

УДК 338.431.8

JEL Classification: Q13; Q16

DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202009072>

Ю. О. БАКУН, кандидат сільськогосподарських наук
Р. Я. КОРИНЕЦЬ, кандидат економічних наук

Аналіз особливостей ринкового попиту сільськогосподарських товаровиробників на дорадчі послуги в Україні

Мета статті – проаналізувати особливості ринкового попиту сільськогосподарських товаровиробників на дорадчі послуги в Україні.

Методика дослідження. За теоретичний базис дослідження слугували методи: діалектичний метод пізнання й системний щодо вивчення особливостей ринкового попиту на сільськогосподарські дорадчі послуги в Україні. Основними методами стали анкетування й порівняльного аналізу.

Результати дослідження. Вибір товаровиробників для опитування здійснювався за двома критеріями: розміру площі землекористування та географічного розміщення. Виділено чотири найбільш характерні для дослідження групи сільськогосподарських товаровиробників: великі агропідприємства (з банком землі від 5000 га і більше), середні агропідприємства (від 500 до 5000 га), фермерські господарства (від 50 до 500 га) та дрібні виробники (фермерські господарства та власники земельних паїв від 2 до 50 га). Для забезпечення достовірності дослідження обгрунтовано виділення ретроспективної для опитування вибірки представників сільськогосподарських підприємств. На основі методів письмового анкетування та усного опитування здійснено вивчення особливостей ринкового попиту сільськогосподарських товаровиробників на дорадчі послуги.

Елементи наукової новизни. Запропоновано використання диференційованого підходу до надання дорадчих послуг залежно від особливостей ринкового попиту на них сільськогосподарських товаровиробників.

Практична значущість. Диференціювання переліку дорадчих послуг та способів їх надання, залежно від особливостей ринкового попиту на них, сприятиме як підвищенню ефективності реалізації послуг, так і ефективності господарської та особистої діяльності сільськогосподарських товаровиробників. Табл.: 2. Рис.: 16. Бібліогр.: 14.

Ключові слова: опитування; анкетування; сільськогосподарські товаровиробники; ринковий попит; сільськогосподарські дорадчі послуги; диференційований підхід; ефективність.

Бакун Юрій Олексійович – кандидат сільськогосподарських наук, докторант кафедри економічної теорії, Національний університет біоресурсів і природокористування України (03041, м. Київ, вул. Героїв Оборони, 15)
E-mail: y_bakun@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-5354-1033>

Корінець Роман Ярославович – кандидат економічних наук, почесний президент Національної асоціації сільськогосподарських дорадчих служб України (03127, м. Київ, вул. Героїв Оборони, 10)
E-mail: rkorinets@gmail.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0003-4243-6745>

Постановка проблеми. Для сучасного економічного світу властива динамічність, що зумовлюється активним розвитком науково-технічного прогресу та зміною характеристик впливу чинників зовнішнього середовища, одними із суттєвих у якому виступає сукупність ринкових факторів. Для них притаманна періодичність дії, а іноді й непередбачуваність впливу на господарючі суб'єкти в різних галузях економіки. При цьому для останніх важливе врахування їхньої зміни для забезпечення стійких кон-

курентних позицій на ринку. Це зумовлює наявність попиту серед суб'єктів господарювання на послуги дорадчих служб із зазначених питань для обґрунтування дієвих управлінських рішень, що й зумовлює актуальність обраної тематики дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі категорія «риннок» належить до таких, що найчастіше використовується і стосовно якої відсутній одностайний погляд. Як один з варіантів її інтерпретації можна навести визначення К. Р. Макконнелла та С. Л. Брю, за яким ринок ототожнюється з інститутом або механіз-

© Ю. О. Бакун, Р. Я. Корінець, 2020

мом, завдяки якому відбувається взаємодія між покупцями (представниками попиту) та продавцями (представниками пропозиції) окремих ресурсів, товарів або послуг [8, с. 46]. На початкових етапах становлення ринку, зазначається В.-С. Джевансом, однією з його основних функцій була функція обслуговування виробництва і це давало підстави для його ототожнення зі сферою обміну [3, с. 86-90]. Проте, за сучасних умов, на переконання Ю. С. Коваленка, відбулася зміна ситуації і ринок вже не лише обслуговує, а виконує координуючу роль не тільки в економіці, а й відносно усіх соціальних процесів у суспільстві [5, с. 6].

До основних характеристик будь-якого ринку відносяться: попит, пропозиція та ціна. За С. В. Мочерним, попит ототожнюється з потребою у товарах та послугах. Тоді як його ключовою властивістю визначається вплив на характеристики виробництва, зокрема обсяг і структуру пропозиції [11, с. 818].

Однією з важливих характеристик попиту слід вказати його цінову еластичність, яку В. Г. Андрійчук описує як «кількісне відображення реакції споживачів на зміну ціни на товари ... перебуває в обернено пропорційній залежності від рівня ціни» [1, с. 119]. У свою чергу, за підходом Н. Г. Менкью, до основних чинників, що впливають на попит, крім ціни, також можна віднести: доходи, ціни на взаємопов'язані послуги, погляди та очікування споживачів [9, с. 89-90]. Суттєвий вплив на рівень попиту і пропозиції такого суттєвого чинника, як рівень техніки та технології, відзначає К. Еклунд [14, с. 57, 61]. Разом із тим О. М. Шпичак звертає увагу на чинник купівельної спроможності економічних суб'єктів за рівнями продуктових ланцюгів, особливо під час прояву дії інфляційно-девальваційних процесів [13].

Ринок дорадчих послуг відноситься до інфраструктурних ринків, що обслуговують економіку, зокрема агропромислове виробництво і аграрний ринок. На важливість диференційованого ставлення до інформаційно-консультаційного забезпечення сільськогосподарських підприємств у процесі його організації вказує Т. П. Кальна-Дубінюк [4]. При цьому М. Ф. Кропивко і М. І. Лобанов акцентують увагу на важливості розгляду певних видів інформаційно-консультаційного обслуговування з підприємницьких позицій [7]. Деякі сільськогосподарські товаровиробники та їх окремі організаційно-правові фор-

ми висувають специфічні вимоги до дорадчого супроводу прийняття галузевих господарських рішень. Так, Р. Я. Корінець та М. Й. Малік розглядають питання інформаційного забезпечення суб'єктів сільськогосподарської обслуговуючої кооперації з інституційних позицій з аналізом впливу формальних норм і правил та неформальних інститутів, організацій сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на розвиток як системи кооперації в галузі, так і на розвиток інформаційного забезпечення суб'єктів кооперації сільськогосподарськими дорадчими службами [6]. Про важливість використання нових знань і високих технологій у процесі забезпечення економічного зростання розвинутих країн стверджує М. Ф. Безкровний. Значно ефективніше цього можна досягнути в процесі організації наукових парків як платформи для впровадження інновацій при використанні досвіду дорадчих служб з інформаційно-консультаційного забезпечення різних складових їхньої роботи [2]. Разом із тим варто зазначити, що у науковій літературі з'ясуванню особливостей попиту на такий специфічний ринковий товар, як «дорадчі послуги» не приділена належна увага, що зумовлює актуальність дослідження з теоретичного і практичного погляду.

Мета статті – проаналізувати особливості ринкового попиту сільськогосподарських товаровиробників на дорадчі послуги в Україні.

Виклад основних результатів дослідження. Ринок дорадчих послуг в агропромисловому виробництві виступає просторовою основою взаємодії між силами попиту (сільськогосподарськими товаровиробниками) та силами пропозиції (сільськогосподарськими дорадчими службами). У процесі ринкового трансформування економіки важливим видається дослідження згаданого ринку з різних аспектів, одними із суттєвих серед яких вирізняються особливості прояву попиту на цьому ринку. Складовою такого підходу слугує розгляд попиту сільськогосподарських виробників на забезпечення інформаційним і консалтинговим супроводом як у вигляді надання разових консультацій, так і комплексного супроводу агропідприємств від простих технологічних порад до розробки та впровадження бізнес-планів і бізнес-стратегій.

Дослідження мало за мету заповнити інформаційну прогалину на основі обробки результатів анкетування відповідей учасників ринку сільськогосподарської продукції

щодо їх оцінки потреби у дорадчих/консультаційних послугах та готовності до оплати таких послуг, а також очікувань щодо їх ефективності. Вибір товаровиробників для опитування здійснювався за трьома критеріями: розміру площі землекористування, відмінностями спеціалізації і відповідно до їх географічного положення. До складу учасників опитувань було обрано 450 сільськогосподарських підприємств та особистих селянських господарств (ОСГ).

За даними державної статистики, в Україні налічується 47 442 приватних сільськогосподарських підприємств. Репрезентативний розмір вибірки для такої кількості підприємств становить 450 респондентів. Роз-

поділ вибірки вимагає розгляду позицій окремих учасників українського аграрного ринку. Вибірка виробників розподілена за трьома основними факторами: а) регіоном, б) типом виробника, в) спеціалізацією. Кількість респондентів у кластері відповідає вкладу цих типів виробників у валову додану вартість аграрного сектору України.

