

ЯКІСНІ ЗМІНИ РИНКОВОГО ТА ІНВЕСТИЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ І МАРКЕТИНГОВІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЇХНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ВНУТРІШНЬОМУ І ЗАКОРДОННИХ РИНКАХ ЗБУТУ

© Мних О. Б., 2016

Охарактеризовано якісні зміни в ринковому середовищі функціонування і розвитку українського бізнесу. Акцентовано увагу на посиленні процесів євроінтеграції, нагромадженні зовнішніх та внутрішніх загроз, що вимагає істотних змін у маркетинговій політиці підприємств та в їхній діяльності на вітчизняних і закордонних ринках збуту. Визначено причини низької ефективності українських компаній на ринках країн ЄС після введення для країни нульового мита для експортних поставок. Доведено необхідність комплексного вирішення маркетингових проблем для покращення ринкових позицій підприємств з врахуванням їх доступності до інвестиційних ресурсів та обмежень з боку фінансових інституцій.

Ключові слова: ринкове середовище, маркетинг, маркетингова діяльність, експорт, імпорт, ринок збуту, конкуренція, торгівля, прямі інвестиції, економічна загроза.

QUALITATIVE CHANGES IN MARKET AND INVESTMENT ENVIRONMENT OF DOMESTIC ENTERPRISES AND MARKETING OF THEIR PROBLEM OF DOMESTIC AND FOREIGN MARKETS SALES

© Mnykh O., 2016

The article given characteristic qualitative changes in the market environment, operation and development of Ukrainian business. The attention is focused on strengthening the process of European integration, accumulation of external and internal threats, requiring significant changes in the marketing policy of companies and their activities on domestic and foreign markets. Identified causes of low efficiency of Ukrainian companies in the EU markets after entering the country for zero duties for exports. The necessity of solving complex marketing challenges to improve the market position of companies taking into account the availability of resources for investment and operating restrictions by financial institutions.

Key words: market environment, marketing, marketing activity, export, import, market, competition, trade, direct investment, the economic threat.

Вступ. Будь-який продаж та фізичні потоки матеріально-речових цінностей передбачають здійснення логістико-маркетингової діяльності як всезагальної форми організації раціонального торгового обміну в певному соціально-економічному просторі. Можливості формування і розвитку маркетингового потенціалу для вітчизняного бізнесу змінилися із вступом України в СОТв 2008 р. (процес вступу України до СОТ розпочався 30.11. 1993 р. і тривав до 16.05.08р. – аж 15 років) і в зону вільної торгівлі від 1 січня 2016 р. Тепер ЄС став головним торговельним партнером України, на якого припадає майже 33 % українського експорту, разом з тим через анексію Криму і військову

агресію Росії на Донбасі її частка в українському експорті скоротилася до 12,7%. Вихід на нові закордонні ринки збуту при посиленні взаємодії зовнішніх загроз вимагає ґрунтовного вивчення важливих питань регулювання міжнародної торгівлі в Україні, зокрема тих, які мають істотний практичний вплив на трансакційні витрати. Набрал чинності Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (з 24 грудня 2015 року № 905-VIII) щодо заходів у відповідь на дискримінаційні або недружні дії інших держав, зокрема, заборона зовнішньоекономічних операцій або встановлення обмеження на їх здійснення, скасування тарифних пільг (преференцій) щодо ставок Митного тарифу України шляхом призупинення звільнення від оподаткування ввізним митом, застосування пільгових або повних ставок ввізного мита або скасування тарифних квот [1]. Змінюється практика регулювання зовнішньої торгівлі, зокрема з таких питань, як ліцензування, встановлення квот, експертиза товарів подвійного використання, правозастосування тощо [2]. Якісна зміна середовищних факторів і відсутність реальної фінансової підтримки державою стратегічно важливих підприємств, коли сукупний рівень державного боргу вже в 2016 р. перевищив 70 % ВВП [3], вимагає адекватної перебудови моделей бізнесу вітчизняних підприємств та пошуку потенційних джерел створення вартості, коригування планів маркетингової діяльності на внутрішніх і закордонних ринках відповідно до нових ринкових і соціальних ситуацій, що актуалізує науково-прикладні дослідження в цьому напрямі.

Здійснення реальних реформ в економіці України в умовах зростання її відкритості, коли розширюється географія експортно-імпорتنих операцій і посилюється кореляція їх результативності залежно від світових цінових тенденцій на фактори виробництва, передбачає підвищення якості інституційного середовища з метою розвитку маркетингового потенціалу виробників. Це особливо важливо з погляду ефективного використання суспільних виробничих сил економіки знань та отримання доданої вартості з широким використанням маркетингових концепцій та подолання негативних наслідків, пов'язаних з монополією на матеріальні, інтелектуальні та організаційні ресурси, домінування торговельно-посередницьких та фінансових послуг, а не науково-технічних винаходів, з порушенням законодавства у сфері державних закупівель тощо.

