

<http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n3.html>.

4. Іванюта С.М. Антикризове управління у аграрній сфері : дис. ... д-ра екон. наук : 08.06.01 / С.М. Іванюта. – К. : Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»; УААН, 2006. – 381 с.

5. Кужель В.В. Державна підтримка економічного розвитку аграрного сектору / В.В. Кужель // *Ефективна економіка*". Науковий журнал. – 2013. – № 6. – Режим доступу до журн.: <http://www.economy.nayka.com.ua/?n=6&y=2013>.

6. Гришова І.Ю. Аналитическое обеспечение управления структурой оборотных активов молокоперерабатывающих предприятий / И.Ю. Гришова, М.Ю.Щербата.// *Вектор науки ТГУ. Серия: Экономика и управление*. – Тольятти. Россия. - 2013. № 2 – С.23-26.

7. Бланк И.А. Антикризисное финансовое управление предприятиями / Бланк И.А. - К.: – Ника-Центр, 2006. – 672с.

8. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві / О. О. Терещенко. – К.: КНЕУ, 2004. – 560 с.

9. Иванов Г.П. Банкротство: Стратегия и тактика выживания. Как избежать банкротства / Г.П. Иванов, В.А. Кашкин – М.: Междунар. институт ранних исследований, 1993. – 316с.

10. Лебедева В.В. Антикризове управління розвитку інноваційної системи АПК в умовах динамічної невизначеності факторів зовнішнього середовища. Стан та передумови стійкого розвитку аграрного сектору в умовах трансформаційних процесів у світовій економіці. Колективна монографія./ Під ред. д.е.н, професора Нестерчук Ю.О. (Частина 2) – Умань: Виробничо-поліграфічний центр «Візаві», 2013. – С.224-232.

11. Дмитренко А. І. Стратегії антикризової діяльності промислових підприємств / А. І. Дмитренко // *Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ*. – 2009. – № 4 (20). – С. 49-53.

12. Алексеев І.В. Моделювання системи управління фінансовими потоками реального сектору економіки в умовах встановлення контролю над величиною «хаосності» ринку: монографія / І.В. Алексеев, І.Б. Хома. – Розділ 1. – С. 9-33 // *Математичні моделі регулювання фінансових потоків* / П.П. Костробій, І.В. Алексеев, І.Б. Хома, Б.В. Гнатів, І.І. Кавалець, В.І. Алексеев. – Львів: Видавництво «Растр – 7», 2012. – 134 с.

13. Ситник Л. С. Організаційно-економічний механізм антикризового управління підприємством / Л. С. Ситник. – Донецьк : ІЕП НАН України, 2000. – 503 с.

14. Замлинський В.А. Державна підтримка регіональних програм інноваційного розвитку [Електронний ресурс] / І.Ю. Гришова, В.А. Замлинський, В.В. Кужель // *Економіка: реалії часу*. Науковий журнал. – 2013. – № 2. – С. 201-206. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua>.

15. Крюкова І.О. Фінансова архітектура інноваційного розвитку молокопереробних підприємств / І.О. Крюкова // *Облік і фінанси*. – 2013. - № 2 (60). – С. 87-93.

Рецензент: - д.е.н. Гришова І.Ю.

УДК 332.02:338.28

МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНДУСТРІЇ ТА РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ВТОРИННОЇ СИРОВИНИ

Самойлік М.С., к.е.н., доцент

Полтавський національний технічний університет ім. Ю.Кондратюка

У статті сформовано та науково обґрунтовано систему маркетингових заходів при організації індустрії та розвитку регіонального ринку вторресурсів при збалансуванні інтересів його учасників, а також визначено пріоритетні задачі реалізації концепції маркетингового менеджменту на ринку вторинної сировини. Встановлено перспективні напрямки застосування різних форм і методів маркетингової роботи для вдосконалення процесу поводження з вторинними ресурсами, а саме для налагодження взаємозв'язків

між виробниками продукції з вторинної сировини і її споживачами, збільшення об'єму споживання товарів з вторсировини. Практична значущість роботи полягає у створенні основ для розробки цільової програми організації індустрії та розвитку ринку вторинної сировини в контексті синергічного розвитку регіону.

