

УДК: 338:439.5

В. Т. Дудар – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри аграрного менеджменту і права Тернопільського національного економічного університету

Вплив глобальних змін на формування агропродовольчого ринку і маркетингових орієнтирів підприємств АПК

Роботу виконано на кафедрі аграрного менеджменту і права THEU

Розглянуто важливі глобалізаційні чинники, які впливають на формування агропродовольчого ринку України, рівень споживання населенням продуктів харчування. Обґрунтовано маркетингові стратегічні орієнтири для підприємств АПК, розвитку національного агропродовольчого ринку в умовах глобалізації.

Ключові слова: глобалізація, ринок агропродовольчої продукції, попит, пропозиція, ціна, маркетинг, конкурентоспроможність продукції.

Дудар В. Т. Влияние глобальных изменений на формирование агропродовольственного рынка и маркетинговых ориентиров предприятий АПК. Рассмотрены важные глобализационные факторы, влияющие на формирование агропродовольственного рынка Украины, уровень потребления населением продуктов питания. Обоснованы маркетинговые стратегические ориентиры для предприятий АПК, развития национального агропродовольственного рынка в условиях глобализации.

Ключевые слова: глобализация, рынок агропродовольственной продукции, спрос, предложение, цена, маркетинг, конкурентоспособность продукции.

Dudar V. T. Influence of Global Changes on Forming of Agrarian Food Market and Marketings Directions of Enterprises of AIK. Important globalization factors, which influence on forming of agro food market of Ukraine, level of consumption the population of food stuffs, are considered. Ground marketings strategic directions for the enterprises of AIK, national agro food market development in the conditions of globalization.

Key words: globalization, agrarian market, demand, supply, price, marketing, goods' competitiveness.

Постановка наукової проблеми та її значення. Процеси прискореної ринкової адаптації суб'єктів національного агропродовольчого ринку та його перебудови у напрямі підвищення конкурентоспроможності вимагають не лише впливи світових ринків, а й чинники глобалізації, зокрема вступ України до СОТ та наміри подальшої євроінтеграції. Тому характерною ознакою сучасного і особливо майбутнього розвитку агропродовольчого ринку України є глобалізація, яка може стати вагомим інструментом для реалізації чинників національних конкурентних переваг. Водночас світовий досвід показує, що лише розвинуті економіки мають позитивний ефект від відкритості національних ринків.

Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми. Дослідженню проблем формування і розвитку агропродовольчого ринку, окремих продуктових ринків, питань, пов'язаних із глобалізацією й активізацією ролі транснаціональних корпорацій, присвячені наукові праці таких вітчизняних учених: В. Андрійчука, О. Березіна, О. Білоруса, В. Власова, В. Губенка, О. Єранкіна, Ю. Коваленка, Т. Осташко, П. Саблука, В. Точиліна, О. Шубравської. В основу їх досліджень покладено питання формування аграрного ринку, цінні пропозиції щодо вдосконалення економічного механізму його функціонування в пореформений період. Проте процес становлення і розвитку повноцінного національного агропродовольчого ринку конкурентоспроможної продукції вимагає поглиблених досліджень впливу не тільки ринкових трансформацій вітчизняного аграрного сектору, а й пошуку ефективних шляхів його подальшого розвитку за нових геополітичних умов, коли дедалі відчутнішими стають наслідки впливу глобалізації.

Формулювання мети за завдань статті. Мета статті – проаналізувати вплив чинників глобалізації на формування агропродовольчого ринку України, рівень його інтеграції у світовий ринок, обґрунтувати маркетингові стратегічні орієнтири для підприємств АПК, розвитку національного агропродовольчого ринку в умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Глобалізація як логічний якісно новий еволюційний етап розвитку людства, що характеризується

розмиванням світових кордонів і перетворенням світової економіки в єдину взаємопов'язану систему, де ключовими фігурантами стають не тільки наднаціональні утворення, а й бізнесові структури транснаціонального характеру, а також взаємопроникнення і посилення взаємної залежності окремих світових економік і культур. Слід зауважити, що глобалізація за невеликий період перетворилася на обов'язкову умову розгляду будь-яких економічних, політичних, соціальних, культурних процесів у суспільстві.

