

РОЗДІЛ 1

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

I МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.9:338.43

Ціхановська В. М.
Логоша Р. В.

Вінницький національний аграрний університет

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВИХ АГРАРНИХ РИНКІВ

У статті проведено маркетингове дослідження сучасного розвитку світових аграрних ринків. Досліджено сучасну товарну структуру світового експорту та імпорту продукції АПК. Визначено і проаналізовано сучасні тенденції розвитку світових аграрних ринків. Проведено оцінку діяльності держави в розвитку експортних відносин у зарубіжних країнах світу. Визначено напрями розвитку світових аграрних ринків на найближчу перспективу.

Ключові слова: аграрний ринок, продукція агропромислового комплексу, експорт, імпорт.

Постановка проблеми. Ефективний розвиток вітчизняного АПК є пріоритетним напрямом розвитку національної економіки України. Проблеми розвитку ринку аграрної продукції перебувають у центрі уваги як науковців, так і політичних сил, особливо зі зростанням цін на продовольство в умовах вільного ринкового ціноутворення на нього. Зміни в торговельній політиці зарубіжних країн світу впливають на торговельні відносини і на розвиток вітчизняного і світових аграрних ринків.

У зарубіжних країнах маркетингові дослідження світових аграрних ринків давно набули популярності, а їх результати успішно використовують у господарській діяльності підприємств АПК. У сучасних умовах глобалізації розвинуті країни світу мають практично необмежені можливості для стимулювання свого експорту та імпорту потрібної їм сировини і деяких готових виробів, тому перед вітчизняними виробниками аграрної продукції постає потреба ефективнішого використання принципів міжнародної маркетингової діяльності для підвищення рівня конкурентоспроможності на світових аграрних ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання маркетингових досліджень аграрних ринків висвітлено у працях вітчизняних учених-аграрників В.Г. Андрійчука, В.І. Бойка, Г.М. Калетніка, М.Я. Месель-Веселяка, О.В. Мороза, П.Т. Саблука, О.Г. Шпикуляка, А.А. Шпичака. Прикладним аспектам маркетингового аналізу світових ринків аграрної продукції присвячено праці В.В. Власова, В.І. Губенка, М.Я. Дем'яненка, С.М. Кваши, В.П. Саблука, Б.К. Супіханова, Б.Й. Пасхавера, В.В. Юрчишина та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Важливим завданням в умовах глобально-трансформаційних змін є змістовне проведення маркетингових досліджень світових аграрних ринків і визначення місця України на них.

Мета статті полягає у проведенні маркетингових досліджень світових аграрних ринків та вивченні структури світового експорту та імпорту продукції АПК.

Виклад основного матеріалу дослідження. На даному етапі світова економіка характеризується подальшим поглибленням глобалізаційних процесів. Те ж саме можна сказати і про сільське господарство, яке є її невід'ємною частиною. Осо-

бливо слід відзначити встановлення й укріплення тенденції, за якою одні країни є провідними виробниками, а отже, і постачальниками аграрної продукції, тоді як інші є її споживачами і, відповідно, імпортерами. За таких умов для України вкрай важливо визначити своє місце та пріоритетні завдання на світовому аграрному ринку. Для цього необхідно проаналізувати можливості вітчизняного сільського господарства з погляду його конкурентоздатності на світовому ринку. На підставі такого дослідження можна дати рекомендації для проведення власної зовнішньоторговельної політики, яка найбільше підходить для нашої країни.

Під час дослідження проблемних питань формування кон'юнктури світових аграрних ринків доцільно розглядати і засади розвитку сільського господарства у різних регіонах світу, враховуючи вплив комплексу природних, економічних, науково-технологічних, соціальних та інших чинників. Водночас труднощі з подоланням наслідків соціально-економічної кризи в сільському господарстві вимагають посилення та зміцнення зовнішньоторговельного складника у стратегічному розвитку аграрної економіки. У перспективі зовнішня економічна діяльність України спрямовуватиметься на подальшу інтеграцію у світове господарство, досягнення експортно-імпоротної збалансованості економіки, послідовну перебудову товарної структури експорту та імпорту, створення стабільного експортного потенціалу, запровадження сучасних форм економічної співпраці з країнами світу [1, с. 6].

