

УДК: 339.138.631.11

О.В. Кендюхов, доктор економічних наук., професор, завідувач кафедри управління персоналом та маркетингу Запорізького національного університету,

В.Є. Болгов, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства Донецького національного університету імені Василя Стуса,

В.П. Залізнюк, кандидат економічних наук, заступник генерального директора з зовнішньо-економічної діяльності Дніпровського заводу мінеральних добрив

ЧИННИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Метою цієї статті є дослідження чинників, що впливають на формування та ефективність маркетингової стратегії експортної діяльності підприємства по виробництву мінеральних добрив. Всі фактори згруповано в дві групи: зовнішні та внутрішні. Встановлено, що в складі внутрішніх чинників організаційно-управлінський потенціал промислового підприємства є вирішальним елементом в здійсненні координаційно-регулюючої функції з досягнення поставленої стратегічної цілі підприємства, за рахунок узгодженості дій всіх структурних елементів через ефективне використання всіх наявних та потенційних управлінських та організаційних ресурсів. Одними з ключових зовнішніх чинників, які впливають на формування та ефективність маркетингової стратегії експортної діяльності підприємства, є: динаміка ринку та конкурентне середовище. Охарактеризовано напрями навчання на підприємствах хімічної промисловості як методу забезпечення достатнього рівня кадрового потенціалу на підприємствах галузі. Визначено структуру формування технологічного потенціалу промислового підприємства. Виходячи з того факту, що основні засоби вітчизняних виробників мають значний відсоток зносу, було структуровано методи усунення зносу основних засобів та джерела їх фінансування. Проаналізовано структуру та складові формування економічно-правових аспектів функціонування маркетингової стратегії експортної діяльності підприємства. Проведено детальний аналіз Європейського ринку мінеральних добрив, визначено його тенденції та напрями розвитку.

Ключові слова: експортна діяльність, маркетингова стратегія, ринок добрив, фактори розвитку.

Рис. 4., Табл. 2 . Літ. 15

А.В. Кендюхов, В.Є. Болгов, В.П. Залізнюк

ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Целью этой статьи является исследование факторов, влияющих на формирование и эффективность маркетинговой стратегии экспортной деятельности предприятия по производству минеральных удобрений. Все факторы сгруппированы в две группы: внешние и внутренние. Установлено, что в составе внутренних факторов организационно-управленческий потенциал промышленного предприятия является решающим элементом в осуществлении координационно-регулирующей функции по достижению поставленной стратегической цели предприятия, за счет согласованности действий всех структурных элементов через эффективное использование всех имеющихся и потенциальных управленческих и организационных ресурсов. Одними из ключевых внешних факторов, влияющих на формирование и эффективность маркетинговой стратегии экспортной деятельности предприятия являются: динамика рынка и конкурентная среда. Дана характеристика направлениям обучения на предприятиях химической промышленности как методу обеспечения достаточного уровня кадрового потенциала на предприятиях отрасли. Определена структура

формирования технологического потенциала промышленного предприятия. Исходя из того факта, что основные средства отечественных производителей имеют значительный процент износа, было структурировано методы устранения износа основных средств и источники их финансирования. Проанализирована структура и составляющие формирования экономически-правовых аспектов функционирования маркетинговой стратегии экспортной деятельности предприятия. Проведен детальный анализ европейского рынка минеральных удобрений, определены его тенденции и направления развития.

Ключевые слова: экспортная деятельность, маркетинговая стратегия, рынок удобрений, факторы развития.

O.V. Kendyukhov, V.E. Bolgov, V.P. Zaliznyuk

THE EFFICIENCY FACTORS OF THE MARKETING STRATEGY OF THE EXPORT ACTIVITIES OF ENTERPRISES

The purpose of this article is to study the factors affecting the formation and effectiveness of the marketing strategy of export activity of the enterprise for the production of mineral fertilizers. All factors are grouped into two groups: internal and external. It was found that the composition of the internal factors of organizational and managerial capacity of the industrial enterprise is a crucial element in the implementation of a coordination and regulatory functions of the fulfillment of the strategic objectives of the enterprise, due to the synergy of all the structural elements through the effective use of all existing and potential administrative and organizational resources. One of the key external factors that influence the formation and effectiveness of marketing activity of the enterprise export strategy are: the market dynamics and competitive environment. The characteristic lines of study in the chemical industry as a method to ensure an adequate level of human resource capacity in the industry enterprises. The structure of the formation of the technological potential of the industrial enterprise. Based on the fact that the main products of domestic manufacturers have a significant percentage of wear, it was structured methods of eliminating depreciation and the sources of their funding. The structure of the components and the formation of economic and legal aspects of the export business marketing strategy of the enterprise. A detailed analysis of the European market of mineral fertilizers, defined its trends and development directions.

Keywords: export activities, marketing strategy, market fertilizers, factors of development.

Постановка проблеми. Для України, яка протягом останнього десятиріччя має від'ємне сальдо торговельного балансу, та, відповідно, вимушена компенсувати ці втрати постійними закордонними кредитами, проблема нарощування експорту носить вкрай актуальний характер. Вирішення цієї проблеми спирається на розробку та реалізацію ефективних маркетингових стратегій експортної діяльності підприємств. Особливу актуальність ця проблема, яка пов'язана також з тенденціями скорочення хімічного виробництва в країнах Євросоюзу та, відповідно, зростанням ринкових можливостей українських товаровиробників, має для підприємств-виробників мінеральних добрив.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблем, які розглядаються. Відповідно це актуальне питання знайшло своє відображення в працях таких відомих вітчизняних науковців, як В. Ащанов, В. Білошапка, О. Бакалінський, С. Ілляшенко, Г. Кучерук, С. Ковальчук, В. Коршунов, М. Мальчик, О. Мазур, Д. Мельник, В. Міщенко, П. Перерва, В. Подольна, І. Юлегіна, В. Щелкунов, О. Кендюхов, О. Чернега, Д. Файвішенко та інші.