Аналіз останніх наукових досліджень і розробок. У ХХІ столітті з'явилися нові завдання маркетингу як важливої функціональної сфери розвитку різних учасників транансацій, зокрема й держави, з метою збагачення знань та розвитку інтелектуальних ресурсів, розвитку маркетингового потенціалу, комерціалізації винаходів [4–6].

За даними Антимонопольного комітету (АМК) України, на початку 2015 р. на ринках з конкурентною структурою реалізовувалося 42,7 % від загального обсягу продукції в Україні; на ринках з ознаками колективного домінування або олігопольних ринках (на яких частка 5 трьох найбільших суб'єктів господарювання перевищувала 50 %) – 16,7 %. Частка ринків, на яких структурні обмеження конкуренції відсутні, скоротилася порівняно з 2014 р. на 4,8 %, що зумовлено насамперед зниженням частки ринків із конкурентною структурою у добувній промисловості (удвічі порівняно з 2014 р.), будівництві будівель (на 14,07 %), оптовій торгівлі (на 6,35 %) [7].

Найпоширенішими формами прояву нерівних умов конкуренції, відповідно до результатів дослідження АМКУ у 2015 р., були:

- отримання окремими учасниками ринку державної допомоги у вигляді субсидій або грантів;
- отримання окремими учасниками ринку державної допомоги у вигляді вибіркового пільгового оподаткування;
- неоднакові умови застосування законів щодо прав на інтелектуальну власність;
- наявність у суб'єктів господарювання делегованих державою функцій щодо встановлення правил функціонування ринку;
- нерівні умови розподілу землі;
- нерівні умови розподілу державних замовлень;
- цінова нерівність на енергоресурси для різних компаній в одній галузі;
- нерівні умови доступу до експортної інфраструктури;
- нерівні умови застосування імпортного мита.

Серед 830 опитаних респондентів третина з них дала негативну оцінку діяльності АМКУ. У 2015 р. виявлено 2 169 порушень у вигляді зловживань монопольним (домінуючим) становищем, 524 – антиконкурентних узгоджених дій суб'єктів господарювання, 917 – антиконкурентних дій державних органів, 432 – недобросовісної конкуренції. Такі порушення ускладнюють виживання малого і середнього бізнесу, практично унеможливають ефективне впровадження ними маркетингових стратегій для перерозподілу ринкової влади чи освоєння нових ринків. У таких умовах, коли спостерігалися антиконкурентні дії не лише приватних структур, але й державних органів (917 порушень!), не може бути повноцінно задіяний інтелектуальний ресурс всіх учасників ринкових трансакцій для розбудови в Україні економіки знань і виконання ринком суспільної функції – стимулювання покращення якості товарів і послуг за одночасного гнучкого ціноутворення на них.

Творча інтелектуальна діяльність є рушійною силою розвитку суспільства, напрямком розвитку бізнес-структур і маркетингу інновацій. В умовах поглиблення фінансової кризи, посиленого тиску на виробництво критичних факторів, особливо енергетичних, для забезпечення цінних та нецінних конкурентних переваг активізується винахідницька діяльність різних суб'єктів – як фізичних, так і юридичних осіб, про що свідчать статистичні дані Українського інституту інтелектуальної власності (УІВ) про динаміку поданих заявок на об'єкти промислової власності [8].

Таблиця 1

Показники надходження заявок на об'єкти промислової власності у I півріччі 2012–2016 рр.*

	Кількість поданих заявок					2016 у % до 2015	
	2012	2013	2014	2015	2016		
Разом надійшло:	23 873	26 037	21 809	21 492	25 073	116,7	
Винаходи	2 481	2 697	2 431	2 241	2 017	90,0	
Корисні моделі	5 534	5 467	4 836	4 210	5 094	120,9	
Промислові зразки	833	1572	1 224	904	1 109	122,7	
Знаки для товарів і послуг:							
	за національною процедурою;	15 025	16 301	13 298	14 137	16 853	119,2
	за міжнародною процедурою	11 009	11 358	8 947	10 167	14 253	140,2
	4 016	4 943	4 351	3 970	2 600	65,5	

*Примітка: за 2016 р. подано дані за I півріччя

Незважаючи на зовнішні загрози для бізнесу (анексія Криму, військові події на Донбасі) іноземні ділові бізнес-структури з інтересом вивчають незаповнені ніші в Україні, слабкі сторони державної промислової політики у сфері захисту об'єктів інтелектуальної власності та функціонування промислових ринків, щоби скористатися шансами та потенційними можливостями подальшого розширення сфер свого впливу, зокрема на високотехнологічні ринки. Навіть від заявників Російської Федерації – країни, яку офіційно визнано агресором відносно України, в 2016 р. надійшло 11 заявок на корисні моделі. В I півріччі 2016 р. серед традиційно активних іноземних підприємств з'явилися і нові представники:

- MR Maschinenfabrik Reinhausen GmbH (німецька компанія позиціонує себе світовим лідером у виробництві вантажних кранів для силових трансформаторів);
- ArcelorMittal – найбільша металургійна компанія світу, яка займає провідні позиції на ринках збуту металу для галузей автомобілебудування, будівництва, виробництва побутової техніки та упаковки;
- United States Gypsum Company (американська компанія, яка виробляє будівельні матеріали);
- Nanmi (провідна фармацевтична компанія, яка займається розвитком нових біопрепаратів, хімічних сполук та інноваційних препаратів);
- Cilag AG – швейцарська фармацевтична компанія, яка є дочірньою компанією американського фармацевтичного гіганта Johnson & Johnson) та ін..

