

Annotation

The article describes positions of marketing of recreative areas, that is looking through as an instrument of functioning of the market of recreational resources.

Key words: marketing, recreational areas, recreation areas, the concept of marketing recreational territories, regional marketing, marketing plan recreational areas, recreational resource.

Список використаних джерел:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга / Перевод с англ. - М.: Бизнес-книга, 1995. – 698 с.
2. Лавров А.М., Сурнин В.С. Реформирование экономики: региональные аспекты. Ч.2: Региональный маркетинг и тенденции его развития // А.М. Лавров, В.С. Сурнин. - Кемерово: Кузбассвуиздат, 1994. – 146 с.
3. Окландер М.А. Проблеми формування маркетингової системи країни / М.А. Окландер. - К.: Наукова думка, 2002. – 167 с.
4. Старостіна А.О., Мартов С.Є. Регіональний маркетинг: суть та особливості становлення в Україні / А.О. Старостіна, С.Є. Мартов // Маркетинг в Україні. - 2004. - №3. - С. 55.

УДК: 338.5.012:338

Захаров О.В., Винниченко О.О.

МЕХАНІЗМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА

Актуальність проблеми. Ринок зерна є системоутворюючим інтегрованим ринком АПК України, що має значний виробничий та експортний потенціал. За даними Держкомстату посівні площі зернових культур складають 58 % загальнодержавних посівних площ, частка зерна в загальній вартості продукції рослинництва досягає 40 %. Експорт зерна посідає вагоме місце в експорті продукції агропромислового комплексу.

Зерновий ринок включає в себе практично всі елементи ринкових відносин, ефективність його функціонування впливає на рівень розвитку продовольчих ринків країни. Мультиплікативний ефект від розвитку зернового ринку дає можливість підвищити ефективність функціонування агропромислового комплексу в цілому, оскільки стабільне виробництво зерна є важливою складовою формування доходної частини бюджету в результаті надходження податків від його переробки та реалізації, використання як сировини у харчовій та переробній промисловості.

Аналіз останніх наукових досліджень. Питання, пов'язані з дослідженням різних аспектів конкурентоспроможності українського зерна, знайшли відображення в багатьох наукових працях. Однак вони висвітлюються, як правило, в контексті аналізу зовнішньоторговельної діяльності суб'єктів зернового ринку, що не дає змогу систематизувати все різноманіття критеріїв конкурентоспроможності зернових культур та визначити міру і потенційні можливості їх реалізації. Ця обставина обумовила необхідність комплексного дослідження параметрів конкурентоспроможності українського зерна та можливостей їх реалізації на регіональному, державному та світовому ринках.

Постановка завдання. Дослідження параметрів конкурентоспроможності вітчизняного зерновиробництва та створення дієвого механізму її підвищення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність будь-якого товару визначається більш високим порівняно до товарів-конкурентів співвідношенням сукупності якісних і вартісних характеристик при їхній відповідності вимогам ринку, що забезпечує максимальне задоволення потреб і створює перевагу товару на конкурентному ринку [1]. Конкурентні переваги такого товару, як зерно, можна охарактеризувати рівнем переваги низки параметрів: економічних, консументних, нормативних, екологічних та маркетингових.

Проведений порівняльний аналіз параметрів конкурентоспроможності зернових культур із України та інших провідних зернових держав (зокрема, США, Канади, ЄС) показав, що головними у забезпеченні конкурентоспроможності вітчизняної аграрної продукції на світовому ринку є економічні критерії (зокрема, низькі експортні ціни) [2]. Водночас консументні та нормативні параметри реалізуються частково, тоді як екологічні та маркетингові критерії майже не використовуються експортерами у формуванні конкурентних переваг українського зерна на світовому ринку, що знижує ефективність, гнучкість та стабільність їх зовнішньоекономічної діяльності в довгостроковій перспективі.

