

В. А. Чеботарьов,
кандидат економічних наук,
Н. М. Чеботарьова,
кандидат економічних наук,
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка
Тереса Краковська,
Керівник Проекту Міністерства іноземних справ
Республіки Польща № 1024/2008/AD
Антоній Гайдайчук,
Керівник Поморського осередку дорадництва в Гданську (Польща)

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА В АГРОПРОМИСЛОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ НОВИХ КРАЇН — ЧЛЕНІВ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ¹

Постановка проблеми. Помірний характер та недостатній соціально-економічний ефект переходу до господарювання на ринкових засадах в агропромисловій сфері України, як і взагалі у межах її єдиного господарчого комплексу, актуалізують значення дослідження чинників цих явищ. Опрацювання науково-теоретичних та практичних аспектів зазначеної проблематики дає підстави стверджувати, що однією з головних їх причин постає недосконалість маркетингового середовища. Тому необхідним та доцільним є аналіз досвіду його формування в агропромисловому виробництві тих постсоціалістичних країн, які вже досягли значних успіхів у цьому відношенні саме в ході вступу до Європейського Союзу (ЄС).

Аналіз досліджень та публікацій за проблемою. Розгляд зазначених питань певною мірою вже знайшов відображення у працях Г. Петера, А. Шандора та Ч. Чаки (Угорщина); В. Кароля та Б. Малгожати (Польща); В.І. Власова, Ю.Е. Губені, Т.О. Зінчука, Р.П. Саблука (Україна). Разом з тим, учені всіх країн цілком обґрунтовано вказують, що це лише початок системних досліджень. Інтеграційні процеси цілком природно несуть в собі і позитивні, і негативні складові, тому Україна має всебічно враховувати досвід попередників, щоб максимізувати перші й мінімізувати другі.

Метою статті є розкриття змісту, складових та еволюції становлення маркетингового середовища в агропромисловому виробництві нових членів ЄС з метою розробки більш досконалих напрямів його формування в АПК України.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Опрацювання адекватних заходів удосконалення маркетингового середовища передбачає аналіз та всебічне врахування досвіду всіх постсоціалістичних країн. Однак, найбільш корисним буде досвід Польщі, оскільки вона з порівняно високим соціально-економічним ефектом пройшла період трансформаційних ринкових перетворень, і за своїм природним та ресурсним потенціалом, а також інституціональним станом є найближчою до умов України.

Маркетингове середовище в сучасній науці й практиці господарювання класифікується як головна складова архітектури маркетингу, яка, у свою чергу, «вибудовується» під впливом сукупності чинників. Серед них найбільш важливими є:

— інституціональне забезпечення маркетингової діяльності;

— механізми регулювання виробничо-комерційної діяльності суб'єктів господарювання;

— інфраструктура ринкової економіки [1; 2; 3].

Початком здійснення трансформаційних процесів в постсоціалістичних країнах Центральної та Східної Європи (ЦСЄ) стало формування в них відповідного інституціонального середовища. Розв'язанню цього завдання були присвячені перші дві Програми — Poland-Hungary: Assistance for the Reconstruction of the Economy (PHARE) та Instrument for Structural Policies for Pre-accession (ISPA) *

За своїм змістом PHARE (1990 — 2003) охоп-

¹ Узагальнення досвіду соціально-економічних перетворень в аграрно-споживчій сфері постсоціалістичних країн українськими співавторами статті було здійснено в рамках Проєктів Міністерства іноземних справ Республіки Польща № 33/2006/A та № 1024/2008/AD у 2006 та 2008 рр.

² В українській економічній літературі достатньо повною мірою висвітлено зміст Програм Євросоюзу та завдання відповідних Інституцій щодо забезпечення трансформаційних перетворень в агро-промисловій сфері постсоціалістичних країн [4; 5; 6; 7], тому вважаємо недоцільним розкриття зазначених аспектів у рамках даної статті.

