

АКТУАЛЬНОСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОВ УКРАИНЫ

Иларионова О. А.

**Научный руководитель: к.э.н, доцент Катаев А. В.
Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина**

Проблемы сельского хозяйства сегодня составляют ядро вопросов, обсуждаемых международными, национальными и общественными организациями [1]. Гиперболический рост и структурные диспропорции населения Земли [2], стабильное увеличение абсолютной численности голодающих на планете [3], глобальные климатические изменения и разрушение традиционных экологических систем [4] – все эти детерминанты переводят тему продовольственной безопасности на качественно новый, планетарный по актуальности уровень.

Изучением путей и механизмов нивелирования указанных факторов, а также обеспечения положений Всеобщей Декларации Прав Человека, гарантирующей каждому человеку право на достойное питание, занимаются солидные мировые организации: Организация экономического сотрудничества и развития (OECD) [5], Продовольственная и сельскохозяйственная организация Организации Объединенных Наций (FAO) [6], Международный фонд по сельскохозяйственному развитию (IFAD) [7]. Проводятся фундаментальные и прикладные научные исследования, специализированные конференции и семинары [8].

Кроме задачи абсолютной обеспеченности продовольствием, актуальным также является вопрос поддержания задекларированного или сохранения исторически сложившегося качества продуктов питания при стабилизации цен на них. В экономической теории и маркетинг-менеджменте сочетание этих двух характеристик (качества и цены) отражено в понятии конкурентоспособности продукции (товара).

Повышение конкурентоспособности товарной продукции сельского хозяйства является приоритетным заданием не только с позиций общечеловеческой нравственности, этичности и гуманизма по отношению к потребляющим эту продукцию. Эти разработки являются также инвестиционно привлекательными и стратегически необходимыми. Эмпирические исследования, выполненные под эгидой Департамента сельского хозяйства США (USDA), доказывают, что каждый доллар, вложенный в исследования в сфере сельского хозяйства, возвращается в 20-кратном размере [9]. Европейская Экономическая Комиссия в своих документах подчеркивает, что создание динамичной и конкурентоспособной экономики возможно лишь на базе технологического прогресса и постоянного укрепления научно-технологических основ европейской промышленности и ее конкурентоспособности на мировых рынках [10].

Анализ содержания базовых отчетов по результатам исследований конкурентоспособности позволил зафиксировать следующие ключевые предметные области: паритет покупательной способности, социальное соотношение затрат и выгод, преимущества экспорта (импорта) и другие [11].

Для украинского агропромышленного комплекса все вышеуказанное характерно отчасти. В стране наблюдается: низкий уровень используемой техники и технологий; несбалансированность механизмов государственной регуляции (дотаций, регламентов, закупочных цен) сельскохозяйственной отрасли; отсутствие заинтересованности институциональных рыночных субъектов во взаимодействии с сельским хозяйством. Потенциальная привлекательность для ведения подобного вида деятельности (богатые природные ресурсы, благоприятные климатические условия) и разновекторность принимаемых государственных и муниципальных решений о стратегических перспективах отрасли (носящих как декларативный, так и результирующий характер) взаимопогашают друг друга и приводят к стагнации.

В тоже время на украинском потребительском рынке зафиксирован интерес к так называемым «экологически чистым», органическим продуктам. В 2011 году количество производителей такой продукции возросло на 64 процента, объемы рынка увеличились в сравнении с 2008 годом в 10 раз [12]. Это обуславливает интерес продуцентов и ритейлеров к исследователям, предоставляющим информационные и консалтинговые услуги в сфере оценки конкурентоспособности продовольственных товаров. Флагманы отрасли стали активно обращаться к предыдущим теоретическим и эмпирическим наработкам [13], наработкам своих зарубежных коллег [14]; многие компании присоединяются к системе стандартов ISO с целью выхода на внешние рынки. В этом контексте проведение в Украине маркетинговых исследований конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции, усовершенствование их методологического и методического аппарата является актуальной, перспективной и стратегически важной научно-практической задачей.

Список использованных источников:

1. FAO Regional Conferences to strengthen food security and agriculture [Electronic resource] // FAO– Mode of access: <http://www.fao.org/news/story/ru/item/128602/icode>.
2. Народонаселение [Electronic resource] // ООН.– Режим доступа : <http://www.un.org/ru/development/progareas/population.shtml>.
3. Hunger statistics [Electronic resource] // FAO. – Mode of access: <http://www.fao.org/hunger/en>.
4. Изменения климата [Электронный ресурс] // ООН. – Режим доступа: <http://www.un.org/ru/climatechange>.
5. Fostering Productivity and Competitiveness in Agriculture [Electronic resource] // OECD.– Mode of access : http://www.oecd.org/document/12/0,3746,en_2649_37401_49193228_1_1_1_37401,00.html.
6. Nutrition and consumer protection [Electronic resource] // FAO. – Mode of access : http://www.fao.org/ag/portal/agn-index/ru/?no_cache=1.
7. Development effectiveness [Electronic resource] // IFAD. – Mode of access : <http://www.ifad.org/deveffect/index.htm>.