полезных границах. По этой причине в индустириально развитых странах руководящей силой науки стала биология ,а особенно генетика. Необходимо, чтоды растения и животные были в биологическом понимании способны продуктивно откликаться на новые технические возможности. Это достигается путем органического объединения технических и биологич-х наук. \Особенностью использования машин в с/х пр-ве по -сравнению с пром-тью явл-ся то, что количество их не приводит к увеличению продукции. Они не Формируют прод-ию, а только влияют на среду, в кот.находятся растения и животные , заменяют труд человека. \Основным направлением использования машин в с/х пр-ве есть комплексная механизация и автоматизация пр-х процессов, кот.означают переход до индустриальных технологий. \Сохранение ручного туда в любой отрасли снижает произв-ть труда. \Все больше используются самоходные машины трех типов: одна - для подготовки почвы д/посева и химизации, другая - для сбора и третья - специализированные транспортные ср-ва повышенной проходимости. \В животноводстве получает развитие специализированная животноводческая ферма, кот.явл-ся пр-м пред-м , на кот.все процессы максимально автоматизированы. \Особенными тенденциями в усовершенствовании кострукции машин явл-ся: увеличение единичной мощьности машин, повышение уровня надежности их экспл-ии, уменьшение габаритов машин. \Основными направлениями развития химизации с/х явл-ся повышение качества минеральных удобрений, более широкое использование микроэллементов, болле равномерное использование удобрений по культурам. \В перспективе возрастающее значение приобретает объединение методов биологич-й и биохимич-й защиты, введение сортов растений с повышенной опорностью. Охрана растений должна происходить на основе биокарты, кот.дает возможность с помощью химических ср-в влиять не только на растения ,но и на носителей генов. В результате это не только осуществляет благоприятное влияние на растения ,но и изменяет их качества.

43.**Как увеличить прод-е р-сы традиционными и нетрадиционными методами. \**В последнее время в мире все большего распространения приобретают новые, нетрадиционные методы увеличения прод-х р-в, пр-во новых форм еды. Одна из основных проблем в пр-ве прод-я - дефецит белка.Большое количество белковых вещ-в состоит из двух групп микроэллементов: водорослей и дрожжей. В водорослях содержание белковых вещ-в достигает 22-50% . Белок вод-й, благодаря химическому составу компонентов, имеет большую биологическую ценность и практически оптимальный набор аминокислот. Вод-ли имеют значительное количество витаминов. Человек использует только 1/4 органических вещ-в, кот.пр-ся при выращивании с/х культур. Остатки (стебли, корни..) попадают в отходы. Водоросли практически полностью могут быть использованы. Их разведение, при наличии конкретных технических условий, достаточного количества света и воды,определенной температуры может происходить беспрерывно достаточно быстро и не зависит от прородных условий. \Другой вид микроорганизмов - дрожжевые грибки, кот.необходимы для изготовления кормовых дрожжей.Для пр-ва животного белка животным необх. Скормить большое количество кормового белка. \Для увеличения произв-ти скота с/хъ требует большое колич-во корм-го белка с большим набором аминокислот. Большинство обычных кормов - достаточно слабый источник белка. \Существуют разные способы получения кормовых дрожжей как с дополнительного продукта спиртовой пр-ти, так и с отходов целлюлозно-бумажной пр-ти. Их можно производить с больших сухих стеблей кукурузы , с углеводов, с нефти и нефтепродуктов. \Новые пути развития с/х открываются в сязи с освоением космоса. Методы специальной съемки позволяют оценить размеры обрабатываемых с/х площадей, определить структуры посевов, типы и состав почв. Есть возможность для определения состава потребительских вещ-в и влаги в почвенномшаре, температуру почвы. \ Также широкое признание в 60-хгг. получили аналоги картошки(ароматизированные под бекон), анологи молочных продуктов(сливки, десерты, мороженное..)\ С начала 70-х гг.началось широкое пр-во мясных, молочных, макаронных и др-х продуктов на основе белка сои.

**51.Чем объясняется решающая роль США и сран ЕС на мировых рынках продовольствия.** Развитие продовольственного рынка мира много в чем опр-ся развитием с/х пр-ва в США, Японии, Европе, Канаде. Место и роль этих регионов в мировом пр-ве зерна, мяса за последние десятилетия характер-ся высокой стабильностью и превышают 3/4 пр-ва в развитых странах. \ Более 1/2 всего пр-ва зерна приход-ся на США, но часть стран ЕС возрастает за последние десятилетия более быстро, чем частица США. \Несмотря на то, что основным произв-м мяса явл-ся США, их часть в общественном пр-ве имеет четкую тенденции к снижению, а удельный вес стран ЕС и Японии быстро возрастает. \Высокая эфф-ть с/х пр-ва позволила США и странам ЕС не только полностью обеспечить спрос на продов-е, но и и существенно влиять на уровень самообеспеченности пров-ми прод-ми всего развитого мира. Все развитые страны полностью обеспечивают себя зерном, мясом, молоком, овощами. При этом США и страны ЕС явл-ся основными экспортерами не только наиболее важных продов-х товаров, но и с/х машин, минеральных удобрений, ср-в защиты растений и др-х ср-в пр-ва. Агропромышленные комплексы этих стран обеспечивают всем необходимым пр-во, сохранение, обработку и сбыт с/х продуктов.\ Решающая роль США и стран ЕС на мировых рынках продов-я объясняется долгосрочными усилиями по индустриализации с/х. Это снижает остроту мировой продовольственной проблемы. Нельзя согласиться с утверждением, что эти страны направляют свою внутреннюю продов-ю политику, исходя из своих основных интересов. И что только через сохранение интересов в мировой торговли наиболее важными с/х продуктами главное место занимают эти страны. Такое место опр-ют не интересы, а их агропромышленный потенциал и высокоразвитое продов-е хоз-во.

**52.** За последние десятилетия все более важным фактором влияния на мировое продов-е положение стала продов-я политика США, лидера в пр-ве и экспорте продовольствия. США занимают доминирующую позицию в междун-й торговле с/х товарами, кот.базируется на высокоразвитом пр-ве. В США сосредоточ приблизительно 11% мировых с/х наделов и 5% населения земного шара. В тоже время на приходится около 1/4 мировой с/х продукции. \ За последние десятилетия наблюдается значительный рост объема с/х пр-ва, особенно пр-ва продукции отраслей растениеводства, на часть которых сейчас прих-ся около 50% ст-ти всей произв-й в США товарной с/х продукции. В основе увеличения пр-ва с/х продукции наход-ся главным образом интенсивные факторы. Использования достижений НТП, рационализации пр-ва, резкой интенсификации с/х труда. \За последние десятилетия США превратилась в основного поставщика прод-я на мировом рынке. Усиление взаимосвязей с/х с мировым рынком вызвало изменени на внутреннем рынке продовольствия и в самой прод-й политике. При разработке продов-й политики США за последние десятилетия были использованы новые подходы д/опр-я конкретных целей и средств этой политики: переход отс/х (фермерской) политике к продовольственной, кот.охватывает все звенья продов-го комплекса (ПК) страны; оценка взаимосвязей ПК с национ-й эк-й; ориентация не на борьбу с сверхпроиз-м и не на ликвидацию дефицита, а на разработку альтернативных программ д/относительной стабилизации рынка с определением решающей роли рыночного механизма; учет более тесной взаимосвязи внутреннего и мирового рынка продов-я. \Продовольственная программа США реализуется путем различных конкретных программ, особенно программы поддержки фермерских цен и прибылей, программ с/х запасов и резервов, сред-в относительно стабилизации и возможного расширения с/х экспорта. Достижение указанных целей обеспечивается системой средств внутренней продов-й политики, направленных на образование достаточных экспортных ресурсов при колебании спроса и предложения, изменении затрат и прибыльности пр-ва. \Осн. организац-ая структура с/х США - семейная ферма. Такой считается хозв-во с объемом товарной прод-ии 2,5тыс.долл., при условии , что ее владельцу меньше 65 лет и что он работает вне с/х не более 100 дней в год. \87% американских ферм явл-ся индивид-ыми семейными. В США насчитывается около 2000 индивидуальных семейных ферм, им принадлежит 65% всей земли(их или взятой в аренду), они производят 56%с/х продукции. \Партнерства образовывают еще одну форму семейного бизнеса, кот.предвидит объединение земельных, финансовых, материальны-х и трудовых ресурсов лиц, связанных м/у собой семейными отношениями. В США насчитывается 200тыс.партнерств(9,6%общего числа хоз-в). Они владеют 15,9% земли и производят 17% с/х прод-ии. \Третья организационная форма с/х пр-ва - с/х корпорация(3,2% общего числа хоз-в, но на их часть приход-ся 25,6% с/х прод-ии и 12% земельных наделов). \С 67тыс. Корпоративных ферм 90% явл-ся семейными и только 10% несемейными, т.е. акционерными. \Ведущую роль в с/х играют большие и очень большие хоз-ва( со ст-ю товарной прод-ии более 200тыс.долл.) Они контролируют пр-во сверх 50% продукции отрасли, им пренадлежит 44% земли, 26% тракторного парка, 50% скота. При этом наибольшие хоз-ва (объем продаж - 500 тыс.долл. и больше) составляя всего 1,3% общего числа хоз-в, производят 37,5% с/х продукции и получают 45% чистой прибыли с/х.