лювала всі сектори та сфери господарчого комплексу держав — потенційних кандидатів до вступу у ЄС. Вона була спрямована на формування множинної системи форм власності та форм господарювання, ствердження підприємництва й конкурентного середовища. ISPA (2000 — 2003 рр.) переважно орієнтувалась на підвищення рівня соціально-економічного розвитку відсталих адміністративних територій (вони в літературі країн ЦСЄ визначаються поняттям «депресивні території»). Окрім цього, у рамках цих Програм здійснювалася активна всеохоплююча інформаційно-роз'яснювальна робота, яка, з одного боку, розкривала сутність функціонування правового демократичного суспільства, а з іншого, якщо мова йде про агропромисловий сектор, знайомила фермерів з принципами Спільної аграрної політики Європейського Союзу (САП) та загально-економічними аспектами господарювання в її умовах.

Розуміння важливості і ЄС, і державами ЦСЄ інституціонального забезпечення для переходу до ринкових відносин підтверджують такі факти. Програма PHARE є найбільш довготерміною і масштабною за обсягами фінансування, які до цього часу були опрацьовані й уже реалізовані. У Польщі, наприклад, її бюджет складав 3,9 млрд. євро. Окремі проекти цієї Програми, профінансовані в її межах (перша-за-все — у соціальній та інформаційній сферах), реалізуються й до сьогодні. Щодо Програми ISPA, то Польща, відповідно до неї, отримала з бюджету ЄС 1,4 млрд. євро.

Інша Програма — Special Accession Programme for Agriculture and Rural Development (SAPARD) — мала принципові відмінності від вищезазначених, бо була спрямована виключно на агроспоживчу сферу країн ЦСЄ. Термін дії SAPARD 2000 — 2004 рр., стратегічна мета — достосування сільського господарства та переробної галузі до виробничо-технологічних вимог ЄС, а головними завданнями були визначені допомога фермерам у розвитку виробництва та маркетингової діяльності. За цією Програмою Польща з усіх колишніх країн соцтабору отримала найбільші фінансові ін'єкції ЄС — 1 млрд. 84 млн. євро. Зі вступом перших постсоціалістичних країн до Євросоюзу його політика по відношенню до них стає більш диференційованою. Так, відповідно до структури господарчих комплексів нових членів співтовариством були опрацьовані Програми для визначальних секторів економіки. Вони й отримали відповідну назву — «секторні операційні програми» (SPO). Щодо Польщі, то з

її семи SPO агро-продовольчої сфери стосувалися дві: «Restrukturyzacja i modernizacja sektora zwynosciowego oraz rozwoj obszarow wiejskich» — «Rolnictwo» («Сільське господарство») та «Ryboiystwo i przetwyrstwo ryb» — «Ryboiystwo» («Рибництво»)³.

У рамках нині діючого бюджету ЄС в агропродовольчій сфері Польщі діє «Program rozwoju obszarow wiejskich» (PROW) — Програма розвитку сільських районів. Показово, що за своїм терміном PROW цілком збігається з бюджетним терміном ЄС: 2007 — 2013 рр. Вражає бюджет PROW — 11 млрд. 32,7 млн. євро (це складає 16,44 % від обсягів коштів, які отримає Польща від ЄС у рамках цього терміну). Дофінансування агроспоживчої сфери з бюджету країни за цей період складе 3 млрд. 581,7 млн. євро. Окрім цього, зараз розраховуються обсяги фінансування агроспоживчої сфери у рамках виділених у грудні 2008 р. Європейською Комісією коштів на подолання сучасної глобальної економічної кризи.

Невід'ємною складовою інституціонального забезпечення маркетингового середовища в агропромисловому виробництві потенційних членів Євросоюзу було створення інституцій ринкового типу, серед них стали Агенції: сільськогосподарських ринків; земельної нерухомості; реструктуризації і модернізації сільського господарства.

Призначення цих агенцій, їхня організаційна побудова, принципи взаємовідносин з національними органами влади у всіх країнах були ідентичними. Ці агенції діють у єдиному економіко-правовому полі своїх держав, їх керівників призначають Голови урядів відповідних країн.

