

УДК 338

І. В. Мандзин, Г. Б. Машлій

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО
БІРЖОВОГО АГРАРНОГО РИНКУ**

I. V. Mandzyn, G. B. Mashliy

**PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT UKRAINIAN
EXCHANGE AGRARIAN MARKET**

Аграрний сектор економіки є стратегічно важливим для України. Завдяки його діяльності забезпечується продовольча незалежність країни і надходження валюти від зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією.

Ефективне функціонування агропромислового сектора України тісно взаємозв'язане з успішним розвитком і наявністю біржової діяльності.

Розвинений біржовий аграрний ринок повинен давати ціновий орієнтир на товари, діяти як антимонопольний механізм, забезпечувати рівні умови та баланс інтересів покупців та продавців.

Проте, незважаючи на те, що аграрні біржі охоплюють всі регіони України і в змозі «пропустити» весь обсяг виробленої в країні сільськогосподарської продукції та продовольства, оптова торгівля сільськогосподарською продукцією через біржі в Україні залишається нерозвиненою.

Проблема удосконалення та розвитку біржової діяльності в аграрному секторі економіки країни за нинішніх умов складна і багатогранна.

В Україні на сьогоднішній день діє слабка і мало дієва система регулювання, яка не в змозі стимулювати процеси вдосконалення біржових відносин та впровадження в практику сучасних біржових механізмів.

Вітчизняні біржі, які займаються реалізацією сільськогосподарської продукції, вже понад 17 років практикують використання у своїй діяльності лише два види операцій, які у світовій практиці дістали назву „угоди з реальним товаром”, а саме спотові й форвардні угоди. Водночас на світових біржових майданчиках такі операції нині становлять від 1 до 2 %. Низький рівень використання форвардних угод на внутрішньому ринку пояснюється складністю застосування даного виду угод при його низькому рівні гарантування виконання та недосконалості системи розрахунків та оподаткування форвардів.

Ситуація, що склалася на аграрному ринку, особливо в останні роки, свідчить про відсутність прозорого об'єктивного ціноутворення, яке б відображало потреби усіх учасників ринку, а саме виробників, споживачів, посередників і одночасно віддзеркалювало ціноутворюючі процеси, що відбуваються на світових ринках.

Такий стан, поряд з іншими причинами, обумовлений примітивним розвитком товарного (аграрного) біржового ринку.

Прагнення України інтегруватись у світову економічну спільноту, де біржові ринки відіграють значну роль в економічному розвитку та плануванні, повинно стимулювати подальший систематизований розвиток біржового аграрного ринку.

Можна виділити такі перспективи розвитку українського біржового аграрного ринку:

- Розробити та затвердити державну концепцію (програму) розвитку біржового товарного ринку на період;

- Створити централізований державний орган з питань біржового товарного ринку.

- Розробити та впровадити Державний стандарт на документацію, яка обслуговує укладання угод купівлі-продажу на товарних біржах.

- Вирішити питання впровадження електронного документообігу та електронного цифрового підпису;

- Розробити зміни і доповнення до чинного законодавства України.

Це надасть можливість мати механізми реального ціноутворення, якими користуються у всьому світі, а також закріпити позиції України на пріоритетних ринках країн СНД, Європейського Союзу, Азії, Африки і забезпечити виконання своїх зобов'язань прийнятих в рамках СОТ.

УДК 338.262.3

М.О. Назаренко

Львівський національний університет імені Івана Франка

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОГО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

М.О. Nazarenko

ROLE OF STRATEGIC MARKETING PLANNING IN ENTERPRISE MANAGEMENT

Сучасна економіка перебуває в стані постійного розвитку, динамічних змін. Як наслідок, відбувається зростання конкуренції, поглинання компаній одна одною, інтеграція між ними. Ринок товарів і послуг у світі дуже сегментований, тому фірми намагаються утвердитись на своїх позиціях і усіяко втриматись на них.

В умовах вільних ринкових відносин постає питання у конкурентоспроможності багатьох фірм. Для виживання у довгостроковій перспективі доцільним є використання стратегічного маркетингового планування. Воно базується засадах нестандартного мислення керівників, аналізу сильних і слабких сторін компанії, здійснення прогнозів, вироблення