Встановлено, що продовольча проблема у світі набула глобального і концентрованого характеру у зв'язку з різким зростанням цін на продовольство у більшості країн світу. За інформацією Всесвітнього банку, продукти харчування у світі упродовж трьох маркетингових років (2005–2008) подорожчали на 83 % [5]. Особливу тривогу викликає зростання цін на стратегічно важливі для продовольчої безпеки культури. Так, упродовж 2006–2008 маркетингових років ціни на такі продукти (пшениця, кукурудза, соя) на торговій біржі в Чикаго подвоїлися [6]. Як результат, усе, що виробляється на основі цих продуктів, також зросло в ціні: хліб, макарони, свинина, продукція птахівництва, яловичина, молоко тощо.

Агропромисловий комплекс України також перестає бути закритою системою і дедалі більше зазнає впливу глобальних світових явищ. Це означає, що, розробляючи стратегію розвитку національного агропродовольчого ринку чи розвитку будь-якого агроформування, неприпустимо обмежуватися аналізом тільки внутрішньоукраїнських чинників маркетингового середовища, а й обов'язково слід прогнозувати вплив на кон'юнктуру агропродовольчого ринку глобальних світових тенденцій.

Розвиток внутрішнього агропродовольчого ринку є пріоритетним не тільки з позицій забезпечення продовольчої безпеки держави, а й у контексті покращення структури вітчизняного сільськогосподарського експорту.

Логічно агропродовольчий ринок в Україні мав би формуватися під впливом економічних реформ. Проте тривалий час економічні реформи в аграрному секторі розглядалися без урахування розвитку ринків. До середини 90-х років перевага надавалася приватизації та реструктуризації господарств, а не формуванню нових ринкових можливостей і стимулів. Це послаблювало економічні мотивації і посилювало трансформаційний спад в аграрному секторі.

Головним чинником неефективного початкового етапу становлення і розвитку агропродовольчого ринку стала концептуальна нечіткість реформування аграрної сфери і несформованість аграрної політики, що об'єктивно обумовлювалося складністю трансформаційного процесу, його унікальністю в умовах відсутності відповідних історичних прецедентів [7, 128].

Потужний аграрний сектор економіки України повинен бути високоефективним і висококонкурентним, адже конкурентоспроможність аграрної продукції значною мірою визначає конкурентоспроможність України на світовому ринку. Окремі вітчизняні і зарубіжні вчені вбачають конкурентоспроможність експортованої продукції найважливішим чинником для оцінки конкурентоспроможності в цілому [4, 13; 2, 100]. З такою оцінкою слід погодитись, адже в нинішніх умовах процесу глобалізації конкурентоспроможна агропродовольча продукція має відповідати міжнародним стандартам, вимогам, які проявляються на зовнішньому ринку. Конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції і продовольства на світовому агропродовольчому ринку проаналізуємо на основі визначення частки України у світовому експорті окремих видів продукції (табл. 1).

Таблиця 1

Частка України на світовому ринку в експорті агропродовольчої продукції, 1995–2007 рр., %

Види продукції	Рік						“+” 2007; “-” до 1995
	1995	2000	2004	2005	2006	2007	
Пшениця	0,2	0,2	2,1	5,0	3,7	1,2	1,0
Жито	0,1	0,8	3,2	4,0	1,8	2,7	2,6
Ячмінь	6,5	10,0	16,1	13,6	19,0	10,7	7,1
Насіння соняшнику	2,5	21,7	11,5	1,6	6,9	10,7	8,2
Соняшникова олія	6,1	15,3	24,9	21,3	30,5	27,3	21,2
Цукор	6,0	6,6	2,1	2,8	2,6	2,9	-3,1
М'ясо ВРХ	11,0	7,9	7,6	3,7	1,1	2,5	-8,5
Вершкове масло	5,8	2,4	1,2	2,3	0,8	0,2	-5,6
Сухе знежирене молоко	2,8	2,7	8,4	6,9	3,8	1,9	-0,9
Сир твердий	0,4	0,4	1,6	2,9	1,1	1,3	0,9

Джерело: Розраховано на основі даних FAOSTAT про обсяги експорту окремих агропродовольчих товарів.