Маркетингову спрямованість агроспоживчого сектора потенційних членів Євросоюзу сформували переважно Агенції сільськогосподарських ринків (тому вони й створювались у першу чергу). Ці структури безпосередньо здійснювали, як роблять це й у сучасних умовах, регулюючий вплив на кон'юнктуру аграрного ринку не тільки в межах окремих країн, а й у ЄС в цілому. Завдання Агенцій земельної нерухомості полягали у створенні цивілізованого повноцінного ринку земель сільськогосподарського призначення. Ці Агенції в контексті САП запровадили прозорі механізми продажу земель колишніх радгоспів у приватну власність та заходи щодо запобігання нецільового використання сільськогосподарських земель. Агенції реструктуризації й модернізації сільського господарства перш за все здійснювали реєстрацію фер-

³ Секторні програми в науковій літературі постсоціалістичних держав визначаються вже не англійською, як попередні, а мовою кожної окремої країни.

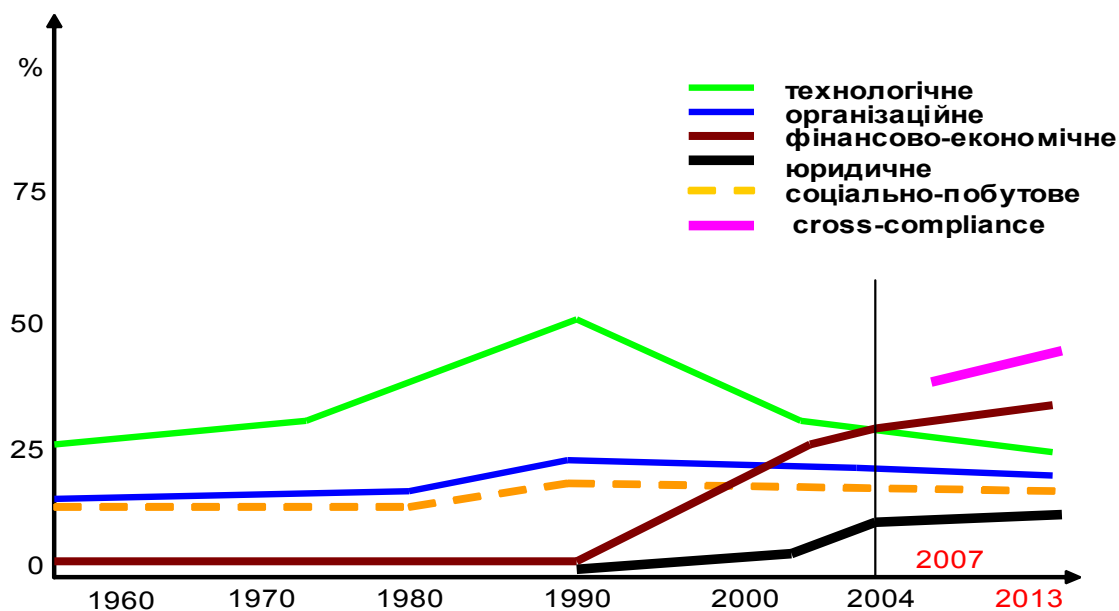


Рис. 1. Розвиток різних форм дорадництва в Польщі

мерських господарств та прийом заяв на виплату їм субсидій з коштів ЄС.

З усіх постсоціалістичних країн стосовно організаційних структур, які забезпечували впровадження ринкової економіки в агроспоживчій сфері, кардинально відрізнялася Польща. Її відмінності полягали в наявності інституту сільськогосподарського дорадництва — організації, якої, по суті, не мала жодна з постсоціалістичних країн. Це є впливова організація: вона була заснована у 1952 р. Необхідно зазначити унікальність цієї структури для аграрного сектору всіх країн колишнього соцтабору: наявність у минулому в Польщі до 80% господарств недержавної форми власності, а також менший тиск комуністичної ідеології об'єктивно обумовлювали необхідність формування інституту дорадництва. Він був створений (багато в чому на зразок дорадницьких служб розвинених західних країн) і доволі успішно функціонував ще за часів адміністративно-командної системи господарювання.