Актуальність проведення маркетингового дослідження світових аграрних ринків в умовах глобалізації підвищилася внаслідок формування у світі глобальної продовольчої кризи, яку в нинішньому періоді розвитку світової економіки і конкретних можливостей задоволення потреб населення у продовольстві в багатьох районах планети неможливо подолати без постачання на світовий ринок аграрної продукції з тих країн, які мають ресурси для виробництва її над потребами свого населення, як то має Україна в галузі рослинництва.

Розвинуті країни світу широко використовують маркетингові дослідження ринків аграрної продукції. Ці країни різноманітними методами захищають аграрні підприємства від іноземної конкуренції за допомогою субсидування національного

аграрного бізнесу та використання митних тарифів і нетарифних засобів. Проте країни з перехідною економікою та країни, що розвиваються, не можуть субсидувати національні аграрні підприємства для захисту, тому що є нижчими за рівнем економічного розвитку.

Маркетингові дослідження світових аграрних ринків передбачають визначення обсягів світового виробництва аграрної продукції, обсягів експорту та імпорту, особливостей географічної та товарної структури експорту та імпорту ринків аграрної продукції.

Важливим завданням в умовах сучасних глобально-трансформаційних змін є проведення маркетингових досліджень світових аграрних ринків, що за сучасного ведення бізнесу полегшить координацію діяльності в умовах міжнародної диверсифікації, дасть змогу вносити зміни до маркетингових програм, швидко реагувати на запити ринку, знаходити оптимальні способи проникнення на міжнародні ринки та формувати власну систему показників для обґрунтування управлінських рішень [2, с. 66].

Маркетингові дослідження сучасного розвитку світових аграрних ринків здійснені за статистичними даними ФАО та ОЕСР за обсягами виробництва, експорту, імпорту, споживання аграрної продукції, а також аналітичні матеріали щодо аграрної політики та законодавства в країнах і регіонах.

Головною особливістю розвитку світового ринку в останні понад тридцять років минулого століття і на початку нинішнього є стрімке зростання обсягів торгівлі. Загальний обсяг експорту за 1970–2016 рр. зріс із 315,9 до 1 4346,1 млрд. дол. США, або у 45,4 рази. При цьому перші десять років аналізованого періоду характеризуються надто стрімким зростанням обсягів – у середньому на понад 170 млн. дол. США щорічно, або у цілому вони зросли у 6,4 рази. Протягом другого десятиліття середньорічне зростання зменшилося до 146 млн. дол. США, протягом третього і четвертого обсяги експорту зросли більше ніж у два рази – до 294 млн. дол. США, а початок третього тисячоліття, коли процеси глобалізації прискорилися, зумовив потроєння середньорічного зростання обсягів експорту – понад 1 трлн. дол. за рік. При цьому якщо за 1970–2000 рр. обсяги експорту продукції АПК зросли на 359,3 млрд. дол. США, то за 16 років поточного століття – вже на 612,2 млрд. дол. США [3].

Особливістю періоду є й те, що темпи зростання обсягів експорту країн, що розвиваються, у цілому перевищили темпи розвинутих країн – зростання відповідно у 85,6 і 36 разів, що зумовило підвищення питомої ваги цієї категорії країн у світі з 19,2% до 37,5% за зменшення питомої ваги розвинутих країн із 71,2% до 58,6%. Але слід враховувати, що чисельність населення бідних країн перевищує населення розвинутих більше ніж у 3,7 рази. Це зумовлює значну різницю в обсягах експорту на одну особу. Якщо в розвинутих країнах у 2015 р. ця величина становила понад 4 800 дол. США, то в бідних – лише близько 640 дол. США.

Другою особливістю періоду є надзвичайно стрімкий розвиток країн Азійського континенту, насамперед Східної Азії, де пануюча роль належить Китаю. Так, якщо Азія у цілому збільшила обсяги експорту в 146,6 рази, то Східна Азія – у 152,9 рази, а Китай – майже у 530 разів [3].

Третьою особливістю періоду є падіння значення таких потужних об'єднань, як ЄС-15, питома вага якого у світі зменшилася з 40,7% у 1970 р. до 30,9% у 2016 р., і NAFTA – з 19,2% до 15,1%.

