

I Вступ. Для виробників, що працюють на ринку, незалежно від форм власності питання про ціни має дуже велике значення. Ціни, знаходячись у тісному взаємозв'язку з усіма складовими маркетингу, визначають рентабельність діяльності підприємства, її життєздатність і фінансову стабільність.

На процес ціноутворення, як і на процеси, пов'язані з іншими елементами комплексу маркетингу, впливають дві групи чинників, які необхідно враховувати при розробці плану маркетингу: чинники внутрішнього середовища та зовнішні чинники.

II Постановка проблеми. Актуальність дослідження чинників цінової політики при маркетинговому плануванні для підприємства біопаливних ресурсів полягає у необхідності встановлення базової ціни з метою визначення перспективного цільового сегменту для реалізації стратегії.

III Основний матеріал і результати. Сучасна історія паливних гранул почалася в Швеції, де в 1984–1988 роках започатковано виготовлення піллет для опалення з відходів деревообробки. Зараз у світі виробляється більше 15 млн. т деревних піллет на рік (без урахування агропіллет), у тому числі в Європі обсяг ринку становить - близько 10 млн.т, в Росії - близько 1 млн.т, в США - 2,8 млн.т, в Канаді - 1,4 млн.т.

Виробництво гранул стрімко розвивається в Данії, Австрії, Голландії, Фінляндії, Норвегії, Англії, Франції та Італії. За останні кілька років заводи з випуску деревних гранул з'явилися в таких країнах, як Франція, Болгарія, Іспанія.

Виробництво гранул в Україні з'явилося в 2005 році. Даним видом діяльності офіційно займаються 38 підприємств (рис. 1).

Річний обсяг виробництва піллет становить близько 200 тис.т, із них 95–97% експортується в Європу. Україна займає 2,5% у структурі європейського імпорту, при цьому прогнозований показник на наступні 2-3 роки становить,

враховуючи потенціал розвитку даної галузі та її інвестиційну привабливість, за даними експертів, 10%.

Внутрішній споживчий ринок України становить близько 15% від обсягу виробництва або 36 тис.т./рік. Потенційний споживчий ринок піллет в Україні складає більше 1 млн.т./рік.



Рис. 1 Виробництво піллет в Україні

Визначальними чинниками при прийнятті стратегічного рішення по формуванню цінової політики при розробці маркетингового плану на ринку біопалива є: зростаючий попит на продукцію в країнах ЄС та на території України (темп зростання ринку на 15-20%), державне регулювання (прийняття ЄС енергетичної та кліматичної програми розвитку 20:20:20), законодавче забезпечення (Закон України «Про альтернативні види палива», державна цільова програма «Ліси України» та інші законодавчі акти) та незначна інтенсивність конкурентної боротьби в галузі [1, 2].

З метою реалізації продукції на ринках необхідне забезпечення високого рівня конкурентоспроможності товару підприємства, що включає оптимізацію витрат на виробництво і транспортування та впровадження ефективної комунікативної політики, а саме: розміщення рекламно-

інформаційних оголошень в спеціалізованих виданнях, участь в міжнародних виставках та розробка бренду. Також, з метою реалізації продукції на внутрішньому ринку, доречним є сприяння його розширення шляхом участі в організації виставок печей, що працюють на біопаливі та різновидів екологічного пального [4].

Для аналізу можливої перспективної ніші (привабливого сегмента) доцільно розглянути рентабельність реалізації піллет на зовнішньому та внутрішньому ринках. Враховуючи динаміку розвитку ринку біопаливних ресурсів та ненасиченість ринку Європи даним видом продукту, необхідно дослідити та порівняти основні потенційні сегменти.

Експорт становить 85% від обсягу виробництва, внутрішній споживчий ринок складає відповідно 15% від виготовлених піллет (рис. 2).