З даних таблиці 1 видно, що за 1995–2007 рр. суттєво зросла частка України у світовому експорті соняшникової олії – на 21,2 %, а також зерна, частка якого доведена в 2007 р.: з ячменю – 10,7 %; жита – 2,7 %; пшениці – 1,2 %. Належні позиції Україна займає в світовому експорті м'яса ВРХ – 2,5 та цукру – 2,9 %. Водночас за останні роки втрачені позиції у світовому експорті вершкового масла і сухого знежиреного молока. Так, частка України у світовому експорті сухого знежиреного молока скоротилася з 8,4 % у 2004 р. до 1,9 % у 2007 році.

Дослідження показують, що вітчизняний аграрний сектор недостатньо інтегрований у світовий агропродовольчий ринок. Свідченням цього є низька частка експорту у валовій продукції галузі – 12 %, а у Польщі й Угорщині цей показник дорівнює 25 %, Німеччині – понад 50 %. Основною причиною є низька конкурентоспроможність вітчизняної агропродовольчої продукції порівняно з продукцією інших країн експортерів. Встановлено, що конкурентоспроможність товарів АПК на світовому ринку має переважно ціновий характер, оскільки українські експортні ціни основних видів агропродовольчої продукції значно нижчі від світових (рис. 1).

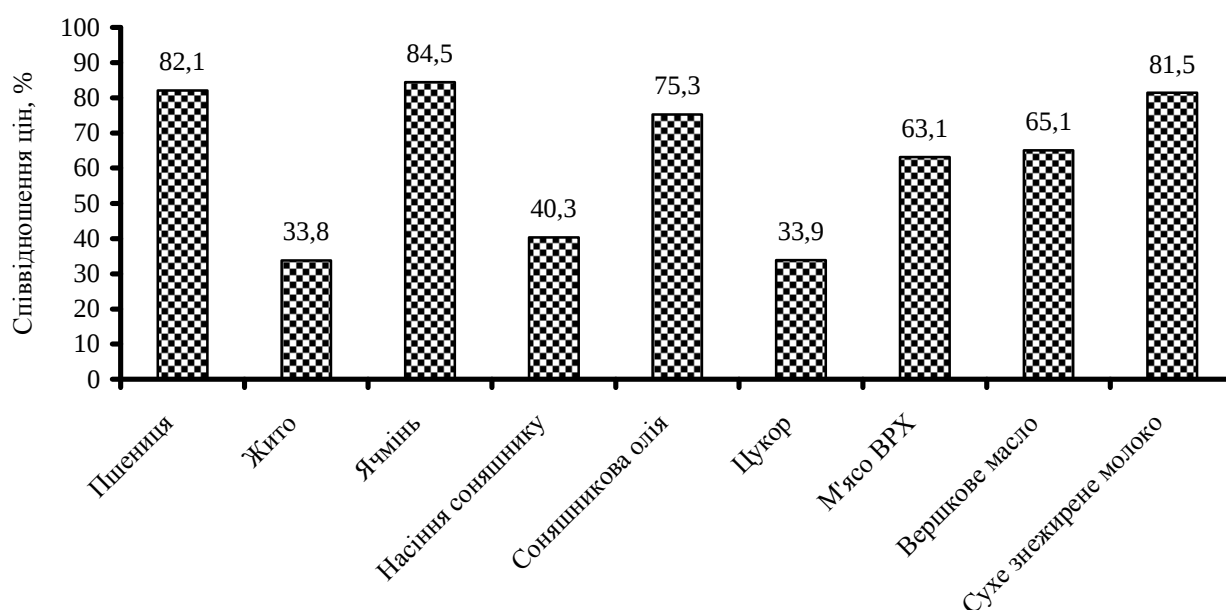


Рис. 1. Відношення експортних цін України до світових на основні агропродовольчі товари в середньому за 2005–2007 рр., %