Четвертою особливістю є хронічне відставання найбідніших країн світу. Природно, завдяки загальносвітовому зростанню обсягів торгівлі експорт цих країн також збільшився, але лише у 14,2 рази проти 86,1 рази по всіх бідних країнах. При цьому питома вага експорту найбідніших країн світу до світових обсягів зменшилася з 1,6% у 1970 р. всього до 0,8% у 2016 р., а в межах угруповання бідних країн ця величина відповідно змінилася з 8,2% до 1,2%.

Подібні тенденції зберігаються й у сфері імпорту товарів. Але слід зазначити деякі відмінності.

По-перше, імпорт розвинутих країн протягом усього періоду, що аналізується, перевищував їх експорт. І це перевищення має чітку тенденцію до зростання – 11,2 млрд. дол. США у 1970 р., 143,4 млрд. – у 1980 р., 381 млрд. – у 2000 р. і 912,9 млрд. дол. США у 2016 р.

По-друге, у бідних країнах абсолютно протилежна тенденція. Якщо в 1970 р. їхній імпорт, як і в розвинутих країнах, перевищував експорт (хоча й не набагато – 1,5 млрд. дол. США), то в 1980 р. експорт уже перевищив імпорт на 101,1 млрд. дол. США, у 2000 р. – на 133 млрд. і у 2016 р. – на 235,2 млрд. дол. США [3].

По-третє, найбідніші країни світу хронічно імпортують товарів більше, ніж експортують. Окрім того, якщо експорт цієї групи країн зріс за 47 років у 15,1 рази, то імпорт – у 71,5 рази.

П'ятою особливістю розвитку світової торгівлі є нарощування обсягів торгівлі послугами. При цьому якщо обсяги торгівлі товарами за 1980–2016 рр. зросли у 6,9 рази, то обсяги торгівлі послугами – у 9,1 рази.

Природно, що лівова частка в торгівлі послугами припадає на розвинуті країни – понад 70%, але існує досить чітка тенденція до поступового зростання питомої ваги країн, що розвиваються, – з 18,33% у 1980 р. до 27,8% у 2016 р.

Водночас помітна різниця між регіонами планети: зростання питомої ваги Азійських країн за незначною – країн Африки та Латинської Америки. Що стосується найбідніших країн світу, то за мізерної питомої ваги в 1980 р. – 0,61% світових обсягів через 37 років вона знизилася аж до 0,13%.

Головна різниця полягає у тому, що розвинуті країни експортують послуг більше, ніж імпортують, а бідні країни – навпаки.

Крім того, потрібно зазначити такі характерні особливості:

- серед розвинених держав виділяється потужне об'єднання європейських країн – ЄС-15;
- на противагу періоду 1950–1990 рр. намітилася тенденція до скорочення обсягів внутрішньої торгівлі між розвиненими країнами за посилення ними імпорту з бідних країн;
- простежується превалювання темпів зростання обсягів торгівлі над темпами зростання ВВП;
- експорт усе більше визначає обсяги виробництва товарів у цілому і конкретних товарів зокрема, впливаючи на розвиток виробництва в окремих регіонах і країнах світу;
- відбувається зростання відкритості економік як на регіональному рівні, так і по окремих країнах із різним рівнем розвитку.

Разом із тим намітилася тенденція до поступового скорочення торгівлі розвинутих країн між собою. Хоча обсяги торгівлі розвинутих країн між собою залишаються занадто високими для сучасних умов глобалізації світової економіки, але саме розвиток світової економіки, зокрема економіки бідних регіонів планети, примушує розвинуті кра-

їни виходити на їхні ринки. Наприклад, у 1990 р. ЄС-15 експортував 83,6% своїх товарів до розвинутих країн, включаючи 67,3% торгівлі в межах самого об'єднання. У 2016 р. ці показники змінилися до 80,2% і 65,2%. Якщо порівняти дані по всіх розвинутих країнах (без нових країн – членів ЄС), то питома вага їх внутрішнього експорту у 1990 р. становила 77,8%, а в 2016 р. знизилася до 73,9%, тобто більше ніж то відбулося в обсягах торгівлі між країнами ЄС. Зумовлено це тим, що такі потужні експортні держави, як США, Канада, Японія, Австралія, значну частину свого експорту (до 40%) спрямовували у бідні країни переважно свого регіону. При цьому всі вони скоротили питому вагу обсягів експорту до країн ЄС-15, а Канада взагалі експортувала до ЄС-15 у 2015 р. лише 6,7% її загального експорту.

