

редпродажних послуг; проведення екологічних заходів; надання комерційних послуг через Інтернет.

У перспективі в сфері гуртової торгівлі спостерігатиметься тенденція до концентрації та поглиблення спеціалізації, вдосконалення технологій обслуговування споживачів.

***Н. В. Скринько, здобувач,
Криворізький економічний інститут КНЕУ***

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ЗАЛІЗОРУДНОЇ СИРОВИНИ УКРАЇНИ

Гірничо-видобувна підгалузь галузі чорної металургії — один з найважливіших елементів економіки нашої країни. Її значення обумовлене тим, що, по-перше, вона є основним джерелом сировини для базових галузей економіки; по-друге, в самій галузі зосереджено значну частину виробничих потужностей та робочої сили; по-третє, підгалузь виробляє значну частину ВВП і забезпечує певну частку валютних надходжень в Україну.

Виходячи з цього необхідним є проведення маркетингових досліджень стосовно функціонування підгалузі на внутрішньому та зовнішньому ринках з метою вироблення рекомендацій щодо зміцнення конкурентних позицій підприємств підгалузі на цих ринках, збереження або збільшення їх частки на ринках і забезпечення ефективності їх господарювання.

Безумовно, провідне місце в таких дослідженнях мають посідати вивчення сучасного стану попиту на залізорудну сировину та розроблення науково обґрунтованого прогнозу його величини в майбутньому. Отримані в результаті таких досліджень дані мають слугувати основою для прийняття управлінських рішень щодо стратегії і тактики поведінки вітчизняних гірничо-видобувних підприємств на внутрішньому та світовому ринках залізорудної сировини.

Як показали проведені нами дослідження, стан попиту на залізорудну сировину на внутрішньому ринку не є стабільним і багато в чому залежить не лише від стану внутрішнього виробництва продукції чорної металургії та попиту на чорні метали, а й від рівня попиту на залізорудну сировину на зовнішньому ринку. В умовах відсутності належного державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств підгалузі, часто, ігноруючи інтереси вітчизняних підприємств чорної металургії, віддається перевага експортним поставкам такої сировини. Це може

призвести до суттєвих негативних наслідків, коли за наявності найбільших в Європі родовищ залізної руди українська чорна металургія не зможе повністю задовольнити свої потреби в якісній залізорудній сировині.

Нами розроблено економіко-математичну модель оптимізації обсягів і структури внутрішнього ринку залізорудної сировини, яка дає змогу здійснювати оптимальний розподіл виробленої залізорудної сировини між внутрішнім і зовнішнім ринками таким чином, щоб запобігти виникненню зазначених негативних явищ. Ця модель базується на першочерговому задоволенні попиту вітчизняних споживачів з урахуванням їх вимог щодо якісних характеристик сировини, із забезпеченням при цьому максимальної реалізації експортного потенціалу гірничо-видобувних підприємств.

І. О. Слісаренко,
Дніпропетровський
юридичний інститут

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ

В умовах становлення сучасного ринкового господарства в Україні відбувається процес реорганізації підприємств, у тому числі сільськогосподарських. Так, за статистичними даними за 2000 р., в Дніпропетровській області із обстежених сільськогосподарських підприємств, які реорганізувались в інші форми господарювання, 64 % — це товариства з обмеженою відповідальністю, 11 % — кооперативи, 10 % — приватні (приватно-орендні) господарства, 7 % — селянські (фермерські) господарства, 5 % — закриті акціонерні товариства, 1 % — відкриті акціонерні товариства, 2 % — інші форми; у більшості з цих підприємств засновниками є 2—10 чол.

Підприємець (фізична особа) або ж невелике підприємство (сімейне, колективне) на теперішній час в економіці України — основна ділова одиниця, яка має власні ресурси і власний капітал. Суб'єкт господарювання, і сільськогосподарський також, не є домінантом на ринку, тобто діє в умовах, близьких до чистої конкуренції.

У будь-якій галузі народного господарства, в тому числі в сільському господарстві, ефективне функціонування господарюючого суб'єкта можливе лише за умови проведення ним марке-