**53.Назовите основные типы агробизнеса в США и раскройте их содержание.** В США используют два основных типа агробизнеса: вертикальную интеграцию и контрактацию. Вертикальная интеграция - это комбинирование двух или нескольких стадий пр-ва и сбыт прод-ии в рамках одной собственности. Вертикальную интег-ю используют, главным образом компании, кот.заняты переработкой с/х прод-ии, матер-но-техническим обеспечением произ-ей , а такжекомпании, кот.имеют собственное с/х пр-во. На вертикальную интеграцию приходится около 6% с/х прод-ии, в т.ч. 7% растениеводства и5% животноводства.\ Наиболее распространена в США контрактная форма агропромышленной интеграции, на основании кот.произ-ся около 25% с/х продук-ии. Контракты заключают с фермерами промышленные и торговые компании, а также кооперативы. \Больше всего контрактация развита в пр-ве и сбыте товаров, кот.бысто портятся, а также прод-ии, кот.поступает на переработку (в пр-ве молока ее часть составляет 95%, овощей д/переработки -83%, цитрусовых -65%). \Типы контрактов очень разнообразны и зависят от характера производимого продукта, местоположения фирмы, матер-х и финан-х возможностей фермера и контрактора. Различают две основные категории контрактов: сбытовые и произ-е.Сбытовые касаются только условий реализации продукции, в них обуславливают тип, сорт и качество поставляемой продукции, цену и условия поставки. \Производственные контракты регламентируют условия пр-ва, обычно они заключаются до начала пр-го процесса и жестко обуславливают обязательства сторон-участников. Контрактор снабжает ферму сред-ми пр-ва и материалами - комбикормд/животных или птицы, однодневные куры (в бройлерном пр-ве) , предоставляет кредит, различные консультации. По условиям контракта фермер предоставляет землю, сороужения, иногда оборудование, свой труд. Его обязательством явл-ся выполнение произ-х операций. \Преимущества контрактации д/фирмы-поставщика состоят в том, что она имеет стабильное поступление продукции в необ-е сроки, а также возможность контроля за ее качеством. Фермер имеет гарантированный рынок прод-ии по предварительно обговоренной цене, возможность пользоваться кредитом, эксплуатировать свои пр-е ресурсы. Хотя юридически фермер остается свободным, хоз-ю самостоятельность он в значительной мере теряет.

**54**.**Определите основные направления современной внешнеэкон-й аграрной политики США и раскройте их содержание.** Необходимо опр-ть три главные направления современной внешнеэкон-й продов-й политики США: США и развитые страны, США и и страны, кот.развиваются, США и социалистические страны. \США проводят дифференцированную политику по отношению к этим группам стран. Развитые страны - основной рынок сбыта с/х прод-ии США: их часть в структуре амер-го экспорта превышает 50%. На развитые страны приходится 24% прод-го зерна, кот.экспортир-ся из США, 50% фуражного зерна 75% сои. М/у США и развитыми странами существуют достаточно серьезные различия и противоречия по вопросам высоких таможенных барьеров и др-х средств аграрного протекционизма. \ Исторически эк-е отношения США со странами, кот.развиваются, были подчинены двум основным заданиям:захват рынка сбыта и источник дефицитного сырья. Часть стран, кот.развиваются, составляют 1/3 амер-го с/х экспорта. Ежегодно страны, кот.развиваются закупают у США 60% пшеницы, 70-80% риса, 20% фуражного зерна и 10-12% сои. СшА широко использовали «продов-е оружие» в эк-х отношениях со странами, кот.развиваются. На протяжении многих лет с/х товары ввозились в эти страны не на коммерческой основе, а в виде «подарков». \Желая проникнуть на рынки этих стран, США стимулировали пр-во тех с/х продуктов, кот.выгодны д/запада, предоставляя финансовую помощь, поставляя технику, удобрения кадры специалистов.Наряду с усилением собственной прод-й базы стран, кот.развиваются, образовывает благоприятные условия и д/расширения сбыта некоторых с/х продуктов с развитых стран. Внешнеэк-я деятельность США в прод-й системе стран, кот.раз-ся, характер-ся определенной гибкостью приспособления к разным соц-но-эк-м условиям и своеобразности путей развития отдельных стран. Она содержит в себе разработку системы машин и технологии д/мелкого с/х пр-ва, кот.отвечает потребностям отдельных стран и типов инфраструктуры, альтернативные формы, кот.предвидят связи большого монополистического капитала пищевой пром-ти с мелким с/х, кооперативами. \Являясь наибольшим в мире экспортером продов-я, США в тоже время занимают второе место (после Японии) по импорту. Но несмотря на огромный объем импорта, США уделяют большое внимание защите интересов национ-й продов-й безопасности. Они закупают в основном, те прод-е товары, кот.не имеют существенного значения в рационе населения. Поставщиками продукции явл-ся широкий круг стран. \Т.о., США явл-ся классической страной агробизнеса, где продов-я проблема решается традиционным путем развития агропром-й интеграции и защиты национ-го производителя. Благодаря ей в стране образована качественно новая система технологических и финансово-эк-х связей, кот.явл.ся примером д/многих стран.

**55.** **Определите основные направления развития агробизнеса в странах ЕС на примере Германии, Франции.** Наибольшего развития агропром-й комплекс достиг, кроме США, в развитых странах ЕС. Единая с/х политика ЕС стала средством реализации таких принципов, как совместное финансирование действий по регулированию с/х, организации гарантированного сбыта на внутреннем рынке, применению единых торгово-политических инструментов и осуществлению экспорта пищевых продуктов на мировом рынке. Страны ЕС уже в конце 70-х годов достигли самообеспечения в главных пищевых продуктах. Рассмотрим АПК Германии ,как типового и наиболее сильного государства ЕС. Основное место в с/х занимает пр-во мяса и молока. Основной тип хоз-ва - семейные фермы. Наемный рабочий труд составляет только 15% занятых в отрасли. Средняя площадь с/х наделов составляет свыше 15 га, максимальная - 250 га. Каждый крестьянин явл-ся членом одного или нескольких кооперативов. Кооперация выступает как организационная форма объединений произ-й в их отношениях с другими звеньями н/х, выхода на рынок, в отрасли обеспечение ср-ми пр-ва и реализации продуктов. В зависимости от ступени внутренней интеграции в кооперации выделяются определенные ступени. Только на третьей ступени осуществляется полная интег-я. Наиболее важным отличием такой кооперации от социалистической явл-ся наличие частной собственности.\Второй важной отраслью агроб-са явл-ся пищевая пром-ть. В этой пр-ти первуые три места занимают молочная, мясная пивная пр-ти. Большой удельный вес имеет пр-ва сладостей, переработка чая, кофе, мучные изделия. Много отраслей имеют сравнительно одинаковый уровень технического оснащения, трудоемкости прод-ии и продукт-ти труда. Разница наблюдается только в тех отраслях, где доминируют ремесленичяеские пред-я(пр-во пива, кондит-х изделий..)/ Специфика пр-ва и потребления пищевых продуктов обуславливает относительно не большую концентрацию пр-ва. Часть мелких пред-й значительно выше. Кроме пром-х пред-й в многих отрослях пр-ва (мясной, мучной, пивной, хлебной) насчитывается несколько десятков тысяч ремесленеческих пред-й , кот.имеют спец-й статус. В результате индустиал-ии количество их постоянно уменьшается./ Высокий уровень концент-ии имеет крохмальная пр-ть, пр-во маргарина и др-х пищевых жиров. /Влияние НТП и конкуренции на процесс концентрации и специализации агропр-го пр-ва проявляется двояко. С одной стороны, большие специализированные пр-ва имеют премущество в отрасли осуществления НТ-го усовершенствования пр-ва, изучения рынка и рекламы, переработки побочных прод-в. С-второй стороны, небольшие пред-я более гибкие в изменении ассортимента пр-ии, специализ-ся на изготовлении индивид-х прод-в. Гос-я пр-я политика содействует мелким произ-м в сохранении их мест на рынке. /Наряду с традиционными ср-ми (сушением, ферментацией, консервированием) все большее место занимает замораживание, облучение, дегидротация, сепарацияс употреблением физических и химических методов. Развивается пр-во новых видов упаковочных материалов и тары, в т.ч. предназначенных д/готовых продуктов и полуфабрикатов. Пр-ть предлагает новые сложные продукты, кот.имеют нат-е и хим-е в-ва(искуственное масло, сахарозаменители...)/ В последние десятилетия возрпстает удельный вес отраслей, кот.пр-т прод-ию наивысшей ступени готовности и длительного срока хранения. В германии формируются новые отрасли пр-ти - пр-во глубокозамороженных прод-в, готовых блюд. Эта отрасль явл-ся важным направлением индустриализации агробизнеса Германии. Их основная цель - обеспечение дешевого питания. Сущест-ют три системы пр-ва готовых прод-в, кот.отличаются м/у собой способом сохранения и поставки прод-в потребителям: в глубокозамороженном виде; в охлажденном виде (2-4С);в гарячем виде (в термосах). /В агробизнесе **Франции** достигнут высокий уровень интеграции. В с/х существуют разные формы интег-ии: фермерские кооперативы, союзы ферм-х кооперативов, объединение союзов, специализированные объединения животноводов, общества смешанных с/х интересов. Особенно отличаются большие интегр-е системы, кот.предст-ют собой корпорации нац-го значения и кот.используют разные ср-ва связей по пр-ву, переработке и сбыта прод-х товаров. В состав этих корпораций входят и финансовые организации, кот.осущест-ют финансирование пр-ва и научные исследования. Фермерские кооперативы и объединения животноводов репрезентируют формы горизонтальной интег-ии, а наиболее большие из них - вертикальной. Кооперативы фермеров вступают в связь с пр-ми и коммерческими пред-ми, образовывая сними агропр-е или агропр-ноторговые объединения. /Примером горизонтальной интег-ии и превращение ее в вертикальную явл-ся организация деят-ти зерновых кооперативов Франции. /Их главными функциями есть закупка, сохранение и перепродажа зерна, а также поставка фермерам товаров, кот.нужны с/х. / Зерновые кооперативы образовывают союзы регионального, а иногда национ-го зернового управления. Через эту систему гориз-й интег-ии заготовляется более 70% товарного зерна во Франции. /В овощеводстве наиболее значительные по товарообращению агропр-е объединения в южных районах Франции. /В животноводстве аграрные, аграрноторговые и агропр-е объединения работают на основе взаимной концентрации. /НТП и агропр-я интег-я ведут к проникновению пр-х ср-в во все отрасли и стадии приготовления еды. Эта тенденция свойственна всем развитым странам и явл-ся важным фактором увеличения эфф-ти обществ-го пр-ва.