Узагальнення наукових розробок польських учених і фахівців, безпосередній практичний досвід та аналіз нормативно-правової бази дозволяють авторам таким чином відобразити еволюцію дорадництва в Польщі (рис. 1).

Іншою системоформуючою складовою ринкового середовища агро-споживчого ринку в постсоціалістичних країнах стало впровадження інструментарію регулювання господарчої діяльності суб'єктів цього ринку.

У постсоціалістичних країнах впровадження механізмів САП здійснювалося поступово: з урахуван-

ням і конкретної соціально-економічної ситуації, і еволюції самої САП. Щодо Польщі, то на системній основі такі механізми стали застосовуватися з 1996 р., а особливо — з 1999 р.

У сучасних умовах, згідно з чинним бюджетом ЄС на 2007 — 2013 рр. загальна кількість даних механізмів складає 51 позицію, які охоплюють більш як 20 груп найменувань сільськогосподарської продукції і товарів її переробки. Вони включають:

- інтервенційні закупки та продажі сільськогосподарської продукції;
- адміністративне квотування виробництва окремих видів продукції;
- адміністративне регулювання зовнішньої торгівлі, а також доплат до експортної ціни окремих видів сільськогосподарської продукції;
- доплати за зберігання продукції;
- доплати за переробку продукції.

Саме інтервенційні закупки та продажі постають як базовий структуроформуючий елемент ринкового середовища агро-продовольчої сфери, причому не тільки нових членів ЄС, а й усього співтовариства. Інші з вищезазначених механізмів значною мірою виступають як похідні від інтервенційних операцій, або як їх взаємодоповнюючими. Необхідно відмітити, що призначення інтервенційних операцій змінювалося: якщо при створенні ЄС їх завдання полягало у вирішенні продовольчої проблеми, то згодом вони стали розглядатися як механізми зняття надвиробництва сільськогосподарської продукції. Сучасна глобальна продовольча криза знову актуалізує значення продо-

вольчо-забезпечуючих аспектів, що об'єктивно обумовлює необхідність модифікації даного механізму, чим і займається ЄС з середини 2008 р.

Ще одна важлива річ. Механізмами САП встановлюється також терміни, у межах яких можуть бути здійснені інтервенційні закупівлі. Так, закупки збіжжя можуть здійснюватися лише:

- з 1 серпня до 30 квітня в Італії, Іспанії, Греції і Португалії;
- з 1 грудня до 30 червня у Швеції;
- з 1 листопада до 31 травня у всіх інших країнах ЄС.

Окрім вищезазначених механізмів САП, інструментарій регулювання господарчої діяльності суб'єктів аграрного ринку включає й такі складові:

- структурну політику;
- кредитну та податкову політику;
- впровадження узагальнених для спільноти технологічних параметрів виробничої діяльності та стандартів якості.

Структурні перетворення в країнах Європейського Союзу взагалі визначаються як один з найголовніших чинників формування аграрної політики. Цей підхід цілком виправдав себе під час опрацювання та впровадження САП в старих членах співтовариства, тому його було застосовано і в постсоціалістичних країнах. Показовий факт: призначення Операційних Програм, безпосередньо спрямованих на аграрну сферу нових країн, Європейською Комісією офіційно кваліфікується як структурна допомога новим членам ЄС.

В укрупненому групуванні структурні перетворення в постсоціалістичних країнах у ході євро-інтеграційного курсу здійснювалися за такими напрямками:

- реструктуризація підприємств колишньої системи господарювання та оптимізація структури землекористування;
- модернізація виробництва та впровадження природоохоронних технологій.