Аналіз розподілу іноземних заявок за основними технічними напрямками свідчить, що понад 59 % від їх загальної кількості належать до напрямку «Хімія», майже 15 % – «Машинобудування», понад 11 % – «Інші галузі». Це означає, що перспективними для інвестування в Україні є хімічна та будівельна індустрія, машинобудування, фармацевтика та суміжні з ними галузі реального сектора економіки з потенційно високим маркетинговим потенціалом для зростання в країні і в далекому зарубіжжі.

За підсумками 2014 р. за даними рейтингу міжнародної аудиторсько-консалтингової компанії «Делойт» [9] до Топ-500 найбільших у Центральній та Східній Європі (ЦСЄ) увійшли 32 українські компанії, причому туди потрапили лише компанії з мінімальним рівнем доходу 459 млн. євро. Сукупний дохід від реалізації всіх компаній, присутніх у рейтингу ТОП-500 за 2014 р., становив 682 млрд євро, або в середньому 1,364 млрд євро на одну компанію. У більшості країн ЦСЄ темпи зростання доходів компаній приблизно відповідали темпам зростання ВВП. Однак девальвація національних валют у 2014 р. (на 48 % – в Україні) та 5 % (в Польщі, Чехії та Угорщині) суттєво вплинула на фінансові показники в євровому еквіваленті – при збільшенні доходів українських компаній в середньому на 16,6 % євродоходи тих компаній знизилися в середньому на 21,2 %. Низькі темпи девальвації валюти в країнах Польщі, Чехії та Угорщини – яскравий макроіндикатор високої якості інституційного середовища, зокрема діяльності фінансово-кредитних установ, реального партнерства банків і бізнесу, що є важливим джерелом формування конкурентних переваг компаній тих країн.

Той факт, що до рейтингу «Делойт» увійшли українські експортери аграрного сектора («Бунге» та «Нібулон»), свідчить про те, що імідж країни формується, на жаль, не завдяки компаніям високотехнологічних галузей з високою концентрацією інтелектуальних ресурсів, а компанії сировинних галузей. Зазначимо, що «Нібулон» як активний учасник програми відродження українського судноплавства і суднобудування, куди вкладаються іноземні інвестиції, зокрема, Німеччини, здобув перемогу в Національному морському рейтингу України у номінаціях «Золотий причал 2014» та «Відновлення флоту 2014» (м. Одеса). Диверсифікація його діяльності, зокрема в агросекторі, зміцнила фінансову базу для розширення ринків збуту в 30 країн світу [10]. Серед нових ринків збуту цієї компанії – Китай, Таїланд та Мексика (2,8 %, 1,2 %, 1,05 % від загального експорту 2014–2015 рр., відповідно).

До вищезазначеного рейтингу ввійшли також промислові гіганти "Нікопольський завод ферросплавів", "Запоріжсталь" та "Євраз-Сува Балка". Єдина компанія "Метінвест" Р. Ахметова промислового сектора, яка стала найбільшою в Україні за обсягом виручки, незважаючи на зовнішні та внутрішні загрози, отримала 7839 млн. євро за підсумками 2014 р. і потрапила до першої десятки цього рейтингу. Серед українських компаній, представлених у рейтингу, істотно переважають компанії з локальним капіталом. Більшість компаній-лідерів досягли успіху завдяки залученню іноземних інвестицій. У Європі, як і в світі, активно відбуваються процеси трансформації власності: за 2013–2014 рр. зменшилася кількість підприємств, які перебувають у державній власності – від 92 до 87, що свідчить про звуження економічного простору дії державного капіталу (див. табл. 2).

Таблиця 2

Галузевий розподіл компаній за структурою капіталу в 2014 р. у країнах ЦСЄ за даними рейтингу Топ-500 (Deloitte)

Галузь	Компанії, підконтрольні інвесторам поза межами регіону	Компанії, підконтрольні інвесторам регіону	Державні підприємства	Разом
Споживчий сектор і транспорт	104	59	13	176
Енергетика та видобувна промисловість	51	28	60	139
Галузь біологічних наук та охорони здоров'я	11	6	–	17
Промислове виробництво	95	24	5	124
Державний сектор	–	–	-7	7
Сектор нерухомості	4	2	–	6
Сектор високих технологій, телекомунікацій, розваг і ЗМІ	23	6	2	31
Разом:	288	125	87	500