За основу формування вибірки опитування згідно з регіональним поділом обрано: Методологію аграрного бізнес-клімату (АБК), розроблену Проектом «Німецько-український агрополітичний діалог (АПД)» [10]. Вибірка включає виробників з чотирьох регіонів (табл. 1).

1. Розподіл вибірки за регіонами

Регіон	Область	С.-г. підприємства станом на 01.01.2019 р.	ВРП 2017 р., млн грн	Обсяг с.г. у ВРП, млн грн
Південно-Східний	Одеська	4784	149530	62803
	Миколаївська	4008	69371	17343
	Запорізька	2798	130377	14081
	Херсонська	2606	47868	17711
	Луганська	1048	30285	1726
	Донецька	1310	166404	13312
Центральний	Хмельницька	1676	63882	10860
	Вінницька	2739	92427	36971
	Черкаська	2131	73176	16465
	Кіровоградська	3360	53031	19621
	Дніпропетровська	4181	313830	25106
	Полтавська	2670	150904	98993
Карпатський	Чернівецька	812	28591	7148
	Івано-Франківська	848	63850	8939
	Закарпатська	1065	43043	8609
	Львівська	1387	147404	25059
	Волинська	955	51972	10394
	Рівненська	668	48836	10256
	Тернопільська	1164	40747	12224
Північно-Східний	Київська	2479	157043	9266
	Чернігівська	1280	56672	11788
	Житомирська	1219	61470	15368
	Сумська	1152	56530	15828
	Харківська	2116	187454	16871
Усього		48456	2983882	486740

Джерело: [12].

Розподіл вибірки сільськогосподарських підприємств між чотирма групами представлено у табл. 2. За основу вибрано частку виробленого валового регіонального продукту (ВРП) сільськогосподарськими підприємствами в межах кожного окремого регіону. Також враховано частку валового регіонального продукту кожної області в загальному обсязі валового внутрішнього продукту України. Виходячи з цього визна-

чено загальну кількість опитуваних сільськогосподарських підприємств кожної області. Відповідно до статистичних даних встановлено структуру опитуваних сільськогосподарських підприємств в цілому по Україні та в межах кожної області: великі агропідприємства, агрохолдинги з банком землі від 5000 га і вище; середні агропідприємства від 500 до 5000 га; фермерські господарства від 50 до 500 га; дрібні вироб-

ники від 2 до 50 га (фермерські господарства та власники земельних паїв). Збір даних

проводився методом телефонного опитування.

2. Розподіл вибірки за розміром і типом підприємства

Регіон	Область	Кількість підприємств для опитування	У тому числі за типом виробника			
			Дрібні виробники (2-50 га)	Невеликі господарства (50,1 - 500 га)	Середні підприємства (500,1 - 5000 га)	Агрохолдинги (> 5000,1 га)
			50,3 %	31,0 %	17,2 %	1,5 %
Південно-Східний	Одеська	40	20	12	7	1
	Миколаївська	35	17	10	7	1
	Запорізька	39	17	13	8	1
	Херсонська	36	19	11	6	
	Луганська	10	4	3	2	1
	Донецька	0				
	Усього по регіону	160	77	49	30	4
Центральний	Хмельницька	21	8	11	2	
	Вінницька	25	13	7	4	1
	Черкаська	23	7	9	6	1
	Кіровоградська	19	1	6	11	1
	Дніпропетровська	31	12	14	5	
	Полтавська	20	6	8	5	1
	Усього по регіону	139	47	55	33	4
Карпатський	Чернівецька	7	3	3	1	
	Івано-Франківська	9	4	4	1	
	Закарпатська	9	4	3	2	
	Львівська	15	7	6	2	
	Волинська	14	4	9	1	
	Рівненська	12	3	8	1	
	Тернопільська	12	5	4	2	1
	Усього по регіону	78	30	37	10	1
Північно-Східний	Київська	16	6	10		
	Чернігівська	6	2	1	3	
	Житомирська	15	2	4	9	
	Сумська	12		11	1	
	Харківська	24	10	5	9	
	Усього по регіону	73	20	31	22	0
Усього		450	174	172	95	9

Джерело: [12].

Розподіл господарств, задіяних у дослідженні, наступний (рис. 1).

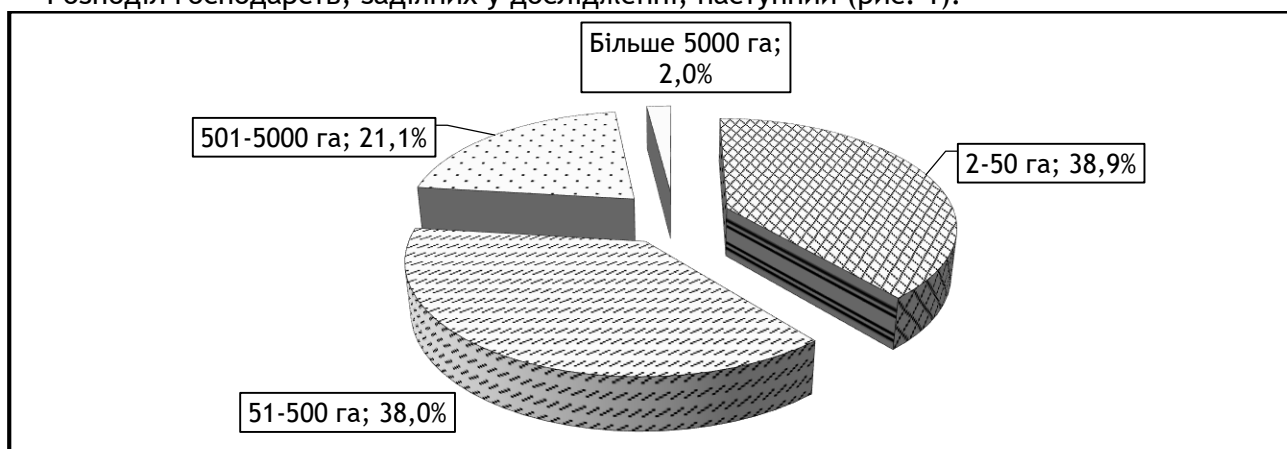


Рис. 1. Розподіл вибірки за розміром земельної площі в обробітку підприємств (власної та орендованої)

Джерело: Розрахунки авторів.

Аналіз розподілу вибірки за спеціалізацією підприємств включав два сектори, поділені за цією ознакою¹:

- тваринництво та змішане виробництво (21% сільськогосподарських підприємств),
- рослинництво (79% сільськогосподарських підприємств).

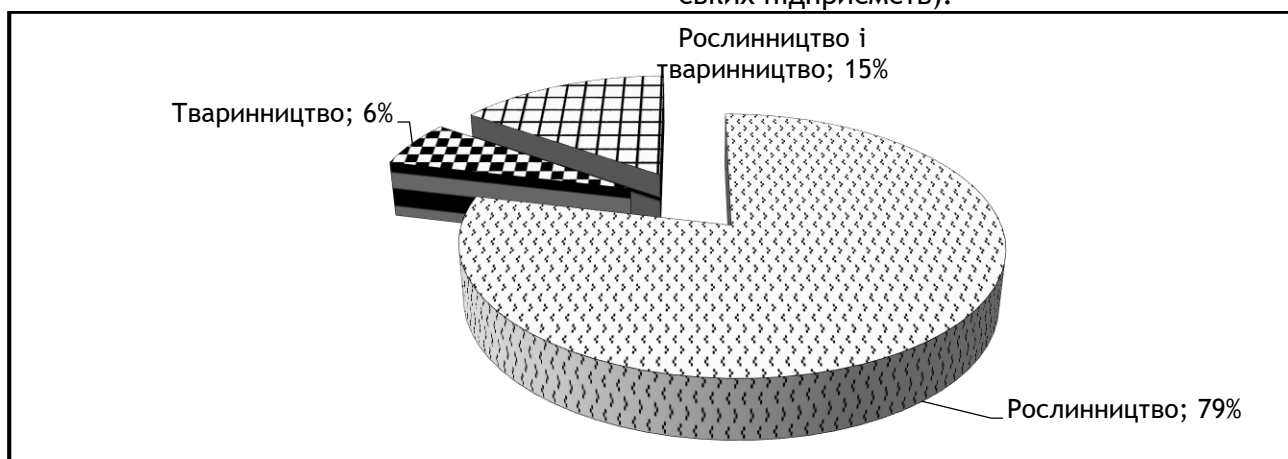


Рис. 2. Розподіл вибірки за спеціалізацією підприємств

Джерело: Розрахунки авторів.