Максимально наближеною до світової ціни є українська експортна ціна на ячмінь – 84,5 %. На окремі види агропродовольчої продукції, які переважають в українському експорті – пшениця, сухе знежирене молоко, соняшникова олія, відношення української експортної ціни до світової – в межах 82,1–75,3 %. На окремі товари українського експорту спостерігаються значні розбіжності зі світовими: українська експортна ціна на жито і цукор становить лише 33,8 і 33,9 % експортної ціни відповідно.

Основні чинники, які негативно впливають на рівень експортних цін вітчизняних агропродовольчих товарів, такі: невідповідність цих товарів міжнародним вимогам через низьку якість, непрозора діяльність комерційних структур, які займаються експортом і, формуючи гуртові товаропотоки сільськогосподарської продукції, скуповують її за заниженими цінами у сільськогосподарських товаровиробників, забезпечуючи резерв для зниження експортної ціни.

Характерно, що в зовнішньоекономічній діяльності будь-якої країни спостерігається ланцюгова реакція, при якій нарощування обсягів експорту призводить до скорочення продовольства на внутрішньому ринку, розширює можливості для імпорту товарів із зарубіжних країн за підвищеними цінами. Надходження на внутрішній агропродовольчий ринок товарів імпортного виробництва, особливо по контрабандних каналах, веде до зростання цін на продукти харчування. Обмеження обсягів національного виробництва сільськогосподарської продукції і особливо згортання вироб-

ництва продуктів тваринництва теж дає можливість розширити поставки агропродовольчих товарів із зарубіжних країн на український ринок, у зв'язку з цим посилюється залежність внутрішнього агропродовольчого ринку від зарубіжних товаровиробників.

Роль України на світових ринках сільськогосподарської продукції та продовольства має посилюватися за рахунок її переваг у територіальному поділі праці у сфері АПК. В агропромисловому комплексі України є всі умови для підвищення продовольчого товарообороту у найближчі роки з 3 млрд дол. до 5–6 млрд дол. США у 2015 році [3, 723].

Отже, дослідження засвідчують, що Україна є важливим гравцем на глобальному ринку окремих агропродовольчих товарів і слугує об'єктом пильної уваги інших світових лідерів. Конкурентоспроможність вітчизняної аграрної продукції значною мірою визначає конкурентоспроможність її як держави на світовому ринку.

Нові умови вимагають детального вивчення наслідків впливу глобалізації на маркетингові процеси в підприємствах АПК – основних суб'єктах агропродовольчого ринку України. В цьому контексті заслуговує на підтримку методологічний підхід О. Єранкіна (рис. 2) [1, 175].