In the article it is formed and scientifically reasonable system of marketing events at the management of utility waste of balanced interests of his participants a market, and also the priority tasks of realization of conception of marketing management are certain at the market of secondary raw material. Perspective directions of application of different forms and methods of marketing work are set for perfection of handling secondary resources process, namely for adjusting of intercommunications between the producers of products from secondary raw material and her consumers, increase of volume of consumption of commodities from utility waste. Practical meaningfulness of work consists in creation of bases for development of the having a special purpose program of organization of industry and market of secondary raw material development in the context of synergistic development of region.

Постановка проблеми. Створення умов для розширення сировинної бази вітчизняної економіки, підвищення стійкості матеріального забезпечення товаровиробників, скорочення втрат сировинних, матеріальних і паливно-енергетичних ресурсів, зниження рівня забруднення навколишнього середовища є найважливішими принципами державної промислової політики. У зв'язку з цим, використання відходів виробництва і споживання необхідно розглядати як один з основних способів відтворення матеріальних ресурсів, а широке впровадження ринкових механізмів господарювання в сферу поводження з відходами - стратегічним резервом підвищення ефективності цієї роботи. У той же час, формування ринку вторресурсів у регіонах України, не дивлячись на визнання у всьому світі його як важливого сектору у розвитку товарного ринку, проходить досить повільними темпами [1]. Потребують подальшого дослідження питання залучення вторинних ресурсів у господарський обіг регіону у рамках реалізації соціально-економічної політики, у тому числі з використанням форм і методів маркетингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки в Україні з'явилася велика кількість праць, присвячених питанням рециклінгу та ефективному використанню вторинних ресурсів, зокрема: О.І. Бондаря [2], В.Є. Барановської, В. Л. Пілюшенка [3], О.В. Мороза, А.О. Свентуха [4]. В.С. Міщенко, Г. П. Виговської [5] та ін. Так, деякі дослідники [6] зазначають, що при науковому обґрунтуванні створення індустрії і розвитку ринку вторинних ресурсів необхідним елементом є впровадження ефективних маркетингових заходів серед виробників і споживачів вторинної сировини. У цьому аспекті актуалізується питання формування механізму реалізації концепції маркетингу на регіональному ринку вторинної сировини при збалансуванні протиріч соціального й економічного життя суспільства, що виражається як через призму гуманізму по виявленню і задоволенню власних потреб споживачів, так і як інструмент, який веде до максимізації споживання, що перешкоджає сталому розвитку суспільства.

Постановка завдання. Розробити та науково обґрунтувати комплекс маркетингових заходів при організації індустрії та розвитку регіонального ринку вторинної сировини, що враховує екологічний та освітній компоненти,

на основі збалансування інтересів та дій усіх учасників даного процесу, а також визначити пріоритетні завдання реалізації концепції маркетингового менеджменту на ринку вторинної сировини.

Виклад основного матеріалу дослідження. Регіони України мають значні ресурси вторинної сировини, які можна характеризувати як поновлювані сировинні, матеріальні і паливно-енергетичні ресурси. Так, загальні обсяги утворення твердих відходів у 2012 р. склали 450,7 млн. т, з них 1,4 млн. т. – I-III класу небезпеки [7]. У той же час середній рівень використання відходів у промисловості складає біля 30%, а побутових відходів – близько 8% від загальної маси [8]. У числі основних чинників, що визначають у середньому низький рівень використання відходів як вторинної сировини слід виділити той факт, що в Україні процес формування законодавства щодо розвитку ринку вторинних ресурсів знаходиться на стадії зародження і не дозволяє формувати економічно доцільну політику. По своїй суті, дії держави демонструють пасивну маркетингову стратегію, як наслідок – недосконалість інструментів державного регулювання поводження з відходами як з вторсировиною.

У процесі вилучення ресурсоцінних фракцій із відходів, їх переробки і реалізації продукції із вторсировини відбувається взаємодія декількох учасників. Цими учасниками є: утворювачі твердих відходів (населення, підприємства, об'єкти суспільного призначення тощо), що здають вторинну сировину; пункти прийому вторинної сировини; підприємства, що займаються переробкою вторинної сировини; споживачі продукції з вторинної сировини. Відносно кожної групи учасників процесу поводження з вторсировиною, при формуванні та розвитку даного ринку, потрібно здійснювати окремі комплекси маркетингових заходів, спрямованих на активізацію рециклінгу і споживання продуктів вторинної переробки (рис. 1).