**56.Японская кооперативная система:ее содержание, составные части и их функции.** Япония позже, чем другие страны, стала на путь индустриализации с/х. В ней преобладает земледельное направление развития, животноводство развито меньше. Основная с/х культура - рис. Продажа основной массы товарной продукции рисоводства нах-ся под контролем гос-ва. Гос-е органы скупают рис у крестьян, а потом ч/з оптовиков перепродают его в розничную торгоую сеть д/дальнейшей реализации потребителям. \Интег-е процессы развиваются, главным обр-м, в животноводстве, а именно в пр-ве бройлеров. \Наибольее широкое распространение в Я-ии получила контрактная форма интег-ии. Эта форма получила развитие во всех отрас-х с/х, кот.поставляют прод-ию на переработку. \За последние десятилетия активизиркется деят-ть с/х кооперации по образованию агропр-х объединений. Образовываются кооперативные хоз-е комплексы с единой системой пр-ва и перераб-ки с/х прод-ии:пред-я по перераб-ке прод-ии на базе прод-ии, кот.собирается с/х кооперативами: организовываются значительно большие коопер-е пред-я по пр-ву мясных изделий с их дальнейшей продажей ч-з кооперативную торговую сеть: образовываютсякоопер-е оптовые рынки и аукционы, розничная торговая сеть. \В Японии различают два вида кооперативов: комплексы, кот.объединяют различные виды деят-ти. Кот.обязательно осущ-ют кредитование своих членов и прием от них взносов: специализированные - в которых хоз-ва объеденены по роду занятий, гл-м обр-м д/сбыта продукции. \В основе японской коопер-й системы - первоначальный сельский кооператив, кто.координирует действия десятков фермеров, кот.явл-ся собственниками земли. \Основные функции такого кооператива: сбыт пр-ии; сохранение фермерских взносов, обучение крестьян новым технологиям; кредитование и страхование; организация совместного пользования оборудованием и механизмами, иногда землей; консультации и помощь в оформлении соглашение по аренде и продаже земли, кот.содействует повышению культуры земледелия и увеличению про-ва пр-ии; обеспечение медецинского обслуживания и помощь жителям села в приобретении товаров. \Первоначальные кооперативы объединяются по соответств-му профилю деят-ти в прерфектуры федерации. В общенацион-м масштабе - Всеяпонская федерация с/х кооперативов и Центральный кооперативный банк, кот.входит в число наиболле крупных банков не только страны, нои мира. \Все большее значение получают магазины сомообслуживания, на товарах которых указаны вес продукта и его цена. \Значительное место в агробизнесе Яп-ии занимают универмаги,в кот.есть продов-е отделы - компании, кот.реализуют прод-е товары под своей маркой.

**57.** **Дайте характеристику особенностей развития агробизнеса в странах Восточной Европы.** Эк-я политика стран СНГ и Восточной Европы все больше ориентируется на интенсивные факторы пр-ва, на образование стимулов д/высокой пр-ти итруда, на дальнейшие соц-е преобразования. В агропр-й сфере эфф-е использ-е этих факторов опирается на увеличение роли эк-х рычагов и стимулов, расширение самостоятельности, прогрессивные формы организации пр-ва.\ Продолжаютсяпоиски рационального объдинения больших, средних и мелких пред-й разных форм собств-ти, путем эфф-го развития личного подсобного хоз-ва, усовершенств-ся отношения землепользования.\ С/х стран СНГ Восточной Европы на современном этапе все больше и по новым прнципам взаимод-ет с совместными отраслями эк-ки, рыночные отнош-я охватывают все торасли и структурные звенья агропр-го комплекса. Агр-я политика бывших социалистических стран ориентирует систему этих отношений на обеспечение увелеченияэф-ти пр-ва в агропр-м комплексе в целом. Осуществление этой цели возможно только путем всесторонней интенсификации пр-ва на основании НТП, глубокой и всесторонней перестройк хоз-ва стран СНГ и стран Восточной Европы, переход к цивилизованным рыночным отношениям с хорошо налаженным хоз-м механизмом. \С целью повышения эф-ти пр-ва, ускорения НТП осуществляется перестройка пр-х отношений, стиля и методов хоз-го управления, поддерживается предпр-я инициатива, реформируются внешнеэк-е связи. \С/х как основа агропр-го комплекса явл-ся источником сырья д/получения прод-х товаров, а также опр-ет масштабы,темпы всех др-х отраслей, кот.обеспечивают сохранение, перевозку, переработку сырья и доведение прод-ии до потребителя. В агропр-м комплексе этих стран сосредоточено от 20 до 30 % основных пр-х фондов и трудовых ресурсов. В АПК пр-ся 25-40% валового гражданского продукта. От уровня и эфф-ти развития агропр-го комплекса много в чем зависит интенсификация многосложного хоз-ва в целом, его эк-ки, темпы и качество экон-го роста СНГ и Восточной Европы.

**58.Охарактеризуйте особенности аграрной реформа в странах СНГ. \**Разные эк-е, пр-е, соц-е и др-е факторы оказали влияние на ход и форму проведения аграрной реформы в странах СНГ ,на формирование многосложного хоз-ва и переход с/х пр-ва к рыночным отношениям. \Сегодня сформировалось несколько направлений развитая аграрной реформы. В Белоруссии, Молдавии, Украине до сих пор сохранились большие гражданские хоз-ва - колгоспы и радгоспы, одновременно получили развитие личные подсобные и фермерские хоз-ва. В этих странах преобладает гос-я собственность на землю при наличии права на частную земельную собственность. \В России ликвидирована монополия гос-ва на землю, предвидена возможность передачи земли в частную собственность, введена система купли-продажиее д/личных хоз-в, содоогородных наделов и земель под зданиями. Приватизация земли - одно из основных направлений земельной реформы. Законодательно закреплена равноправность разных устоев, форм собственности и хоз-я(Закон «Про земельную реформу»). Вначале 1992 г. Были введены ср-ва по увеличению фермерских хоз-в при одновременной быстрой реорганизации колгоспов и радгоспов. \В Армении и Азербайджане аграрная реформа направлена на развитие мелкотоварного крестьянского хоз-ва, на передачу земли в частную собственность. \В странах Средней Азии приоритетным направлением остается гос-я собств-ть не землю при передачи ее в владение и пользование гражданам, предпр-м и орган-м при одновременном увеличении кол-ва земель в личных подсобных хоз-х. Основное направл-е в этих странах при формировании многосложного хоз-ва - сохранение колгоспов и радгоспов, их реформирование на основе самофинансирования и самоокупаемости. \В каждой стране СНГ формируется собственная правовая база образования многосложного хоз-ва и земельных отношений, кот.обусловлены их спецификой. \Неурегулированный процесс ценообразования привел к резкому сокращению пр-ва. \Анализ состояния с/х в сранах СНГ показывает, что существующий ценовой механизм до сих пор не обеспечивает произв-й с /х прод-ии прибылью д/норм-й хоз-й деят-ю. \Д/успешного проведения аграрной реформы и перехода к рыночным отношениям в России и Странах СНГ необх-о сформировать рыночный мех-м, кот.будет объединять рынки ср-в пр-ва , прдметов потребления, раб.силы и капиталов. Сейчас развитие рыночных отношений в с/х усложняется такими обстоятельствами: Монопольное состояние отраслей, кот.поставляют д/с/х ср-ва пр-ва; слабое финансовое положение многих с/х пред-й из-за высоких цен на ср-ва пр-ва; большие %-е ставки по кредитам; несовершенство налоговой системы. Это вызвано серьезными недостатками в организации пр-ва и труда, фактическими ценами на ср-ва пр-ва и материалы.

