

задоволення потреб власного, насамперед сільськогосподарського виробництва, забезпечити його потреби в необхідній кількості матеріальних ресурсів.

4. Забезпечення в економічній, у т.ч. аграрній політиці, передусім економічних інтересів селян, фермерів (через власність, заробітну плату, ціну), у зв'язку з чим розподіл рентних доходів здійснювати з їхньою участю та згодою, забезпечивши вирівнювання доходів жителів сіл і міста та створивши селянам належне соціальне облаштування. Нині рівень заробітної плати на селі удвічі нижчий, ніж у середньому по країні, не кажучи вже про соціальне облаштування.

Розв'язання вищеперелічених завдань дасть змогу всім суб'єктам сільськогосподарської діяльності повною мірою використовувати власні внутрішні резерви збільшення обсягів та якості виробництва продукції, підвищення його ефективності, що сприятиме вирішенню енергетичної і продовольчої проблеми. Врахування дії зазначених чинників дозволить вирішити проблеми забезпечення продовольством не лише населення України, а й значної частини країн світу.

УДК 658.8:620.95

МАРКЕТИНГОВА КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ БІОПАЛИВНОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ

Воронецька І. С., к.е.н., доцент

Сегеда С. А., к.е.н., доцент

Пронько Л. М., к.е.н.

Вінницький національний аграрний університет

Кравчук О. О., аспірант інституту агроекології УААН, м. Київ

Рассмотрена маркетинговая концепция развития биотопливного производства в Украине, осуществлена сегментация потребителей биотоплива за интересами

The marketing concept of development of bioenergy production in Ukraine is considered in the article, segmentation of bioenergy consumers by their interests is carried out.

Вступ. Одним з шляхів рішення енергетичних проблем України є збільшення об'ємів створення альтернативних і використання відновлюваних джерел енергії, виробництва і споживання біопалива. Сьогодні цей величезний потенціал використовується на 0,83%.

Україна повинна зробити великий крок по шляху розвитку нетрадиційних і відновлюваних джерел енергії, що дозволить підвищити рівень її екологічної і енергетичної безпеки, забезпечити основні галузі, в першу чергу сільське господарство і транспорт, біопаливом власного виробництва і тим самим зменшити залежність національної економіки від імпорту нафтопродуктів.

Найбільш вагомими останніми дослідженнями і публікаціями, в яких започатковано розв'язання проблеми формування ринку біопалива та біосировини правомірно назвати праці І.Андрійчука, П.Бойко, М.Вареника, О.Водяннікова, В.Гавриша, Г.Калетніка, М.Калінчик, Б.Корічко, М.Мартинюка, Б.Панасюка та інших.

Постановка задачі. Як свідчить огляд літератури, це питання поки що не є достатньо вивченим, незважаючи на постійне зростання кількості досліджень у цій сфері.

Мета статті - формування маркетингової концепції щодо виробництва біологічного палива в умовах економіки України.

Маркетингова концепція - інтегрована цільова філософія бізнесу, орієнтована на споживача і прибуток. Сучасна маркетингова концепція розвитку виробництва біопалива являє собою сукупність поглядів, спосіб розуміння, дослідження формування нормативно-правового, організаційного, фінансового та наукового забезпечення, а також визначення умов створення сировинної бази, системи інфраструктурного обслуговування товаровиробників, диверсифікації виробництва та збуту різних видів біопалива для задоволення всезростаючих потреб суспільства. Важливим при цьому є прийняття стратегічних рішень у здійсненні реформ, програм та планів на макро- та мікрорівнях.

Результати. Політична підтримка виробництва та використання етанолу і біодизелю, стрімке зростання цін на нафту підвищили привабливість біопалива як заміни палива на основі нафти. З метою диверсифікації джерел енергії та формування сировинної бази необхідно сформувати систему нормативно-правового, організаційного, фінансового, наукового забезпечення та створити систему моніторингу. Відповідно до ряду нормативно-правових актів, прийнятих в останні роки в Україні можна визначити схему формування механізму розвитку виробництва біопалива (рис.1).