Вивчення попиту на продукцію з вторинних матеріалів дозволяє: отримати інформацію про ті напрями переробки, які найбільш затребувані зараз і вимагають подальшого розвитку (у випадках, коли попит перевищує пропозицію); виявити напрями переробки, для яких необхідно проводити компанію по створенню попиту на продукцію з вторинної сировини (у випадках, коли пропозиція перевищує попит); налагодити зв'язки між виробниками і споживачами продукції з вторинної сировини відповідно до їх взаємної зацікавленості. Важливість дослідження в сфері моделювання поведінки споживачів особливо посилюється на початковому етапі формування ринку, коли якісне використання всіх маркетингових інструментів дає можливість вплинути на прийняття рішень відносно покупки, не позбавляючи свободи вибору і досягаючи найкращого результату для компанії та суспільства в цілому. Крім простого інформування потрібно здійснювати більш тонкий вплив на споживачів через маркетингові комунікації, і тим самим знижувати поріг споживчої невпевненості, зокрема: використовувати виділені споживчі цінності при створенні комунікаційних повідомлень і виборі каналу комунікації; досліджувати сенсорні реакції споживачів, використовувати їх при розробці комплексу маркетингових комунікацій; вивчати наявні знання споживачів про товар, розробляти навчальні програми.

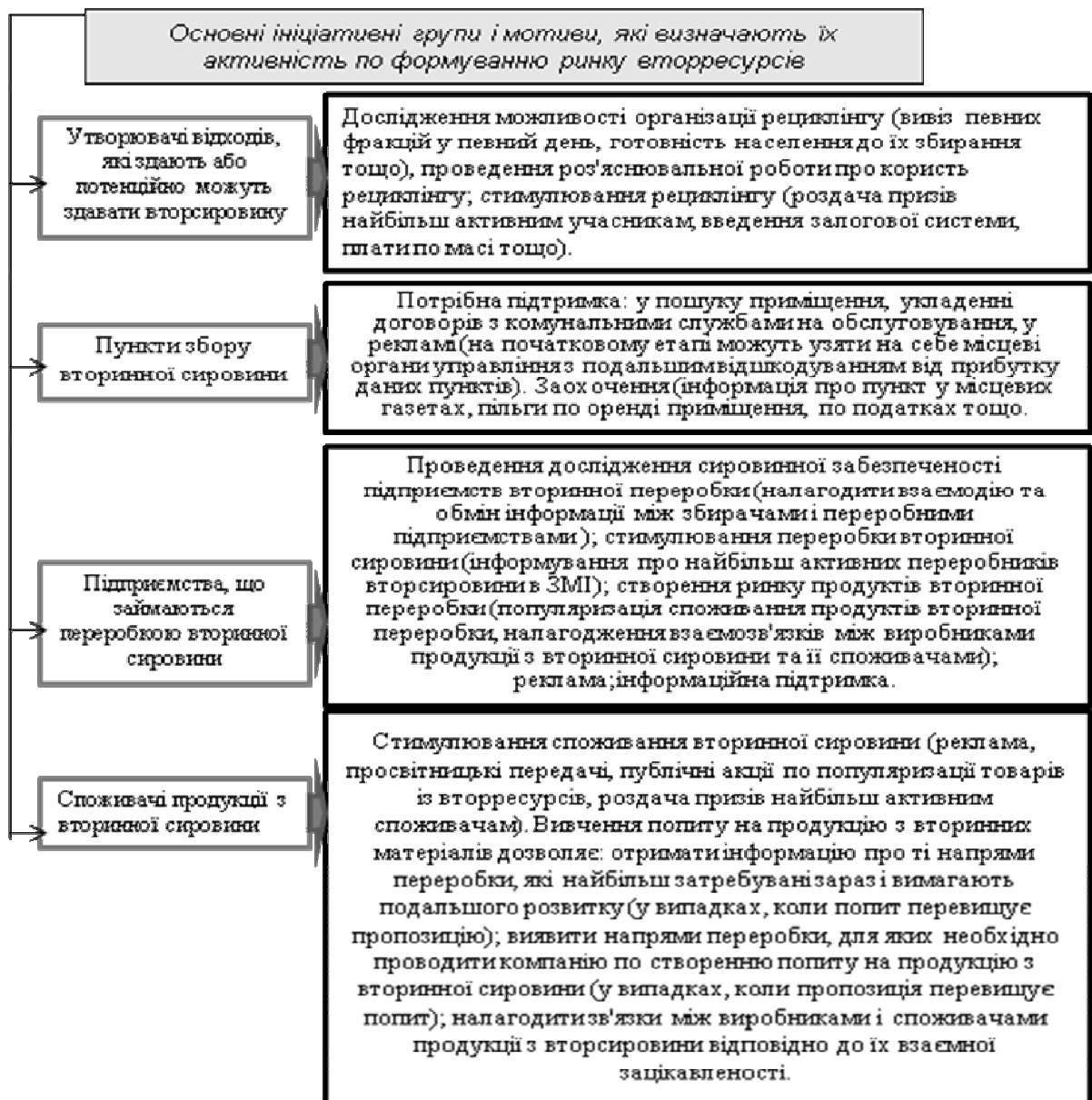


Рис. 1. Комплекс маркетингових заходів розвитку ринку вторресурсів у регіоні при збалансуванні інтересів його учасників (складено автором)

У зв'язку з визначеними ключовими аспектами щодо збалансування інтересів учасників ринку вторресурсів пропонується трансформувати структуру комплексу маркетингу, що дозволяє відобразити специфіку цільового ринку, розвиток якого ускладнений через низький рівень екологічної культури споживачів, а також розвивати інструментарій для прийняття стратегічних рішень суб'єктами на всіх рівнях маркетингового середовища. Дана структура комплексу маркетингу передбачає зміни маркетингового менеджменту на стратегічному рівні, що знаходить відображення в уточненні ролі екологічної інновації у товарній політиці, визначенні значимості прямих і опосередкованих каналів збуту не тільки у формуванні ринку вторсировини, але і в підтриманні сталого розвитку регіону через покращення системи поводження з відходами, а також у забезпеченні державних засобів підтримання товаровиробників, які дозволяють знизити ціну і збільшити попит на ринку.

Реалізація маркетингових заходів не можлива без перегляду підходів до