Також проведено аналіз відповідей щодо необхідності в консультаціях та дорадчому супроводі, як однієї з найбільш затребуваних послуг сільськогосподарських товаровиробників (рис. 3). Згідно з відповідями респондентів на таку необхідність вказало 68% з числа опитаних. Це фактично втричі більше від тих, що за відповідями не потре-

бують постійних послуг – 32%. Зазначимо, що залежно від розміру товаровиробників особливої різниці між відповідями також не спостерігалось. Вона перебувала в межах від 24,2 до 36,8% для тих, що не потребують консультацій, та від 63,2 до 75,8% серед респондентів, які вказали на потребу в консультаційних послугах.

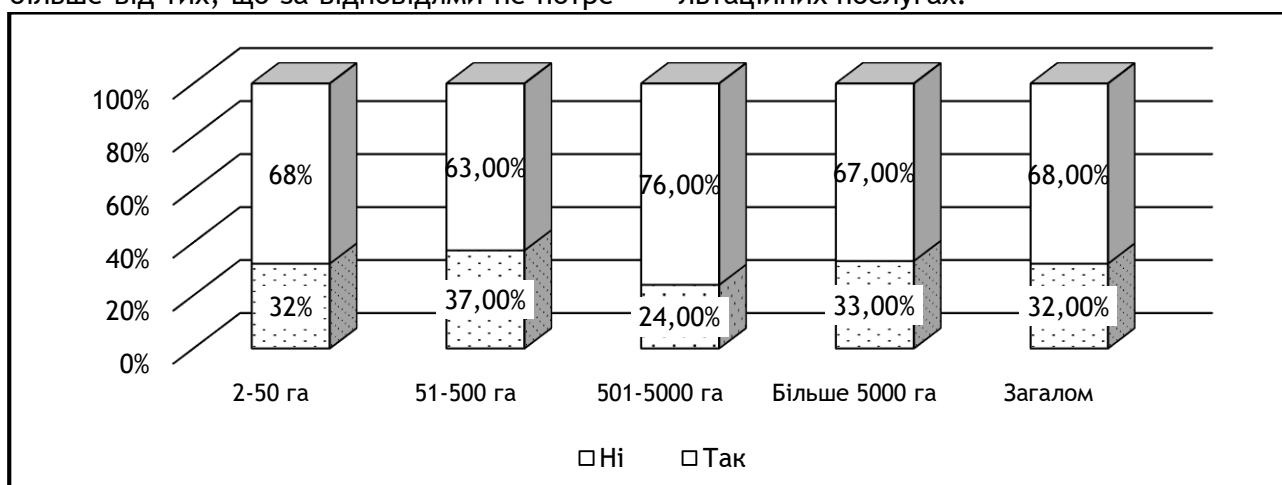


Рис. 3. Розподіл вибірки за ставленням до необхідності у консультаціях та дорадчому супроводі

Джерело: Розрахунки авторів.

Досить відчутна різниця у потребі в консультаціях залежно від спеціалізації агровиробників (рис. 4). Виробниками продукції тваринництва на таку потребу вказало фактично 95% респондентів. У свою чергу, серед виробників, які спеціалізуються лише

на вирощуванні рослинницької продукції, подібна потреба притаманна для 75% опитаних. У будь-якому разі ці показники досить високі й свідчать про наявну потребу в консультаційних послугах для агровиробників незалежно від їхньої величини та спеціалізації.

¹ Вказано у дужках частки валової доданої вартості аграрного сектору.

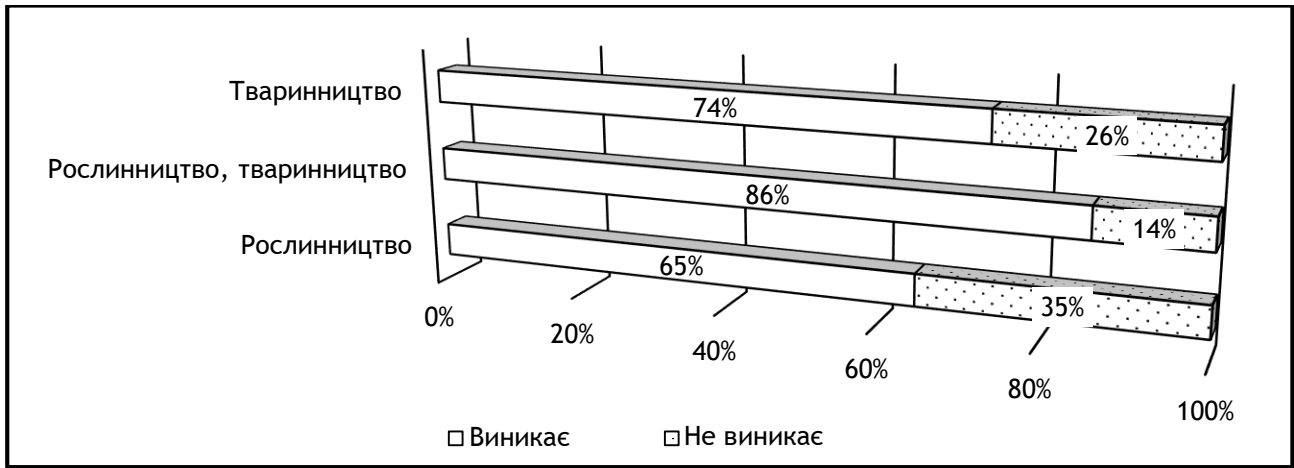


Рис. 4. Розподіл вибірки за ставленням до необхідності у консультаціях та дорадчому супроводі з урахуванням спеціалізації

Джерело: Розрахунки авторів.

За аналізом групи виробників, які негативно відповіли щодо потреби у консультаційних послугах, виявлено, що вони самостійно використовують різні джерела інформації, яку можуть одержати серед кола своїх знайомих і колег, або з відкритих джерел інформації, таких як інтернет та ЗМІ (рис. 5). При цьому, як показали відповіді респондентів, найбільше вони звертаються саме до інтернету та соціальних мереж. Так, 69% серед респондентів вказали, що

саме інтернет та соціальні мережі вони використовують за джерело інформації/консультацій, стосовно технології, інформації (з бізнесу, управління, юридичних питань, фінансових питань тощо). Разом із тим більшість респондентів назвали комбіновані джерела, які поєднували їх кілька. Така відповідь була притаманна 87% учасників. Лише 13% зазначили одне із запропонованих джерел, і в переважній більшості це інтернет.



Рис. 5. Розподіл вибірки щодо переваг джерел інформації або консультацій

Джерело: Розрахунки авторів.

На питання стосовно користування реальними послугами провайдерів консультаційних послуг також спостерігалась однаковість серед різних груп виробників. За одержаними даними на питання щодо користування такими послугами ствердно відповіли 59% (рис. 6). Проте 41% не користується такими послугами, а залучає власні джерела інформації. Така однаковість у тверд-

женні щодо користування консультаційними послугами незалежно від розміру господарств досить неочікувана, оскільки традиційно вважається, що сільськогосподарські виробники із банком земель від 500 га і більше, як правило, мають меншу потребу в таких послугах через наявність кваліфікованих фахівців у штаті підприємства.

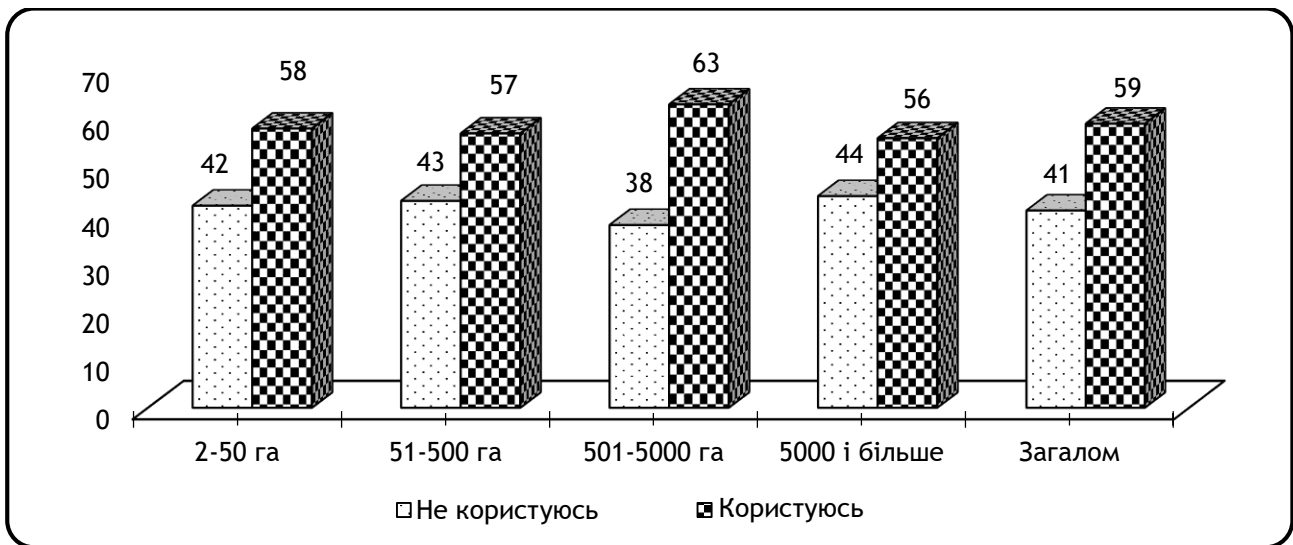


Рис. 6. Розподіл вибірки щодо користування консультаційними послугами

Джерело: Розрахунки авторів.