Що стосується країн – нових членів ЄС, то якщо в деяких спостерігається зростання питомої ваги експорту в межах ЄС-25 (Кіпр, Мальта), то в інших восьми країнах, навпаки, питома вага знижується. Цікаво також те, що знижується питома вага експорту країн – нових членів ЄС і на ринках розвинутих країн, що свідчить про поширення географії їх експорту на регіони з бідними країнами.

Слід також зазначити наявність тенденції до посилення імпорту розвинутими країнами з бідних країн. Так, якщо країни ЄС-15 у 1990 р. імпортували з бідних країн 17,3% загального обсягу імпорту цього угруповання (внутрішній імпорт по групі розвинутих країн – 82,7%), то в 2016 р. питома вага імпорту з бідних країн зросла до 23,7%, або відповідно з 265,3 млн. до 772,5 млн. дол. США, тобто у 2,8 рази проти дворазового зростання імпорту в межах розвинутих країн.

Найбільші обсяги імпорту з країн, що розвиваються, здійснюють США та Японія, і така тенденція значно посилюється. Якщо в 1990 р. США імпортували з бідних країн 40,3% свого загального експорту, або 208,3 млн. дол. США, то в 2016 р. – вже 56,2%, або 811,1 млн. дол. США, Японія – відповідно 51,5% і 117,9 млн. дол. США та 66,1% і 302,1 млн. дол. США. Обсяги імпорту цих двох розвинутих країн зросли: США – у 2,7 рази, Японія – лише на 34,8%, тоді як імпорт із бідних країн зріс відповідно у 4,2 і у 2,9 рази.

Щодо нових членів ЄС, то за деякого зниження питомої ваги імпорту з розвинутих країн у цілому питома вага їх імпорту в межах ЄС-15 зросла достатньо помітно – з 42,6% до 47,8%.

Таким чином, на арені світової торгівлі спостерігається чітка тенденція до поступового зменшення питомої ваги торгівлі товарами і зростання торгівлі послугами.

Аналіз кон'юнктури світових ринків свідчить, що за нарощування обсягів експорту продукцією АПК із 233,7 млрд. дол. США у 1980 р. до 943,6 млрд. дол. США у 2016 р. питома вага аграрної продукції у світових обсягах експорту товарів зменшилася відповідно з 11,5% до 6,1%. При цьому якщо обсяги торгівлі продукцією АПК за 20 років (1980–2000 рр.) зросли на 187,5 млрд. дол. США, то за 16 років поточного століття – на 541,5 млрд. дол. США.

Головним експортером аграрної продукції у світі є Європейський Союз, який збільшив обсяги експорту з 1980 по 2016 р. з 88,7 до 462,5 млрд. дол. США, або в 5,2 рази проти 3,8 рази світових, довівши свою питому вагу на експортному ринку до 45,7% у 2016 р. проти 37,9% у 1980 р.

Зазначимо також, що підсилася імпортозалежність бідних країн від розвинутих (більшість

розвинутих країн залишаються найбільшими виробниками продукції АПК). Розвиток ринків показав, що випереджаючим на світовому рівні є зростання обсягів експорту продукції переробної промисловості над експортом аграрної сировини.

Аналіз географії експорту основних виробників аграрної продукції за тенденції до її поширення водночас має спрямованість на встановлення міцних зв'язків із великими імпортерами відповідних товарів. При цьому основні виробники аграрної продукції значно відрізняються між собою не тільки за обсягами експорту конкретних товарів АПК, а й географією її експорту, яка різна для різних товарів.