поводження з відходами усіма учасниками даного процесу. Існуюча практика поведження з твердими відходами показує, що жителі населених пунктів, починаючи з пересічних громадян і закінчуючи керівниками місцевих органів управління, не звикли замислюватися про необхідність мінімізації твердих відходів, про можливість вилучення з них користі і відносяться до них, як до неминучого зла. Підприємства, що здійснюють збір і транспортування твердих відходів, не займаються оптимізацією інфраструктури своєї діяльності, а на сміттєпереробних виробництвах не відбувається впровадження нових технологій. Усі настільки звикли до існуючого стану речей, що не бачать необхідності що-небудь міняти. Тому на початковому етапі зусилля необхідно направити на розвиток соціально-масових комунікацій, які передбачають здійснення організаційно-психологічної підготовки населення, співробітників і керівників підприємств по збору, транспортуванню і переробці відходів, представників місцевих органів управління до удосконалення системи поведження з твердими відходами. Передусім необхідно розділити учасників процесу поведження з твердими відходами згідно з функціями, що виконуються ними в системі, і, у відповідності до цього, розробити для кожної групи окремий комплекс заходів.

Нині в регіонах України функціонують підприємства по заготівлі і переробці вторинної сировини. На жаль, у даних підприємств відсутня програма дій і їх діяльність не координується державним органом. Основним регулятором їх діяльності є ринкові стосунки і величина отримуваного ними прибутку. При такій ситуації Україна не в змозі буде виконувати власні екологічні закони і тим більше вимоги світових і європейських співтовариств відносно вторинної сировини. При відтворенні системи по заготівлі і переробці вторинної сировини в умовах нових майнових стосунків і нової для України кон'юнктури відносно відходів виняткового значення набуває організаційно-психологічна підготовка керівних кадрів, фахівців і технічних працівників цієї системи, зокрема: організаторів підприємств (елементи підготовки – українське і міжнародне екологічне законодавство, механізм відкриття підприємств в Україні, міжнародна кон'юнктура, основи менеджменту і маркетингу); менеджерів і фахівців з маркетингу (елементи підготовки – державне управління, управління персоналом, трудове законодавство, управління якістю, організація реклами і збуту продукції); технологів-переробників для усіх видів вторинної сировини (елементи підготовки - технічні і технологічні основи сучасних технологій, споживчі якості готової продукції); збирачів і обробників (елементи підготовки – екологічні вимоги до вторинної сировини, механізми збору відходів). Програмно-цільовий підхід до формування та розвитку ринку вторресурсів у регіоні приведено на рис. 2.

