

УДК 339.9:338.43

*Ковінько Олена Миколаївна****ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ МІЖНАРОДНОЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ: ОЦІНКА ПРИВАБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ**

Анотація. Виходячи з маркетингових передумов міжнародної диверсифікації бізнес-діяльності вітчизняних аграрних підприємств, автор пропонує переглянути власний підхід до оцінки привабливості міжнародних ринків аграрної продукції та здійснення вибору альтернативних варіантів для реалізації вітчизняної аграрної продукції.

Ключові слова: зовнішній ринок, сегментація ринку, привабливість зовнішнього ринку, експорт, імпорт, диверсифікація бізнес-діяльності.

Вступ. У сучасних умовах міжнародної диверсифікації бізнес-діяльності вітчизняних аграрних підприємств важливого значення для українських товаровиробників аграрної продукції набувають питання вибору зовнішніх ринків, оцінки умов та можливостей проникнення на ці ринки та подальшого успішного функціонування на цих ринках. Актуальності набуває завдання визначення привабливості зовнішнього ринку, оцінка його бізнес-клімату.

Постановка задачі. На сьогоднішній день поняття привабливості міжнародних ринків, переважна більшість авторів пов'язує її з показниками ринку, які стосуються оцінки його бізнес-середовища. У окремих літературних джерелах поняття привабливості зарубіжного ринку розглядається поряд з поняттям конкурентна ситуація на ринку.

Дослідженню питань можливостей проникнення на міжнародні ринки та подальшого успішного функціонування на них присвятили роботи вітчизняні науковці В.А. Боржова, М.Г. Вожняк, Т.В. Кальченко, У. Киіган, О.М. Ковінько, М.Д. Корінько, Д.Г. Лук'яненко, Н.К. Моисеева, М.Х. Корецький, П. Мирчандани, Н.Г. Маслак, Л.П. Петрашко, Н.О. Татаренко, Т.М. Циганкова, В.І. Чужиков та ін. [1–10].

Однак питання оцінки умов і можливостей проникнення на ці ринки дослідженні не достатньо, а тому потребують підвищеної уваги.

Результати. Привабливість міжнародного ринку — це середовище країни та взаємодії його із середовищами інших країн, яке здатне посилювати та формувати умови для сприятливої діяльності іноземних підприємств на ринку даної країни. Міжнародне маркетингове середовище є комплексом факторів, що формують кон'юнктуру товарного ринку, визначають його привабливість, формують тактику та умови ринкової поведінки та складають систему чинників, що прямо впливають на розвиток міжнародної діяльності фірми [8].

Привабливість ринку впливає з його розміру, обсягу, темпів зростання та інших показників, а також з умов функціонування підприємств даної галузі. Найважливішим етапом моментом даного дослідження є об'єктивний вибір

* *Олена Миколаївна Ковінько* — канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу та реклами, Вінницький торговельно-економічний інституту КНТЕУ tanass2005@ukr.net

привабливих зовнішніх ринків для підприємств аграрного бізнесу, а саме проведення дослідження ринків і порівняння об'єктивних даних [10].

У сучасних умовах функціонування аграрних підприємств важливим етапом дослідження є аналіз перспектив розвитку ринку в умовах міжнародної диверсифікації їх бізнес-діяльності [4, 5].

Адже в умовах міжнародної диверсифікації бізнес-діяльності вітчизняних аграрних підприємств часто настає момент, коли вже відсутні можливості для розширення торговельної діяльності на старих ринках, тоді підприємства мають вивчати перспективи виходу на нові віддаленіші ринки збуту або орієнтувати свою бізнес-діяльність на нові сегменти старих країн-партнерів.

Відбір кількох сегментів зарубіжних ринків, а саме десяти країн визначено в дослідженнях автора [5]. На нашу думку, вибір привабливіших ринків може бути здійснений шляхом аналізу критеріїв важливих для вітчизняних аграрних підприємств, і як результат визначаються ринки, що відповідають їх вимогам. Будемо проводити порівняльну оцінку таких показників: торговельного балансу країн, обсяг експорту та імпорту продукції товарної групи за кожною країною, часткою експорту та імпорту продукції товарної групи у загальному обсязі експорту країни, рейтингів країни в світовому експорті та імпорті, за товарною групою «15 Жири та олії», темпами росту імпорту у вартісному вираженні обсягів продажу, торговельним балансом країни — з Україною за даною групою товарів, обсягом імпорту з України, часткою імпорту з України, часткою імпорту найбільших конкурентів України на даному товарному ринку, темпу росту імпорту товарної групи «15 Жири та олії» у вартісному вираженні з України (табл. 1).