Стосовно періодичності користування послугами свідчать дані опитування і це співвідношення фактично рівнозначне (рис. 7). Тобто 50% опитаних агровиробників вказали на періодичність звертання за консультацій-

ними послугами 5 разів і більше у рік. Водночас інша частина агровиробників зазначили періодичність потреби в консультаційному супроводі 5 разів і менше упродовж року.

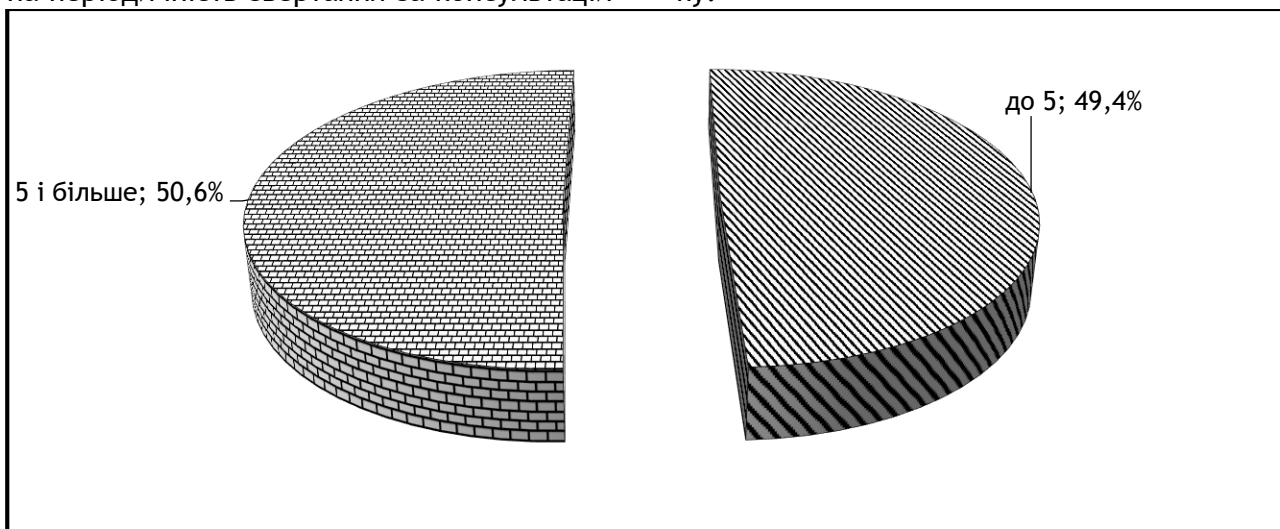


Рис. 7. Розподіл вибірки щодо періодичності користування консультаційними послугами, разів у рік

Джерело: Розрахунки авторів.

Серед опитаних агровиробників, що не користуються консультаційними послугами, з'ясували причини подібної ситуації. Як уже зазначалося, кількість таких підприємств становить у середньому 41% від загальної кількості опитаних. Одержані результати привели у відповідність із розміром земельних ділянок, що знаходяться в обробітку агровиробників (рис. 8). Переважна

більшість із них (від 40 до 60 %) залежно від розміру землеволодіння зазначили, що не мають такої потреби. Насамперед для розуміння причини виявилось, що ці господарства не новостворені, а вже досить давно працюють на ринку виробництва сільськогосподарської продукції, а отже, мають власний досвід самостійного господарювання.

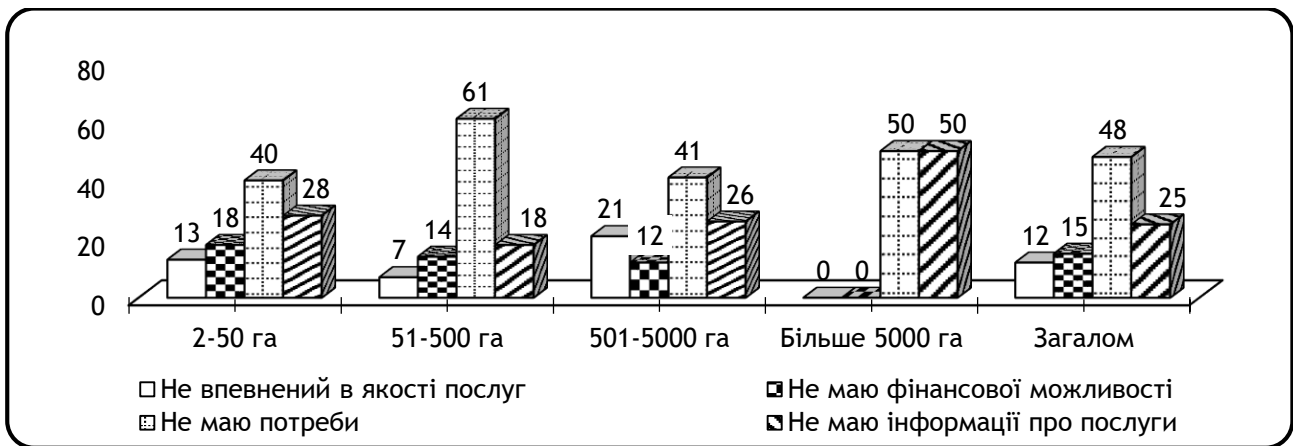


Рис. 8. Розподіл вибірки щодо причин відмови від користування консультаційними послугами

Джерело: Розрахунки авторів.

Другим фактором, що став причиною низького рівня користування консультаційними послугами, встановлено нестачу інформації про такі послуги. На відсутність інформації вказали всі групи виробників. При цьому цілком очікуваною була відповідь дрібних виробників, 28% серед яких зазначили відсутність інформації про консультаційні (дорадчі) послуги. Також ця група виробників нарікала на нестачу фінансових ресурсів для користування консультаційними послугами. За розподілом це 18% респондентів, які належать до дрібних виробників і становлять найбільшу частину серед інших груп виробників із більшими площами в користуванні, а отже, з кращими фінансовими можливостями.

Характерні відповіді одержано від агровиробників, що належать до великих агрохолдингів. Чинники фінансових ресурсів і якості послуг для них не були критичними. В першу чергу вони вказали на два фактори - не має потреби, що цілком прогнозовано через наявність кваліфікованих фахівців у складі таких великих агроформувань і брак інформації щодо надання кваліфікованих консультаційних послуг.

Аналіз відповідей агровиробників із досвідом користування консультаційними послугами засвідчив, що якість надання цих послуг цілком відповідала їхнім очікуванням. Так, задоволених якістю послуг виявилось майже 78,6% респондентів, не задоволених - 21,4% агровиробників (рис. 9).

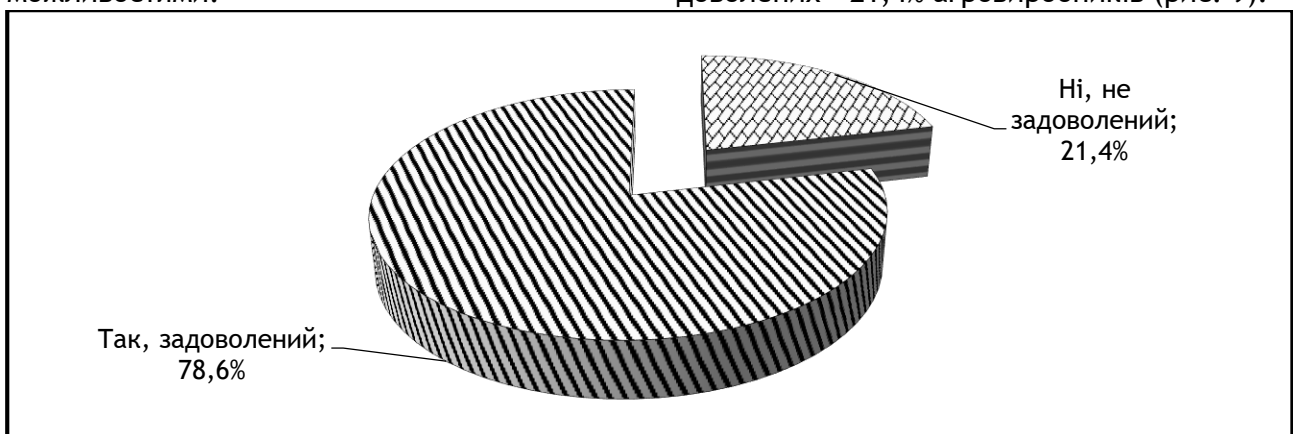


Рис. 9. Розподіл вибірки щодо задоволення від користування консультаційними послугами

Джерело: Розрахунки авторів.