Проте, ряд важливіших питань, пов'язаних з вирішенням цієї важливої наукової проблеми, особливо для умов України, яка йде шляхом європейської інтеграції, залишається досі відкритим.

Формулювання мети статті. Метою дослідження є визначення чинників, що впливають на формування та ефективність маркетингової стратегії експортної діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу. На формування маркетингової стратегії експортної діяльності підприємств хімічної промисловості та, зокрема, виробників мінеральних добрив, впливають багато чинників, обумовлених специфікою виробничих процесів.

Вплив тих або інших чинників на маркетингову стратегію експортної діяльності підприємства дуже неоднаковий для різних галузей хімічної промисловості. Так, підприємства по виробництву калійних добрив і соди, як правило, розміщуються поблизу джерел сировини; виробництво хімічних волокон розміщується в районах виробництва дешевої електроенергії; підприємства сернокислотної і суперфосфатної промисловості розташовані в основному в районах споживання готової продукції і так далі [1].

Розглянемо вплив всіх чинників з урахуванням специфіки роботи хімічних підприємств по черзі.

I. Внутрішні чинники:

1. Ресурсний потенціал є вирішальним для підприємств по виробництву калійних добрив та соди. Частина сировини в загальній собівартості продукції складає від 40–45 до 90 % [2, с. 116]. Хімічні виробництва мають потребу у великій кількості теплової і електричної енергії. Підприємства хімічної промисловості споживають велику кількість води. Вода входить до складу деяких готових продуктів, а також використовується для промивання тих продуктів, що охолоджують виробничі агрегати, а також для розбавлення стічних вод хімічних підприємств і таке інше.

Таким чином, ресурсний потенціал підприємств з виробництва хімічної продукції тісно пов'язаний з екологічними загрозами, що виникають в наслідок виробничої діяльності, розв'язання яких обумовлює збереження та підсилення цього чинника. Тому, підприємство з виробництва мінеральних добрив має впроваджувати ефективну систему очищення шкідливих викидів свого виробництва, як невід'ємну частину заходів з відтворення ресурсного потенціалу.

Для того, щоб діяльність окремого підприємства була успішною та прибутковою, щоб підприємство мало стійку позицію на ринку серед конкурентів, потрібно постійно розвиватись та вдосконалюватись; треба безперервно планувати та підтримувати високий кадровий потенціал розвитку; також слід звертати увагу на те, щоб розвиток кадрового потенціалу підприємств-конкурентів не був вищий та швидший за ваш. Саме тому ми звернули увагу на такий напрямок управління кадрами, як розвиток кадрового потенціалу та вирішили дослідити досвід закордонних підприємств у цій сфері.

Задля забезпечення достатнього рівня кадрового потенціалу на підприємствах галузі добре налагоджена система внутрішнього навчання, цьому сприяє наявність фахівців високого рівня з великим досвідом роботи. Навчання на підприємствах здійснюється як внутрішнє, так і зовнішнє за такими напрямами: організація праці, фахове навчання, вивчення нових технологій та програм (табл. 1).

За відсутності ефективних дій щодо впровадження ресурсо- та енергозберігаючих заходів на підприємства втрачають цінову конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринках. Так, попри значну девальвацію гривні у 2014 р. частка імпортованих азотних добрив на українському ринку продовжує зростати, що зумовлено високою вартістю української продукції. Відбувається і зниження експортного потенціалу галузі

– обсяги експорту добрив у 2012 р. становили 98,4 % порівняно з 2011р., у 2013 р. – 65,4 % порівняно з 2012 р., у 2014 р. – 55,5 % порівняно з 2013 р. [3, с. 26].

Саме впровадження заходів, щодо зниження енерго- та ресурсоемності виробництва є одним з найважливіших пріоритетів політики розвитку світових лідерів галузі. Так, у виробників країн ЄС енергоемність одиниці хімічної продукції з 1990 р. до 2011 р. щорічно зменшувалася на 3,1 % за рахунок нарощування виробництва при збереженні відносно стабільних обсягів споживання енергії [4].

Таблиця 1

Напрями навчання на підприємствах хімічної промисловості [5, с. 105]

Напрями навчання	Внутрішнє навчання	Зовнішнє навчання
Організація праці	Проводиться представником відділу кадрів та безпосередньо підрозділу, де починає свою роботу працівник, полягає у знайомстві працівника із правилами трудової дисципліни, умовами роботи, організаційними та виробничими взаємо-зв'язками	Проводиться поза межами підприємствами на спеціалізованих тренінгах та семінарах або на території підприємствами сторонні-ми фахівцями, тренінговими центрами, учбовими закладами. Наприклад, «Управління проектами», «Тайм-менеджмент», «Стратегічне планування»
Фахове навчання	Здійснюється більш досвідченими фахівцями підприємства: передача трудових знань, обмін досвідом	Здійснюється в учбових закладах, на курсах підвищення кваліфікації. Як правило, навчання є порівняно тривалим
Вивчення нових технологій та програм	Здійснюється представниками виробництва та відділу інформаційних технологій залежно від предмету вивчення, що пройшли попереднє зовнішнє навчання	Відвідування тренінгів, курсів семінарів поза межами підприємства або проведення на базі підприємства навчання запрошеним фахівцем для працівників

2. Технологічний потенціал. На ринку виробників мінеральних добрив склалася така ситуація, що найбільш конкурентоспроможним вважається те підприємство, що має найнижчий показник собівартості одиниці продукції. Досягнення подібних результатів можливе за умов наявності достатніх резервів фінансового та інноваційного потенціалів. Найбільший ефект матимуть заходи, розроблені на основі оцінки резервів маркетингового та виробничого потенціалів. Графічно складові, що формують технологічний потенціал промислового підприємства, можна зобразити за допомогою рис.1.