**59.В чем состоят особенности формирования нац-х АПК в странах Африки.** Страны Африки, особенно Запад, оставаясь одними из самых слаборазвитых аграрных регионов мира, обеспокоены поиском новых путей стимулирования пр-ва с/х продуктов. Все чаще они отказ-ся от предыдущих моделей преобладающего пром-го развития, кот.делают убытки др-м отраслям эк-ми и тормозят достижение прод-й самообеспеченности в будущем. При этом в своем выборе с/х проектов они все шире опираются на принципы эк-й целесообразности, кот.понимают как соответствие возможностей каждой страны ее потребностям; а также действуют в направлении объединения усилий заинтересованных стран региона совместном владении бассейнами рек, образовании больших ирригационных систем , пр-ве удобрений и с/х техники. Широкое развитие получает агробизнес на основании интеграции гос-го, иностранного и национ-го капиталовю. При этом эк-я роль гос-ва в аграрном секторе эк-ки осуществляется в достаточно широком диапазоне - от «административной децентрализации» до так называемого «структурного регулирования». \В **Синегале** своеобразно соединяется общинно феодальная собственность на землю с активным проникновением в село товарных отношений в ходе децентрализации административных структур. \Гос-во пытается изменить монокультурную арахисовую эк-ку страны с помощью введения новых культур - риса, сахарного тростника, овощей. При этом напор делается как на поддержку больших землевладельцев и собственников пред-й пищевой пр-ти, так и на решение региональных аграрных проблем. Так успешно реализуются масштабные проекты развития перспективных районов товарного рисоводничества в провинциях Казаманс и Флев. \Появились изменения в сфере организации пр-ва. Так, начался переход к использованию индустриальных методов семейных наделов земли. Появились новые формы соц-й организации пр-ва:возросла роль женщин в земледелии, увеличилось количество решений, кот.принимаются коллективно. Синегал делает напор на первоочередное формирование 2 и3 сфер нац-го АПК, используя концессии, контрактацию, совместные общества и смешанное финансирование. Но процесс диверсификации агропр-го пр-ва происходит тяжело. Рост товарности отдельных хоз-в ограничивается отсталостью и консерватизмом земельных отношений , а значительная зависимость от иност-го капитала сдерживает возможность быстрого роста валютных накоплений. Такое состояние усиливается прод-м дефецитом в стране. \В **Гвинее** одной из комплексных программ была программа «Агрогвинея», кот.предвидела образование больших плантаций д/пр-ва с/х культур, а также перерабатывающих предпр-й на местах. Программа охватывала также кооперативы и крестьянские хоз-ва. \Во время реализации этой программы выявились наиболее эфф-е формы агропр-й интеграции: заводы-госгоспы; агропр-е пред-я по пр-ву одного вида с/х культур (рис, цитрусовые ,овощи, бананы, фрукты); агропр-е объединения по пр-ву и переработке ряда видов с/х культур. \Страной с наиболее глубокими агропр-ми традициями в Западной Африке считается относительно процветающий **Кот-д′Ивуар**. Еще в начале 60-х г. Сразу после приобретения полит-й независимости страна отказалась от путей осуществления программы индустриализации, каким продвигались большинство соседних стран. Вместо этого внимание было сосредоточено на стимулировании пр-ва с/х прод-ии с ориентацией на мировой рынок. Основной напор делается на большие плантационные хоз-ва капитал-го типа с использованием передовой агротехники, кот.покупается в пром-но развитых странах. За ними закрепилось пр-во основных экспортных с/х культур: кофе(3-е место по пр-ву в мире), какао(1-е место по пр-ву в мире), кот.дает 80% валютных поступлений гос-ва. \Государства Центральной и Южной Африки находятся на разных ступенях как общеэк-го, так и только агропр-го значения. Если в **Зимбаве, Кении** сделали определенное кол-во шагов на пути формирования как 2, так и 3-й сферы нац-го АПК, то менее развитые -**Ангола, Мозамбик, Танзания, Эфиопия -** только образовывают предпосылки д/разработки перспективных моделей своих нац-х АПК в будущем. 80-е года стали переломными д/Анголы, Мозамбика, Танзании, Эфиопии. В этом десятилетии ими были начаты новые большие преобразования собств-й агросферы: формирование внутреннего прод-го рынка, расширение соц-й базы первоначальных звеньев с/х, либерализация рынка, в т.ч. финансового, знакомство и изучение возможностей практического применения интенсивных технологий и современных методов агрокультуры, изменение функций гос-го сектора, новая кадровая политика. Происходит изменение модели их индустриального развития, перенос акцентов с преобладающего развития пром-ти на первонач-ю индустриа-ю с/х, поворот к строит-ву и реконстр-ии пред-й пищевой, кожной, текстильной пром-ти, образование элементов пр-но-технич-й инфраструк-ры, организация исследований сбыта с/х прод-ии за рубеж, расширение эк-го сотрудничества со странами, кот.развиваются.

**60. Каковы особенности агропр-го развития стран Азии.** С конца 50-х годов в регионе начинает разворачиваться «зеленая революция», пик которой пришелся на конец 60-х годов - начало 70-хг. Благодаря ей везде росли объемы с/х пр-ва и происходило углубление специализации стран на пр-ве ограниченного количества культур. **Индия, Непал, Пакистан** сосредоточили усилия на выращивании риса и пшеницы, **Шри Ланка -**риса и специй, **Бангладеш** - риса и джут?. В связи с отсутствием последовательности в проведении аграрных преобразований традиционный (докапиталистический) сектор с/х так и не получил дополнительных стимулов д/роста аграрного труда. \Динамичный рост эк-ки стран Южно-восточной Азии принято связывать с процессами так званой новой индустр-ии, кот.разворачивается в **Малайзии, Таиланде, Филиппинах** уже во втором поколении. Высокие и стойкие среднегодовые темпы увеличения ВВП (в Сингапуре и Таиланде выше 10% за последние годы ), больший удельный вес обрабатывающей пр-ти и его структуры (в среднем около 20%), удивляющий объем экспорта, в т.ч. часть в нем пр-го (80-85%), все возрастающая прибыль на душу населения (в Брунее ,нап-р, за счет прибылей от экспорта нефти составляет одину из больших в мире), что свидетельствует про непосредственное приближение эк-к этих стран до уровня пр-но развитых стран. В целом воспроизв-й комплекс стран Южно-Восточной Азии остается раскрытым, достаточно не сбалансированным, с неодинаковыми темпами развития. С начала 70-х годов было сделано давление на введение достижений «зеленой революции» в с/х с целью увеличения его произв-ти и более быстрое овладевание существующими природными ресурсами, и положившее начало процесса сближения земледелия и пром-ти, их взаимодействие на едином техничном организационно-техническом финансовом основании. Движение в этом направлении приобрел длительный и затяжной характер, кот.не содействовал быстрому преодолению отрыва темпов роста пром-ти от с/х и возникали разногласия во времена траекторий их развития. Использование технологических ср-в «зеленой революции»все еще не превело к полному избавлению от отсталости и соц-й поляризации аграрного сектора, не способного в существующих условиях стать существенным источником нагромождений д/приобретения ср-в пр-ва, кот.дорого стоят. Основу с/х стран региона составляют мелкие и мельчайшие крестьянские хоз-ва, в кот.занята часть населения. С конца 70-х годов в регионе начинают возникать современные типы агропр-х хоз-в (частно-капитал-го и госудорственно-капиталистического типа) в виде анклавов большого пр-ва, особенно в Малайзии и Таиланде . Начинает выделятся как самостоятельная подотрасль животноводство (на Филиппинах), хотя зависимость от импорта мяса остается весьма существенной. Попытку превратить агроиндустрию в источник внутренних накоплений сегодня осуществляют Индонезия, Малайзия, Филиппины и Таиланд, хотя они не придерживаются какой-либо общей стратегии.

**61.Дайте характеристику развития агробизнеса в Латинской Америке.** В агропр-м комплексе большей части регионов ЛА большую роль играют ТНК. Современные ТНК США имеют больший, чем столетний опыт проникновения в с/х региона. Отработанный ими механизм регулирования путей развития хоз-ва показывает, что в современных условиях он практически полностью изменил гос-во. \Функции ТНК: 1. Переработка - транспортировка - сохранение - сбыт с/х прод-ии, кот.выращена земледельцем, преимущественно мелким, с преобразованием землед-ца в полностью зависимого от ТНК поставщика дешевого сырья, кот.диктуются условия пр-ва, цены, квоты. Как правило, цена на сырье не покрывает затрат пр-ва, основанного, глав-м обр-м, на эксплуат-ии биологической энергии людей и животных. \2.контроль над поставщиками машин и с/х техники, захват рынка удобрений. \3.контроль над с/х наукой. \4.монополизация торговлипатентами и семенами.\5.моноп-я внутреннего рынка, не допускание к внутрен-му рынку национ-х хоз-х структур, таких как кооперативы, вклычая сбытовые. \ Именно иностранный латифундизм, как открытый, так и скрытый(ч/з подставных лиц - как физических, так и юридических) явл-ся той материальной основой, кот. Позволяет ТНК защищать свои экспансионистские интересы и игнорировать волю национ-х обществ относительно суверенного эк-го развития. \В **Мексике** расчет на то,что аграрная реформа поможет привлечь в с/х частные инвестиции, поа не оправдаются. Иност-й капитал тоже плохо «идет» в с/х : только 0,9% всех иностр-х вкладов приходится на аграрный сектор. Неблагоприятное соотношение цен на с/х и др-е виды прод-ии сокращает возмозности самофинансирования с/х. Все это отражается на развитии с/х и приводит к большой кредитной задолженности селян. По инициативе гос-ва внедняются в жизнь разные программы, направл-е на помощь с/х. В гос-й программы «Солидарность» был образован нац-й фонд поддержки агропред-й, предназн-й д/финансирования ряда гос-х пректов, стр-ва разного вида мелких пром-х пред-й в наиболее бедных с/х районов.

**38.В чем состоит сущность продовольственной безопасности страны?** Страны, кот. Не могут обеспечить за счет собственного пр-ва должный уровень продовольствия д/своих граждан они оказываются в продов-й зависимости от более развитых стран. В связи с этим существует понятие продовольственной безопасности страны. Соответственно мировым критериям прод-й безоп-ти страны гранично-критическое значение импорта не должно превышать 30%. В противопол-м случае это будет означать потерю продов-й независимости и безопасности страны. Объемы закупок продуктов питания за границей продовольственно зависимыми странами увеличивается и это и стимулирует агробизнесовые структуры стран-экспортеров к наращиванию их пр-ва. В результате страны импортеры теряют ограниченные собственные и заемные валютные ср-ва на закупку продовольствия, а не современных агротехнологий и агрохимикатов, стойких д/вредителей и болезней сортов растений, новых природных линий животных, птиц, необходимых д/повышения собственного с/х.