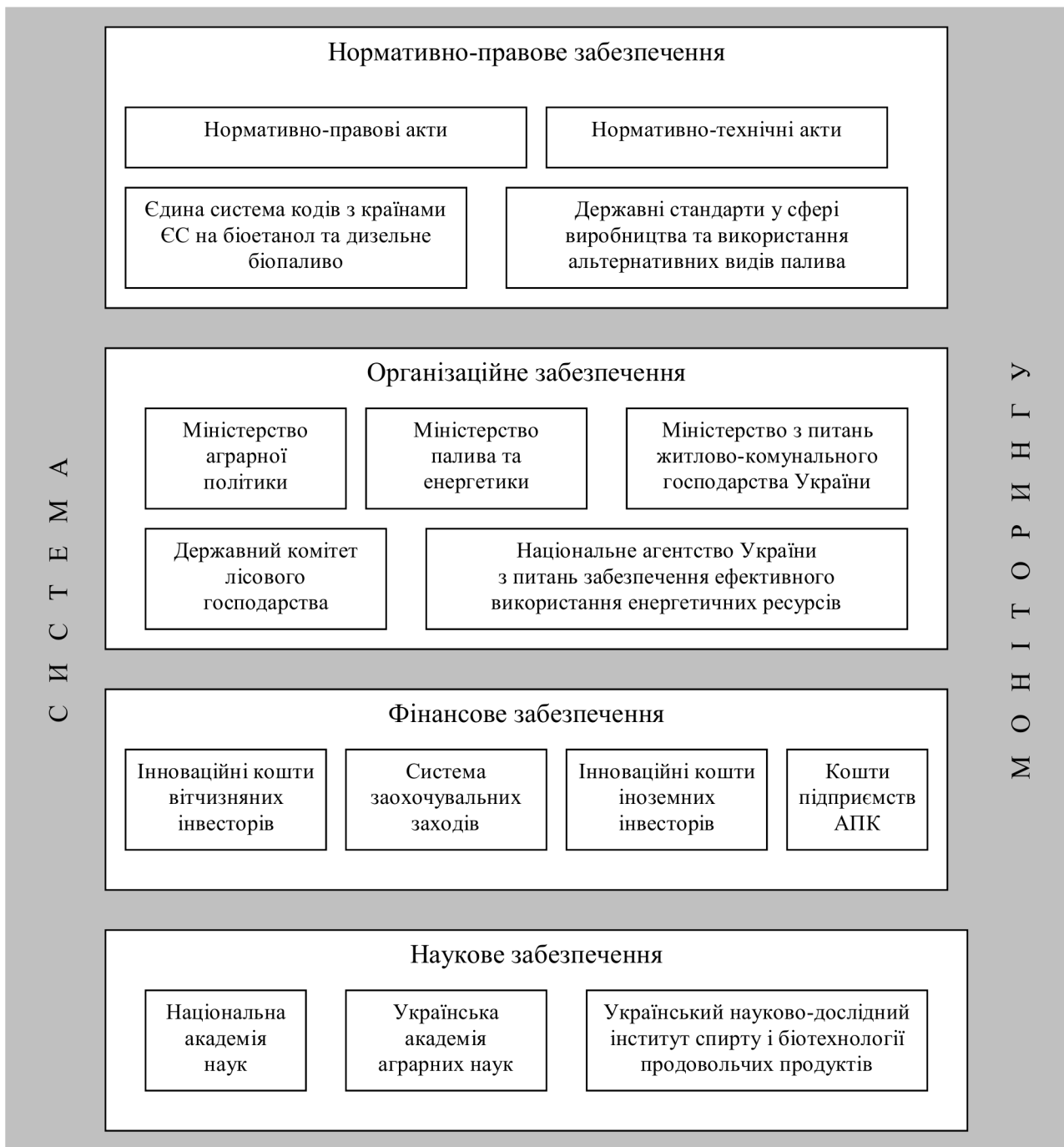


Рис.1. Маркетинговий погляд на механізм розвитку виробництва біопалива в Україні [2,4-6]

Традиційний маркетинг вивчає потреби і поведінку споживачів, в умовах становлення ринку біопалива, де потенційними споживачами є населення, промисловість, підприємства АПК, транспортні організації, тобто всі ті хто являється споживачами енергетичних ресурсів і зацікавлений, в першу чергу, в охороні навколишнього середовища.

Стратегічний маркетинг спрямований на вирішення довгострокових глобальних питань виробництва екологічно безпечних енергоресурсів з метою вирішення енергетичної, продовольчої, екологічної та економічної проблем в умовах функціонування ринкових відносин.

Концепція соціально-етичного маркетингу передбачає концентрацію уваги товаровиробників біопалива на визначення потреб та інтересів цільових ринків, а потім на забезпечення вищої споживацької цінності більш ефективним в порівнянні з конкурентами способами, які підтримують або поліпшують добробут як клієнта, так і всього суспільства в цілому [1, с. 37].

Найважливішим, з точки зору маркетингу, на ринку продукції є врахування інтересів споживачів (табл. 1).