Рис. 1. Структура формування технологічного потенціалу промислового підприємства

Таким чином, як було зазначено вище, найбільші статті витрат у структурі собівартості мінеральних добрив мають витрати на сировину та електроенергію. Тому кожне перспективне підприємство цієї галузі розглядає заходи з ресурсозбереження, у тому числі шляхами зміни технологічного процесу чи характеристик роботи устаткування. Одним із шляхів енергозбереження є впровадження перетворювачів частоти, що дозволить отримати необхідну вихідну потужність двигунів та, внаслідок цього, знизити енерговитрати.

Технологічні можливості. Вітчизняні підприємства з виробництва мінеральних добрив, за Європейською класифікацією відносяться до середньотехнологічних. Цей факт говорить про достатній рівень технологічного потенціалу підприємств цієї галузі.

Підприємство повинно відстежувати відповідність технологічного рівня власного виробництва загальним тенденціям, що складаються на ринку. Крім того, виробничі потужності повинні враховувати можливість розширення асортименту та обсягу виробництва товарної продукції. Повільно здійснюється оновлення основних засобів (на рівні 2,5–2,9 % щорічно), що призвело до збільшення виробничих фондів з понаднормативними термінами служби. Зношеність основних засобів у хімічному виробництві продовжує зростати: з 50,4 % у 2000 р. до 68,4 % на поточний час, а моральна зношеність за оцінками експертів сягає 80–85% [6, с. 9].

Крім того, відсутність необхідних умов для підвищення ролі амортизації як важливого джерела внутрішніх фінансових ресурсів підприємств призвела до того, що тільки 40–45 % амортизаційних відрахувань та 30–35 % прибутку в галузі надходять в інвестиційний процес, решта – на потреби поповнення оборотних засобів.

Науково-технічний потенціал. Гончаренко Т.П. під цим поняттям розуміє «сектор продуктивної інтелектуальної діяльності, здатний до саморозвитку, в процесі чого створюється різноманітний матеріальний та нематеріальний інноваційний продукт» [7, с. 268].

Збереження наукової бази, утворення спеціалізованих підприємств, а також залучення іноземних інвестицій у розвиток хімічної промисловості створить довгострокову основу для підвищення її конкурентоспроможності і сприятиме диверсифікації експорту продукції вітчизняного виробництва.

Технологічна культура. Сприйнятливість до технологічних інновацій та технологічного розвитку підприємства передусім залежить від мотивації та професійних і психологічних якостей найвищого керівництва, менеджерів та персоналу підприємства.

Інноваційна активність. Підприємство повинно мати потенціал для розробки інновацій, навчання персоналу та вдосконалення впроваджуваної технології.

За останні роки (2010–2014 рр.) на підприємствах хімічного комплексу відмічається зниження показника фондоємності та ступеня зношеності основних засобів, це свідчить про зростання ефективності інвестування. В той же час, спостерігається переважання коефіцієнта вибуття основних засобів над коефіцієнтом їх оновлення, що вказує на відсутність розширеного відтворення у галузі.

Аналіз показників капітальних інвестицій у хімічному комплексі України свідчить, що найнижчими протягом 2011–2014 рр. були індекси інвестицій у виробництві хімічних речовин і хімічної продукції, які у 2011–2014 рр. становили від 90 % до 99 %. У 2014 р. падіння у підгалузі поглибилося – за підсумками 2014 р. індекс становив 59,1% до відповідного періоду 2013 р.

Є факт технологічного відставання українських підприємств від своїх конкурентів, через яке українські виробники витрачають на 10–15 % природного газу більше, ніж заводи з більш сучасним обладнанням в таких країнах, як Єгипет, Китай, Катар, Саудівська Аравія [8].

Таким чином, можна сказати, що вітчизняні підприємства втрачають конкурентоспроможність на зовнішніх ринках через стан основних засобів, що

використовують. Виникає замкнене коло: у підприємства зменшується обсяг продажів через зношені та застарілі основні засоби – підприємство не може усунути знос основних засобів через зменшення обсягів продажів.

Дослідження наукових джерел дали змогу виявити методи усунення зносу основних засобів та джерела їх фінансування (рис. 2).