Моніторинг динаміки змін обсягів торгівлі на світовому та регіональному рівнях, а також по угрупованнях країн із різним рівнем економічного розвитку засвідчив такі результати:

- обсяги експорту зерна у світі зросли з 81 до 313 млн. т за збільшення його розвинутими країнами у 3,1 рази, а тими, що розвиваються, – у понад вісім разів. Основними експортоформуючими регіонами є Північна Америка, ЄС та Океанія. Останніми роками середньосвітова ціна на зерно підвищується;

- основними постачальниками картоплі є Північна Америка та Західна Європа, де обсяги ринку становлять 3,8 та 13,0 млн. т відповідно за наявності стрімкого зростання цін на цю продукцію з 51,7 дол./т у 1961 р. 74,1 дол./т у 1970 р., 184,8 – у 1980 р., 228,4 – у 1999 р. і до 256 дол./т у 2015 р.;

- стрімко нарощуються темпи експорту цукру розвинутими країнами. Якщо останні збільшили виробництво цукру у 2,3 рази, а країни, що розвиваються, – у 3,5 рази, то перші підвищили питому вагу експорту з 22,1% до 35,1%, а другі, навпаки, зменшили частку з 38,4% до 24,3%, що свідчить про значне зростання споживання цукру населенням бідних країн.

Зростання виробництва м'яса у цілому в 3,7 рази зумовило прискорене збільшення обсягів його експорту – у понад дев'ять разів.

Співставленням змін обсягів експорту окремих товарів АПК країнами з різним рівнем економічного розвитку з'ясовано, що з 24-х товарних позицій розвинутих країн на світовому ринку посилася лише вісім: свіжі та консервовані овочі, фрукти, горіхи, живі тварини на забій, безалкогольні напої, бавовна, кофе та вовна. По всіх інших видах товарів зросла питома вага країн, що розвиваються, і найбільш помітно по м'ясу – з 13,1% до 17,8%, молоку та вершках – з 4,5% до 11,5%, насінню олійних культур – з 28,1% до 41,0%, кукурудзі – з 21,2% до 31,9% та рису – з 63,7% до 74,1%.

Проведений аналіз підтвердив, що в кожному регіоні нашої планети є лідируючі країни у сфері сільськогосподарства. Як правило, вони є одночасно найбільшими виробниками та експортерами аграрної продукції. Отже, у Північній Америці – США, Канада, Мексика; у Південній Америці – Бразилія, Аргентина; у зоні Океанії – Австралія; в Африці – Єгипет, Алжир, ПАР, в Азії – Китай, Індія, Японія; в Європі (ЄС) – Великобританія, Франція, Німеччина, Італія; серед країн колишнього СРСР – Росія, Україна, Казахстан.

Незважаючи на оптимістичні результати експорту вітчизняної аграрної продукції, існують перешкоди для прискореного нарощування темпів експорту та завоювання світових аграрних ринків. Експерти виокремлюють низку факторів, що гальмують зростання

експортних поставок. Так, гібридна війна з Росією позбавила вітчизняних виробників аграрної продукції експорту не лише в РФ, що була головним імпортером цієї продукції, а й суттєвої частки ринку країн СНД через неможливість транзиту. Недостатньо дієва та вибіркова підтримка державою виробників аграрної продукції на ланцюжку створення експортної продукції породжує складності в діяльності для кінцевих експортерів та спонукає їх до залучення тіньових схем експорту.

Недосвідченість та недостатня поінформованість вітчизняних експортерів аграрної продукції не дають їм змоги достойно протистояти конкурентам в боротьбі на світових аграрних ринках, хоча у цьому плані вже намітилися суттєві зрушення.

Крім того, відсутність загальноприйнятних і загальновизначених методик поведінки на світових аграрних ринках вітчизняних експортерів аграрної продукції створює складну наукову проблему, яка знижує ефективність зовнішньоекономічної діяльності. У сучасній економічній літературі недостатньо ґрунтовних теоретико-методологічних розробок, які б розглядали напрями та інструментарій посилення ринкових позицій України на світових аграрних ринках.

Будь-яка експортна діяльність повинна спиратися на маркетингові основи і розробляти свою стратегію і тактику. На особливу увагу заслуговує ідея розроблення і втілення бренду *Made in Ukraine*. Розмови про цей бренд та його впровадження ведуться давно, але реального бачення конкретної концепції не спостерігається. Просування експортної аграрної продукції із цим брендом дало б змогу створити позитивний імідж країни як надійного партнера в торговельних стосунках. Необхідно проводити спільну роботу зацікавленого бізнесу і держави щодо розроблення та просування цього бренду, а також активізувати участь цього бренду в різних міжнародних виставках, форумах, конференціях, щоб показати споживачам, що українські товари вже є на світових ринках [4, с. 247].

