

3. Вибір часу проведення дослідження. У випадку якщо планується виробництво нового товару, всі рішення по обґрунтуванню ціни цього товару, його споживчих властивостей, найменування й інших характеристик повинні бути виконані задовго до початку масового виробництва.

4. Наявність / брак у компанії власних ресурсів. Хоча цей фактор здається очевидним, в деяких випадках маркетологи компаній починають дослідження ринку при відсутності чітких даних про доступні їх підрозділу ресурсах компанії, включаючи бюджет дослідження та людські ресурси.

5. Аналіз ефективності дослідження. У ході планування маркетингового дослідження на зовнішньому ринку необхідно зробити аналіз відношення вартості дослідження до одержуваних вигод з метою визначення цінності шуканої інформації.

Провести повне дослідження попиту і пропозиції можливо лише тоді, коли менеджери ухвалюють обґрунтовані рішення, направлені на усунення проблем, що не дозволяють на належному рівні здійснювати зовнішньоекономічну діяльність. Обґрунтоване вирішення вказаних проблем і повинно забезпечити проведення досліджень. Міжнародне маркетингове дослідження є вивченням деякої проблеми на зовнішньому ринку і розробкою на цій основі рекомендацій по забезпеченню її ефективного рішення.

Список літератури

1. Козик В. Міжнародні економічні відносини : Навчальний посібник/ Василь Козик, Людмила Панкова, Наталія Даниленко., –4-те вид., стереотипне. –К.: Знання–Прес, 2003. –405 с.
2. Липов В. Міжнародна економіка : Навчальний посібник/ Володимир Липов., М–во освіти і науки України, ХНЕУ. –Харків: ВД "ІНЖЕК", 2005. –406 с.
3. Міжнародні економічні відносини : Сучасні міжнародні економічні відносини: Підручник для студ. екон. вузів і фак./ А. С. Філіпенко та ін.. –К.: Либідь, 1992. –256 с.

УДК: 339.97

ПОЗИЦІОНУВАННЯ УКРАЇНИ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ

Т. В. Бобочка, ст. гр. МЕ-13,

В. А. Натальченко, доцент, к.е.н.

Кіровоградський національний технічний університет

Ринки країн ЄС – одні з найконкурентніших у світі. Тому Україні, щоб стати, зрештою, успішним учасником європейського ринку, необхідно провести ретельний аналіз конкурентного середовища, переваг споживачів, доступних джерел фінансування і т. д. Це важливо для того, щоб вибудувати правильну стратегію позиціонування і просування продукту, а також щоб налагодити ефективну систему продажів.

Для освоєння конкретних сегментів конкретних ринків в конкретних країнах важливо абсолютно все: від продуманої моделі продажів наших товарів до наявності інформації про те, якими CRM-системами користуються ваші потенційні конкуренти. Українські компанії дуже рідко приділяють належну увагу фундаментальному аналізу ринків, окремих галузей і ніш, в яких мають намір конкурувати. Це призводить до неефективних експортних стратегій, втрати коштів і часу.

Таким чином, через відсутність об'єктивної оцінки перспектив своїх експортних проектів освоєння нових ринків часто обертається для компаній провалом.

Українські виробники поки що не здобули позитивну репутацію в Європі. І це створює перший психологічний бар'єр для нашого іноземного партнера – нас просто не знають: хто ми, як ми працюємо і наскільки ретельно виконуєте свої зобов'язання. Треба бути готовим до цього.

Відсутність репутації надійного партнера створює для українських підприємців

чималі проблеми з виходом на ринок ЄС: обмеження у фінансуванні, небажання європейських партнерів укладати довгострокові контракти тощо.

А все тому, що українські підприємці дуже часто працюють в авральному режимі, коли постачання товарів і послуг зривається, терміни не дотримуються, а комунікація між компаніями порушена. Навіть відповіді на е-мейл можуть надходити з України із запізненням на тижні. Такий бізнес незрозумілий для європейців, вони не готові страждати від чийхсь недоліків. У Європі, якщо ви не виконуєте умови договору, то в кращому випадку сплачуєте великі штрафи, в гіршому – з вами просто перестають мати справу.

Необхідність побудови репутації надійного партнера – перше, про що варто пам'ятати компаніям, націленим на довгострокову експортну діяльність.

Через це українським компаніям не так вже й легко отримати фінансування на зовнішньому ринку. Це, насамперед, пов'язано з тим, що іноземні інвестори розглядають українські компанії як ненадійних бізнес-партнерів.

Друга причина полягає в тому, що через високий рівень корупції і непрозорість регуляторного середовища в Україні іноземні інвестори не можуть розраховувати на належний рівень захисту своїх інвестицій.

Для того щоб поставляти свою продукцію на ринки країн ЄС, необхідно пройти досить складну і тривалу процедуру сертифікації. Вийти на європейський ринок навіть з дуже якісним продуктом неможливо без відповідних дозволів та документів.

Неважливо, наскільки хороший і конкурентоспроможний ваш товар на українському ринку. Якщо він не відповідає європейським стандартам якості, маркування, пакування, екологічним та іншим вимогам, ви не зможете продавати його в Європі.

Тому перед початком експорту необхідно детально вивчити регуляторне середовище, зрозуміти, яким вимогам має відповідати продукція, що експортується, і як отримати відповідні дозволи. Наприклад, якщо йдеться про фармацевтичний бізнес, то варто готуватися до того, що в даній галузі стандарти для деяких препаратів розробляються роками. Стільки ж може тривати і їхнє тестування.

