

ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЙ НА СВІТОВИЙ РИНОК СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Петренко Н.С.

Науковий керівник – І.А. Романюк, доцент

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені
Петра Василенка. 61002, Харків, вул. Алчевських, 44, кафедра маркетингу та
медіакомунікацій e-mail: romaniuk.iryana@ukr.net

Світовий ринок сільськогосподарських товарів в XXI столітті став ареною кардинальних змін зовнішніх умов і внутрішніх чинників, пов'язаних з розвитком науково-технічного прогресу (НТП). Теоретичні уявлення про специфіку впливу наукових і технологічних досягнень на стан аграрних ринків дозволяють державним органам формувати економічно обґрунтовану політику розвитку сільського господарства, а господарюючим суб'єктам підвищувати ефективність комерційної діяльності.

У другій половині XX століття було виявлено такі тенденції формування інноваційних напрямків розвитку світового аграрного ринку, як широке впровадження продукції біотехнологій, комплексна механізація сектору, націлена на зміну показників ресурсозбереження та енергозбереження, поліпшення систем родючості ґрунту. В цей же період почався черговий виток активного пошуку нових джерел продовольства і субститутів сільськогосподарської сировини. Еволюційно перейшовши в нинішнє століття, ці тенденції набули нових форм.

Нанотехнології і біотехнології дозволили створити групу сільськогосподарських товарів із заданими властивостями, що змінило споживчі характеристики готових виробів. Принципово нові технології обробітку ґрунту і догляду за тваринами привели до зміни структури витрат в сировинному секторі і показників фермерської ефективності. Цифровізація аграрного сектора вивела його в лідери по інноваційним бізнес-рішенням і змінила організаційну структуру ринку. При цьому чітко простежується комплексний характер впливу НТП на всі елементи ринкового механізму.

Поширення високих технологій сприяє збільшенню темпів приросту обсягу виробленої продукції, формуванню нових напрямків попиту, зміни динаміки цін, модифікації товарної, географічної і фірмової структури світового ринку сільськогосподарських товарів.

Література:

1. Коваль С.В. Організаційно-економічні засади розвитку та вдосконалення структури ринку плодоовочевої продукції. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. Вип. 7. Ч. 2. С. 93-96.
2. Kviatko T., Azizov O. The importance of using branding technologies in international marketing. Prospects and achievements in applied and basic sciences: IV International Science Conference, February 9-12, 2021, Budapest, Hungary. С. 256-257.