За даними табл. 2 робимо висновок, що в споживчому секторі значну роль в розвитку компаній (59 із 176, що потрапили до рейтингу), мають регіональні інвестиційні ресурси та проекти з акумулюванням капіталу на рівні регіону. Це дає змогу побудувати дієву інноваційно-інвестиційну модель регіонального управління, в якій капіталізація займає центральне місце. В природних монополіях – у сфері енергетики і видобувної промисловості – доволі активним є як державний, так і приватний капітал. Не випадковою є зацікавленість інвесторів сферою промислового виробництва, де наявні широкі можливості для трансформації капіталу від інвестиційного до споживчого і фінансового. Що більше накопичено капіталу в економіці, то ширші можливості спеціалізації промислового виробництва і то вищою є продуктивність праці суспільства. Тому процеси капіталізації загалом і конкурентних переваг, зокрема у споживчому секторі, в промисловому виробництві і в секторі високих технологій є взаємозалежними і в кінцевому підсумку відображають динаміку концентрації власності; активізують вплив інсайдерів та аутсайдерів на результати економічної і маркетингової діяльності підприємств .

Як показали дослідження Дж. Вурглера [11], в країнах з розвинутими фінансовими ринками спостерігається активніше фінансування перспективних, зростаючих галузей і ринків. Важливо, щоб кожний учасник ринку міг вільно вибирати партнера, підтримувати розвиток конкурентного середовища і щоб забезпечувалося справедливе ціноутворення, яке передбачає відсутність фрагментарності ринку.

Такі країни, як Сінгапур, Гонконг, Німеччина, Фінляндія та ін. забезпечили синхронну взаємодію певних умов розвитку макромаркетингу як основ соціально-економічного розвитку, продемонстрували світу стратегічну цінність інтелектуального капіталу в усіх сферах життєдіяльності та інтелектуальних маркетингових та логістичних мереж, тим самим якісно змінивши внутрішні чинники розвитку національних економік та форму їх взаємодії з інвесторами, державою і клієнтами, створивши інституціональне середовище для росту капіталізації своїх конкурентних переваг [12,13]. Про необхідність побудови відповідної модернізаційної моделі розвитку суспільства за обов'язкового створення умов для поширення процесів капіталізації звертають увагу В. М. Геєць і А. А. Гриценко [14], О. Ю. Амосов і Н. Л. Гавкалова в роботі [15] та інші вчені.

Метою наукової роботи є дослідження якісних змін у ринковому середовищі функціонування вітчизняних компаній в умовах поглиблення процесів євроінтеграції, нагромадження зовнішніх та внутрішніх загроз та обґрунтування необхідності вирішення маркетингових проблем з врахуванням власного і закордонного досвіду та можливостей доступу до інвестиційних ресурсів і діючих обмежень в інституційному середовищі.

Виклад основного матеріалу. Ефективна ринкова економіка, як показує досвід країн Європи, посилює взаємодію споживчих, промислових і фінансових ринків, результативність якої відображається у Звітності щодо питань екології, соціальної сфери та корпоративного управління (ESG), що формується організацією за назвою «Глобальна ініціатива щодо звітності» (The Global Reporting Initiative, GRI). При цьому в кожній з країн ЦСЄ місцева фондова біржа відіграла вагомую роль в інвестиційному розвитку регіональної і національної економік, в активізації маркетингової діяльності корпоративних структур та в розширенні альтернатив ресурсного забезпечення їхнього розвитку.

З розвитком інституційного середовища в Україні, який забезпечуватиме обіг вільних активів, підприємство і створювані ним цінності можуть стати повноправним предметом ринкового обороту, а також господарським благом, оскільки правовий захист власності дає право його власнику вільно приймати рішення про використання предмета власності, розширення свободи підприємницької діяльності (зокрема право на трансфер власності). Капіталізація як динамічний процес залучення в господарський обіг ресурсів (людських, матеріальних, нематеріальних) та їх подальшої трансформації в капітал (інтелектуальний, інвестиційний, споживчий тощо) розкриває широкі можливості реалізації і розвитку маркетингового потенціалу в умовах посилення євроінтеграційних процесів та глобалізації бізнесу (Україна в 2015 р. мала торговельні відносини з 207 країнами світу) .

Можливості фінансової підтримки українських експортерів з боку НБУ, зокрема через надання їм пільгових кредитів, є обмеженими, враховуючи те, що меморандум з МВФ допускає в II півріччі 2016 р. докапіталізацію банків державою на 151,7 млрд грн і в 2017 р. – на 42 млрд грн. [16].

Україна, незважаючи на зростання зовнішніх та внутрішніх загроз через анексію Криму, військові події на Донбасі, високі валютні та підприємницькі ризики маркетингу, стала привабливою для іноземних інвесторів, насамперед для викупу та поглинання збанкрутілих та знецінених українських підприємств, для операцій з нерухомістю, цінними паперами. В 2015 р. в Україні було укладено близько 140 угод, що на 29 (19,8 %) більше, ніж в 2014 р. Можна зазначити, що в 2014 р. угод було більше – залучено 833,1 млн. євро проти 504 млн. євро в 2015 р. Найцікавішими для інвесторів були фінансовий сектор і телекомринок. Частка телекомунікаційних і IT-компаній у загальному обсязі угод з викупів в Україні в 2015 р. становила 57 % [17]. Американська Snapchat Inc викупила за 132,7 млн. євро український стартап Looksey Inc. – розробника фотододатка для смартфонів, а за 89 млн. євро турецька компанія Turkcell A S викупила аж 44 % акцій компанії Астеліт (ТМ Life :), що дає їй можливість приймати стратегічні фінансові і маркетингові рішення.