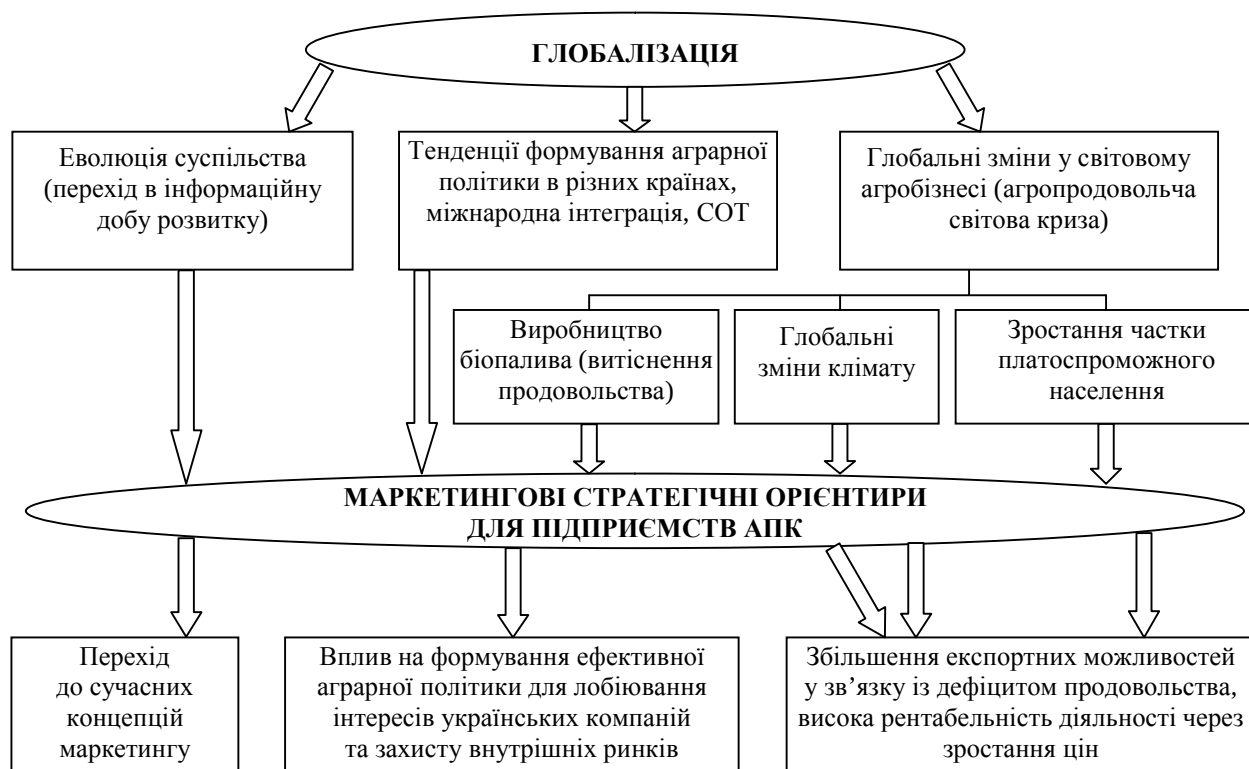


Рис. 2. Вплив глобалізаційних процесів на формування маркетингових орієнтирів підприємств АПК України [1, 175]

Наслідки та особливості впливу закономірностей глобалізації на формування маркетингових орієнтирів підприємств АПК запропоновано вивчати за трьома основними напрямками:

- через аналіз еволюційного розвитку економічної системи людства;
- шляхом оцінювання принципових зрушень у формуванні аграрної політики у провідних країнах, що експортують продовольство;
- усвідомлення глобальних змін у продовольчому питанні на планеті.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Сучасна державна аграрна політика щодо подальшого розвитку агропродовольчого ринку України в умовах глобалізації має бути спрямована насамперед на формування маркетингових стратегічних орієнтирів для підприємств АПК, для забезпечення своєї продовольчої безпеки, а також на зміцнення її позицій на світових ринках за рахунок виробництва конкурентоспроможної агропродовольчої продукції.

Література

1. Єранкін О. О. Маркетинг в АПК України в умовах глобалізації : монографія / О. О. Єранкін. – КНЕУ, 2009. – 419 с.
2. Кваша С. М. Конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції на світовому аграрному ринку / С. М. Кваша, Н. Є. Голомша // Економіка АПК. – 2006. – № 5. – С. 99–104.
3. Наукові основи агропромислового виробництва в зоні Лісостепу України / редкол. : М. В. Зубець (голова) та ін. – К. : Логос, 2004. – 776 с.
4. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер – М. : Междунар. отношения, 1993. – С. 13.
5. “Про Агро-Новости”. – 2008. – 16 апреля. <http://www.proagro.com.ua/art.4023838.html>
6. Худяков Н. Этанол подстегнет мировые цены на продовольствие // Крестьянские ведомости. – 13.02.2008 г. – <http://agronews.ru/newshow.php?Nid=42875&Page={Page}>
7. Формування галузевих ринків України: перехідний період / за ред. д-ра екон. наук, проф. В. О. Точиліна. – К. : Фенікс, 2004. – 332 с.
8. <http://www.fao.org>

Статтю подано до редколегії
25.03.2010 р.