

ВПЛИВ МІЖНАРОДНИХ ТОВАРНИХ РИНКІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ У РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Мікуляк К. А. асистент

Миколаївський національний аграрний університет

Враховуючи ризики та виклики, які постали як перед світовою економікою, так і перед економікою України внаслідок світової рецесії та введення обмежувальних заходів задля боротьби із пандемією Covid-19, діяльність суб'єктів аграрного сектору частково призупинялася разом з обмеженнями каналів дистрибуції та експортних ринків. Попри це, зміни в торговельній політиці міжнародних товарних ринків впливають на багатосторонні або двосторонні торговельні переговори й на розвиток вітчизняного ринку аграрної продукції.

Теоретичним аспектам маркетингових досліджень ринку та його структурних елементів приділяли увагу С.Е. Амонс [1], О.П. Красняк [1]. Методичний та практичний інструментарій проведення маркетингових досліджень розглядали Т. М. Квятко [2], О. В. Мандич [2], І. О. Севідова [2], Н. М. Бабко [2] та ін. Сучасні тенденції розвитку світових ринків товарів входять до кола наукових інтересів Т.М. Мельник, М.Г. Слокви.

Недостатньо вирішеними залишаються проблеми функціонування суб'єктів аграрного сектору в умовах ринкового середовища, оскільки співпраця у міжнародній площині вимагає удосконалення законодавства щодо

забезпечення учасникам малого аграрного бізнесу права брати повноцінну участь в аграрному ринку, у тому числі міжнародному.

В умовах інтенсифікації глобалізаційних процесів перед виробниками продукції аграрного сектору постає потреба ефективного застосування принципів міжнародної маркетингової діяльності з метою ефективного та прибуткового ведення діяльності у світовій площині та швидкої адаптації до європейських вимог [3]. Разом із тим, проведення систематичних маркетингових досліджень міжнародних ринків аграрної продукції дозволяють одержувати інформацію про контрольовані та неконтрольовані фактори ринкового середовища, швидко адаптуватися до потреб та запитів міжнародних ринків, знаходити найбільш ефективні способи проникнення на міжнародні товарні ринки.

Так, ще до початку пандемії Covid-19 у світі спостерігалось посилення протекціоністських тенденцій у сфері міжнародної торгівлі, що привело до суттєвих змін традиційних виробничих ланцюгів, і вплинуло на коливання цін на товари на світових ринках [6].

У 2020 р. Україна та весь світ стикнулися із пандемією Covid-19, в результаті якої відбулося падіння економіки України з наступними глобальними шоками: несприятливою ситуацією на важливих для України сировинних ринках; закриттям товарних ринків для українських експортерів; зміною глобальних виробничих ланцюжків.

Відтак, діяльність суб'єктів аграрного сектору у ринковому середовищі мала чітку залежність від ситуації на міжнародних товарних ринках: через розірвання міжнародних ланцюгів доданої вартості посилювалися ризики постачання ресурсів; діючі обмеження можливостей збуту через квоти, тарифні та нетарифні обмеження, заборону експорту живих тварин й окремих видів м'яса до країн ЄС негативно вплинули на отримання валютних надходжень; блокування локальних та міжнародних ринків збуту унеможливлювали експортну діяльність підприємств аграрного сектору; падіння цін на світових ринках і зменшення попиту на продукцію негативно вплинули на зовнішньоторговельні операції; стандарти якості та сертифікація продукції впливали на обмеження можливостей збуту продукції малими та середніми підприємствами.

Можливість виходу на міжнародні товарні ринки вимагає підтримки та захисту вітчизняних товаровиробників, в тому числі від заходів протекціоністської політики інших країн світу шляхом попередження, лібералізації та скасування торговельних бар'єрів щодо українських товарів на зовнішніх ринках [6]. Крім того, запровадження та проведення систематичного моніторингу внутрішнього ринку, експорту й імпорту продукції аграрного сектору сприятимуть розвитку партнерських відносин на міжнародному ринку.

Органам державної влади та зацікавленим сторонам необхідно впроваджувати дієві інструменти просування експорту й полегшувати доступ підприємств до ключової сировини. Водночас в умовах погіршення кон'юнктури на зовнішніх товарних ринках, важливо стимулювати аграрне виробництво шляхом нарощування внутрішнього попиту через державні закупівлі та шляхом захисту локальних виробників.

Література:

1. Амонс С.Е., Красняк О.П. Маркетингові дослідження ринку і його структурних елементів. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. №5. 2020. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7926> (дата звернення: 17.04.2021).
2. Квятко Т.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М. та ін. Маркетингові дослідження. Навчальний посібник. Харків. *ХНТУСГ*. 2020. 165 с.
3. Ковінько О. Міжнародні ринки аграрної продукції. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2016. № 2. URL: [http://zt.knute.edu.ua/files/2016/2\(85\)/7.pdf](http://zt.knute.edu.ua/files/2016/2(85)/7.pdf) (дата звернення: 17.04.2021).
4. Сохецька А.В. Сучасні тенденції маркетингових досліджень. *Бізнес інформ*. Серія Економіка, 2020. №7. URL: http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-7_0-pages-346_352.pdf (дата звернення: 17.04.2021).
5. Сіренко Н.М., Мікуляк К.А. Інструментарій стратегічного аналізу розвитку аграрного сектору у ринковому середовищі. *Облік і фінанси*. 2020. № 3. (89). С. 107-113.
6. Програма стимулювання економіки для подолання наслідків Covid-19: «Економічне відновлення». Інформаційно-аналітичні матеріали. Додаток до Державної програми стимулювання економіки для подолання негативних наслідків, спричинених обмежувальними заходами щодо запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (Covid-19) на 2020-2022 роки. 88 с.