У Польщі за першим напрямом згідно з ініціативою тодішнього міністра сільського господарства Г. Яновського з 1992 р. почалася приватизація сільськогосподарських угідь та майна колишніх радгоспів. На 1.01.2008 р. з 19069 га угідь 96,1% є об'єктами приватної власності. Зі вступом до ЄС у країні різко зросла середня ціна землі: з 6,4 тис. злотих за 1 га. у 2004 р. до 11,7 тис. злотих у I кварталі 2008 р. За роки приватизації поступово збільшився розмір середньої ферми. На початок 2008 р. він складав 13 га (у цьому відношенні, як визначається експертами Європейської Комісії, певні деструктивні явища з погляду стримування середнього розміру сільськогосподарських підприємств спотворили різноманітні виплати, які стимулювали подрибнення ферм: уже за умов придбання одного гектару

сільськогосподарських угідь на новостворену ферму починають спрямовуватися субсидії ЄС; за умов чисто юридичного відокремлення господарства дружини або дітей як самостійної ферми сплачуються додаткові субсидії — 100 тис. злотих на рік тощо).

Механізмами оптимізації структури землекористування в сучасних умовах виступають перш за все додаткові субсидії на 1 гектар з прив'язкою до конкретної сільськогосподарської культури та встановлення системи квотування посівних площ під окремими культурами. Так, у 2008 р. субсидії на 1 га посівів овочів склали 220 злотих; гороху, картоплі, пшениці — 100 злотих (при умові вирощування цих культур на насіння субсидії зростають до 500 злотих). Натомість політика скорочення посівних площ під цукровий буряк впроваджується через доплати на тонну невикористаного цукру: з 730 євро в компанію 2006 — 2007 рр. до 520 євро у 2009 — 2010 рр. Заходом запобігання надмірного «захоплення» енергетичними культурами є встановлення квот на обсяги посівних площ під ними. Наприклад, максимально можлива площа, яка може бути відведена під ріпак в ЄС складає 6,3 млн. га. З них максимальна площа під цією культурою у Польщі може досягати 1,1 млн. га.

Модернізація аграрно-промислового виробництва в постсоціалістичних країнах переважно була проведена в рамках реалізації SAPARD. Щодо Польщі, то більш як мільярдний бюджет цієї Програми дозволив їй в основному привести сільське господарство та переробну галузь до технічного рівня «старих» країн Євросоюзу. Придбання нових тракторів, комбайнів, сівалок, зернохвищ, теплиць тощо за Програмою SAPARD на 50 % фінансувалося з бюджету ЄС. Решту — фермери сплачували через отримання дуже вигідних кредитів. Програми SPO та як свої першочергові окремо зафіксовані завдання також мали надання фермерам істотної цільової фінансової допомоги у здійсненні модернізації їхніх господарств.

Особлива увага в постсоціалістичних країнах у процесі їх приєднання до Євросоюзу стала приділятися впровадженню агроекологічного виробництва. Загальне посилення Європейським Союзом вимог до якості сільськогосподарської продукції та охорони навколишнього середовища стосується й принципів реалізації САП у контексті структурних перетворень. У рамках PROW був опрацьований спеціальний План — Cross Compliance, стратегічна мета якого полягає у формуванні менталітету фермера не тільки як виробника сільськогосподарської продукції, а й як охоронця довкілля. Для «старих» країн ЄС вже з 2005 — 2006 господарчого року обсяги кредитів, субсидій та різноманітних доплат безпосередньо пов'язуються зі станом навколишнього середовища. Для «нових»

членів подібні заходи опрацьовувалися протягом 2007—2008 рр. У Польщі, наприклад, за умов ведення агроекологічного виробництва фермер додатково отримує 100 злотих на 1 га. Отримувачів таких субсидій у 2008 р. у країні налічувалося більш як 50 тис. Але все ж таки у відношенні дотримання стандартів щодо охорони довкілля в постсоціалістичних країнах вимоги були більш лояльними. З 1.01.2009 р. принципи Cross Compliance стали загальними для всіх країн ЄС.