Таблиця 1

Сегментування споживачів біопалива в Україні

Назва сегменту	Інтереси сегменту
Населення	Кінцевий споживач теплової та електричної енергії, рідкого біопалива який зацікавлений в дешевих екологічно чистих джерелах енергії, отримує можливість працевлаштування, збереження природного ландшафту та біорізноманіття.
Сільське господарство	Диверсифікація та інтенсифікація виробництва продукції, відродження традиційних галузей виробництва, здешевлення матеріальних витрат при виробництві продукції, зниження забрудненості природного середовища в результаті утилізації відходів, додаткові надходження від нових видів проданої продукції, створення умов для привабливості працевлаштування, поліпшення соціальної сфери життя на селі, вирішення питання дешевого енергопостачання
Промисловість	Диверсифікація виробництва, поліпшення матеріально-технічного забезпечення, створення додаткових робочих місць, утилізація відходів, дешеве вітчизняне пальне, зниження собівартості продукції, зменшення залежності від імпортової сировини та підвищення цін на нафтопродукти
Транспорт	Скорочення експлуатаційних витрат, зменшення залежності від імпортової сировини та підвищення цін на нафтопродукти, використання вітчизняного альтернативного пального, економія на екологічних платежах

Дані таблиці свідчать, що найбільш зацікавленим у виробництві біопалива є сільське господарство, яке являється виробником біомаси і споживачем біопалива.

Біомаса є одним із широко поширених відновлюваних джерел енергії. Джерелом первинної біомаси є наземний та водний рослинний світ; вторинної – відходи біомаси, які утворюються після збору та переробки первинної біомаси в товарні продукти та відходи, обумовлені життєдіяльністю людей і тварин (деревина, солома, рослинні відходи сільського господарства, відходи тваринництва та птахівництва, органічна частина побутових і промислових відходів).

Зведений енергетичний потенціал біомаси має три аспекти: теоретичний, технічний, економічний (рис.2).

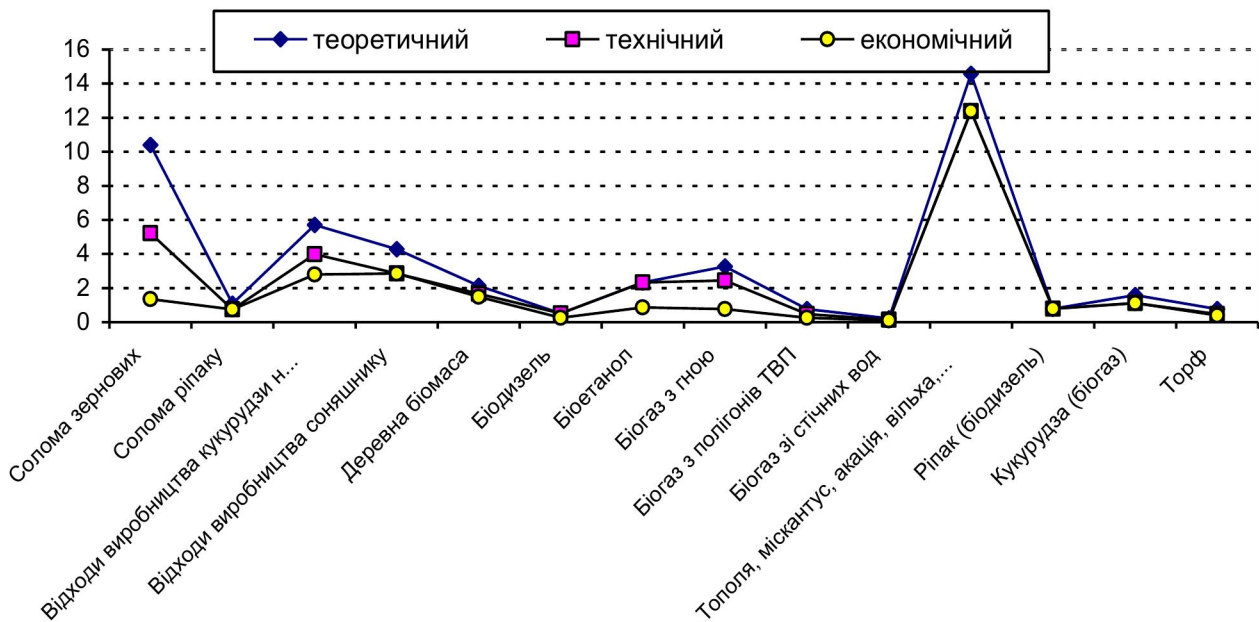


Рис.2. Зведений енергетичний потенціал біомаси в Україні, млн.т у.п. [2]

Дані рисунку свідчать, що найвищий енергетичний потенціал мають енергетичні культури, відходи від виробництва зерна та кукурудзи.