Результати відповідей респондентів щодо постачальників (провайдерів) консультаційних послуг були наступними (рис. 10). Найчастіше всі групи виробників звертаються за консультаційними послугами до дис-

триб'юторів засобів виробництва: техніки, добрив, засобів захисту рослин тощо. Загалом 67% від кількості опитаних агровиробників вказали саме на цих провайдерів як джерела інформації. Найменше згадану ка-

тегорію постачальників зазначили представники великих агропідприємств - 40%. Водночас найчастіше вони користуються послугами приватних консультантів - 57%. Це й не дивно, адже незважаючи на високий професіоналізм та наявність окремих консульта-

ційних підрозділів у складі компанії провайдерів засобів виробництва, вони все ж у переважній більшості мають конфлікт інтересів стосовно просування власної продукції, яку реалізують (рис. 11).

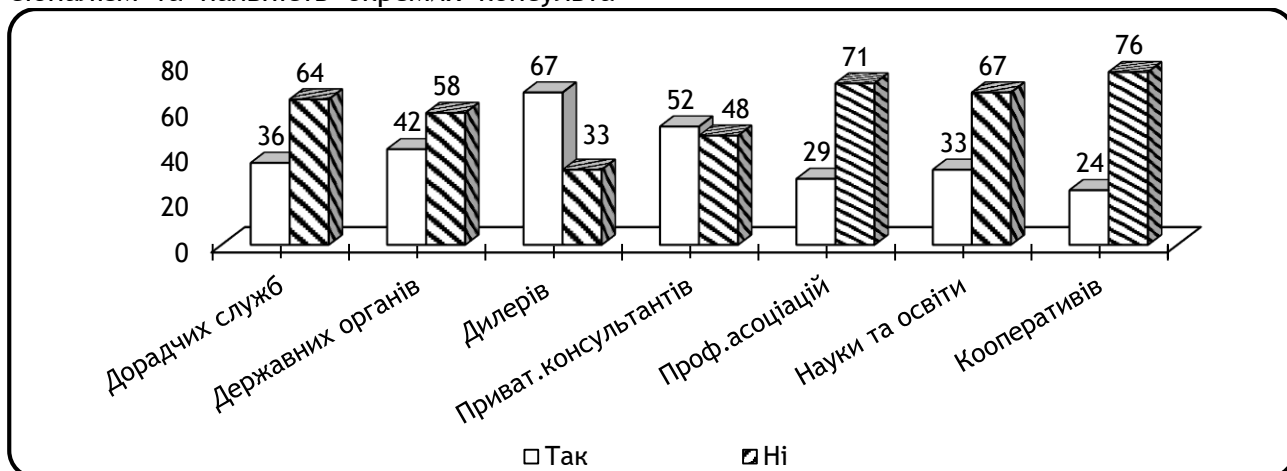


Рис. 10. Розподіл вибірки щодо переваг у зверненнях за консультаційними послугами

Джерело: Розрахунки авторів.

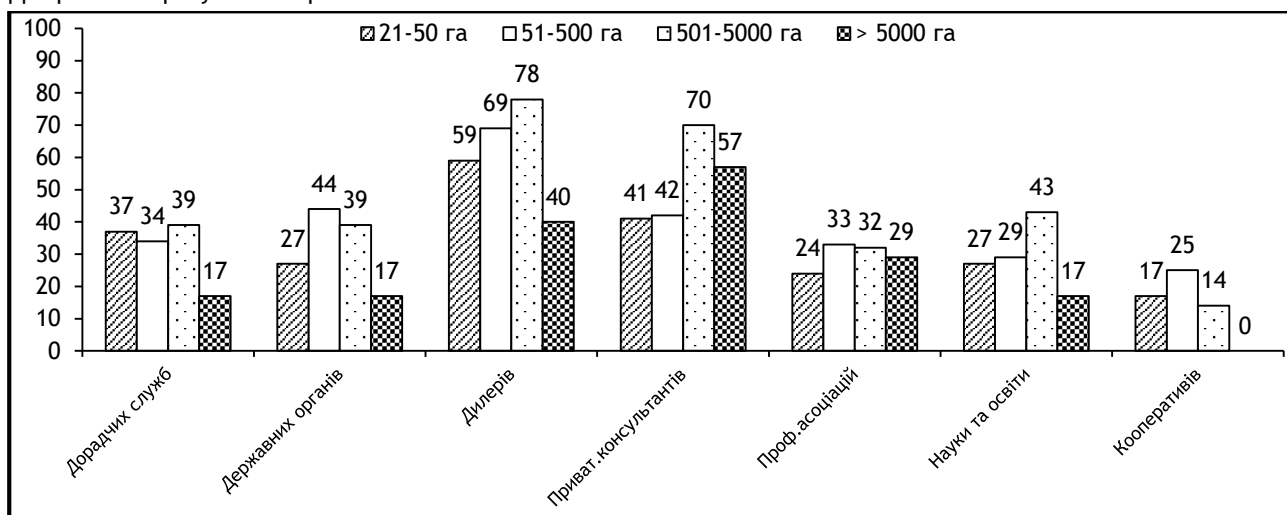


Рис. 11. Розподіл вибірки щодо переваг у зверненнях за консультаційними послугами по групах товаровиробників

Джерело: Розрахунки авторів.

При цьому неочікувано високою виявилася роль приватних консультантів. Загалом 52% опитуваних вказали саме на них як джерело консультацій та інформації. Тобто це в черговий раз свідчить про український низький рівень розвиненості мережі дорадчих служб, низьку інституційну та організаційну здатність науково-дослідних установ та освітніх закладів. Лише 33% з опитуваних вказали, що звертаються до науково-освітніх закладів за консультаціями.

За аналізом потреб агровиробників за видами консультаційних послуг 70% опитаних

представників агровиробників підтвердили необхідність консультацій з технологічних питань (рис. 12). На другому місці за затребуваністю послуги з юридичних питань і управління, маркетингу й бізнес-планування - відповідно 65 та 64%. Про необхідність консультацій з питань бухгалтерського обліку й оподаткування зазначили 56% опитуваних. І неочікувано високими також виявилися інтерес і необхідність у послугах щодо екологічних питань та органічного виробництва. Фактично 56% з числа опитуваних вказали, що їх цікавить цей напрям.

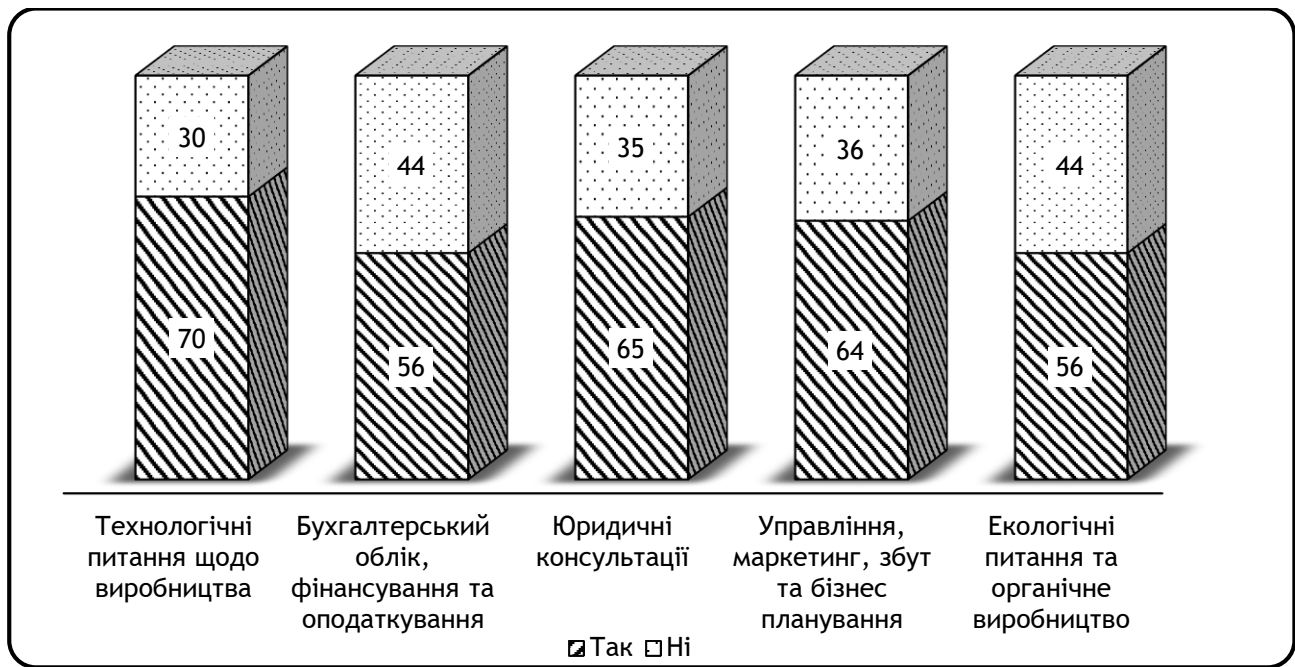


Рис. 12. Розподіл вибірки щодо потреб за видами консультаційних послуг

Джерело: Розрахунки авторів.