Кредитна політика в рамках САП у Польщі почала застосовуватися з 1997 р. Її сутнісні риси — низька платність кредиту (як правило, на рівні 1—1,25 %) та довготривалість (у межах 10—15 рр.). Примітна річ: у 1997 р. обсяг кредитів в аграрну сферу (41 млн. зл.) був значно нижчим, наприклад, ніж видатки на зберігання продукції (200 млн. зл.) й тим більше — на інтервенційні закупки (1215 млн. зл.). Натомість якщо після 1997 р. видатки за останніми двома механізмами в цілому мали спадний характер (особливо з 2003 р.), то видатки на сплату кредитів (за виключенням 2001—2003 рр.) стрімко зростали.

Податкова політика у межах САП теж відрізняється прозорістю та стимулюючим характером. У сучасних умовах податок сільгоспвиробників безпосередньо прив'язується до площі ґрунтів: сплачується з кожного гектару в розмірі середньої вартості за рік ціни 2,5 тон жита (близько 40 євро). Для щойно заснованих господарств застосовуються пільги: до 5 років ставка податку складає 0 %, до 8 років — 50 %.

Стосовно заключного чиннику формування маркетингового середовища аграрно-споживчої сфери, інфраструктури ринку, необхідно відмітити наступне. Створення інститутів ринкової інфраструктури в постсоціалістичних країнах, які вже стали членами ЄС, супроводжувалося наявністю неоднозначних різночасних явищ та тенденцій.

На відміну від всіх країн колишнього соцтабору Польща мала певні стартові переваги також і в цьому відношенні. Знов таки, наявність альтернативних до державної форм господарювання призвела до появи ринково орієнтованих елементів інфраструктури ще за часів соціалістичної системи. У першу чергу це стосується інституту оптових ринків, який у тих чи інших формах почав створюватися ще у 60-х рр. минулого століття.

На сьогодні «оптові аграрні ринки» (саме така їх офіційна назва) функціонують у п'яти містах країни: Варшаві, Лодзі, Познані, Гданську, Любелю. За своїм призначенням вони не є комерційними підприємствами. Їхнє завдання — формування пропозиції та створення умов торговельної діяльності для виробників та посередників.

Найбільшими обсягами товарообігу, досконалістю

комерційної діяльності (порівняно з іншими), а також особливо модерною будівлею відрізняється Оптовий аграрний ринок у м. Гданську. Він розпочав свою діяльність у 1999 р., був побудований за 11 місяців; займає площу в 17 гектарів; складається з 5 торговельних павільйонів; кількість офісних працівників — 10 осіб; акціонерний капітал — 21357000 зл.). Головним акціонером цього ринку є банк Мілленіум (це колишній польський банк, який у подальшому став контролюватися португальським капіталом): йому належить 38,39 % акцій, що забезпечує банку 42,92 % голосів.

Слід зазначити, що за визнанням польських науковців-маркетологів, як, до речі, і керівників цих установ, у сучасних умовах їхні оптові ринки ще не працюють як це повинні робити. Є підстави стверджувати, що зараз оптові аграрні ринки Польщі є своєрідним симбіозом оптового складу-бази, ярмаркової площі та біржі. Навіть у державних законодавчих актах, що регламентують діяльність бірж та в установчих документах цих підприємств доволі часто використовується термін «оптові аграрні ринки». Тому цілком логічно, що механізм діяльності аграрних ринків багато в чому близький до механізму бірж. Перша з них була заснована в 1993 р. в Познані. Вона з польських бірж є найбільш розвиненою та авторитетною: лише на ній з 2009 р. запроваджуються форвардні та ф'ючерсні контракти, при чому на рівні Чикагської аграрної біржі. В агро-продовольчій сфері країни налічується 19 бірж: за 2006—2008 рр. кількість аграрних бірж збільшилася практично вдвічі.

Однак у постсоціалістичних країнах біржовий аграрний ринок ще не отримав суттєвого поширення (не є в цьому відношенні виключенням і Польща). Загальний обсяг біржового обігу продовольчих товарів та сільськогосподарської сировини за останні 3 роки не перевищував 7—10 %.