23.**По каким направлениям разрабатываются основные элементы планирования ассортимента на предприятиях АПК?** Ассортиментный план следует разрабатывать отдельно по каждому виду продукции. Основные элементы или фазы планирования ассортимента разрабатываются по таким направлениям:1.беспрерывный анализ и контроль за действием внешних факторов;2.проведение исследований продукции и процессов;3.критическое оценивание пр-ии, кот пр-ся предприятием;4.принятие решений про изменение пр-ии, кот. Пр-ся, про пополнение товарного ассортимента пр-ии новыми видами. Прекращение пр-ва пр-ии, кот. Не имеет спроса;5.разработка спецификации новых видов пр-ии соответственно требованиям потребителей;6.расмотрение предложений про освоение новых видов пр-ии и про новые технологии пр-ва;7.определение возможностей пр-ва новых видов пр-ии;/8.организация и проведение пробных продаж новых видов пр-ии;9.анализ результатов и подготовка рекомендаций;10.оценивание и пересмотр всей программы.

**37.Какими причинами вызвана современная продовольственная проблема в мире?** Продовольственная проблема существовала на протяжении всей истории человечества, со второй половины 20 столетия она приобрела всемировой масштаб. Сущность этой проблемы состоит в том, что человеческое общество, не обращая внимания на колоссальные достижения науки и техники, не в состоянии обеспечить равномерное и полноценное питание населению нашей планеты. К первой группе относятся развитые страны - США, Канада, страны Европы, Япония и др. Ко второй - большинство стран Азии,Африки и Латинской Америки. Население индустриально развитых стран составляет около 30% общего количества населения мира, а приходится на эти страны около 60% мирового пр-ва. В странах, кот. Развиваются, где проживает 2/3 населения мира, темпы увеличения пр-ва продовольствия отстают от темпов увеличения спроса на него. Среднее потребление продовольствия на одного человека в развитых странах составляет 3390 калорий, а в странах, кот.развиваются только 2070 калорий в день. Массовый голод может быть вызван двумя основными причинами:во-первых, временное нарушение «нормальных»климатических условий в любом регионе или стране; во-вторых, существует перманентный «хроничный голод», кот.является результатом отсталого состояния экономики страны.

**25. Какие существуют виды рекламы и в чем особенность каждого из них?** Необходимо различать внутрифирменную рекламу, рекламу с целью образования престижа предприятия в обществе и рекламу с целью расширения сбыта продукции. Главная задача внутрифирменной рекламы состоит в том, чтобы привить сотрудникам веру в собственное пред-е, показать тесную связь их работы с результатами работы пред-я. Средствами внутрифирменной рекламы являются: соответствующий уровень организационной структуры пред-я и хорошие отношения м/у руководством и сотруд-ми, соц-е льготы д/сотрудников, ведение фирмовой газеты , образцовое поведение руководства фирмы в общ-ве. Реклама с целью образования престижа предприятия находится в тесной связи с внутрифирменной рекламой и необх-ми условиями ее успеха явл.: контакты с представителями прессы (предоставление информационных материалов, выставление деятельности фирмы в выгодном свете оглашения в прессе, кот.рекламируют не саму прод-ию, а достижения фирмы, участие руководства фирмы в общественной жизни страны. Реклама с целью расширения сбыта явл. Основной. Она тесно связана с изучением рынка и всеми ср-ми маркетинга.

**8.Какие противоречия существуют в системе продовольственного маркетинга и как они решаются?** В системе продовольственного маркетинга есть определенные экон-е противоречия. Потребители заинтересованы в обеспечении наибольшего качества еды по наименьшим ценам. Фермеры хотят получить наибольшую прибыль от продажи своей прод-ии. Посредник маркетингового продовольствия хочет достигнуть также наибольшей прибыли. Поэтому одно из основных заданий маркетинга состоит в примерениии этих конфликтных, противоречивых требований. Это происходит на рынке , который представляет собой арену д/организации и облегчения предприн-й деятельности, где можно выяснить главные эк-е вопросы: что производить и как сбывать, распределять продукцию.

20. Розкрийте сутнисть окремих елементив?

Перший елемент маркетингу передбачаэ комплексне вивчення ринку, охоплюэ дослiдження усiх основних його сегментiв, функцiй та аспектiв з метою застосування результатiв аналiзу для розробки та успiшного виконання пiдприэмством договiрних забовязань.

Другим елементом маркетингу э реклама, за допомогою якоi передбачаэться iнформацiя, що переконуэ покупця у доцiльност придбання прдукцii.

Третiй элемент маркетингу –органзацiя реалiзацii продукцii –важливий з трьох причин: -по-перше, основною турботою пiдприэмства у нових умовах виробництво такоii продукц, яка маэ шанси бути прибутково проданою, а не намагання збути продукцiю, на виробництвi якоi пiдприэмство спецiалзувалось; -по-друге, коли збут стаэ частиною маркетингу. Його ефективнiсть пiдвищуэться завдяки блiьш тiсному звязку з рекламною роботою, дослiдженням ринку та плануванням асортименту продукцii; -по-трете, змiнюэться характер роботи щодо збуту продукцii.

Четвертий елемент маркетингу –управлiння i планування асортименту продукцii –його невiдэмна частина. Економчно необгрунтованi плани збуту и реклами не зможуть компенсувати помилки, допущенi ранiше при плануваннi асортименту продукцii.

Цей процес полягаэ у плануваннi всiх видiв дiяльностi, спрямованих на ефективне виробництво и збут продукцii, з урахуванням вимог споживачiв. Вiн вiдбуваэться безперервно.

П`ятий елемент маркетингу –цiноутворення. При розробцi стратегii маркетингу необхiдно визначити конкретний рiвень цiн у межах допустимих значень. Фахiвець у галузi маркетингу маэ ретельно вивчити попит, оцiнити витрати та проаналiзувати позицii конкурентiв, перш нiж буде встановлено цiни на рiзнi види продукцii. Методику розробки цiновоi стратегii буде розглянуто окремо.

Шостий елемент маркетингу –освоэння та впровадження на ринок нових видiв продукцii. Для вирiшення цього питання слiд встановити менш конкретнi строки досягнення максимального обсягу продаж даного продукту або моделi, час початку його наступноi модернзацii та строки передачi на ринок високоякiсноi продукцii.

Сьомий елемент маркетингу –матерально-технiчне забезпечення пiдприэмства-у значнiй мiрi впливаэ на ефективнiсть та ритмiчнiсть виробництва, визначаэ ступiнь задоволення споживачiв та господарський доход пiдприэмства-виробника.

Восьмий елемент маркетингу –дiюча система планiв и договорiв пiдприэмства и включення ряду нових. Вiн необхiдний для управлiння виробництвом и збутом продукцii, яка постачаэться на вiльний ринок.

Дев`ятий елемент маркетингу –система контролю –включаэ: контроль за виконанням рiчного плану маркетингу; контроль за прибутком, який передбачаэ вивчення доходiв вiд рiзних видiв продукцii, ринкiв, регонiв та каналiв збуту; контроль ефективнiстю, який передбачаэ дослiдження шляхiв пiдвищення витрат на маркетинг; стратегiчний контроль, який забезпечуэ аналiз проблем, дозволяэ встановити, чи вiдповiдають прдукцiя, ресурси и завдання пiдприэмства вимогам цiльових ринкiв.

35.В чому полягають основнi принципи державного регулювання агробiзнесу?

Основнi принципи державного регулювання визначаються такими положеннями:

-здiйснення державного регулювання як доповнення до ринкового механiзму з метою узгодження дiй усiх його элементiв;

-державнe регулювання узгоджуэться з iнтересами товаровиробникiв и не маэ щодо них адресного характеру та регулюэ пропорцii суспльного виробництва на макрорiвнi;

-межi державного регулювання визначаються межами дii обэктивних економiчних законiв та конкретними завданнями, якi стоять перед суспiльством;

-державнe регулювання здйснюэться, як правило, за допомогою економiчних заходiв шляхом розробки комплексних цiльових програм та вiдповдно до дiючого законодавства.

26. У чому полягають особливостi розробки бiзнес-планiв на пiдприэмствах АПК.

Визначаючи мету розробки бiзнес-плану, можна видiлити принаймнi чoтири напрями його призначення:

-по-перше, вiн призначаэться для пiдприэмства, яке його розробляэ. Тут вiн вiдiграэ роль плану-прогнозу на певний перiод. Строки дii такого плану можуть бути рiзнi –вiд одного року до пяти, десяти и навiть бiльше. В умовах ринковоi економiки пiдприэмство не може успiшно дiяти, не маючи такого плану;

-по-друге, бзнес-план призначаэться для можливих кредиторiв та iнвесторiв пiдприэмства. Бзнес-план маэ обгрунтовано довести платоспроможнiсть и сiтйкiсть цього пiдприэмства;

-по-третэ, бзнес-план призначаэться для споживачiв продукцii даного пiдприэмства та його сумiжникiв. Тут необхiдно показати, що пiдприэмство випускаэ високоякiсну продукцiю и функцiонуэ ефективно;

-по-четверте, бзнес-план окремих пiдприэмств використовуэться управлiнськими структурами рiзних рiвнiв при розробцi iндикативних планiв, прогнозiв та галузевих и регональних програм економiчного та соцiального розвитку.

47. При якiй умовi виробництво цукру в Украiнi може бути конкурентоспроможними на свiтових ринках. Бiлий цукор, що виробляэться в Украiнi, як правило, не вiдповiдаэ мiжнародним стандартам, тому на мiжнародному ринку його можна продати лише зi знижкою. Приблизно третина украiнських цукрових заводiв можуть переробляти iмпортний цукор-сирець. Можливо, поблизу портiв, скажiмо, в Одесi буде вигiднiше виробляти цукор з iмпортованого сирцю, нiж з украiнських цукрових бурякiв. Виробництво цукру в Украiнi буде конкурентоспроможним лише тодi, коли доходи вiд продажу цукру за цiнами свiтового ринку перевищуватимуть сумарнi витрати, повязанi з придбанням виробничих факторiв (земля, посiвний матерiал, енергiя, переробка тощо) також за свiтовими цнами.