Загалом в 2014 р. обсяг прямих іноземних інвестицій зріс порівняно з 2010 р. на 45,6 %. Перерозподіл ринкової влади здійснюється в Україні через спекулятивні операції цінними паперами, зокрема з так званими сміттєвими. Так, станом на 24.07.2015 р. до розрахунку показника капіталізації було включено акції 95 емітентів, тоді як станом на 04.08.2015 р. – акції 52 емітентів [18]. Це підтверджує актуальність системного аналізу діяльності емітентів на наявність критеріїв фіктивності, а також аналізу дій учасників торгів на наявність ознак маніпулювання на фондовому ринку. За інформацією Національної комісії з цінних паперів фондового ринку (НКЦПФР), загальний обсяг торгів на організованому фондовому ринку України у липні 2015 р. становив 16,29 млрд. грн, що є у 2,1 разу меншим за показник липня 2014 р. (34,83 млрд. грн). Лише за останні три місяці 2015 р. НКЦПФР України зупинила торги 78 компаній із загальною капіталізацією 461 млрд. грн., що становить близько 30 % від ВВП України в 2014 р. та дорівнює запланованим доходам Державного бюджету на 2015 р. Очищення фондового ринку від сміттєвих цінних паперів повинно супроводжуватися аналогічним очищенням споживчих ринків від неякісних товарів, а виробництва – від знецінених запасів готових виробів (особливо з критичним терміном зберігання) внаслідок ліквідації неробочих активів, зокрема маркетингових і логістичних, виявлення так званого «замороженого» капіталу.

Ринкове середовище в Україні змінюється як через посилення концентрації капіталу завдяки прямим іноземним інвестиціям в країну, так і втечі прямих інвестицій з країни [19]. Ці показники є важливими макроіндикаторами не лише привабливості країни для бізнесу та впровадження бізнес-ідей, але й для здійснення фінансових операцій з викупом нерухомості і нематеріальних активів, зважаючи на низький рівень правового захисту об'єктів інтелектуальної власності (рис.1).

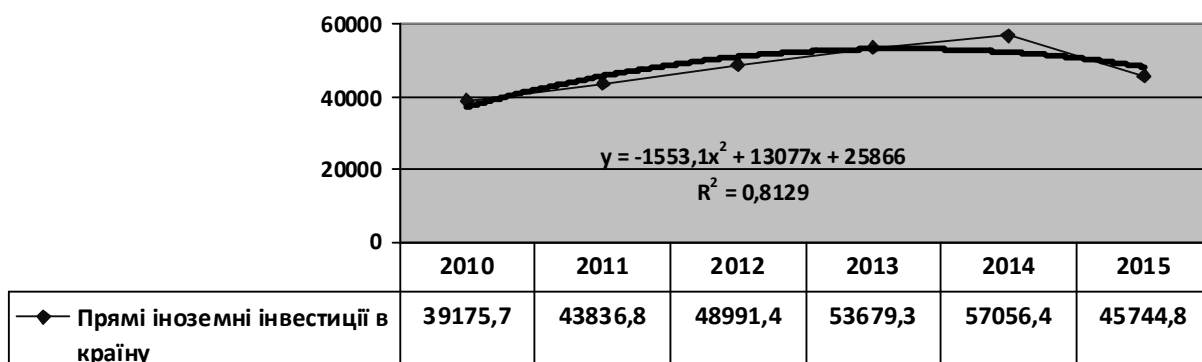


Рис.1. Трендові моделі динаміки прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) в Україну, млн.дол. США

Примітка. Дані за 2014–2015 рр. подано без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м.Севастополя і без урахування частини зони проведення антитерористичної операції

За дослідженнями Центру Разумкова, приблизно половина з інвестицій, що надійшли з Кіпру в Україну, належать до колишніх українських та російських ресурсів, а капітали виводилися і вводилися через різні інструменти та фінансові маніпуляції. Як показує досвід багатьох країн світу, в умовах глобалізації бізнесу важливо створити обмеження для стратегічних іноземних інвесторів та заборонити їх приватизацію, оскільки ці галузі потенційно становлять основу економічної та національної оборони і безпеки України (в 2015 р. до таких об'єктів віднесено лише 309 підприємств із 1478-ми, що розглядалися Міністерством економічного розвитку і торгівлі). Зауважимо, що від 2004 р., коли держава визначила перелік стратегічно важливих підприємств України, в 2014–2015 рр. через анексію Криму втрачено економічний потенціал 7 вітчизняних підприємств з цього переліку з вагомим інтелектуальним капіталом, зокрема: ВАТ Феодосійська суднобудівна компанія "Море", Феодосійський казенний оптичний завод, Державне підприємство "Науково-дослідний центр "Вертолiт", ДАК "Титан" та ін.