У цілому ж зазначимо, що в сучасних умовах у більшості постсоціалістичних країн, як і зокрема в Польщі, ведеться активна діяльність стосовно удосконалення інфраструктури ринку: опрацьовуються законодавчі аспекти посилення ринкового змісту в діяльності оптових ринків та бірж, оптимізуються схеми розподілу їх діяльності, сформовані основи повноцінного функціонування структур страхування підприємницької діяльності суб'єктів аграрно-споживчого ринку. Разом з тим, не підтвердили своєї актуальності торгові дома, а тому й не планується їхнє «реанімування». Незатребуваними з'ясувалися також і кредитні союзи.

Висновки. Підсумовуючи розгляд проблем формування маркетингового середовища в агро-промисловому виробництві нових країн — членів ЄС, підкреслимо, що значною мірою саме ця сфера стала своє-

рідним каталізатором становлення цивілізованих відносин не тільки в межах агро-споживчого сектору, а й національного ринку в цих країнах взагалі. Сучасна глобальна продовольча криза не тільки ще більше актуалізує значення цих питань для України, але потенційно посилює її конкурентні переваги на зовнішніх світових ринках. Однак для втілення цих переваг необхідним є повноцінна дійова реалізація державою своїх економічних функцій.

Література

1. Гэбэй Дж. Маркетинг: новые возможности / Дж. Гэбэй. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2002. 2. Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга / Д. Джоббер. — М.: Изд. дом «Вильямс», 2000. 3. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я / Ф. Котлер. — Спб : Изд. дом «Нева», 2003. 4. Власов В. І. Особливості підготовчого періоду вступу Республіки Польща до ЄС / В. І. Власов, О. О. Гуцаленко // Економіка АПК. — 2006. — № 7. — С. 153 — 157. 5. Губені Ю. Е. Розвиток системи регулювання аграрного ринку в Чеській Республіці: організаційний та фінансовий аспекти // Економіка АПК. — 2007. — № 5. — С. 66 — 72. 6. Чеботарьов В. А. Перший досвід структурних реформ у агропромисловому виробництві постсоціалістичних країн у контексті їх вступу до Європейського Союзу (на прикладі Польщі) / В. А. Чеботарьов // Економіка АПК. — 2007. — № 2. — С. 134 — 140. 7. Чеботарьов В. А. Інноваційне забезпечення євро інтеграційного курсу агропромислового виробництва Польщі / В. А. Чеботарьов // Економіка АПК. — 2007. — № 6. — С. 120 — 126.

Чеботарьов В. А., Чеботарьова Н. М., Т. Краковська, А. Гайдайчук. Формування маркетинго-

вого середовища в агропромисловому виробництві нових країн — членів Європейського Союзу

У статті досліджуються складові маркетингового середовища в агро-продовольчій сфері постсоціалістичних країн-членів Євросоюзу: інституціональне забезпечення маркетингової діяльності, регулювання виробничо-комерційної діяльності суб'єктів господарювання та утворення інфраструктури ринку.

Ключові слова: маркетингове середовище, агропромислове виробництво, Євросоюз.

Чеботарев В. А., Чеботарева Н. Н., Т. Краковська, А. Гайдайчук. Формирование маркетинговой среды в агропромышленном производстве новых стран — членов Европейского Союза

Исследуются составляющие маркетинговой среды в агропродовольственной сфере постсоциалистических стран-членов Евросоюза: институциональное обеспечение маркетинга, регулирование производственно-коммерческой деятельности субъектов хозяйствования и создание инфраструктуры рынка.

Ключевые слова: маркетинговая среда, агропромышленное производство, Евросоюз.

Chebotarjev W. A., Chebotarjeva N. N., Teresa Krakovska, Antoni Gaydaychuk. The constituents of marketing environment in the agro-food sphere of post socialistic countries — members of European Union

Institutional implementation of marketing activity, production-commercial mutual relations' managing of mintage subjects and creation of market infrastructure.

Key words: marketing environment, agroindustrial production, European Union.