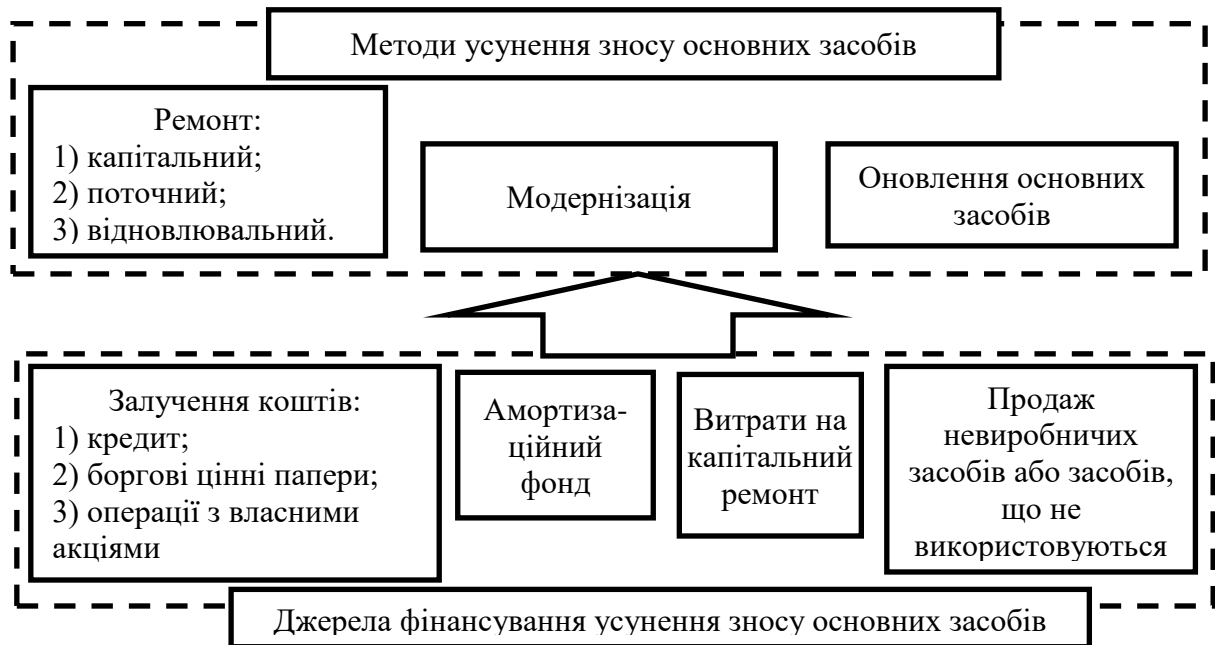


Рис. 2. Методи усунення зносу основних засобів та джерела їх фінансування

Як зазначає Ілляшенко Т.О., «ремонт основних фондів – часткове оновлення основних фондів (зменшення спрацьованості) для підтримання їх у робочому стані» [9, с. 138]. Виділяють наступні його види:

– капітальний ремонт – це часткове відтворення основних засобів, що втратили свої властивості через фізичний знос. Він призначений для підтримання основних засобів у робочому стані. Цей вид ремонту проводиться з певною періодичністю, переважно один рік і більше, що дозволяє підтримувати техніко-експлуатаційні характеристики основних засобів;

– поточний ремонт – це ремонт основних засобів, періодичність проведення якого, менше одного року. Представляє собою набір профілактичних заходів з попередження передчасного зносу основних засобів та підтримки їх у робочому стані;

– відновлювальний ремонт – це такий вид ремонту, що дозволяє відновити техніко-експлуатаційні характеристики основних засобів, що були втрачені через стихійні лиха або тривалий простій.

Інший метод усунення зносу основних засобів – це модернізація, що представляє собою вдосконалення основних виробничих засобів, з метою підвищення їх техніко-економічних властивостей до сучасного рівня. Вона дозволяє зменшити як фізичний, так і моральний знос основних засобів підприємства. Частіше за все, до модернізації вдаються під час проведення капітального ремонту. Це питання концептуально розглядається І. Чичкало-Кондрацькій в [10].

Щетілова Т. розглядає оновлення основних засобів представляє у трьох формах [11]:

– перша форма – фізична заміна старої техніки на нову, яка за технічними та економічними показниками не відрізняється. Таким чином, розширення парку діючого

обладнання здійснюється на тому самому технічному рівні, а економічна ефективність є незмінною;

– друга форма – заміна старої техніки новою, що не відрізняється по технічними характеристиками, але є більш дешевою. Оскільки у результаті зменшується вартість техніки, в процесі виробництва переноситься менша частка цієї вартості на готову продукцію і створюється ефект у вигляді абсолютної економії витрат;

– третя форма – заміна старих основних засобів на принципово нові, що відрізняються за техніко-економічними характеристиками, тобто є більш досконалішими і більш вигідними. У результаті досягається подвійний ефект – приріст доходу за результатами основної діяльності та абсолютна економія витрат.

Таким чином, найефективнішим методом з усунення зносу основних засобів є третя форма оновлення тому, що вона дозволяє підвищити продуктивність праці, знизити енергоємність виробництва, що є значною проблемою для підприємств з виробництва мінеральних добрив, зменшити собівартість продукції та підвищити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках.

До джерел фінансування, згідно з рис. 2., можна віднести наступні:

а) амортизаційний фонд – це кошти цільового призначення, направленні на відновлення основних засобів, їх техніко-економічних властивостей та характеристик. Ці гроші можуть використовуватись на ремонт, модернізацію та оновлення основних засобів;

б) витрати на капітальний ремонт;

в) залучення коштів із зовнішніх джерел відбувається наступними методами:

– кредит – договір з банком або іншою фінансовою установою про фінансування заходів з усунення зносу основних засобів підприємства;

– боргові цінні папери. З метою проведення масштабного оновлення основних засобів, та за умов відсутності достатньої кількості власних обігових коштів, підприємство може випустити в обіг облигації або векселі. Погашення цих паперів має співпадати із строком окупності проведених заходів з оновлення основних засобів;

– операції з власними акціями. Для залучення зовнішніх джерел в фінансуванні заходів з усунення зносу основних засобів підприємства може передати частину власних акцій в розпорядження інвесторів на певний період. Також, підприємство може провести додаткову емісію акцій;

г) продаж невикористаних засобів або засобів, що не використовуються. Додатковим джерелом для оновлення основних виробничих засобів може стати продаж тих засобів, що не використовуються у виробничому процесі з тої чи іншої причини. Крім того, підприємство може позбутися невикористаних засобів, що дозволить йому зменшити собівартість продукції та залучити додаткові кошти для фінансування заходів з усунення зносу основних засобів.

3. Нормативно-правовий регламент функціонування підприємства. Даний чинник є комплексним та охоплює низку нормативних аспектів, що обумовлюють правову базу з урахуванням економічної передумови функціонування підприємства. З точки зору формування маркетингової стратегії експортної діяльності підприємства з виробництва мінеральних добрив графічно даний чинник можна відобразити за допомогою рис. 3.

Основою нормативно-правової бази, що обумовлюють здійснення підприємницької діяльності в Україні є ряд законів, постанов Кабінету Міністрів України, указів Президента України. Наведемо деякі з них.

Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» (2003 р.) визначає правові та організаційні засади реалізації державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності. Це напрям державної політики, спрямований на вдосконалення правового регулювання господарських,

адміністративних відносин між регуляторними органами державної влади та суб'єктами господарювання, недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання та усунення перешкод для розвитку господарської діяльності, що здійснюється в межах, у порядку та у спосіб, що встановлені Конституцією та законами України.

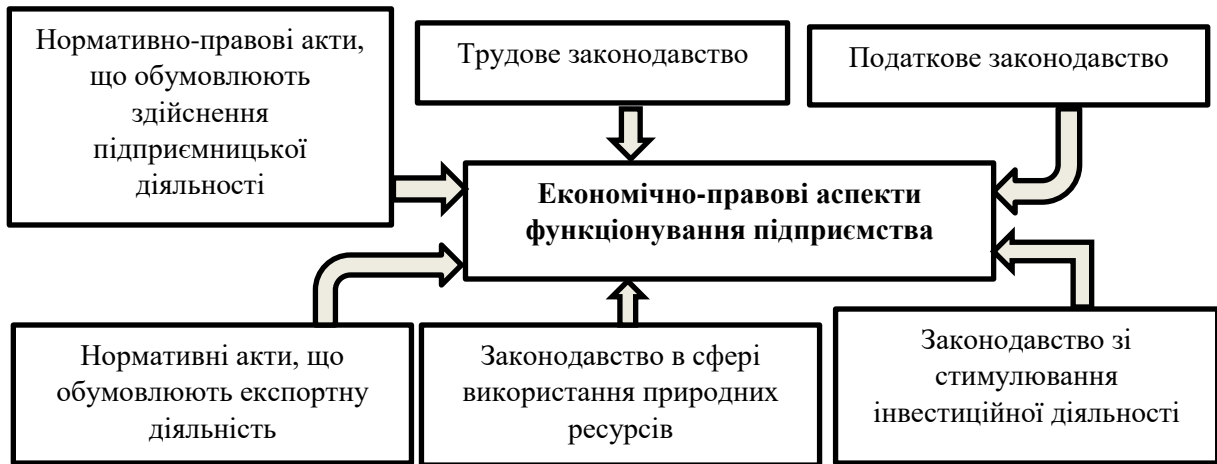


Рис. 3. Формування економічно-правових аспектів функціонування підприємства

Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» (2005 р.) визначає правові та організаційні засади функціонування дозвільної системи у сфері господарської діяльності і встановлює порядок діяльності дозвільних органів, уповноважених видавати документи дозвільного характеру, та адміністраторів. Дозвільна система у сфері господарської діяльності – це сукупність урегульованих законодавством відносин, які виникають між дозвільними органами, адміністраторами та суб'єктами господарювання у зв'язку з видачею документів дозвільного характеру.

Указ Президента України «Про заходи щодо забезпечення підтримки і дальшого розвитку підприємницької діяльності» (15.07.2000 р.) з метою ефективного використання можливостей підприємництва для розвитку національної економіки, прискорення економічних реформ, вирішення соціальних проблем та забезпечення реалізації конституційного права громадян на підприємницьку діяльність зобов'язує органи виконавчої влади усіх рівнів забезпечити всебічну підтримку та подальший розвиток підприємництва.

Укази Президента України «Про лібералізацію підприємницької діяльності та державну підтримку підприємництва» (12.05.2005 р.) та «Про деякі заходи щодо забезпечення здійснення державної регуляторної політики» (01.06.2005 р.) спрямовані на забезпечення реалізації права громадян на підприємницьку діяльність, створення більш сприятливих умов для розвитку підприємництва на засадах непорушності права приватної власності, підтримання добросовісної конкуренції й обмеження монополізму, додержання принципів державної регуляторної політики.

Господарський Кодекс України, прийнятий у 2003 р. зі змінами та доповненнями у наступних роках, став основним законодавчим актом з питань господарювання [7].

Податкове законодавство Загальні вимоги до сплати та нарахування податків в Україні визначають Податковий кодекс (ПК) України від 02.12.2010 р., № 2755-VI та ГК України.

Нормативні акти, що обумовлюють експортну діяльність. Вітчизняні підприємства, що виготовляють мінеральні добрива, дають 80 % обсягів виробництва хімічної продукції та

90 % обсягів експортних поставок хімічного комплексу. Загальний обсяг експорту мінеральних добрив формує майже 9 % валютних надходжень держави [3]. Основи нормативного регулювання зовнішньоекономічної діяльності містить Закон України «Про зовнішньо-економічну діяльність».

Трудове законодавство. Трудові відносини регламентуються Кодексом законів про працю України від 10.12.1971 р., з урахуванням останніх змін та доповнень. Крім того, сюди можна віднести Закон України «Основи законодавства України про охорону здоров'я».

Законодавство в сфері використання природних ресурсів. В першу чергу регламентується Законом України «Про охорону навколишнього природного середовища» та Законом України «Про відходи» з урахуванням останніх змін та поправок.

Ступінь залежності галузі від імпорту сировини становить 75 відсотків. Основну номенклатуру хімічної продукції становлять аміак, карбамід, сірчана кислота, каустична та кальцинована сода. На експорт постачається до 70 відсотків виробленої хімічної продукції. Обсяги імпорту хімічної продукції вдвічі перевищують обсяги її експорту, різниця між обсягами імпорту і експорту свідчить про наявність потенціалу галузі з метою створення умов для імпортозаміщення.

Галузь майже повністю приватизована, однак у сучасних економічних умовах потребує спеціальної державної підтримки. В державній власності залишилися в основному галузеві науково-дослідні інститути, вищі навчальні заклади та нерентабельні підприємства (банкрути або ті, що перебувають на межі банкрутства).

Законодавство зі стимулювання інвестиційної діяльності. Регламентується, в перше чергу, Законом України «Про інвестиційну діяльність», з урахуванням останніх змін.