Особливу роль у розвитку експортних відносин має відігравати держава, яка визначає правила гри для суб'єктів аграрного ринку і для експорту зокрема.

На сучасному етапі ринкових перетворень в Україні аграрний сектор в економіці держави є особливою галуззю, тому що його розвиток впливає на рівень і якість життя людей. На цьому етапі особливої актуальності набуває розроблення наукових положень державного регулювання аграрного виробництва відповідно до ринкових умов. У розвитку аграрного сектора особливе місце посідає саме держава, яка, своєю чергою, має проводити галузеву реформу і формувати умови для прибуткового виробництва сільськогосподарської продукції [5, с. 48].

Список використаних джерел:

1. Волкова І.М. Кон'юнктура та перспективи світових аграрних ринків : [монографія] / І.М. Волкова, О.М. Варченко, В.Є. Данкевич [та ін.] ; за ред. Т.О. Зінчук. – К. : Центр учб. літ-ри, 2013. – 672 с.
2. Ковінько О. Міжнародні ринки аграрної продукції / О. Ковінько // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2016. – № 2. – С. 65–76.
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.fao.org/faostat/ru/#data>.
4. Шумейко В.М. Маркетингові аспекти експорту аграрної продукції / В.М. Шумейко // Збірник тез доповідей X Міжн. наук.-практ. конф. «Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу (29 вересня – 1 жовтня 2016 р.)». – С. 246–247.
5. Логоша Р.В. Державне регулювання ринку овочів: стан, проблеми, шляхи вирішення / Р.В. Логоша // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. – 2016. – Вип. 17. – Ч. 2. – С. 47–50.
6. Ціхановська В.М. Фінансові аспекти державного регулювання аграрного виробництва в країнах світу / В.М. Ціхановська // Інноваційна економіка. – 2012. – № 6. – С. 58–61.

У розвинутих країнах із сильними державними інститутами, функціонують державні органи з підтримки експорту або ж ці функції покладаються на профільні органи влади та підпорядковані їм установи. На рівні держави мають бути розроблені галузеві програми стимулювання розвитку експорту на коротко- і довгострокову перспективу. У країнах ЄС механізм регулювання розвитку виробництва аграрної продукції функціонує за допомогою принципу захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції. Незважаючи на взятий курс лібералізації, рівень митно-тарифного захисту внутрішнього продовольчого ринку в країнах ЄС значно вищий, ніж вітчизняний [6, с. 58].

Особливу увагу необхідно приділяти підвищенню обізнаності у відповідних напрямках аграрного експорту, а також уміло використовувати маркетингові механізми у відстоюванні національних позицій та інтересів у рамках міжнародного співробітництва країн ЄС або міжнародних торговельних організацій. Це є невід'ємною частиною маркетингової політики комунікацій щодо просування експорту аграрної продукції й закріплення позицій на нових аграрних ринках.

Основним завданням маркетингу продукції АПК на світових аграрних ринках повинно стати підтримання і підвищення значної прибутковості для виробників аграрної продукції, а це означає, що необхідно мінімізувати посередників під час виведення продукції на міжнародні ринки. При цьому жорстка конкуренція на світових аграрних ринках вимагає беззаперечного дотримання всіх вимог щодо якості продукції, що поставляється.

Висновки. На основі проведених досліджень було виявлено загальну тенденцію до зростання обсягів виробництва аграрної продукції, кількості населення та цін, а також можливу появу нових потужних гравців на світових аграрних ринках. Це свідчить про те, що відбувається процес інтенсифікації формування глобальної продовольчої системи. Проте на світові аграрні ринки постійно впливають неконтрольовані фактори, одними з яких є зростання цін на аграрну продукцію, що спричинено неврожаєм у головних країнах-експортерах, підвищення платоспроможного попиту на продовольство великої групи країн, що розвиваються, розвиток галузі біопалива.

Протягом останніх років вітчизняний ринок аграрної продукції демонструє зростання всупереч складній політико-економічній ситуації в Україні. Проте попри певні успіхи вітчизняна галузь сільського господарства потребує постійної фінансової підтримки виробників, удосконалення передових технологій виробництва аграрної продукції, дотримання міжнародної системи якості та розширення партнерства між світовими ринками.