При активізації іноземного капіталу в Україні необхідно одночасно підвищувати інвестиційну активність національних фірм (корпорацій) за кордоном, які б покращували імідж України в світовому діловому середовищі, зокрема завдяки виходу на конкурентні високотехнологічні ринки (рис. 2). Проте, як показують рейтинги [20], за період 2006–2015 рр. за індексом глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index, GCI) Україна втратила аж 10 позицій в цьому рейтингу (від 69 до 79 місця серед 140 країн). Вагомою причиною погіршення ринкових позицій крупного вітчизняного бізнесу на закордонних ринках є втеча українського капіталу в офшорні зони, зокрема, на Кіпр близько 3,5 млрд. євро [21].

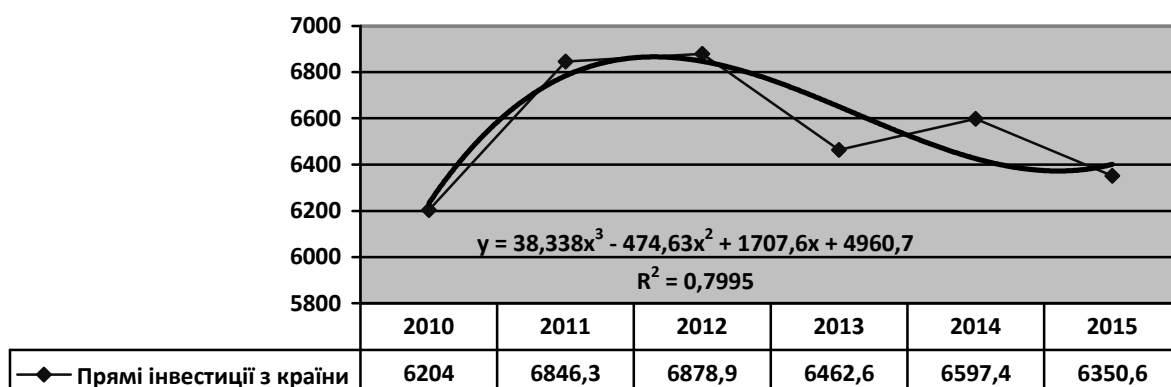


Рис. 2. Трендові моделі динаміки прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) з України, млн.дол. США

Залежно від об'єктів прикладення таких іноземних інвестицій на етапі формування економіки знань, обміну знаннями, збагачення інтелектуального капіталу, створення нових об'єктів інтелектуальної власності залежатимуть умови для капіталізації підприємств та їх конкурентних переваг, адже трансфер знань закінчується реінвестуванням коштів, що отримані від вдалого використання здобутих знань і досвіду.

З приходом на наш ринок багатьох транснаціональних компаній змінилося ринкове середовище агросектора України. Можливості українських агрокомпаній ще далеко не вичерпані. Так, із 441 тис. т експортованого в 2016 р. ріпаку аж 81% припало на експорт не олії, а насіння – продукту з низькою часткою доданої вартості. Чи можна вважати економічно обґрунтованими рішення Міністерства агрополітики, які стосуються імпорту не критично важливих для країни продуктів, а картоплі? Так, за 9 міс. 2016 р. Україна експортувала картоплю в Білорусію (на 1,1 млн. дол.), Грузію (45 тис. дол.) та Азербайджан (18 тис. дол.), водночас імпортувала картоплю з Франції – на 1,3 млн. дол., Нідерландів – на 931 тис. дол. і з Німеччини – на 806 тис. дол. [22]. За такого неграмотного підходу державних органів влади щодо розвитку аграрного сектора проблема імпортозаміщення в Україні ще довго не буде вирішеною.

Підвищення ефективності господарської і маркетингової діяльності створює фінансову основу для майбутнього розвитку і знижує залежність виробників від чужих інвесторів чи банків. Найпоширеніший показник ефективності в аграрному бізнесі – ЕВІТДА на гектар, який, за підсумками 2014 р., для агрокомпаній із земельним банком від 40 000 га. коливався від \$85 (в «Кернел») – до \$800–900 ЕВІТДА з 1 га, досягнутий в агрокомпанії «Дружба-Нова» завдяки застосуванню науковому підходу до оброблення ґрунту й інноваційним технологіям (пізніше цю агрофірму викупив «Кернел»). У 2014–2015 рр. діяли автономні преференції ЄС, який тимчасово вводив для українських експортерів умови, аналогічні першому року дії режиму зони вільної торгівлі (ЗВТ). Лібералізація торгівлі з ЄС означала введення квот на поставки українських товарів з нульовим митом (ці преференції набрали чинності з 23 квітня 2014 р., після чого митні ставки ЄС стали відповідати умовам першого року дії економічної частини Угоди про асоціацію). Тому використання цих квот ілюструє, наскільки український бізнес був готовий до торгівлі з Європою: український експорт до ЄС зріс в середньому на 10–12 %, переважно за рахунок аграрної продукції [23]. Від кінця 2014 р. темпи зростання українського експорту до ЄС почали демонструвати поступове гальмування через закінчення ефекту обнулення мит і неготовність українських експортерів працювати в ринкових європейських умовах, адже для подальшого зростання поставок до ЄС необхідно було прискорити роботу з адаптації українських технічних регламентів до європейських, а також отримати необхідні дозволи на експорт української продукції до ЄС.