Психологічна підготовка населення відіграє дуже важливу роль в успішності впровадження селективного збору відходів та розвитку ринку вторсировини у цілому. Важливо сформуванати громадське розуміння важливості правильного поведження з твердими відходами, зокрема на рівні їх збору. Підготовка повинна розпочинатися з дитячого саду, коли в дітях закладаються основні норми поведінки в суспільстві. Продовження підготовки необхідно проводити в школі. Програми для кожної вікової групи повинні розроблятися з участю досвідчених педагогів і психологів.

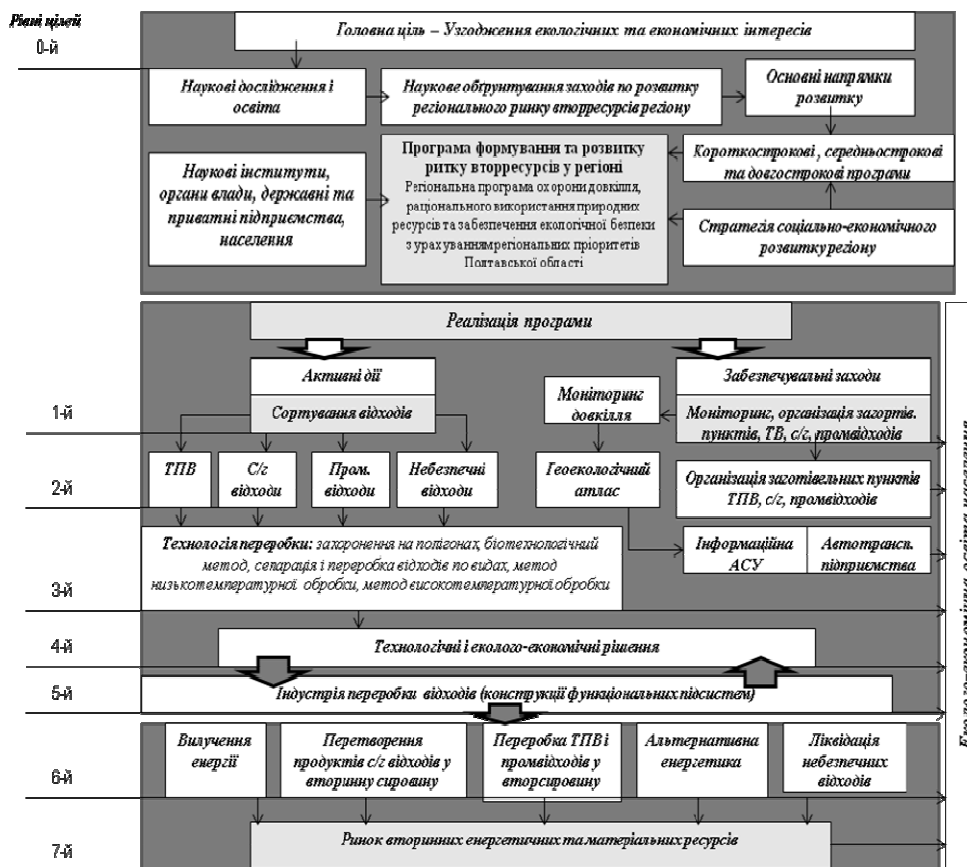


Рис. 2. Програмно-цільовий підхід організації індустрії та розвитку регіонального ринку вторинної сировини (складено автором)

Таким чином, виходячи із вищенаведеного та урахуваючи характеристики відповідного (на даному етапі - першого) етапу життєвого циклу галузі, метою розвитку індустрії та ринку вторинних ресурсів України є формування сталого попиту на вторинні ресурси та продукцію з них споживачами, для реалізації їх необхідно вирішити наступні завдання:

- визначити та обґрунтувати принципи й інструменти регулювання використання вторинних ресурсів у галузях промисловості та в регіонах України, а також заходи підтримки використання й розвитку прогресивних технологій і устаткування збору, переробки та транспортування відходів;
- забезпечити умови для комплексної переробки сировини й матеріалів, економії первинних матеріальних ресурсів у виробництві за рахунок їх заміни вторинними ресурсами;
- удосконалювати нормативно-правову базу для розвитку організаційно-виробничої інфраструктури ринку вторинних ресурсів і залучення в цю сферу підприємств малого та середнього бізнесу;
- визначити номенклатуру відходів виробництва і споживання, що підлягають використанню в першочерговому порядку в ролі вторинних матеріальних ресурсів;
- розробити регіональні концепції і програми розвитку та моніторингу регіональних ринків вторинних ресурсів.

Висновки. У статті обґрунтовано комплекс маркетингових заходів при організації індустрії та розвитку регіонального ринку вторинної сировини,

на основі збалансування інтересів та дій усіх учасників даного процесу, а також визначено пріоритетні завдання реалізації концепції маркетингу на ринку вторинної сировини з урахуванням етапів життєвого циклу. Усі запропоновані заходи повинні сприяти цілісному досягненню стратегічних цілей і маркетингових завдань при розвитку ринку вторинної сировини, що дозволить забезпечити гармонійну й ефективну інтеграцію соціальних, економічних і екологічних напрямків розвитку суспільства. Очікуваними результатами реалізації розробленого комплексу заходів є комплексне рішення економічних, соціальних і екологічних завдань регіону, забезпечення економічного використання первинних сировинних, матеріальних і паливно-енергетичних ресурсів регіонів України.

Список використаних джерел:

1. Національна екологічна політика України: оцінка і стратегія розвитку. Документ підготовлено в рамках проекту ПРООН / ГЕН «Оцінка національного потенціалу в сфері глобального екологічного управління в Україні». – К.: Генеза, 2007 – 186 с.
2. Управління відходами: вітчизняний та зарубіжний досвід: посібник / О.І. Бондар, В.Є. Барановська, М.О. Баринов [та ін.]; за ред. О.І. Бондаря. – К.: Айва Плюс Лтд, 2008. – 196 с.
3. Теоретико-методичні і практичні засади управління твердими побутовими відходами високо урбанізованих промислових регіонів. Монографія / В. Л. Пілюшенко, І.В. Шкрабак, В.І.Антіпов [та ін.]; за ред. В. Л. Пілюшенко. – Донецьк: Технопарк, ДонДУУ, 2009. – 338 с.
4. Мороз О.В. Економічні аспекти вирішення екологічних проблем утилізації твердих побутових відходів / О. В. Мороз, А. О. Свентух, О. Т. Свентух. – Вінниця: УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2003. – 110 с.
5. Міщенко В. С. Організаційно-економічний механізм поводження з відходами в Україні та шляхи його вдосконалення / В. С. Міщенко, Г. П. Виговська. – К.: Наукова думка, 2009. – 294 с.
6. Тараканов В.А. Методологические основы создания и развития рынка вторичного сырья / В.А. Тараканов. – М.: ИГА, 2005. – 342 с.
7. Онищенко В.О. Теоретико-методологічні засади управління сферою поводження з твердими відходами на регіональному рівні / В.О. Онищенко, М.С. Самойлік. – Полтава: ПолтНТУ, 2013. – 524 с.
8. Онищенко В.О. Регіональна програма охорони довкілля, раціонального використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки з урахуванням регіональних пріоритетів Полтавської області / В.О. Онищенко, Ю.С. Голік, О.Е. Ілляш [та ін.]. - Полтава: Полтавський літератор, 2012. – 164 с.

Рецензент – д.с.-г.н., професор Писаренко П.В.

УДК 63:33

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Семенда О.В., аспірант

Уманський національний аграрний університет садівництва

В статті здійснено обґрунтування сутності економічної ефективності використання земельних ресурсів. Узагальнено теоретичні положення особливостей використання землі як фізичного об'єкта, а також об'єкта економічних і правових відносин у галузі сільськогосподарського виробництва. На базі досліджуваних підприємств виявлено основні тенденції розвитку сільськогосподарського виробництва в регіоні та динаміку