13. Пояснть у чому полягають окрем функц маркетингу.

1)функции обмена: покупка (сбор), продажа;

2)физические функции: хранение, транспортировка, переработка;

3)облегчающие функции: стандартизация, финансирование, допущение риска, развязка рынка.

Функция покупки –поиск источников поставки сбора продуктов, закупка может быть представлена в виде сбора сырья в районах производства или сосредоточения готовых продуктов в руках других посредников для удовлетворения спроса конечных потребителей.

Функцию продажи нужно понимать широко, сюда относят операции (реклама, стимулирование сбыта), выбор единицы сбыта, который связан с расфасовкой, упаковкой, приближением к потенциальному покупателю.

Физические функции -это те действия, которые включают манипулирование товара: перемещение товара, грузовая обработка, физическая смена товара.

Фукции хранения касаются наличия товара на складе.

Функции транспортировки имеют цель –чтобы нужный товар был в нужном месте.

Функция переработки иногда включает в систему маркетинга, сюда входят операции которые изменяют форму продукта, готовят его к потреблению.

Функции облегчения непосредственно не включаются ни в физич. ни в обмен. правом собственности.Стандартизация особенно важна для продуктов питания. Продукция должна отвечать определенным условиям.

Функция финансирования- использование денег для осуществления разных финансовых действий в сфере маркетинга. Может принимать форму кредита от разных кредитных учреждений.

Функция допущения риска –нужно иметь в виду,что могут быть определенные расходы.

Функция разведки рынка- сбор данных про ситуацию на рынке.

50. Якими особливостями характеризуэться глобализация товарних потокив с/х продукции.

Развитие мировой торговли характеризуется процессами глобализации и регионализации. Глобализация товарных потоков с/х продукции и продовольствия проявляется у деятельности международных продовольственных компаний (МПК). Большую часть переработ. прод-я и значительную часть с/х продуктов которые поступают на международный рынок, производятся в рамках или под техническим, финансовым, организационным влиянием МНК. Деятельность МНК содействует созданию нового международного рыночного пространства, они являются основными носителями и катализаторами увеличения эффективности национальных продовольственных систем. Новым явлением в 90 гг. стало то, что темпы вывоза К. МПК опережали темпы увеличения продовольственного экспорта. Еще одной особенностью 90-х гг. стало подключение к вывозу К. компаний, которые заняты в оптовой торговле продовольствием, и в сфере общественного питания. Эта тенденция тесно связана с повышением взаимнокрнкурирующей торговли готовым продов-м и глобальной стандартизацией модели потребления прод-я, и появлением необходимости и возможностей утверждения вертикальных систем продвижения продов-я к потребителю. Т.о., глобализация в сфере агробизнеса ведет к увеличению эффективности агропромышленного производства и создает благоприятные условия для более равномерного потребления продуктов питания в отдельных странах.

15.Яку роль вiдграють iнновацii у систем маркетингу. Нововведення (iнновацiя) –це вiдкриття, вияв и використання новоi iдеi. Для виробникiв харчових продуктiв важливе значення мають:

1.Новi методи та прийоми маркетингу, як часто пiдвищують ефективнiсть виробництва.

1.Новi продукти або послуги, якi додають продуктам новi цiннi властивостi.

3.Новi пiдприэмницькi органзацii, так як харчопереробний кооператив, спiльнi пiдприэмства рiзних фiрм або новi канали маркетингу (наприклад, збуд швидко приготовлених продуктiв, напiвфабрикатiв, кулiнарних виробiв и страв).

Новi види продовольства проходять «цикл життя продукту». На початковiй стадii при розробцi iх потрбнi значнi витрати дослiдження и маркетинг. Якщо новий продукт досягаэ стадii визнання, це стаэ досить вигiдним для фiрми «першопрохiдця». Коли продукт вступаэ у стадiю масового збуту, вiн починаэ привертати увагу плагiаторiв и втрачаэ первiсну унiкальнiсть, а прибутки зменшуються.

Стадiю насичення ринку характеризують зниження цiни, зменшення до мiнiмуму прибуткiв та поширення iмiтацii и пiдробок. У цей час фiрма розраховуэ отримати наступний продукт-новинку для впровадження. Лише деякi марки и продукти уникають такого «життэвого циклу».

49.Яка с/х прдукцiя Украiни користуэться найбiльшим попитом на зовнiшнiх ринках. Останнiм часом вiдмiчаэться, що у свiтовому спiвтовариствi з виробництва с/х продукцii на найважливiших продуктiв харчування:зерна, цукру олii, мяса, продуктiв переробки молоко тощо. У зовнiшнiй торгiвлi аграрною продукцiэю Украiни основними споживачами э краiни ЭС, Росiя, Белорусь, Iзраиль, Корея, Польща та iншi. Найбiльшим попитом на зовнiшнiх ринках користуються олiйнi культури, продовольча и фуражна пшениця, мясо и продукти його переробки. зА даними Державного комiтету статистики, в 1998 р. Украiна експортувала 12% всього обсягу експорту пшеницi до Iзралю, 16%- до Кореi, майже 6 –до Швейцарii, Угорщини та кран СНД, близько 15%-до кран ЭС. Експорт насiння соняшнику в 1998 р. до Туреччини становив 17% всього експорту, краiн ЭС –65, краiн СНД- близько 2, до Марокко-5, до iнших краiн-11%.

21.Якi три базовi методи розрахунку первiсноi цiни на продукцiю АПК передбачаэ концепцiя маркетинга. Концепцiя маркетинга передбачаэ три базових методи розрахунку первiсноi цiни на продукцii АПК: на основi сумарних витрат и розрахункового (очкуваного) прибутку, на основi балансових оцiнок ринкового попиту и пропозицii, на основi оцiнки ринковоi конкуренцii.

Метод встановлення цiни на основi сумарних витрат и очiкуваного прибутку передбачаэ визначення цiни реалiзацii 1ц продукцii, яка дорiвнюэ середнiм витратам на виробництво 1 ц цiэ продукцii и середньому прибутку у розрахунку на одиницю продукцii.

Другий базовий метод цiноутворення грунтуэться на збалансуваннi ринкового попиту й виробничих витрат и визначеннi оптимальноi цiни за найвищого рiвня рентабельностi.

Третiй базовий метод цiноутворення використовуэться, коли виробник стикаэться з конкурентами, якi реалiзують аналогiчну продукцiю. При цьому цiна може бути встановлена нижче ринковоi, на ii рiвнi або вище –залежно вiд запитiв споживачiв, можливостi надання послуг, створеного уявлення про продукцiю реальних або гаданих вiдмiнностей мiж продукцiэю рiзних виробникiв або продукцiэю продавцiв и кокурентним середовищем.

39. У чому полягають цiлi ФАО та iнших мiжнародних органзацiй. Для вирiшення продовольчоi проблеми ООН у 1945 р було створено продовольчу та с/х органiзацiю –ФАО. До складу входить 169 держав и ЭС. Украiна не э членом Фао. Головна мета ФАО- лiквiдацiя голоду й покращення харчування через пiдвищення продуктивност с/х, рибальства й лiсництва та через справедливий розподiл продовольства.

Функцii ФАО:

-розробка й здiснення програм допомоги с/х;

-надання консультацiй урядам з питань полiтики й планування в галузi с/х;

-аналiз й розповсюдження iнформацii про с/г й продовольчу ситуацiю в свiтi;

-обговорення на мiжрядовому рiвнi проблем продовольства й с/х.

Для розподiлу продовольчоi допомоги ще у 1962 р була заснована Свiтова продовольча програма, яка э органiзацйним елементом системи ООН. Ii головна мета –надання продовольчоi допомоги краiнам, якi мають низький економiчний рiвень розвитку, або потерпають вiд стихiйного лиха. Фiнансування цiэ проблеми здiйснюэться, в основному за рахунок краiн-донорiв, якi надають або грошовi кошти, або продовольчi товари для того, щоб допомога була стабильною й не залежала вiд несподванок, при цiй программi засновано Мiжнародний надзвичайний резерв, який контролюэ необхiднi запаси продовольства; цi запаси зберiгаються в краiнах-донорах i в разi потреби негайно надходять у розпорядження програми.

До складу ФАО входить також iнвестицiйний центр, який сприяэ розробцi iнвестицйних програм для кран, що розвиваються. В 1977 р було засновано Мiжнародний фонд с/х розвитку, для якого увйшли 158 держав, и головна мета якого –сприяння розвитку с/х в краiнах, що розвиваються, для подолання голоду й злиденностi.

16. в чому суть закона про ринкові зони

Переробник харчовой сировини намагається звести до мінімуму витрати на перевезення сировини і готової продукції. Якщо сировину перевозити дешевше, ніж кінцеві продукти, то розміщення під­приємств буде орієнтовано на споживача. У випадку, коли транспор­тування сировини дорожче, ніж кінцевої продукції, завод розміщу­ють поблизу сировинної бази. Зміна вартості доставки с/г сировини або готової продукції може викликати переміщення підприємств у місця, де забезпечується зниження витрат.

Одні переробники сировини продають свою продукцію тільки на місцевих або регіональних ринках, інші реалізують її повсюдно і мають свої збутові підрозділи на території всієї країни.