Основними причинами неповного використання експортних квот вітчизняними виробниками є:

- відсутність сертифікованого виробництва;
- невідповідність ціни товарів їх якості на європейських ринках;
- непідготовленість логістичних мереж експортувати продукцію;
- відсутність моделей оцінювання потреб перспективних закордонних ринків у розрізі товарних груп;

- недостатній рівень компетенцій менеджменту у сфері міжнародного маркетингу;

• складні умови ведення бізнесу (у рейтингу «Doing Business-2016», опублікованому 27 жовтня 2015 року, Україна зайняла 83-є місце серед 189 країн, опинившись в середині списку поруч з Фіджі та Брунеєм; у сфері міжнародної торгівлі – на 109 місці).

Після введення в дію Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо трансфертного ціноутворення» актуальним є встановлення однакових правил для усіх платників податків і створення прозорого міжнародного та національного бізнесу в Україні, дотримання міжнародних правил цінової політики. Проте, як зазначено у звіті Американської торгово-промислової палати в Україні «Партнерство з метою підвищення конкурентоспроможності економіки України», головною загрозою для соціально-економічного розвитку України залишається корупція. Відсутність прозорості при розподілі квот (невизначеність компетенції спеціальних членів комісій, непрозорий підхід до визначення критеріїв «правильних» компаній, відсутність інформації про прийняті рішення) обмежує можливості використання маркетингового потенціалу компаній. Сьогодні ще можуть застосовуватись неформальні процедури виділення квот, що створює ризик корупції у разі найменшого порушення етики залученими до цього процесу посадовими особами.

Зважаючи на вищесказане, в процесі маркетингових досліджень якісної зміни середовищних факторів і зміни умов інвестування маркетингових програм та інноваційних проектів при посиленні євроінтеграційних процесів доцільно виділити динамічні аспекти маркетингової діяльності найактивніших бізнес-структур на внутрішньому і закордонному ринках, які стосуються :

- переміщення підприємницької діяльності з європейських країн, особливо нових членів ЄС, в Україну, що призводить до істотних структурних змін інвестиційного попиту та інвестиційної пропозиції;

- активізації діяльності українських компаній, які займаються професійною, науковою і технічною діяльністю (їх позитивний фінансовий результат за перше півріччя 2016 р. склав 29,9 млрд грн);

- транскордонного руху виробничих потужностей, які згортаються в країнах ЄС через обмеженість матеріальних ресурсів, які практично не прив'язані до місцевих ринків, та їх відкриттям в Україні, що потенційно збільшує кількість учасників трансакцій у конкурентному середовищі на промислових і споживчих ринках;

- критичного оцінювання експортно-імпортних операцій з країною-агресором в умовах діючих торговельних обмежень на готову продукцію та поставок обладнання чи комплектуючих, особливо продукції подвійного призначення, що, відповідно, змінює систему критеріїв оцінювання міжнародного маркетингу та соціальної відповідальності бізнесу;
- переорієнтації інвестиційних планів через зміну схеми порівняльних переваг, що стимулює зростання прямих іноземних інвестицій (ПІІ) в Україну;
- необхідності формування внутрішніх і зовнішніх сфер ринку і створення нових стимулів і мотивації до НДДКР (D&R);
- заохочення використання високоякісного людського фактора – інтелектуальної праці для зміцнення конкурентних нецінових переваг вітчизняних компаній;
- ефективної диверсифікації діяльності та обслуговування потреб внутрішнього місцевого ринку в умовах кризи, розширення сфери маркетингового та логістичного обслуговування;
- зміни вектору руху економіки в новому напрямку – в бік створення довготривалих конкурентних переваг і забезпечення економічної національної безпеки країни при посиленні зовнішніх загроз з боку Росії.

Висновки і напрямки подальших наукових досліджень. Важливим для маркетологів і топ-менеджерів є питання про ресурсне забезпечення прийнятих до реалізації стратегічних планів в умовах невизначеності ринкового середовища, нагромадження і зовнішніх, і внутрішніх загроз. У складних динамічних умовах функціонування бізнесу в маркетинговій діяльності зростатиме цінність таких нематеріальних активів, як: налагодження довготривалих відносин із стратегічними інвесторами, економія часу для впровадження стратегічних планів, ділові комунікації, відносини з клієнтами, кодекси корпоративної культури, імідж компанії та її лідерів, торгові знаки, ноу-хау, інформаційні ресурси, моделі формування економічної безпеки, формальні та неформальні зв'язки з політичною елітою, громадськістю та іншими зацікавленими сторонами (стейкхолдерами). В цьому аспекті розширюється зміст процесів пристосування товаровиробників та їх посередників до реальних жорстких обмежень на зовнішньому та внутрішньому ринках у контексті впровадження національної ідеї звільнення від економічної залежності від країни-агресора і від критично важливих ресурсів для вітчизняних виробників, що повинно знайти відображення в подальших науково-прикладних дослідженнях міждисциплінарного характеру із широким використанням знань у сфері макро- і мікроекономіки, економічної безпеки, правового захисту об'єктів інтелектуальної власності, фінансів, інноваційного менеджменту, маркетингу і логістики.