Досить непрогнозовані результати опитування одержали щодо готовності агровиробників до оплати за консультаційні послуги (рис. 13). Вони неочікувані, адже в Україні відсутня усталена практика користування як дорадчими, так і комерційними консультаційними послугами. Наприклад, якщо найбільшу кількість послуг виробники отримують від постачальників засобів виробництва, то останні ведуть консультаційну діяльність не на комерційній основі, а закладають вартість таких послуг у вартість продукту, який реалізують. Фактично відсутні й офіційні канали супроводу агровиробників на комерційній

основі від науково-освітніх закладів та дорадчих служб. Разом із тим, зважаючи на високий рівень довіри як провайдерів консультаційних послуг саме до приватних консультантів - ці дані цілком виправдані. У багатьох випадках працівники науково-освітніх закладів, а інколи й органів державної влади і є цими приватними консультантами, але на неофіційному рівні.

Із загальної кількості опитуваних 30,2% відповіли ствердно, що готові оплачувати такі послуги, тоді як 53,2% - залежно від розміру оплати. І лише 16,5% не готові оплачувати послуги.

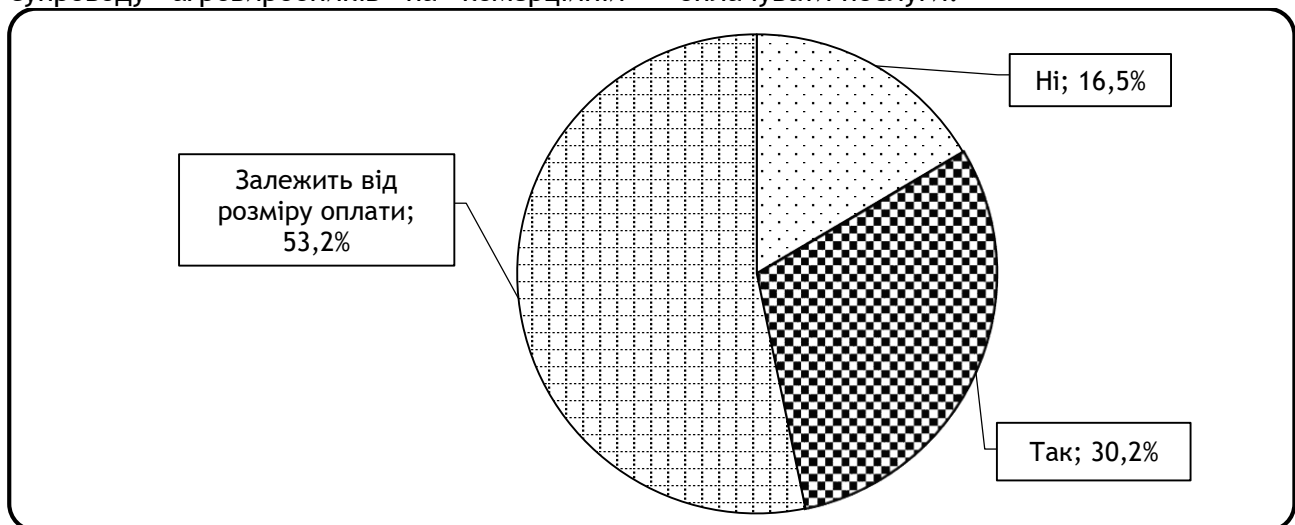


Рис. 13. Розподіл вибірки щодо готовності користуватися консультаційними послугами на платній основі

Джерело: Розрахунки авторів.

Готовність здійснити оплату за послуги за досягнутими результатами (як частка з додаткового прибутку) підтвердили 16 і 56%, проте залежно від розміру оплати. Це також

досить високий показник, адже загалом 72% вказали на можливу ймовірність роботи за такою схемою (рис. 14).

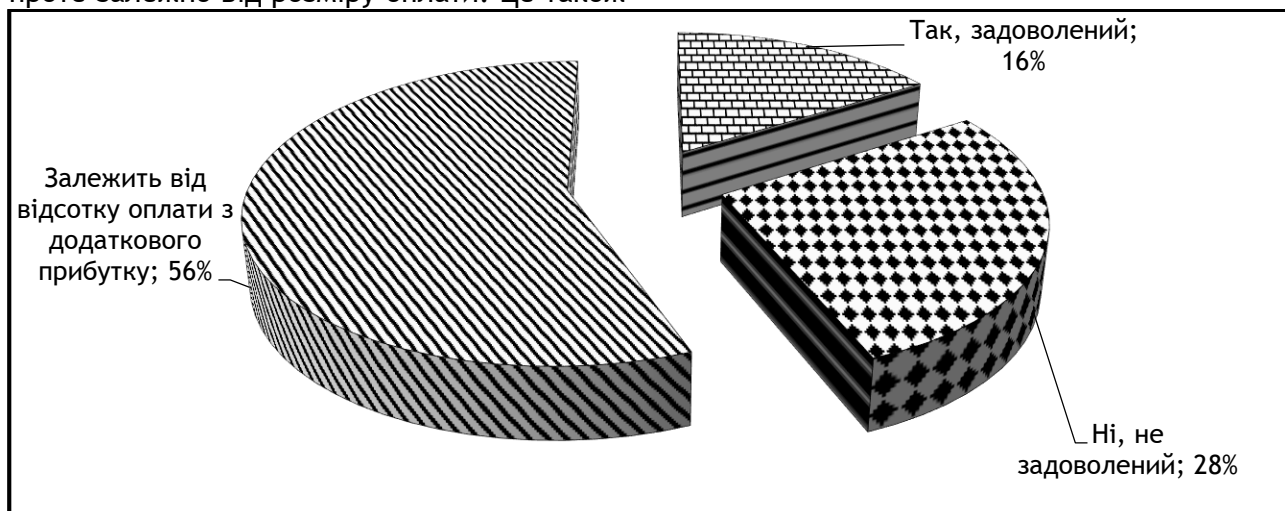


Рис. 14. Розподіл вибірки щодо готовності скористатися консультаційними послугами на платній основі відповідно до досягнутих результатів

Джерело: Розрахунки авторів.

Щодо отримання платних консультаційних послуг із використанням цифрових технологій (через інтернет, спеціалізоване програмне забезпечення, письмові консультації через е-майл, соціальні мережі, усне консультуван-

ня по скайпу тощо), то в цьому випадку відповіді респондентів розділилися на половину. Тобто 50% вказали на готовність до користування цифровими каналами комунікації, 50% – що не готові (рис. 15).

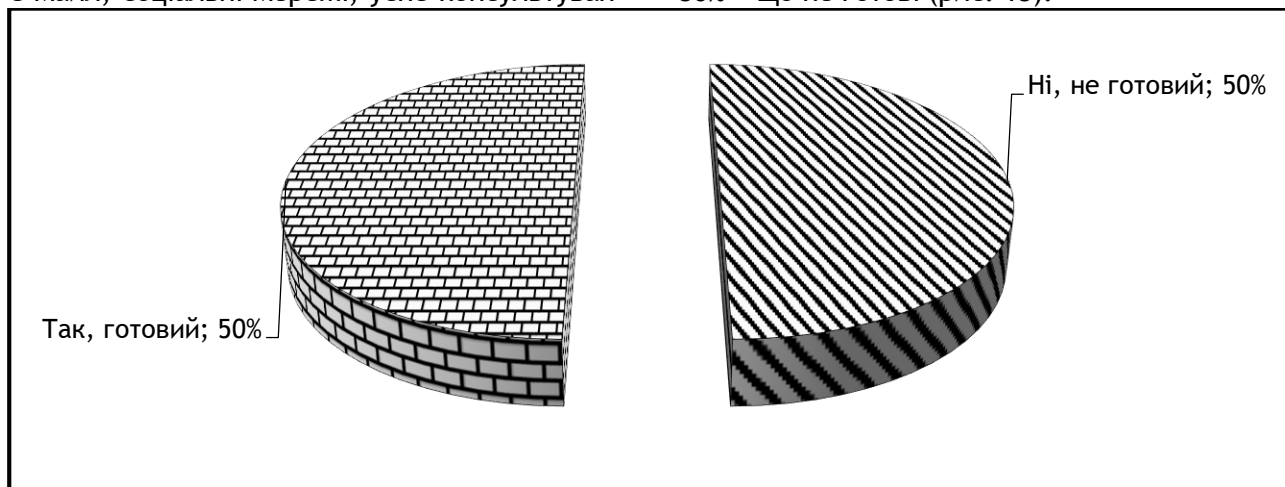


Рис. 15. Розподіл вибірки щодо готовності скористатися консультаційними послугами з використанням цифрових технологій на платній основі

Джерело: Розрахунки авторів.