За рівнем витрат на виробництво зернових культур за сприятливих погодних умов Україна має значні конкурентні переваги на світовому ринку [3]. Серед головних причин невисокої собівартості українських зернових слід назвати низький рівень оплати праці аграріїв порівняно з розвиненими країнами, мінімальні витрати на внесення добрив, практично повну відсутність інвестицій на відновлення родючості ґрунтів, занижений розмір орендної плати за землю тощо.

Низький рівень виробничих витрат, з одного боку, дозволяє експортерам продавати українське зерно за цінами, нижчими світових, з іншого, знижує можливості розширеного відтворення в аграрному секторі внутрішнього ринку [4].

З іншого боку, незважаючи на природні переваги зернового виробництва, недосконалість цінового механізму призводить до подвійних втрат вітчизняних зерновиробників: втрат, що виникають внаслідок експорту за цінами, нижчими світових, і втрат від реалізації за цінами, що не відповідають ефективним параметрам відтворення ресурсного потенціалу зернового господарства.

Консументні параметри конкурентоспроможності українського зерна, що визначають його властивості та якість зернозберігаючих і фумігаційних послуг, сьогодні реалізовані наполовину. Складність реалізації цих конкурентних переваг вітчизняного зерна обумовлена необхідністю збалансування різновекторних економічних інтересів суб'єктів ринку в процесі формування якісних параметрів культур на всіх етапах технологічного ланцюга поле - елеватор - порт - споживач.

Завдання підвищення якості українських зернових обумовлює необхідність покращення зернозберігаючих та фумігаційних послуг, вдосконалення систем їх стандартизації та сертифікації відповідно до міжнародних норм і стандартів. Вдосконалення діючих національних стандартів якості зерна та їх гармонізація з міжнародними має велике значення як для виробників, так і експортерів українських культур.

Одним із вагомих нереалізованих конкурентних переваг вітчизняного зерна є його екологічна чистота та безпека. Внаслідок економічної кризи, зокрема, дефіциту оборотних активів у зерновиробників, в останні роки значно зменшилося використання мінеральних добрив, відповідно, призупинилися втрати природної родючості ґрунтів. Сьогодні країна має значні площі екологічно чистих чорноземів, які можуть бути переведені на органічне землеробство на протязі відносно короткого перехідного періоду [5].

Маркетингова складова конкурентоспроможності вітчизняних зернових культур розвинута недостатньо. Відсутність у багатьох зерноекспортерів довгострокової маркетингової стратегії обмежує їх можливості відносно забезпечення ефективного просування та збуту товару на зовнішніх ринках, проведення зваженої цінової політики, формування сучасної концепції міжнародного продукту.

Адаптаційний механізм підвищення конкурентоспроможності українського зерна необхідно орієнтувати на реалізацію невикористаних конкурентних переваг вітчизняної агропродукції, поклавши в його основу такі принципи:

- системний розвиток всіх параметрів конкурентоспроможності зернових культур, а не домінування окремих складових (зокрема, економічних);
- збалансування різноспрямованих економічних інтересів виробників, експортерів та держави в процесі забезпечення та використання конкурентного потенціалу українського зернового ринку;
- реалізація певних конкурентних переваг українського зерна на світовому ринку не повинна знижувати конкурентоспроможність вітчизняних зерновиробників та їх продукції на внутрішньому ринку.

Враховуючи наведені принципи, до складових механізму підвищення конкурентоспроможності вітчизняного зерна на внутрішньому та зовнішньому ринках можна віднести такі організаційно-економічні заходи:

- стимулювання національного виробництва високоякісних продовольчих зернових культур;
- цінова підтримка зерновиробників шляхом підвищення ефективності діючого механізму державного цінового регулювання;
- спрямування товарних потоків зерна із непрозорих каналів реалізації до організованих збутових систем, зокрема, оптових ринків сільськогосподарської продукції;
- посилення державного контролю за процесом визначення „класності” зерна на елеваторах шляхом створення та забезпечення функціонування регіональних незалежних лабораторій якості зернових культур;
- посилення державного контролю за експортно-імпортними операціями на зерновому ринку України; стимулювання тих експортерів українського зерна, які забезпечують конкурентоспроможність продукції на світовому ринку завдяки її високій якості, екологічній чистоті та безпеці, за рахунок розвитку систем стратегічного маркетингу та логістики;
- підвищення якості зернозберігаючих та фумігаційних послуг, їх сертифікація відповідно до вимог міжнародних стандартів, оптимізація тарифної політики;
- вдосконалення діючих національних стандартів якості зернових культур з урахуванням досвіду стандартизації провідних зернових держав, їх гармонізація з міжнародними нормами та стандартами;
- стимулювання впровадження екологічно чистих технологій у зерновому господарстві, створення ринку екологічно чистої аграрної продукції.

Висновки. Таким чином, проведений аналіз конкурентоспроможності вітчизняних зернових культур в розрізі економічних, консументних, нормативних, екологічних та маркетингових параметрів дозволив визначити низку проблем у реалізації конкурентних переваг даного товару. До таких проблем слід віднести, зокрема, занижені експортні ціни вітчизняного зерна, посередню якість та завищені тарифи на зернозберігаючі та фумігаційні послуги, високі інфраструктурні витрати зерноекспортерів, недосконалість діючих національних стандартів якості зернових культур, нерозвиненість внутрішнього ринку органічної агропродукції, систем стратегічного маркетингу і логістики тощо.

Запропонований механізм підвищення конкурентоспроможності вітчизняних зернових культур передбачає вдосконалення системи управління якістю зерна в аграрному, переробному та інфраструктурному секторах ринку, становлення

рівноправних економічних відносин між суб'єктами даних секторів, підвищення ефективності механізму державного регулювання та управління внутрішнім зерновим ринком, стимулювання органічного зерновиробництва в Україні.

Анотація

Проаналізовано головні параметри конкурентоспроможності українського зерна, виявлені проблеми реалізації його конкурентних переваг на світовому ринку. Обґрунтовані напрями і методи підвищення конкурентоспроможності продукції зерновиробництва.

Ключові слова: параметри конкурентоспроможності, конкурентні переваги, зерновиробництво, механізм підвищення конкурентоспроможності

Аннотация

Проанализированы главные параметры конкурентоспособности украинского зерна, выявленные проблемы реализации его конкурентных преимуществ на мировом рынке. Обоснованы направления и методы повышения конкурентоспособности продукции зернопроизводства.

Ключевые слова: параметры конкурентоспособности, конкурентные преимущества, зернопроизводство, механизм повышения конкурентоспособности

Summary

The main parameters of competitiveness of the Ukrainian corn are analysed, the exposed problems of realization of his competitive edges in the world market. Directions and methods of rise of competitiveness of products of production of corn are grounded.

Keywords: parameters of competitiveness, competitive edges, production of corn, mechanism of rise of competitiveness

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств/Л.В.Балабанова, В.В.Холод - К: "ВД Професіонал", 2006. - 448 с.
2. Никишина О.В. Проблемы реализации конкурентных преимуществ украинского зерна на мировом рынке/О.В. Никишина - Одесса: ИПРЭИ НАН Украины, 2007. - С. 178 -187.
3. Амбросов В. Экспорт зерновых и ценовые тенденции/В.Амбросов, В.Онегина // Экономика Украины. - 2005. - № 1. - С. 73 - 79.
4. Нивьевский О. Зерно и зеро/О. Нивьевский//Сайт электрон. журн. "Эксперт-Украина". Разд. "Экономика и финансы". - № 31 (34). - 23.08.2005. - <http://www.expert.ru>. - 27.01.2008.
5. Вовк В. Сертификация органического сельского хозяйства в Украине: современное состояние, перспективы, стратегия на будущее/ В.Вовк//Сайт информ. проекта "Агрообзор: овощи и фрукты". - <http://www.lol.org.ua>. - 25.01.2008.