Особливе значення в стимулюванні інвестиційної діяльності має Податковий кодекс, а саме Розділ III «Податок на прибуток підприємств». Традиційними інструментами податкового регулювання (особливо прибуткового) вважаються ставки і пільги. Якщо їх порівняти між собою як податкові підйоми, то можна стверджувати, що ставки здійснюють загальний (прямий) вплив на економіку, а податкові пільги – цільовий стимулюючий (непрямий) вплив. Поєднання таких інструментів активно використовується, як засіб впливу на інвестиційний процес [12, с. 32–34].

На нашу думку, маніпулювання податковими ставками справляє великий вплив на інвестиційну діяльність, але як показує практика, не так ефективно, як податкові пільги та податкова амортизація, оскільки ефект від зниження податкової ставки є короткостроковим.

4. Організаційно-управлінський потенціал підприємства. Вважаємо, що організаційно-управлінський потенціал є вирішальним елементом в здійсненні координаційно-регулюючої функції з досягнення поставленої стратегічної цілі підприємства, за рахунок узгодженості дій всіх структурних елементів через ефективне використання всіх наявних та потенційних управлінських та організаційних ресурсів. Це підтверджується також результатами наукових досліджень Д. В. Барменкова [13].

II. Зовнішні чинники.

1. Стан ринку.

На світовому ринку добрив найбільшими є ринки Китаю, Індії та США, вони становлять більше половини всього світового споживання мінеральних добрив. Так Китай споживає 50 млн т, Індія – 28 млн т, а Сполучені Штати – 20 млн т на рік.

Весь світовий ринок мінеральних добрив можна поділити на дві підгрупи:

а) перша група – країни в яких споживання мінеральних добрив скорочується за різних причин. До цих країн належать: Франція, Німеччина, Нідерланди, Болгарія, Угорщина, Румунія, Чехія, Словаччина, Польща, РФ, Китай, США;

б) друга група – країни в яких споживання мінеральних добрив зростає. До цих країн належать: Індія, країни Африки, Латинської Америки, Південної та Центральної Азії, Східної Європи. Тут попит зростає на 3 % щороку.

Загальні тенденції в споживанні мінеральних добрив наведені в табл. 2.

Виходячи з вище вказаного, можна сказати, що ринок мінеральних добрив ЄС не однорідний, в різних країнах знаходиться на різних етапах життєвого циклу. Так в країнах Центральної та Східної Європи ринок знаходиться на етапі зростання, а в Західній Європі на межі між стадіями насичення та спаду.

Більш детальний аналіз Європейського ринку мінеральних добрив буде наведений нижче.

Таблиця 2

Темпи приросту використання мінеральних добрив у світі та окремих регіонах протягом 2010–2014 рр., % [14]

Регіон	Середньорічні темпи зростання			
	N	P ₂ O ₅	K ₂ O	Усього
Світ	1,8	2,9	5,0	2,6
Африка	3,6	3,2	4,5	3,6
Америка	1,9	3,5	4,9	3,0
– Північна Америка	1,1	2,1	3,8	1,8
– Латинська Америка	3,6	4,7	6,0	4,6
Азія	1,7	2,6	5,4	2,4
– Західна Азія	1,4	2,9	7,7	2,2
– Південна Азія	2,8	3,9	4,8	3,3
– Східна Азія	1,2	1,7	5,6	1,9
Європа	1,9	3,1	4	2,5
– Центральна Європа	3,2	2,8	5,4	3,5
– Західна Європа	0,7	1,9	3,8	1,4
– Східна Європа і Центральна Азія	3,5	5,1	3,5	3,8
Океанія	1,9	4,2	4,7	3,2

2. Загальна економічна кон'юнктура на ринку. Як вже було зазначено загальноєвропейський як і загальносвітовий попит на мінеральні добрива продовжує зростати. Прогноз використання мінеральних добрив в найближчі чотири роки є сприятливим і показує зростання на 8,7 %. Вперше в історії очікується, що сукупний світовий попит перевищуватиме 200 млн т. Споживання калійних добрива зростає на 13 %, до 34,2 млн т, фосфорних добрива – на 10 %, до 46,2 млн т і азотних – приблизно на 6 %, до 120 млн т [14].

Світова ринкова ціна на мінеральні добрива залежить від співвідношення попиту та пропозиції. Однак, вітчизняні науковці виявили тісний зв'язок між ціною на сиру нафту та ціною на мінеральні добрива. Так, щільність зв'язку для безводного аміаку становить 0,951; карбаміду – 0,960; аміачної селітри – 0,958; суперфосфату – 0,947; хлористого калію – 0,894. Найбільший зв'язок виявляється між ціною на нафту й азотними добривами через те, що в структурі витрат на виробництво енергетичний ресурс становить від 50 % до 80 % [14].

Після пікового подорожчання мінеральних добрив в 2008 році спостерігався зниження цін у 2009–2010 рр. з подальшим зростанням і досягненням локального максимуму в 2011–першій половині 2012 р. Після цього ціни знову знижуються до рівня 2007 р. Таким чином стабілізація ціни на сиру нафту призведе і до стабілізації цін на

мінеральні добрива. Починаючи з 2014 року фахівці спостерігають цю стабілізацію, яка за їх прогнозами протримається як мінімум до кінця 2016 року [15, с. 72].

Виходячи з вище вказаного, можна сказати, що Європейський ринок мінеральних добрив є перспективним, та має позитивну кон'юнктуру.

3. Політично-правове та соціально-культурне поле. Складові цього чинника можна поділити на дві групи:

а) формальні, до складу яких входять: організація суспільства, закони, освіта та політика. Ці складові мають динамічний розвиток, та підпадають під вплив як внутрішніх так і зовнішніх сил;

б) не формальні, до складу яких входять: мова, релігія, технологічна та матеріальна культура, цінності. Ці складові є статичними, та обумовлюють значну частку вплив на формування поведінки економічних суб'єктів на ринку. Тому підприємство, що освоює конкретний ринок має враховувати не тільки законодавство та технічні норми, але й не гласно прийняті норми поведінки, використання товарів та маркетингових засобів на цьому цільовому ринку.