Цихановская В. М.

Логоша Р. В.

Винницкий национальный аграрный университет

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВЫХ АГРАРНЫХ РЫНКОВ

Резюме

В статье проведено маркетинговое исследование современного развития мировых аграрных рынков. Исследована современная товарная структура мирового экспорта и импорта продукции АПК. Определены и проанализированы современные тенденции развития мировых аграрных рынков. Проведена оценка деятельности государства в развитии экспортных отношений в зарубежных странах. Определены направления развития мировых аграрных рынков на ближайшую перспективу.

Ключевые слова: аграрный рынок, продукция агропромышленного комплекса, экспорт, импорт.

Tsihanovska V. M.

Logosha R. V.

Vinnytsya National Agrarian University

MARKETING RESEARCH OF WORLD AGRICULTURAL MARKETS

Summary

The article deals with the marketing research of modern development of world agrarian markets. The present commodity structure of world exports and imports of agricultural products is investigated. The modern tendencies of development of the world agrarian markets are determined and analyzed. An assessment of the state's activities in the development of export relations in foreign countries. The directions of development of world agrarian markets for the near future are determined.

Key words: agrarian market, products of agro-industrial complex, export, import.

УДК 339

Шолом А. С.

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина

УКРАИНА В СИСТЕМЕ МНОГОСТОРОННЕЙ ТОРГОВЛИ ГАТТ/ВТО

В статье рассматривается Украина как член системы многосторонней торговли ГАТТ/ВТО. Вступление Украины в ВТО являлось длительным процессом. Это позволило гармонизировать украинское законодательство в соответствии с международными стандартами. Однако многие институты были реформированы только формально. К тому же вступление Украины в ВТО произошло на фоне мирового кризиса. Все это привело к тому, что прогнозных показателей достичь не удалось. Тем не менее, присоединение Украины к системе многосторонней торговли стало первым этапом на пути к интеграции в западноевропейскую и мировую экономические системы.

Ключевые слова: Всемирная торговая организация (ВТО), Украина, интеграция, международная торговля, ассоциация, структура экспорта, структура импорта, региональные торговые соглашения (РТС).

Постановка проблемы. Присоединение к системе многосторонней торговли ГАТТ/ВТО стало первым этапом интеграции Украины в европейскую и мировую экономические системы. Следует отметить, что в 1993 г., на момент подачи Украиной заявки в ГАТТ – предшественницу ВТО, у государства практически отсутствовали внешнеторговые связи с членами ГАТТ, то есть высокоразвитыми странами. Однако за следующие десять лет Украине удалось значительно расширить географическую структуру внешней торговли. Вступление в ВТО и последующее подписание Соглашения об ассоциации между Украиной и Европейским Союзом призваны стать мощным стимулом к совершению структурных реформ. Обострение конкуренции между украинскими и иностранными производителями на отечественном и внешних рынках способствует перераспределению ресурсов от неэффективных устаревших производств в наукоемкие современные предприятия и отрасли. Следует отметить, что присоединение к системе многосторонней торговли ГАТТ/ВТО произошло на фоне мирового финансового кризиса, что не позволило выйти на прогнозируемые экспертами показатели

роста. Украине еще предстоит найти свое место в мировой экономике, для чего необходимо проанализировать имеющиеся достижения и неудачи.

Анализ последних исследований и публикаций. Интерес к изучению процесса интеграции Украины в западноевропейские институциональные структуры постоянно растет, поэтому в последнее время появляется все больше научных работ, целью которых является исследование их потенциала для стимулирования роста ВВП и благосостояния населения. Среди ученых, занимающихся исследованием в этом направлении, следует выделить С. Беренду, Н. Гридчину, М. Кизима, І. Матюшенко, О. Мерченко, В. Мовчан; влиянием членства в системе ГАТТ/ВТО на развитие сельскохозяйственного сектора – Н. Демьяненко, Л. Кобута, И. Кошова, И. Ус, Л. Шемаева.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Существует необходимость в комплексной характеристике Украины и ее достижений в последние годы как члена ВТО, что будет способствовать реализации внешнеэкономической стратегии Украины и ее корректировке с учетом имеющихся слабых и сильных сторон.