Таблиця 1

**АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ЗАРУБІЖНИХ РИНКІВ ЗА ГРУПОЮ ТОВАРІВ
«15 ЖИРИ ТА ОЛІЇ», 2015 р.**

Показники	Австрія	Бельгія	Греція	Ірландія	Італія	Китай	Нідерланди	Німеччина	Швейцарія	Японія
Торговельний баланс країни, млн. дол. у даній групі	-209,6	-202,0	-2096,5	-7228,3	-237,2	-1008,0	-73,1	-789,6	-276,4	-1320,6
Обсяг експорту продукції товарної групи, млн дол.	253,2	1534,8	214,7	666,7	4621,1	2865,2	152,0	1379,1	79,6	143,9
Частка експорту продукції товарної групи у загальному обсязі експорту країни, %	0,31	1,89	2,73	0,82	5,7	9,53	0,19	1,7	0,1	0,18
Обсяг імпорту продукції товарної групи, млн дол.	462,8	1736,7	4311,2	7894,9	4858,3	3873,2	225,0	2168,7	356,0	1464,5
Частка імпорту продукції товарної групи у загальному обсязі експорту країни, %	0,56	2,09	5,19	9,51	5,85	4,66	0,27	2,61	0,43	1,76
Рейтинг країни в світовому експорті, за даною товарною групою	42	13	10	22	4	8	52	14	65	54

Закінчення табл. 1

Показники	Австрія	Бельгія	Греція	Ірландія	Італія	Китай	Нідерланди	Німеччина	Швейцарія	Японія
Рейтинг країни в світовому імпорті, за даною товарною групою	40	12	5	2	4	6	52	8	47	13
Річний приріст імпорту у вартісному вираженні між 2014–2015 рр., за даною товарною групою, %	-16	-23	-10	-13	-17	-15	-31	-11	-9	-2
Торговельний баланс країни — з Україною за даною групою товарів, млн дол.	-6,7	-5,9	-175,1	-638,2	-14,9	-14,9	-2,8	-19,7	0,056	0,004
Обсяг імпорту за даною товарною групою з України, млн дол.	6,8	11,9	176,7	638,3	121,0	17,3	3,1	19,8	0,027	-
Частка імпорту з України, %	1,5	0,7	4,1	8,1	2,5	0,4	1,4	0,9	0	-
Частка імпорту найбільших конкурентів України на даному ринку	73,3	78	60,3	61,4	48,1	43,4	68,6	56,3	31,1	53,6
Річний приріст імпорту з України у вартісному вираженні між 2014–2015 рр., за даною товарною групою, %	+47	+123	+3	+42	-15	-31	+2	-70	-86	-

Джерело: розроблено автором [11–14] (зріз даних станом на 15.06.2016 р.)

Представимо графічно показники зарубіжних ринків за групою товарів «15 Жири та олії», 2015 р. рис. 1–4.

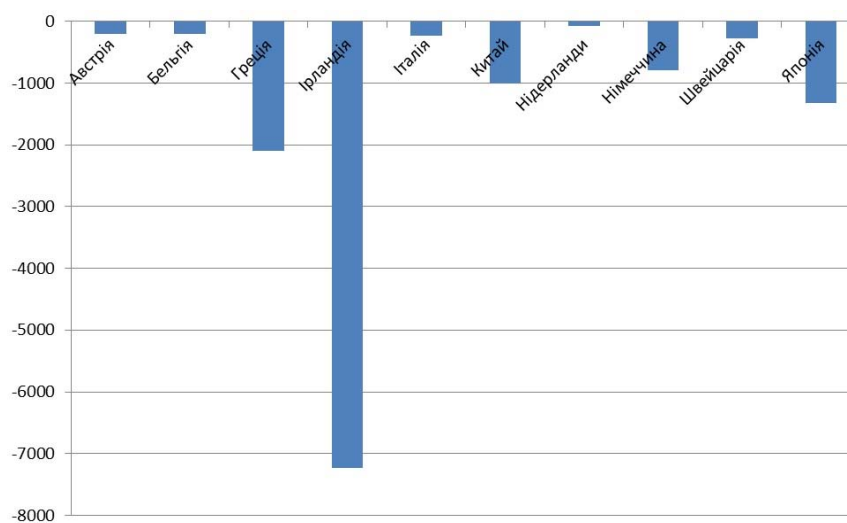


Рис. 1. Торговельний баланс зарубіжних ринків, за групою товарів «15 Жири та олії», 2015 р., млн дол.