При цьому основною причиною неготовності користування цифровими технологіями зазначена невіра виробників в ефективність подібного методу. Так, 70% із тих, хто

не готовий користуватися, вказали саме на цю причину. Лише 16% поскаржилися на нестачу знань і навиків, 14% – що не мають відповідного обладнання (рис. 16).

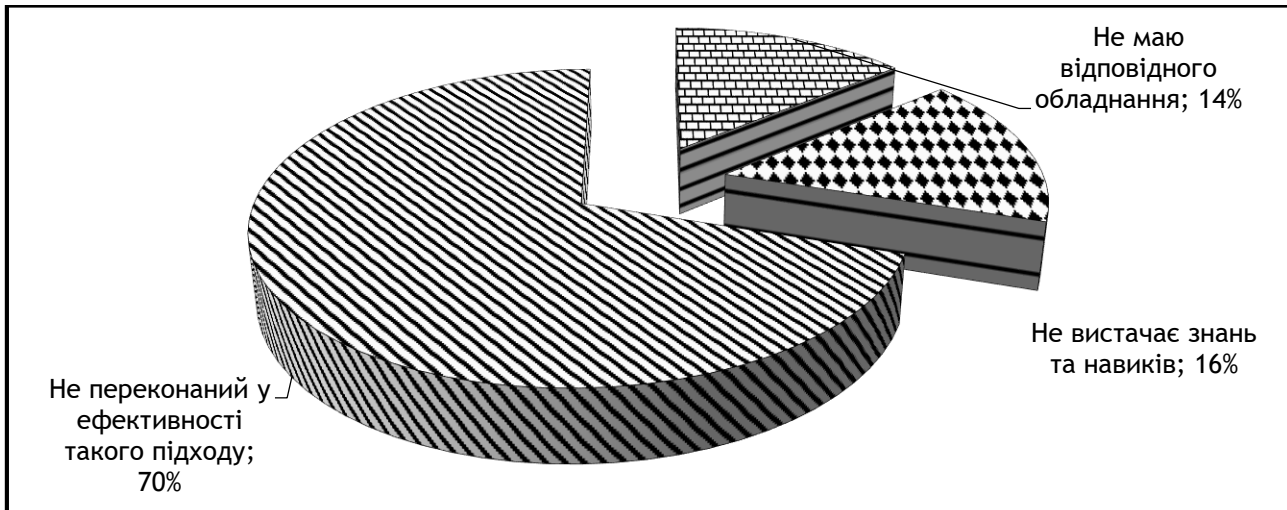


Рис. 16. Розподіл вибірки щодо причин неготовності користуватися консультаційними послугами з використанням цифрових технологій

Джерело: Розрахунки авторів.

Наведене співвідношення слугує вагомим підтвердженням важливості наочного спілкування під час консультації і таких методів інформаційного супроводу, як тренінги та демонстрації. З іншого боку, це також свідчить, що агровиборники досить обізнані з інструментами цифрового супроводу, мають відповідні навички та обладнання для широкого впровадження таких технологій.

Висновки. За узагальненням результатів опитування було сформовано наступні висновки. Потреба в консультаційних послугах та наданні інформації для агровиборників надзвичайно висока. Практично 70% агровиборників, незалежно від величини та організаційно-правової форми потребують такої підтримки. Відповідно до напрямів виробництва інформаційної підтримки потребують 86% виробників тваринницької продукції.

Основним джерелом інформації у випадку самостійного її пошуку для агровиборників слугує інтернет та соціальні мережі, а також поради колег, друзів, сусідів. Частка реальних користувачів консультаційними послугами досить висока – 59% від загальної кількості опитаних агровиборників зазначили, що звертаються до провайдерів інформаційних та консультаційних послуг.

Періодичність звернення за консультаційними послугами також висока – 50% агровиборників звертаються 5 разів і більше у рік за інформаційною чи консультаційною підтримкою. Серед причин, чому виробники не звертаються за консультаційними послугами визначено наступні: відсутність такої потреби (48% спираються на власний досвід або ж шукають інформацію самостійно),

та відсутність інформації про провайдерів або ж самих провайдерів (25% усіх агровиборників).

Якість надання консультаційних послуг висока – 79% респондентів вказали, що вони задоволені якістю вже отриманих послуг. Серед провайдерів консультаційних послуг найчастіше звертаються до постачальників засобів виробництва – 67% агровиборників відзначили їх як якісне джерело інформації. Після них за частотою звернень – 57% опитаних агровиборників, знаходяться приватні консультанти.

Серед опитаних представників агровиборників 70% вказали на необхідність консультацій з технологічних питань, далі за затребуваністю агровиборники визначили послуги з юридичних питань та управління, маркетингу й бізнес-планування – відповідно 65 і 64%.

Готовність до оплати за користування довідковими послугами досить висока – 30% опитаних відповіли ствердно, тоді як 17% відреагували негативно на таку можливість. Готовність оплати за послуги за досягнутими результатами (як частку з додаткового прибутку) підтвердили 16 і 56%, тобто вони готові здійснити оплату залежно від її розміру. На готовність отримання платних консультаційних послуг з використанням цифрових технологій вказали 50% респондентів. Агровиборники досить добре обізнані з інструментами цифрового супроводу, мають відповідні навички й обладнання для широкого впровадження таких технологій. Лише 16% вказали на нестачу знань і навиків з користування цифровими технологіями, 14%

поскаржилися на відсутність відповідного обладнання.

Дослідження доводить, що ринок консультативних та, зокрема, дорадчих послуг виглядає доволі перспективним, зважаючи на існуючий попит. Водночас тут є місце для

нових досліджень, які б стосувалися уточнення інтересів, мотивів поведінки, проблем дифузії дорадництва у сфері аграрного підприємництва та купівельної спроможності суб'єктів, що формують такий попит.

Список бібліографічних посилань

1. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу. Київ : КНЕУ, 2013. 779 с.
2. Безкровний М. Ф. Роль наукових парків на ринку дорадчих послуг. *Zbiór artykułów naukowych. Konferencji Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej "Economy. Zarządzanie. Państwo i Prawo. European Scientific Conference. Theory. Practice."* (30.07.2017-31.07.2017). Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2017. С. 8-10.
3. Джевонс В.-С. Политическая экономия : пер. под ред. и с предисл. Р. Маркович. Санкт-Петербург : Типография Т-ва «Народная польза», 1905. 120 с. /це репринтне видання 1905 р. - назва типографії вказана саме так/
4. Кальна-Дубинюк Т. П. Організація інформаційно-консультативного забезпечення сільськогосподарських підприємств : монографія. Ніжин : ПП Лисенко ММ, 2012. 363 с.
5. Коваленко Ю. С. Аграрний ринок України: організація та управління. Київ : ІАЕ УААН, 1998. 108 с.
6. Коринець Р. Я., Малік М. Й. Інформаційне забезпечення сільськогосподарської обслуговуючої кооперації в Україні. *Економіка АПК*. 2016. № 8. С. 61-70.
7. Кропивко М. Ф., Лобанов М. І. Інформаційно-консультативне обслуговування як об'єкт підприємницької діяльності. *Економіка АПК*. 2000. № 1. С. 18-27.
8. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика : пер. с 14-го англ. изд. Москва : ИНФРА-М, 2003. 972 с.
9. Менкью Н. Г. Принципы экономикс : пер. с англ. Санкт-Петербург : Питер-ком, 1999. 784 с.
10. Методологія аграрного бізнес-клімату (АБК) / Пілаєва А., Донченко О., Зассе Ф., Остапчук І. Німецько-український агрополітичний діалог. Київ, 2018. 14 с.
11. Мочерний С. Попит і пропозиція. Економічна енциклопедія : У трьох томах. Т. 2 / Редкол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. Київ : ВЦ «Академія», 2001. С. 818-820.
12. Регіони України. Статистичний збірник. Державна служба статистики України. 2018 / за ред. І. Є. Вернера, відп. за вип. М. Б. Тімоніна. Київ, 2018. Ч. I. 315 с. Ч. II. 682 с.
13. Шпичак О. М. Економіко-організаційні неузгодженості взаємовідносин у продуктових ланцюгах в умовах інфляційно-девальваційних процесів: напрями врегулювання. *Економіка АПК*. 2015. № 6. С. 85-95.
14. Эклунд К. Эффективная экономика - шведская модель : пер. со швед. Москва : Экономика. 1991. 349 с.