Що стосується першої групи складових то Європейський ринок добрив необхідно розглядати комплексно як складову аграрного ринку ЄС. Євросоюз реалізує спільну аграрна політику (САП), основними цілями якої є гарантування продовольчої безпеки, достатнього рівня доходів фермерів і забезпечення високих стандартів життя людей, які займаються сільськогосподарським виробництвом. Ця політика пройшла декілька етапів еволюційного розвитку, графічно їх можна відобразити за допомогою рис. 4.

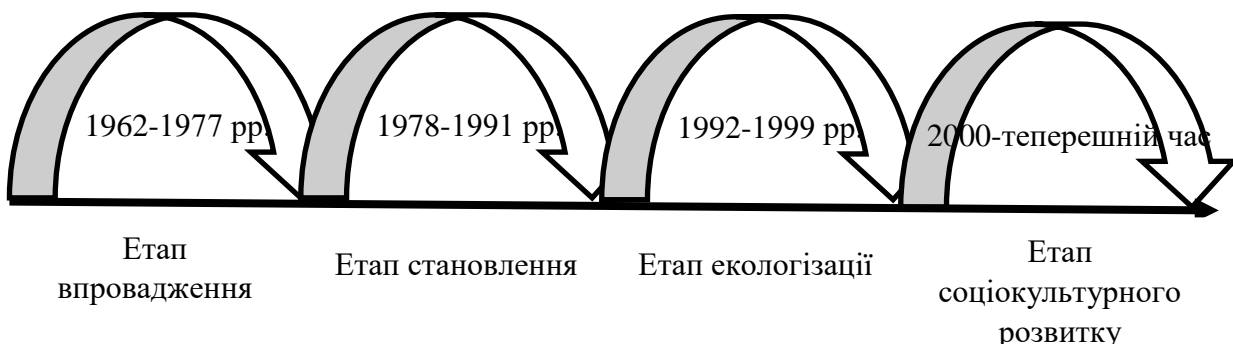


Рис. 4. Етапи розвитку САП ЄС

а) етап впровадження (1962–1977 pp.). В цей період відбувався вибір та узгодження інструментів впровадження САП. В цей час вдалося вирівняти ціни на сільгосппродукцію, добрива, корма та промислову продукцію, що використовується в аграрному секторі. Значна частина витрат, у цей період, зведеного бюджету ЄС була спрямована на сільське господарство, та перевищувала 65 % від його величини;

б) етап становлення (1978–1991 pp.). В цей час, через поєднання високих внутрішніх цін, розширення ЄС, та зростання продуктивності праці у сільському господарстві відбулось значне зростання виробництва аграрної продукції, що призвело до перевиробництва деяких видів товарів. В межах програми були введенні квоти на виробництво сільськогосподарської продукції, та додаткового оподаткування понаднормової продукції. Крім того зберігались інтервенційні закупівлі та різноманітні митні збори, до яких додалось активне субсидування експортної діяльності;

в) етап екологізації (1992–2000 pp.). В цей період відбулася так звана реформа Мак Шеррі, яка містила наступні елементи: замість зниження цінової підтримки впроваджено прямі (компенсаційні) виплати, введено суворі екологічні стандарти щодо виробництва сільгосппродукції, більше уваги приділено захисту навколишнього середовища. В наслідок цих нововведень внутрішні ціни на аграрну продукцію знизились на 29 % і

наблизились до світового рівня. Почалось скорочення попиту на мінеральні добрива та інші хімікати через надання фінансової допомоги фермерам, що впроваджували органічне виробництво та відмовлялися від використання мінеральних добрив;

г) етап соціокультурного розвитку (2000–теперішній час). Ознаменувався прийняттям так званого «Плану дій 2000», англійською – «Agenda 2000». Було прийнято ряд законів в межах САП, що визнавали багатофункціональну роль європейського фермерства, це поставило їх у центр соціальної, культурної та природної системи та забезпечувало сталий розвиток сільської місцевості за умов посилення вимог щодо захисту довкілля та безпеки аграрної продукції. Крім того, відбулось відокремлення субсидій від виробництва, що дозволило лібералізувати ринок таким чином, що фермери при прийнятті виробничих рішень опирались на відносні ціни, а не відносні субсидії. Також впроваджується програма поступової повної відмови від експортного субсидування.

В другій половині 2014 р. були внесені зміни до Регламенту ЄС №2003/2003 Європейського Парламенту та Ради Європи щодо добрив. До основних цілей документу відносяться наступні:

- змінено вимоги щодо мінімального вмісту поживних речовин для неочищеної калійної солі у зв'язку з технічним прогресом;
- введено нові види інгібіторів нітрифікації та уреазі до переліку добрив, які можуть позначатися як «добрива ЄС»;
- дозволено розміщувати на ринку, в якості добрив ЄС, рідкі азотно-фосфорно-калійні добрива, азотно-фосфорні та азотно-калійні добрива, що містять карбамід формальдегіду.

У документі також вводиться посилання на європейські стандарти EN (EN standards) щодо методів визначення інгібіторів нітрифікації та уреазі, що включені до переліку добрив, які можуть позначатися як «добрива ЄС».

Зазначені зміни спрощують доступ виробників добрив на внутрішній ринок ЄС збільшують можливості для фермерів у використанні ширшого переліку видів добрив у своїй діяльності. Крім того, підвищує ефективність контролю за обігом добрив на ринку ЄС.