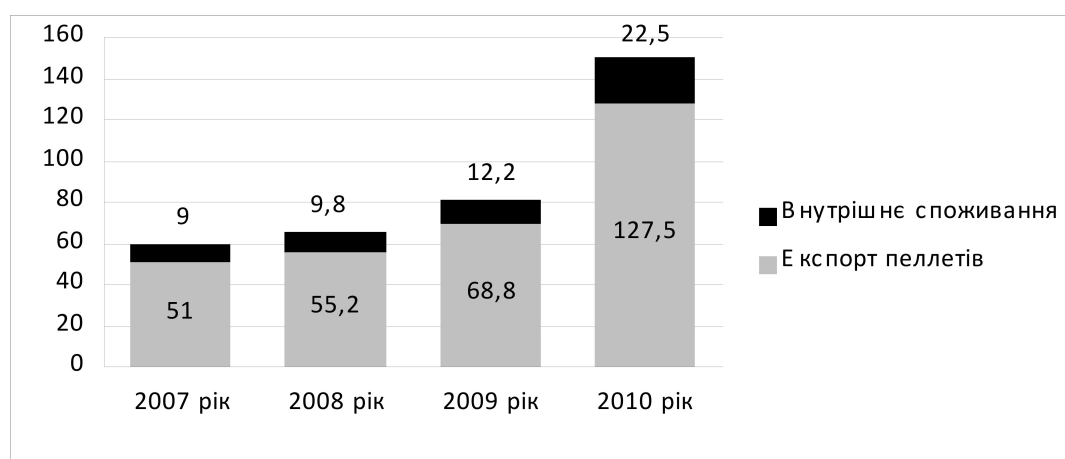


Рис. 2 Частка експорту та внутрішнього споживання українських гранул, тис. т.

Найпривабливішим сегментом ринку гранульованого палива за географічною ознакою є країни з високорозвиненою економікою і жорстким екологічним законодавством, тобто країни Західної Європи, Скандинавії і Америка (США) (табл. 1).

Таблиця 1

Доставка піллет

| Вид транспорту | Упакування і завантаження | Витрати на 1 т. | Рівень цін |
|-----------------------|---|--|----------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Залізничний транспорт | Завантаження біг-бегів (1,5 т) у криті вагони в 2 яруси. 45 т/вагон. Завантаження за допомогою «вилочного» автотранспорту вантажопідйомністю 1,5 - 2 т. | 190 грн. (орієнтовно) з урахуванням подачі та прибирання вагонів | 1050-1200 грн. |

Продовж. табл. 1

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|-------------------------|---|--|----------------|
| Вантажний автотранспорт | Завантаження біг-бегів (1,5 т.) у тентові вантажівки (фури) в 2 яруси. 21 т./машина. Завантаження за допомогою «вилочного» автотранспорту вантажопідйомністю 1,5 - 2 т. | При використанні «попутного» автотранспорту вартість одного рейсу 710 - 860 грн. | 1700-2000 грн. |

Експортні ціни в США кожний рік зростають на \$3-5 і складають на сьогодні приблизно \$115 за т, але при цьому є низькими відносно європейських цін. Ціни в Європі також мають тенденцію до зростання і становлять 150-200 євро/т.

Враховуючи середню ціну, загальна місткість ринку в грошовому еквіваленті складає –807 млн. 210 тис. євро.

Вартість реалізації піллет на внутрішньому і зовнішньому ринках відрізняється підвищеними витратами на транспортування.

Вибір оптимальних шляхів доставки здійснюється залежно від співвідношення фактичного рівня цін у різних місцях доставки в Західній Європі, фактичної вартості доставки вантажним і залізничним транспортом. Проте вартість доставки вантажним транспортом схильні до коливань в залежності від пори року, погодних умов та інтенсивності вантажопотоків.

Основними напрямками експорту українського біопалива стали Польща, Німеччина, Швеція, Данія, Італія. У європейських країнах на піллетах працюють котельні, підприємства, електростанції. Особливо популярним стає використання гранул для опалення приватних житлових будинків. Якщо в 1998 році в Німеччині на піллетах працювало всього 300 котлів, то вже в 2010

році тут задіяно більше мільйона котлів та печей, витрачається близько 4 млн.т піллет щорічно.

Актуальність розвитку ринку біопаливних ресурсів на Україні спричинена:

- стрімким зростанням цін;
- наявністю сировини (біовідходів), що стимулює інвесторів до виробництва більш дешевого альтернативного природному газу палива, зокрема, піллет;
- спадом виробництва піллет на Заході.

Використання піллет в Україні становить 25 тис.т на рік (за даними Держкомстату). Протягом 2008-2010 рр. розширилась географія виробництва піллет: Закарпатська, Житомирська, Чернігівська, Дніпропетровська, Волинська обл-ті. Виробники обладнання для виготовлення піллет: м. Івано-Франківськ, м. Луцьк, м. Київ; виробники котлів, що працюють, використовуючи пеллети - м. Рівне [5].

За прогнозами Fuel Alternative, до 2015 р. частка споживання піллет українським ринком може зрости до 15-20% від загального виробництва.

Підтвердженням зростання ринку біоресурсів є інвестування коштів державою у розмірі 1,6 млн.грн [6].