Про низький рівень конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції на європейському продовольчому ринку свідчать: низька ефективність цієї галузі порівняно з іншими країнами; невідповідність структури українського експорту попиту країн ЄС на сільськогосподарську продукцію; невелика частка підприємств, сертифікованих згідно міжнародних стандартів.

Значною мірою перешкоджають зміцненню конкурентоспроможності такі чинники, як: низький рівень розвитку вітчизняної фінансово-кредитної системи; нерозвиненість інфраструктури АПК; недостатня гармонізація українських стандартів якості з міжнародними; недостатність державного цільового фінансування науково-прикладних розробок.

З урахуванням існуючих проблем видається доцільною реалізація заходів за такими основними напрямками, як: гармонізація вітчизняних стандартів на сільськогосподарську продукцію згідно стандартів ЄС; налагодження сучасної інфраструктури аграрного ринку; посилення кооперації господарств населення виробників сільськогосподарської продукції; налагодження співпраці між виробниками сільськогосподарської продукції та дослідними установами.

За умови збереження існуючого низького рівня конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції на європейському ринку зростає небезпека посилення таких негативних тенденцій: 1) виробники аграрної продукції недотримуватимуть доходи, що призведе до погіршення соціально-економічних умов у сільських місцевостях; 2) надалі зростатиме негативне сальдо зовнішньої торгівлі України з країнами ЄС загалом та по сільськогосподарській продукції зокрема; 3) збільшиться частка імпоротної продукції у сукупному споживанні продуктів харчування в Україні.

Ця проблема актуалізується з огляду на приєднання України до зони вільної торгівлі з ЄС, що призведе до перетворення вітчизняного ринку на ринок збуту європейського

продовольства і продукції сільського господарства, зумовить поглиблення кризи в АПК і розвитку сільських територій та створить загрозу продовольчій безпеці держави.

Україна прагне до міжнародного співробітництва, складовою частиною якого є міждержавний обмін робочою силою. Трудова міграція поступово стає невід'ємною реальністю функціонування вітчизняного ринку праці, набуваючи з часом стабільного та масового характеру. Тисячі українців працюють сьогодні за межами власної держави. Рейтинг країн, в яких офіційно працевлаштовуються наші співвітчизники, показує що найпопулярнішими серед них є Греція, Кіпр, Росія, Чехія, Польща, Болгарія.

Враховуючи співвідношення чисельності імміграційних потоків в Україну та еміграційних потоків з України можна стверджувати, що на сучасному етапі країна виступає державою-експортером робочої сили. Чисельність українців, що виїжджають працювати за кордон в середньому у 10 разів вища чисельності іноземців, що приїжджають в Україну

Якщо до офіційних працівників-мігрантів додати громадян України, які нелегально влаштувались за кордоном, то цей розрив буде ще більшим. Реальні масштаби зайнятості громадян України за кордоном набагато чисельніші за державну звітність – за підрахунками фахівців від 1 до 3 млн. працеспроможного населення України працює за межами власної держави.

Трудова міграція в Україні згодом набуває чітко виражене економічне підґрунтя. Економічна ситуація країни поки не дає підстав сподіватись на швидкий підйом національного виробництва та розширення можливостей працевлаштування на вітчизняному ринку праці. Ознаками, які характеризують сучасний стан ринку праці в Україні є:

- зростання безробіття у зв'язку зі значним падінням обсягів національного виробництва;
- нераціональна структура галузевої зайнятості, істотне перевищення пропозиції робочої сили над попитом;
- високі обсяги прихованого безробіття, яке може вважатись своєрідним резервом поповнення офіційного;
- зuboжіння значної частини населення України;
- постійна депопуляцію та загальне старіння населення, що призводить до скорочення чисельності трудового потенціалу України;

Щоб стати рівноправним учасником загальноєвропейського процесу інтеграції, Україні необхідно докласти немало зусиль для створення нової економічної системи, проходження стабілізаційного періоду, подолання кризи економіки, усунення бар'єрів у спілкуванні із зовнішнім світом, налагодження активних і взаємовигідних зв'язків з країнами-партнерами. Для цього має бути створена інфраструктура, сумісна із західноєвропейською та здатна функціонувати з нею в одній системі координат. Головні її елементи – це самостійні суб'єкти господарської діяльності, економічний раціоналізм у відносинах з країнами-учасницями, створення режиму вільного руху товарів, послуг, капіталів, формування мережі банків і ділових центрів для фінансування та інформаційної підтримки державних та приватних інвестиційних проектів, комплексне використання й охорона природних ресурсів, співробітництво в розвитку паливно-сировинної бази, раціональне використання енергетичних ресурсів, співробітництво в технологічному оновленні металургійних підприємств, розвитку АПК, харчової та переробної промисловості, створення сучасних телекомунікацій, розвиток уніфікованої митної системи.

Список літератури

1. П'ять перешкод для українського експорту на шляху до Європи
2. Володимир Ломійчук, SalesCapital AG, 25 березня 2015
3. Український бізнес на європейському ринку: можливості та загрози Smart People Тарас КОМАРЕНКО 14.06.2014
4. Ткач В.Ю. Європейський ринок праці в системі міжнародної міграції трудових ресурсів // Економіка АПК. – 2010. – № 2. – С. 138–143.
5. Заклетка О., Юрченко В. Трудова еміграція як умова розвитку міжнародного ринку праці // Вісник КНТЕУ. – 2011. – № 4. – С. 9–20.