1. *Набрав чинності Закон України від 24 грудня 2015 року № 905-VIII «Про внесення змін до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність».* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://if.sfs.gov.ua/media-ark/news-ark/230872.html>. 2. *Системний звіт. Проблемні питання регулювання зовнішньо-економічної діяльності в Україні.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://boi.org.ua/media/uploads/sysrep_trade_ukr_pdf.pdf. 3. *Останній шанс: як Україні 2017 року перемогти кризу.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/ua/opinions/1422164-ostannij-shans>. 4. Крикавський С. В. *Ланцюг вартості Портера (конструкція, деконструкція, реконструкція) та управління за цінностями / С. В. Крикавський, З. Патора-Висоцька // Маркетинг і менеджмент інновацій.* – 2015. – № 2. – С. 121–133. 5. Мних О. Б. *Узгодження маркетингових і логістичних стратегій і формування бізнес-моделі інноваційно активного підприємства [Коллективна монографія] // Сучасні тенденції управління розвитком організаційно-економічних систем: новий погляд; за заг. ред. Р. Р. Тіміргалєєвої.* – Сімферополь: Вид-во «Аріал», 2014. – 662 с. – С. 171–185. 6. Мних О. Б. *Пошук нових векторів розвитку бізнесу для українських машинобудівних підприємств в умовах кризи / О. Б. Мних // Збірник наукових праць «Управління розвитком».* – ХНЕУ, 2015. – № 2. – С. 54–60. 7. *Звіт Антимонопольного комітету України за 2015 рік.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=122547&schema=main> 8. *Показники діяльності Державної служби інтелектуальної власності*

України та Державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності» за I півріччя 2016 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uipv.org/i_upload/file/promyslova-vlasnist-u-tsifrah-1-pivrichhia-2016.pdf. 9. Українські компанії увійшли до топ-500 найбільших у Центральній та Східній Європі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/news/2015/09/21/560436/> 10. 2015 – рік перевірки на міцність українського бізнесу, який «НІБУЛОН» пройшов з гідністю. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nibulon.com/news/novini-kompanii/2015-rik-perevirki-na-micnist-ukrainskogo-biznesu-yakii-nibulon-proishov-z-gidnistyu.html>. 11. Wurgler J. *Financial Markets and the Allocation of Capital* / Jeffrey Wurgler // *Yale ICF Working Paper*. – 1999. – № 99–08. – Rev. August 5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1972124. 12. Мних О. Б. Стратегічна роль державно-приватного партнерства у розвитку логістико-маркетингової діяльності залізничного транспорту: закордонний і вітчизняний досвід // *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Структурна перебудова економіки: регіональний аспект: збірник наукових праць*. – Львів: Інститут регіональних досліджень. – 2012. – Вип. 3(95). – С. 37–52. 13. Мных О. *Necessity of restructuring ukrainian airlines business and improving their value management in conditions of european integration and increased competition* / Olga B. Mnykh, Ruslan M. Brytskyi // *Economics, Entrepreneurship, Management Editor-in-Chief prof. O. Kuzmin, Lviv Polytechnic National University*, 2015. – Vol. 2. – No. 1. – S. 39–44. 14. *Капіталізація економіки України* / За ред. акад. НАН України В. М. Гейця і д-ра екон. наук, проф. А. А. Гриценка. – К.: Ін-т екон. та прогнозув., 2006. – 199 с. 15. Амосов О. Ю. *Капіталізація як засіб модернізації суспільства*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dse.org.ua/archiv/17/4.pdf>. 16. До кінця 2016 года Украина может потратить на докапитализацию банков 152 млрд грн – меморандум МВФ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://e-finance.com.ua/show/211779.html>. 17. М&А по-українски: хто купуватиме український бізнес в 2015 році <http://biz.liga.net/all/all/stati/3261160-m-a-po-ukrainski-kto-skupal-ukrainskiy-biznes-v-2015-> 18. НКЦПФР повідомила про результати діяльності щодо очищення фондового ринку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uaib.com.ua/news/weekly_news/227978.html. 19. Статистична інформація. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ukrstat.gov.ua. 20. Место под солнцем: насколько конкурентной будет Украина в 2020-ом. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://biz.liga.net/ekonomika/all/stati/3259044-mesto-pod-solntsem-naskolko-konkurentnoy-budet-> 21. Кіпрська втеча: де осідає український капітал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Economics/85576>. 22. Куда больше всего экспортируется украинский картофель. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ru/news/-/386271/kuda-bolshe-vsego-> 23. Невичерпні–2015. Як українські експортери використовували європейські квоти <http://www.euointegration.com.ua/articles/2016/01/15/7043330/>