Велике значення в плані покращення експортної діяльності вітчизняних виробників мінеральних добрив має підписана 27 червня 2014 р. повна Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Вона передбачає значний рівень лібералізації як тарифного, так і нетарифного захисту, а також гармонізацію великої кількості нормативних актів. Зниження імпорتنих мит дозволить збільшити експорт вітчизняних добрив на 20 %, проте в повному обсязі вигоди можна отримати лише у разі повноцінного виконання зобов'язань, що бере на себе Україна в плані гармонізації вітчизняного законодавства з нормами ЄС. Цей проект фінансується Європейським Союзом.

В основі неформальної групи лежить соціокультурна парадигма європейської цивілізації яка базується на двох постулатах:

- свобода індивіда повинна обмежуватися лише свободою інших осіб;
- свобода без контролю може перешкоджати здійсненню свободи інших осіб.

Тому європейці вважають, що контроль та протекціонізм, які виходять від держави, можуть бути надмірними в ринковій економіці. Монополістичні або протекціоністські дії держав – членів ЄС розглядаються в більшості випадків як несумісні із загальним ринком.

4. Конкурентне середовище.

Мінеральні добрива виробляються в 17 країнах з 28 учасників ЄС.

Основою становлення єдиного європейського ринку виступила гармонізація законодавство в сфері захисту конкуренції та загальне конкурентне право.

Висновки. Отже, проаналізовано основні групи чинників, що впливають на вибір та ефективність маркетингової стратегії експортної діяльності підприємства. Виокремлено найбільш впливові чинники зовнішнього та внутрішнього середовища. Важливими зовнішніми чинниками є динаміка ринку та конкурентне середовище, умови та наслідки євроінтеграційного процесу, географічне розташування України, територіальна близькість до країн Євросоюзу, транспортна розгалуженість, наявність потужної мережі залізниць та морських портів. Особливо це стосується залізничного транспорту, який є основним перевізником мінеральних добрив до країн Євросоюзу.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Проблемы развития и размещения химической промышленности [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://knowledge.allbest.ru/geography/d2c0b65625b3bd78a5c53b89521306c37.html>.
2. Перерва П. Г. Формування стратегії розвитку підприємств хімічної промисловості / П. Г. Перерва // Вісник НТУ «ХПІ». 2013. – № 21 (994) – С. 112–119.
3. Собкевич О. В. Пріоритети інвестиційного забезпечення структурних реформ у промисловості України / О. В. Собкевич, А. В. Шевченко, А. І. Сухоруков, Є. В. Белашов / Аналітична доповідь. – К.: НІСД, 2014. – 57 с.
4. The European Chemical Industry Council Facts and Figures 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cefic.org/Facts-and-Figures/>
5. Пащук Л. Особливості управління персоналом вітчизняних підприємств хімічної галузі на засадах маркетингу / Л. Пащук // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2009. – № 107–108. – С. 103–106.
6. Голубовська-Онісімова Г. М. Дослідження політики та законодавства у сфері управління хімічними речовинами в Україні / Г. М. Голубовська-Онісімова та ін. // Всеукраїнська екологічна ГО «МАМА-86». – К.: 2006. – 102 с.
7. Гончаренко Т. П. Аналітичне забезпечення процесу управління науково-технічним потенціалом промислового підприємства на основі стратегічного підходу / Т. П. Гончаренко // Збірник тез доповідей наук.-практ. конф. молодих вчених «Економічний і соціальний розвиток України в ХХІ столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації». – Тернопіль.: Економічна думка. – 2005. – С.152–155.
8. Крупнейшие компании Украины – Химическая промышленность [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://delo.ua/business/krupnejshiekompanii-ukrainy-himicheskaja-promyshlennost-163483/>
9. Ілляшенко Т. О. Знос, як джерело оновлення, формування та функціонування основного капіталу та шляхи його покращення / Т. О. Ілляшенко, Т. М. Лівацька // Вісник СумДУ. Серія економіка, 2007 – № 1. – С. 136–143.
10. Чичкало-Кондрацька І. Б. До питання оновлення основних виробничих фондів промисловості / І. Б. Чичкало-Кондрацька // Фінанси України. – 2002. – № 4. – С. 47–50.
11. Механізм переходу економіки України на інноваційну модель розвитку: монографія / [О. І. Амоша, С. М. Кацура, Т.В. Щетілова та ін.]; за заг. ред. О. І. Амоші. – Донецьк: Ін-т економіки промисловості, 2002. – 108 с.
12. Єрохіна К. Інвестиційні стимули в механізмі оподаткування прибутку підприємств в Україні / К. Єрохіна, К. Швабій, Д. Серебрянський // Економіка України. – 2010. – № 7. – С.32–41.
13. Барменков Д. В. Факторы и механизмы повышения конкурентоспособности крупнейших предприятий, производящих минеральные удобрения / Д. В. Барменков // Российский экономический интернет-журнал: Интернет-журнал АТиСО / Акад. труда и социал. отношений – Электрон. журн. – М.: АТиСО. – 2002 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://e-rej.ru/Articles/2008/Barmenkov1.pdf>.

14. Heffer P. and Prud'homme M. «Short-Term Fertilizer Outlook», IFA Strategic Forum, Marrakech, 19–20 November 2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.fertilizer.org/imis20/images/Library_Downloads/2014_ifa_marakech_outlook_summary.pdf?WebsiteKey=411e9724-4bda-422f-abfc-8152ed74f306&=404%3bhttp%3a%2f%2fwww.fertilizer.org%3a80%2fen%2fimages%2fLibrary_Downloads%2f2014_ifa_marakech_outlook_summary.pdf

15. Залізнюк В. П. Європейський ринок мінеральних добрив та позиція України на цьому ринку / В. П. Залізнюк // Збірник тез доповідей ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу» (м. Суми, 24–25 вересня 2015 р.). – Суми: ФОП Ткачов О.О., 2015. – С. 71–74.