

2. Тимофеева Т.В. Анализ денежных потоков предприятия: учеб. пособие для студ. вузов / Тимофеева Т.В. - Изд. 3-е, перераб. и доп. - М. : Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2010. – 368 с.
3. Кіндрацька Г.І. Економічний аналіз : Теорія і практика: Підручник / Г.І. Кіндрацька, М.С. Білик, А.Г. Загородній. – За редакцією д.е.н., професора А.Г. Загороднього. – Львів: «Магнолія Плюс», 2006. – 428 с.

УДК 339.9:338.43

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ СВІТОВИХ АГРАРНИХ РИНКІВ

Ціхановська В.М. – д.е.н., доцент; Логоша Р.В. – к.е.н., доцент
Вінницький національний аграрний університет

Ефективний розвиток вітчизняного АПК є пріоритетним напрямком розвитку національної економіки України. Проблеми розвитку ринку аграрної продукції перебувають в 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 світу 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, з метою підвищення рівня конкурентоспроможності на світових аграрних ринках.

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. Особливо слід відмітити встановлення і укріплення тенденції, за якою одні країни є провідними виробниками, а отже і постачальниками аграрної продукції, в той час як інші є її споживачами і, відповідно, імпортерами. За таких умов для України є вкрай важливим визначити своє місце та пріоритетні завдання на світовому аграрному ринку. Для цього необхідно проаналізувати можливості вітчизняного сільського господарства з точки зору його конкурентоздатності на світовому ринку. На підставі такого дослідження можна сформулювати рекомендації для проведення власної зовнішньоторгівельної політики, яка найбільше підходить для нашої країни.

При дослідженні 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, складності з подоланням наслідків соціально-економічної кризи у сільському господарстві вимагають посилення та зміцнення зовнішньоторгівельної складової 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 використанням 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].

Проведення маркетингових досліджень сучасного розвитку світових аграрних ринків, здійснені за статистичними даними ФАО та ОЕСР по обсягах виробництва, експорту, імпорту, споживання аграрної продукції, а також аналітичні матеріали щодо аграрної політики та законодавства у 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 у понад 45 разів [3]. Природно, що лівова частка у торгівлі послугами припадає на розвинуті країни – понад 70%, але існує досить чітка тенденція поступового зростання питомої ваги країн, що розвиваються, – з 18,3% у 1980 році до 27,8% у 2016 році. Водночас помітна різниця між регіонами планети: зростання питомої ваги Азіатських країн при незначному країн Африки та Латинської Америки. Що стосується найбідніших країн світу, то при мізерній питомій вазі у 1980 році – 0,61% світових обсягів через 37 років вона знизилася аж до 0,13%.

Головна різниця в 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. намітилась тенденція скорочення обсягів внутрішньої торгівлі між розвиненими країнами при посиленні ними імпорту із бідних країн; простежується превалювання темпів зростання обсягів торгівлі над темпами зростання ВВП; експорт все 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 з різним рівнем розвитку.

Разом з тим намітилася тенденція поступового скорочення торгівлі розвинутих країн між собою. Хоча обсяги торгівлі розвинутих країн між собою залишаються занадто високими для сучасних умов глобалізації світової економіки, але якраз розвиток світової економіки, зокрема економіки бідних регіонів планети примушує розвинуті країни виходити на їхні ринки. Проте, на арені світової торгівлі спостерігається тенденція поступового зменшення питомої ваги торгівлі товарами і зростання торгівлі послугами.

Особливу увагу необхідно приділяти підвищенню обізнаності у відповідних напрямках аграрного експорту, а також вміло використовувати маркетингові механізми у відстоюванні національних позицій і 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.

Список використаних джерел:

1. Волкова І.М. Кон'юнктура та перспективи світових аграрних ринків: монографія / І.М. Волкова, О.М. Варченко, В.С. Данкевич [та ін.]; під 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. <http://www.fao.org/faostat/ru/#data>

УДК 687.1

МИРОВА УГОДА ЯК ЗАСІБ ВІДНОВЛЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ БОРЖНИКА

Скрипник М. І. – д.е.н., доцент, Григоревська О.О. – к.е.н., доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

Відповідно до статті 4 Закону України виділяється чотири судові процедури, які застосовуються до підприємства боржника: розпорядження майном, мирова угода, санація та

ліквідація [2].

При з'ясуванні сутності мирової угоди серед дослідників виникають суперечності в тому, чим є на справді мирова угода: цивільно-