Переробники визначають розмір ринкової території, яка обслу­говується кожним підприємством та центром збуту продукції у відповідності **до закону ринкових зон.** Суть цього закону полягає у тому, що територіальний кордон між двома або більшим числом ринків або виробничих підприємств є геометричним місцем точок, де ціни на кінцеву продукцію, включаючи транспортні витрати, рівні для продавців на кожному з ринків. Припустимо, що підприємство "А" має заводську ціну 2 дол. за одиницю продукції, а у під­приємства "Б" собівартість тієї ж продукції вище і ціна вже 3 дол. за одиницю. Обидва підприємства ділять між собою зону у 800 км таким чином, що підприємство "А" буде обслуговувати ділянку про­тяжністю 480 км, а підприємство "Б" — 320 км. У цьому пункті, або на кордоні ринків, кожне підприємство встановлює одну і ту ж ціну реалізації — 5 дол. В усіх інших точках або підприємствах "А", або підприємство "Б" має конкурентну перевагу. Зрозуміло, зміна собівартості або ціни зрушує ринковий кордон.

17. На які групи можна поділити посередників, їх роль.

Серед форм і методів реалізації продуктів харчування можна виділити дві основні групи — заготівля і безпосередня реалізація споживачам. Заготівля здійснюється посередниками, які є зв'язуючою ланкою між виробниками і споживачами.

Посередники у продовольчому маркетингу можуть бути розподілені на такі групи: А. Торгові посередники: 1) роздрібні торгівці; 2) оптові торгівці. Б. Агентські посередники: 1) брокери; 2) комісіонери. В. Біржові посередники. Г. Переробники та виробники (фабриканти). Д. допоміжні організації.

**Торгові посередники** купують товар у виробника і продають споживачеві з метою отримання доходу. **Роздрібний торговець** ку­пує продукти для перепродажу безпосередньо кінцевому споживаче­ві.

**Оптовий торговець** продає товари роздрібним торгівцям, іншим оптовикам та промисловцям, але не збуває їх в істотних кількостях кінцевим споживачам.

**Агентські посередники** діють як представники своїх клієнтів. У дійсності агентські посередники продають не товари, а послуги — знання ринку та "ноу-хау".

Агентські посередники поділяються на дві групи **— комісіо­нерів і брокерів.** Різниця між ними у ступені повноважень.

До функцій комісіонера входить: фізичне маніпулювання з про­дуктом, договір про умови продажу, справляння плати з відрахуван­ням з неї своєї винагороди і вручення решти своєму довірителю.

Брокер, як правило, безпосередньо не розпоряджається про­дукцією. Він точно додержується вказівок свого довірителя і володіє меншими повноваженнями у переговорах щодо цін, ніж комісіонери.

В галузі сільського господарства приклади цих двох категорій агентських посередників — фірми комісійного продажу худоби і зернові брокери на хлібних біржах.

**Спекулятивні посередники** — скуповують та перепродають продукти з метою одержання прибутку за рахунок зміни цін. їх на­зивають торгашами, спекулянтами, шахраями та розподільниками. Так, зерновий спекулянт за один день торгів може скупити і продати зерно декілька разів. При цьому він ризикує, тому що ціна може впасти.

**Переробники та виготовннки** (фабриканти) — займаються зміною форми продукту. Підприємці боенного, борошномельного та плодоконсервного виробництв займаються також закупівлею сирови­ни для себе і оптовим продажем своєї готової продукції роздрібним торгівцям.

**Допоміжні організації** — сприяють різним посередникам у ви­конанні їх завдань. Одна група цих організацій надає оснащення, можливість маніпулювати продукцією або зведення покупців і про­давців. Приклади цієї групи — худобопригонні компанії, зернові біржі та плодоовочеві аукціони.

Інша група — торгові асоціації. Їх мета — збирання, оцінка та передача цінної інформації конкретній групі підприємств або тор­гівлі Безпосереднє доведення продуктів до споживача здійснюється через торгову мережу. При цьому форми реалізації можуть бути різними. Це — великі універсами (супермаркети), невеликі спеціалізовані магазини, торгові автомати, магазини заказів, продо­вольчі ринки (базари), різні форми громадського харчування (великі ресторани, невеликі закусочні, кафе, буфети та ін.).

18. Які стадії проходить процес упровадженяя марк. діяльності на підпр. АПК

Практична реалізація концепції продовольчого маркетингу відбувається на підприємствах АПК. З цієї точки зору **продовольчий маркетинг** — це система організаційно-технічних, фінансових та комерційних функцій підприємств, спрямованих на найбільш повне і швидке задоволення потреб споживачів у сільськогосподарській продукції і продовольстві. Без організації маркетингової діяльності неможлива успішна робота ні одного аг­ропромислового підприємства.

На звичайному підприємстві у агропромисловому виробництві процес впровадження маркетингової діяльності здійснюється посту­пово і, як правило, проходить п'ять стадій.

**На першій стадії** маркетинг розглядається під кутом зору таких понять, як реклама і стимулювання збуту.

**На другій стадії** *формується* більш широкий підхід до управління маркетингом: основна ціль — щоб покупець був задово­лений придбанням продукції, післяреалізаційним обслуговуванням та ін. При цьому запити і потреби споживачів можуть змінюватися, що необхідно враховувати при виробництві і збуті продукції.

А тому на **третій стадії** слід постійно оновлювати виробництво та підвищувати якість пропонованих послуг.

**На четвертій стадії** впровадження маркетингу підприємство по­винно вивчити наявні можливості і зайняти певне положення на рин­ку. Це означає — спробувати виділитись на фоні інших підприємств, які виробляють аналогічну продукцію для ринкового сектору.

Останній, **п'ятій стадії** впровадження маркетингу відповідає ви­конання усіх функції щодо аналізу ринків та потреб, плануванню, обліку і регулюванню роботи у галузі освоєння ринків збуту.

27. Які особливості землі як засобу вир-ва.

Вихідною матеріальною основою господарювання в системі аг­робізнесу є земля. З використання родючих властивостей землі розпочинається процес агропромислового виробництва. На землі розміщуються посіви, а також тваринницькі ферми та споруди, вона використовується також як пасовище для худоби.

Як засіб виробництва земля має ряд особливостей: вона є неза­мінним ресурсом; її використання з метою сільськогосподарського виробництва обмежене та зумовлене тими кліматичними умовами, в яких знаходиться дана ділянка; вона характеризується постійним місцерозташуванням, її розміри просторово обмежені; розширити земельні угіддя можна лише за допомогою значних вкладень праці та коштів; земля відноситься до категорії основних фондів АПК. Але вона відрізняється від інших основних фондів тим, що немає власти­востей фізичного і морального зносу. При раціональному викори­станні її родючість зростає, а при надмірній експлуатації — падає.

У сільськогосподарському виробництві використовують землі різної якості. Порівняльна характеристика якості земельних угіддь називається бонітировкою грунту.

Вона необхідна для економічної оцінки землі, ведення земельно­го кадастру, меліорації і т. п. Поняття "якість землі" — включає в себе родючість грунтів, рельєф та конфігурацію ділянок, кліматичні умови. Ці фактори можуть проявлятися в різних сполученнях. На­приклад, родючі землі можуть знаходитися у несприятливих кліма­тичних умовах або у незручних рельєфних умовах і т. п.

Але головна якісна властивість землі — її родючість. Суть її полягає у природній властивості грунту забезпечувати рослини не­обхідними поживними речовинами, водою впродовж усіх періодів їх росту і розвитку. Разом з тим, родючість землі формується не тільки з її природних властивостей, але й під впливом людини в результаті обробки землі. У зв'язку з цим розрізняють природну, штучну та економічну родючість грунту. Природна родючість утворюється у результаті довгочасного ґрунтоутворювального процесу. Вона скла­дається з сукупності хімічних, фізичних, біологічних та інших влас­тивостей грунту, а також залежить від клімату та інших природних факторів. При веденні господарства на землі необхідно найбільш повно й раціонально використовувати родючість грунту.

Крім цього, велике значення має місце розташування земель відносно великих населених пунктів, шляхів сполучення, пунктів прийому та переробки сільськогосподарської продукції, баз ма­теріально-технічного постачання та ін.

Оскільки кількість земель обмежена, то дуже важливим е їх ефективне використання. Визначають ефективність ' використування землі шляхом порівняння результатів виробництва з кількістю (або іншою вартісною, бальною характеристикою землі).

28. Які ви зн. види родючості землі і вчому їх сутн.

Головна якісна властивість землі — її родючість. Суть її полягає у природній властивості грунту забезпечувати рослини не­обхідними поживними речовинами, водою впродовж усіх періодів їх росту і розвитку. Разом з тим, родючість землі формується не тільки з її природних властивостей, але й під впливом людини в результаті обробки землі. У зв'язку з цим розрізняють природну, штучну та економічну родючість грунту. Природна родючість утворюється у результаті довгочасного ґрунтоутворювального процесу. Вона скла­дається з сукупності хімічних, фізичних, біологічних та інших влас­тивостей грунту, а також залежить від клімату та інших природних факторів. При веденні господарства на землі необхідно найбільш повно й раціонально використовувати родючість грунтуШтучна родючість створюється людиною в процесі ведення зем­леробства, що проявляється в обробці грунту, внесення добрив, про­ведення меліоративних робіт і т. д.

Економічна родючість грунту проявляється в єдності та взаємозв'язку природної та штучної родючості. З удосконаленням техніки і технології землі, які раніше вважалися неродючими, посту­пово включаються у обіг і їх господарська цінність зростає.

Економічна родючість землі виявляється в такому понятті як якість землі. Це здатність землі до відтворення рослин, що вирощуються.

Якість землі оцінюється в балах. При цьому така оцінка може бути різною для різних культур.