References

1. Andriichuk, V.H. (2013). *Ekonomika pidpriemstv ahro-promyslovoho kompleksu* [Economics of agro-industrial enterprises]. Kyiv: KNEU [In Ukrainian].
2. Bezкровnyi, M.F. (2017). *Rol naukovykh parkiv na rynku doradchych posluh* [The role of science parks in the market of advisory services]. *Zbiór artykułów naukowych. Konferencji Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej "Economy. Zarządzanie. Państwo i Prawo. European Scientific Conference. Theory. Practice."* Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour» [In Ukrainian].
3. Dzhevons, V.S. (1905). *Politieskaja ekonomija* [Political economy]. R. Markovich (Ed.). Sankt-Peterburg: Tipografija T-va «Narodnaja pol'za» [In Russian].
4. Kalna-Dubiniuk, T.P. (2012). *Orhanizatsiia informatsiino-konsultatsiinoho zabezpechennia silskohospodarskykh pidpriemstv: monohrafiia* [Organization of information and consulting support of agricultural enterprises: monograph]. Nizhyn: PP Lysenko MM [In Ukrainian].
5. Kovalenko, Yu.S. (1998). *Ahrarnyi rynek Ukrainy: orhanizatsiia ta upravlinnia* [Agrarian market of Ukraine: organization and management]. Kyiv: IAE UAAN. [In Ukrainian].
6. Korinets, R.Ya., Malik, M.Y. (2016). *Informatsiine zabezpechennia silskohospodarskoi obsluhovuiuchoi kooperatsii v Ukraini* [Information support of agricultural service cooperation in Ukraine]. *Ekonomika APK*, 8, pp. 61-70 [In Ukrainian].
7. Kropyvko, M.F., Lobanov, M.I. (2000). *Informatsiino-konsultatsiine obsluhovuvannia yak ob'iekt pidpriemnytskoi diialnosti* [Information and consulting services as an object of entrepreneurial activity]. *Ekonomika APK*, 1, pp. 18-27 [In Ukrainian].
8. Makkonell, K.R., Brju, S.L. (2003). *Jekonomiks: principy, problemy i politika* [Economics: principles, problems and policies]. Moskva: INFRA-M [In Russian].
9. Men'k'ju, N.G. (1999). *Principy jekonomiks* [Principles of Economics]. Sankt-Peterburg: Piter-kom [In Russian].
10. Pilaieva, A., Donchenko, O., Zasse, F., Ostapchuk, I. (2018). *Metodolohiia ahrarnoho biznes-klimatu (ABK)* [Methodology of agrarian business climate (ABC)]. *Nimetsko-ukrainskyi ahropolitychnyi dialoh*. Kyiv [In Ukrainian].
11. Mochernyi, S., et al. (2001). *Popyt i propozytsiia. Ekonomichna entsyklopediia: U trokh tomakh* [Supply and demand. Economic Encyclopedia: In three volumes]. Kyiv: VTs «Akademii», vol. 2, pp. 818-820 [In Ukrainian].
12. Verner, I.Ye., et al. (2018). *Rehiony Ukrainy. Statystychnyi zbirnyk* [Regions of Ukraine. Statistical collection]. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy*. Kyiv, Part I. Part II [In Ukrainian].
13. Shpychak, O.M. (2015). *Ekonomiko-orhanizatsiini neuzghodzhennosti vzaiemovidnosyn u produktovykh lantsiuhakh v umovakh inflatsiino-devalvatsiinykh protsesiv: napriamy vrehuliuвання* [Economic and institutional relations inconsistencies in the food chains under devaluation processes: guidelines and solutions]. *Ekonomika APK*, 6, pp. 85-95 [In Ukrainian].
14. Jeklund, K. (1991). *Jefferktivnaja jekonomika - shvedskaja model'* [Efficient Economy - Swedish Model]. Moskva: Jekonomika [In Russian].

Bakun Yu. O., Korinets R. Ya. Analysis of the peculiarities of the market demand of agricultural producers for advisory services in Ukraine

The purpose of the article is to analyze the peculiarities of the market demand of agricultural producers for advisory services in Ukraine

Research methods. The theoretical basis of the article was the dialectical method of cognition and systematic method for research of peculiarities of the market demand for advisory services in Ukraine. The main methods of the article were: questionnaire and comparative analysis.

Research results. The choice of producers for the questionnaire was fulfilled on two criteria: the size of the land use area and geographical location.

The four most significant groups of agricultural producers for the research were identified: large agricultural enterprises (with a land use area of 5000 ha and above), medium-sized agricultural enterprises (500 to 5000 ha), farms (50 to 500 ha) and small producers (small farms and owners of land shares - from 2 to 50 ha).

The selection of a retrospective sample of representatives of agricultural enterprises for the questionnaire have been substantiated to ensure the reliability of the research.

The peculiarities of the market demand of agricultural producers for advisory services was carried out on the basis of the questionnaire method and polling method.

Scientific novelty. The differentiated approach to the provision of advisory services have been proposed depending of peculiarities of the market demand for it by agricultural producers.

Practical significance. Differentiation of the list of advisory services and methods of their provision, depending of features of market demand for them, will promote to increase both the effectiveness of advisory services and the efficiency of economic and personal activities of agricultural producers. Tabl.: 2. Figs.: 16. Refs.: 14.

Keywords: polling; questionnaire; agricultural producers; market demand; agricultural advisory services; differentiated approach; efficiency.

Bakun Yurii Oleksiiiovych - candidate of agricultural sciences, competitor for doctoral degree of the department of economic theory, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (15, Heroiv Oborony St., Kyiv, 03041)

E-mail: y_bakun@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-5354-1033>

Korinets Roman Yaroslavovych - candidate of economic science, Honorary President of the National Association of the Agricultural Advisory Services of Ukraine (10, Heroiv Oborony St., Kyiv, 03127)

E-mail: rkorinets@gmail.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0003-4243-6745>

Бакун Ю. А., Коринець Р. Я. Аналіз особливостей ринкового попиту сільськогосподарських товаропроизводителів на консультаційні послуги в Україні

Цель статьи - проанализировать особенности рыночного спроса сельскохозяйственных товаропроизводителей на консультационные услуги в Украине.

Методика исследования. В качестве теоретического базиса исследования послужили методы: диалектический метод познания и системный по изучению особенностей рыночного спроса на сельскохозяйственные консультационные услуги в Украине. Основными методами стали: анкетирование и сравнительный анализ.

Результаты исследования. Выбор товаропроизводителей для опроса осуществлялся по двум критериям: размер площади землекористовання и географическое размещение. Выделены четыре наиболее характерные для исследования группы сельскохозяйственных товаропроизводителей: крупные агропредприятия (с банком землі від 5000 га и выше), средние агропредприятия (от 500 до 5000 га), фермерские хозяйства (от 50 до 500 га) и мелкие производители (фермерские хозяйства и собственники земельных паев (от 2 до 50 га). Для обеспечения достоверности исследования обосновано выделение ретроспективной для опроса выборки представителей сельскохозяйственных предприятий. На основе методов анкетирования и опроса осуществлено изучение особенностей рыночного спроса сельскохозяйственных товаропроизводителей на консультационные услуги.

Элементы научной новизны. Предложено использование дифференцированного подхода к оказанию консультационных услуг в зависимости от особенностей рыночного спроса на них сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Практическая значимость. Дифференцирование перечня консультативных услуг и способов их предоставления, в зависимости от особенностей рыночного спроса на них, будет способствовать как повышению эффективности реализации услуг, так и эффективности хозяйственной и личной деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей. Табл.: 2. Илл.: 16. Библиогр.: 14.

Ключевые слова: опрос; анкетирование; сельскохозяйственные товаропроизводители; рыночный спрос; сельскохозяйственные консультационные услуги; дифференцированный подход; эффективность.

Бакун Юрий Алексеевич - кандидат сельскохозяйственных наук, докторант кафедры экономической теории, Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины (03041, г. Киев, ул. Героев Обороны, 15)

E-mail: y_bakun@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-5354-1033>

Коринець Роман Ярославович - кандидат экономических наук, почетный президент Национальной ассоциации сельскохозяйственных консультационных служб Украины (03127, г. Киев, ул. Героев Обороны, 10)

E-mail: rkorinets@gmail.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0003-4243-6745>

Стаття надійшла до редакції 25.08.2020 р.

Фахове рецензування: 04.09.2020 р.

Бібліографічний опис для цитування:

Бакун Ю. О., Коринець Р. Я. Аналіз особливостей ринкового попиту сільськогосподарських товаровиробників на дорадчі послуги в Україні. *Економіка АПК*. 2020. № 9. С. 72 – 85. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202009072>

Bakun, Yu.O. & Korinets, R.Ya. (2020). Analiz osoblyvostei rynkovoho popytu silskohospodarskykh tovarovyrobnykiv na doradchi posluhy v Ukraini [Analysis of the peculiarities of the market demand of agricultural producers for advisory services in Ukraine]. *Ekonomika APK*, 9, pp. 72 – 85 [In Ukrainian]. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202009072>

*