В Україні є основних три джерела формування біомаси: сільське господарство, лісове господарство, муніципалітет. Здійснивши порівняльну оцінку екологічно-біоенергетичного потенціалу країн ЄС та України можна стверджувати про пріоритетність розвитку вітчизняного біопалива (рис.3).

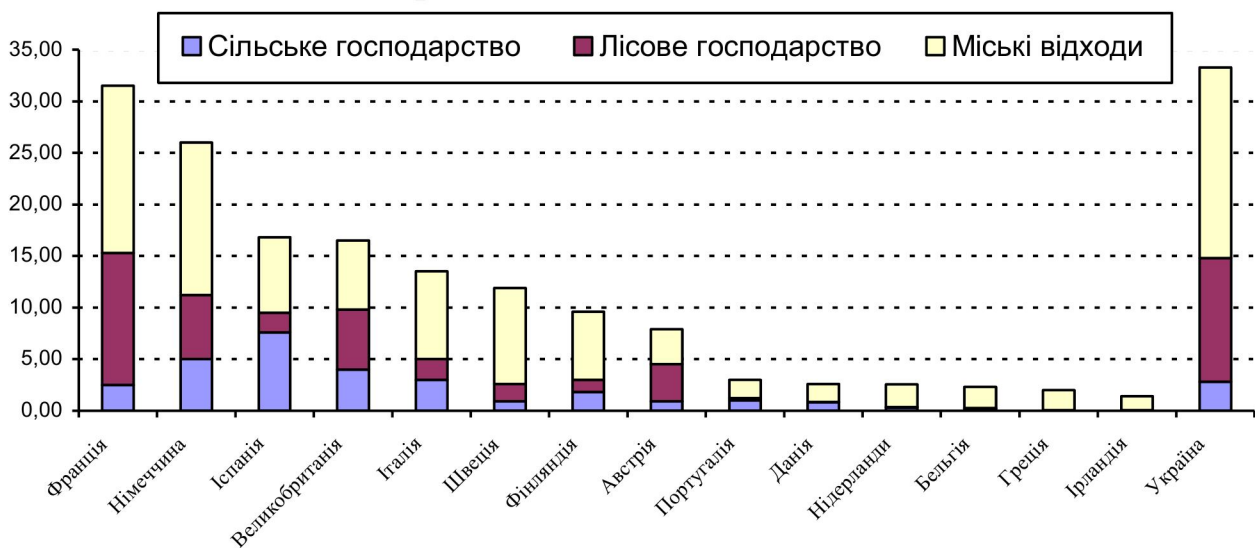


Рис. 3. Порівняльна оцінка екологічно-біоенергетичного потенціалу країн ЄС та України, млн.т нафтового еквіваленту (10^6 т)[3]

Ефективне виробництво біопалива в Україні, з використанням в якості сировини енергетичних культур, передбачає ряд економічних вигід з точки зору гуманного маркетингу:

- збільшення обсягів дешевих, відновлюваних енергоресурсів для задоволення потреб промисловості АПК та країни в цілому;
- вирощування енергетичних сільськогосподарських культур може стати позитивним чинником економічного розвитку сільської місцевості;
- створення нових робочих місць на переробних теплових та енергетичних потужностях, зміна система комунального забезпечення підвищуватиме соціальні стандарти життя населення;
- зменшення обсягу використання природного газу та нафтопродуктів;
- підвищення рівня економічної та екологічної безпеки країни;
- підвищення рівня охорони навколишнього природного середовища.

Незважаючи на досягнутий високий рівень розвитку біоенергетики та комерційне застосування багатьох біоенергетичних технологій, в світі продовжуються активні науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи в цьому напрямку. Серед важливих напрямків теоретичних та прикладних робіт маркетингу можна виділити такі як: вдосконалення методик оцінки потенціалу біомаси, покращення логістики процесу заготівлі та постачання біомаси, дослідження емісії шкідливих речовин при спалюванні біомаси та розробка методів її зниження, розвиток технологій сумісного спалювання біомаси з викопними паливами та багато інших.

Висновки. Таким чином, сучасна маркетингова концепція формування виробництва біопалива в Україні має бути спрямована на вирішення потреб суспільства щодо: забезпечення енергетичної та економічної незалежності; зміцнення виробництва поновлюваних джерел енергії, формування нових робочих місць для населення; формування нового типу агропромислового виробництва, спрямованого в умовах оптимального поєднання продовольчого та енергетичного аспектів; збереження та відновлення природного середовища.

Список використаної літератури:

1. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга: Пер.с англ.К.; М.; Спб: Издат.дом «Вильямс», 1998. -1056 с.
2. Матеріали Національного агентства України з питань забезпечення ефективного використання енергетичних ресурсів. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://naer.gov.ua/>