36. Основні ф-фії мінсільгоспу США

Основні функції міністерства — довгострокове та короткостро­кове прогнозування виробництва попиту та пропозиції, проведення аналізу фінансового стану фермерських господарств та розвитку окремих галузей АПК, а також аналіз продовольчого забезпечення населення, стану та перспектив розвитку зовнішньої торгівлі; регу­лювання об'ємів виробництва сільськогосподарської продукції, ор­ганізація та проведення наукових досліджень, втілення їх резуль­татів у фермерські господарства; підготовка та перепідготовка кадрів; розвиток сільських районів та охорона природних ресурсів, контроль якості сільськогосподарської продукції та продуктів харчу­вання, продовольча допомога низькооплачуємим та деяким іншим верствам населення; сприяння кооперативному фермерському рухові;

організація зовнішньоекономічних зв'язків тощо.

Одна з головних функцій міністерства — антикризове регулю­вання сільського господарства, тобто встановлення рівноваги між попитом та пропозиціями на ринку продовольчих товарів. Для еко­номіки США це одна з самих гострих проблем. Надвиробництво, несталість ринків збуту, значні коливання фермерських цін, а від­повідно й прибутків ускладнюють положення фермерів, багато з них не витримують конкуренції, покидають свої господарства. Саме в США та інших розвинутих капкраїнах ще за часів кризи 1929—1933 рр. проводилась активна політика державного регулювання виробництва сільськогосподарської продукції. Таке регулювання створюється шляхом стимулювання добровільного обмеження (за відповідну ви­нагороду) виробництва сільськогосподарської продукції, скупову­вання державою у фермерів надлишків (нереалізованих) продуктів по гарантованим цінам.

Для здійснення різних стабілізуючих та стримуючих програм в МСГ США були створені відповідні служби. Міністерство здійснює значний вплив на якість сільскогосподарської продукції. Відповідно до закону, наприклад, усе м'ясо крупної рогатої худоби та птиці, якщо воно не буде реалізоване в інших штатах або піде на експорт, повинно бути перевірене федеральною інспекцією МСГ. Якщо м'ясо реалізується безпосередньо в середині штату, то воно перевіряється інспекцією штату. Існують інспекції по контролю якості молока, яєць та інших продуктів, які швидко псуються.

Всі реалізуємі у сільському господарстві види мінеральних до­брив та інших хімікатів, кормові добавки, ветеринарні препарати тощо проходять в спеціальній службі МСГ старанні випробування і тільки відповідно дозволу можуть надійти в комерційну продаж.

Міністерство видає багато інформаційних бюлетенів по всім ас­пектам сільського господарства та пов'язаних з ним галузей, які користуються великою популярністю в ділових колах АПК, у науко­вих працівників, фермерів.

37. якими причинами викликана сучсна прод. проблеа у світі

Це, звісно, не повна і навіть не пряма відповідь, але ж іншої годі шукати, отже зі скаргами та пропозиціями -не звертатися:)

У сучасному світі спостерігається нерівномірність у виробництві та споживанні продуктів харчування. Є дві групи країн — з над­лишковим та недостатнім виробництвом і споживанням продуктів харчування. До першої групи відносяться розвинуті країни — США і Канада, країни Європи, Японія та деякі інші. До другої — біль­шість країн Азії, Африки та Латинської Америки. Населення ін­дустріальне—розвинутих країн складає біля 30% відносно загальної кількості населення світу, а припадає на ці країни біля 60% світового виробництва. В країнах, що розвиваються, де проживає 2/3 насе­лення світу, темпи росту виробництва продовольства відстають від темпів росту попиту на нього. Середнє споживання продовольства на одну людину в розвинутих країнах складає 3390 калорій, а в країнах, що розвиваються, тільки 2070 калорій в день. В той час, як населення країн, що розвиваються, страждає від хвороб, хронічної нестачі їжі, в розвинутих країнах людям погрожують хвороби, які виникають внаслідок переїдання, зайвого вживання калорійних про­дуктів.

Разом з тим, у світі в цілому спостерігається постійне зростання виробництва продовольства. За даними продовольчої та сільсько-господарської- організації 00Н (ФАО) в 1990/91 роках вперше після 1986/87 р. у світі було вироблено продуктів харчування біль­ше, ніж потрібно для споживання, що привело до збільшення запасів і зниження цін, особливо на пшеницю.

З іншого погляду на земній кулі від недоїдання кожну добу вмирає 10 тис. чоловік, а біля півміль'ярду голодує.

Статистичні дані не підтверджують теорію Мальтуса, який на­полягав, що населення в світі росте в геометричній прогресії, а ви­робництво продуктів харчування — в арифметичній. Після другої світової війни виробництво продуктів харчування в світі випереджа­ло ріст народонаселення вдвіччі. За розрахунками фахівців, продо­вольчий потенціал Землі, інакше кажучи можливості нашої планети нагодувати людей, складає біля 1 трильйона чоловік.

Рівень споживання продовольства визначається двома основ­ними показниками — калорійністю та раціоном. Раціон харчу­вання за калорійністю в нашій країні перевищує середньосвітовий рівень, і приблизно дорівнює споживання продуктів в розвинутих країнах.

Разом з тим, раціон харчування не збалансований за видами продуктів. На такі продукти, як хліб, картопля-і цукор фактична потреба в останні роки перевищує науково обгрунтовані норми. Близькі до норми показники споживання риби, рибопродуктів та олії. Нижче рекомендованої норми знаходиться споживання м'яса, молока, молочних продуктів, овочів, баштанних, фруктів та ягід.

1. Як визн. сутнісь поняття м.а/б.
2. В чому сутність “Зел. рев.”
3. З яких сфер склад. а/п комплекс.
4. Учому полягають передумови формув. м. а/б(об єкт. і суб єкт)
5. У чому сутність ек. відносин між субєктами м.а/б.
6. Що є предметом курсу м. а/б.
7. Які види підпр. діяльності входять до поняття прод. марк.
8. Які протиріччя існують у системі прод. марк. і як вони розвязуютьс.
9. Які фактори враховуються при визначенні цільовоїф-ції а/б.
10. Чим відрізняється фізіологіч. потреба у прод. харчування від інших потреб людини.
11. Який звязок існує між платоспорможним попитом і тов. пропозицією
12. Що таке гнучкість доходу і від чого вона залежить
13. Поясніть, у чому полягають окремі ф-ції марк.
14. Якими факторами визначається місце с/г в системі прод. марк. Для розвязування яких питань фремеру необх. знання марк.
15. Яку роль відіграють іновації у системі марк.
16. У чому полягає суть закону ринкових зон
17. На якігрупи можна поділити посередників у прод. марк.і в чому їх роль
18. Які стадії проходить процес упровадженяя марк. діяльності на підпр. АПК
19. На яких заг. принципах грунтується складання схеми марк.
20. розкрийте сутність окремих ел/тів марк.
21. Які 3 баз. методи розрахунку первісної ціни на прод. АПК передбачає концепція марк.
22. Які осн. види цін викор. для успішного просування на ринку нових виробів або послуг.
23. За яими на прямкаи розробл. осн. ел-ти планування асортименту на підр. АПК
24. Які є типи каналів руху тов.
25. Які є види реклами і в чому їх особливість
26. У чому поляг. сособливості розробки БП
27. Які особливості землі як засобу вир-ва.
28. Які ви зн. види родючості землі і вчому їх сутн.
29. У чому поляг. завд. зем реформи в У.
30. Які осн. ф-ції агросервісу
31. Назвіть 5 найважл. каналів, через які природні фактори можуть впливати на доходи, витрати і приб. у ферм. госп-ві
32. які пост. і зм. витрати має врах. фермер при вокористанні осн. засобів вир-ва
33. які відомості щодо кожної конкретної ділянки зем. площі чи од. поголівя худоби повинен мати фермер при розробці нормативів
34. які ви знаєте форми а/п вир-ва і в чому їх орг. особливості
35. В чому поляг. основн. принципи держрегулювання а/б
36. винн. осн. ф-ції мінсільгоспу США
37. якими причинами викликана сучсна прод. проблеа у світі
38. у чому полягає сутність продбезпеки країни
39. учому поляг. цілі ФАО та їнших Морг.
40. якими орг. іяк здійсн. управління світовим агр. вир-вом
41. якими шляхами можна підвищити продуктивність землі
42. виначте особл. н/т прогресу у с/г
43. як збіьшити продресурси трад і нетрад. методами
44. у чому поляг. довгострок. тенд. розвитку світ продринку
45. якими осн. причинами визн. рсн. напрямки експ. і імп. с/г прод. і
46. кі заходи необх. здійснити для того, щоб збільшити обсяги вир-ва іекспорту зерна з У.
47. при якій умові вир-во цукру У. можке бути конкур. на світових ринках
48. визначіть експ. можливості лікеро-горілчаної пром.
49. яка с/г прод. У. користується найб. попитом на зовн. ринках
50. якими особливостями характер. глобалізація тов. потоків с/г прод. і продовольства
51. чим пояснюється вир. роль США та країн ЄС на прод. ринках
52. розкрийте сутність продп-ки США
53. назв. осн. типи а/б у США та розкрийте їхн. зміст.
54. визн. осн. напмки суч. з-ек. аграрної п-ки СШЯ+зміст
55. визн. осн. напрямки розв. а/б у країнах ЄС на прикдалді Нім. і Фр.
56. японська кооперат. сиситема: зміст, склад. частини,ф-ції
57. дайте х-ку особливостейрозвитку а/б в країнах Сх. Європи
58. охарактеризуйте особливості аграрн. реформи в кр. СНД
59. У чому поляг. особл. формуавння нац. АПК в Африці
60. які особл. ап розвитку раїн Азії
61. дати х-ку розвитку а/б у Лат. Америці.