Доступність каналів збуту на внутрішньому ринку може викликати певні труднощі, що пов'язано з низьким попитом на відносно новий і невідомий товар. Основними перешкодами для масового використання піллет на українському ринку є і недостатня кількість виробників котлів для використання даного біо ресурси.

На даний момент конкуренція в секторі фактично відсутня. Майже вся продукція підприємств в Україні експортується, що пов'язано з нестачею даного виду палива в Європі, що масово переходить на екологічні джерела теплової енергії.

За допомогою ситуаційного аналізу оцінних критеріїв та оцінки ступеня відповідності внутрішніх та зовнішніх сегментів підприємства визначено їх комплексну оцінку, значення якої свідчить, що цільовим сегментом для реалізації піллет доцільно обрати зовнішній ринок -Німеччина, Польща, Швеція.

Абсолютно нерозвиненим залишається ринок споживачів України. Лише заміна використання природного газу масовим вживанням піллетів підприємствами та населенням України дасть поштовх до розвитку вітчизняного ринку цього виду палива.

Висновок. Стрімке зростання цін на газ та державна підтримка забезпечують підвищену зацікавленість до ринку біопаливних ресурсів (Закон України «Про альтернативні види палива» від 21.05.2009 р., державна цільова програма «Ліси України» на 2010-2015 рр., Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.09.09 р. та інші законодавчі акти) [1 ,2, 3].

На основі дослідження впливу основних чинників на політику ціноутворення при розробці маркетингового плану, встановлено базову ціну та визначено перспективний цільовий сегмент для реалізації стратегії підприємства на ринку біопалива.

Література

1. Закон України «Про альтернативні види палива» від 21 травня 2009 р // ВРУ. — 2009. — № 1391-VI.
2. Державна цільова програма «Ліси України» на 2010-2015 рр. від 16 вересня 2009 р // КМУ. — 2009. — № 977.
3. Податковий Кодекс України від 02 грудня 2010 р // ВРУ. — 2010. — № 2755-17.
4. В.А. Скрипниченко Інноваційні аспекти виробництва біопалива на Україні: стан, проблеми, перспективи [Електронний ресурс] – режим доступу: www.vsau.org/web/vsau

5. Андрійчук І.В. Ефективність використання альтернативних паливно-енергетичних ресурсів в регіоні (на прикладі Івано-Франківської області): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка» / І. В. Андрійчук. — Львів : НАН України Інститут регіональних досліджень, 2006. — 20 с.
6. М. Кобець Законодавче забезпечення виробництва біопалив в Україні: історія розвитку, аналіз недоліків та шляхи покращення [Електронний ресурс] – режим доступу: brc.undp.org.ua/img

Соломянюк Наталія Миколаївна

Соломянюк Наталья Николаевна

Solomyanuk Natalya

**ЧИННИКИ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ
МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ
(НА ПРИКЛАДІ РИНКУ БІОПАЛИВНИХ РЕСУРСІВ)
ФАКТОРИ ЦЕНОВОЙ ПОЛІТИКИ ПРЄДПРІЯТТЯ В
СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНІРОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ
РЫНКА БИОТОПЛИВНЫХ РЕСУРСОВ)
FACTORS OF PRICE POLICY AT ENTERPRISE ARE IN SYSTEM OF
MARKETING PLANNING
(FOR EXAMPLE FROM MARKET OF PILLET RESOURCES)**

Ключові слова: цінова політика, ціна, біопаливні ресурси.

Ключевые слова: ценовая политика, цена, биотопливные ресурсы.

Keywords: price policy, price, pillet.

Анотація. Розглянуто чинники цінової політики на ринку біопаливних ресурсів, які обумовлюють визначення можливих цільових сегментів для реалізації продукції, розробку відповідної стратегії та спеціального інструментарію її досягнення при розробці маркетингового плану.

Аннотация. Рассмотрены факторы ценовой политики на рынке биотопливных ресурсов, которые обуславливают определение возможных целевых сегментов для реализации продукции, разработку соответствующей стратегии и специального инструментария ее достижения при разработке маркетингового плана.

Summary. The factors of price policy are considered at the market of pillets resources that stipulate determination to possible having a special purpose segments from realization of products, development of corresponding strategy and special tool from her achievement at development of marketing plan.

грудень 2012 року, Materiały Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej Konferencji «Problematyczne aspekty I rozwiązania we współczesnej nauce». – Krakow. - 2012. – Ч. 1. – С. 65-70.