Джерело: розроблено автором [11–14] (зріз даних станом на 15.06.2016 р.)

З рис. 1 можемо зробити висновки, що пасивне значення торговельного балансу всіх ринків свідчить про наявність попиту споживачів на товарну групу «15 Жири та олії». Варто відзначити найменше значення даного показника ринку Ірландії, ринки Греції, Китаю, Німеччини, Японії також подають перспективи виходу на них вітчизняних аграрних підприємств в умовах диверсифікації бізнес-діяльності.

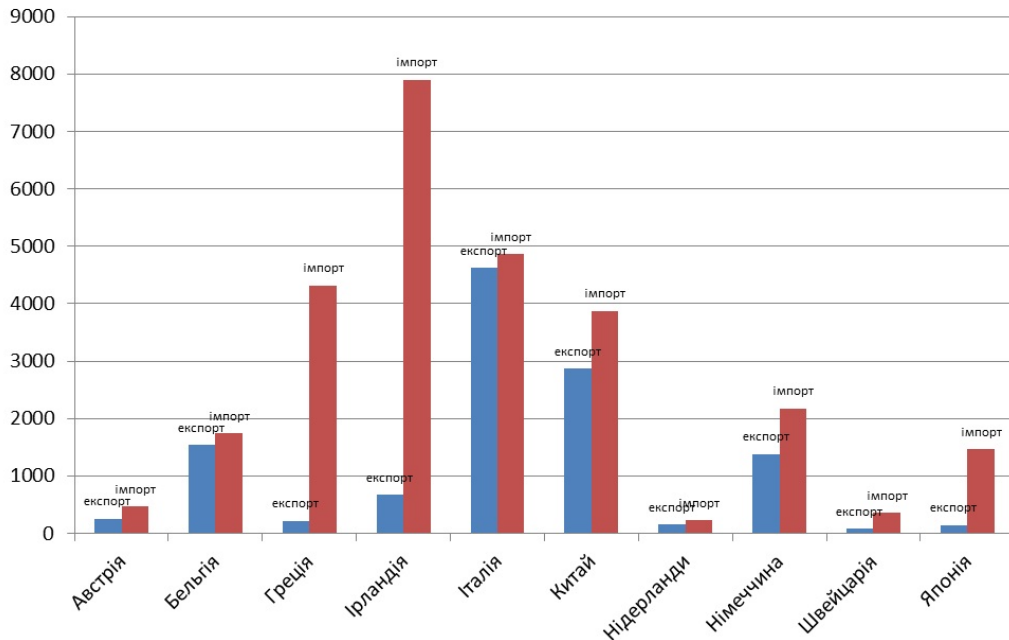


Рис. 2. Обсяг імпорту та експорту продукції товарної групи «15 Жири та олії», 2015р., млн дол.

Джерело: розроблено автором [11–14] (зріз даних станом на 15.06.2016 р.)

Згідно аналізу обсягів імпорту та експорту продукції товарної групи «15 Жири та олії» у 2015 році можемо оцінити коефіцієнт покриття імпорту експортом, зокрема коефіцієнт ринків Італії, Бельгії, Китаю, Німеччини, Австрії коливається у межах 0,55 до 0,95, а це означає, що дані ринки є менш перспективними для українських аграрних підприємств ніж ринки Греції, Ірландії, Швейцарії, Японії коефіцієнт покриття яких за даною групою товарів знаходиться в межах від 0,05 до 0,22.

Проведене дослідження свідчить про імпортозалежність усіх ринків від товарної групи «15 Жири та олії», ненасиченість ринків жирами та олією відповідної якості обумовлює потребу в імпорті даної групи товарів. Тобто, зарубіжні ринки є перспективними для вітчизняних аграрних підприємств в умовах міжнародної диверсифікації бізнес-діяльності.

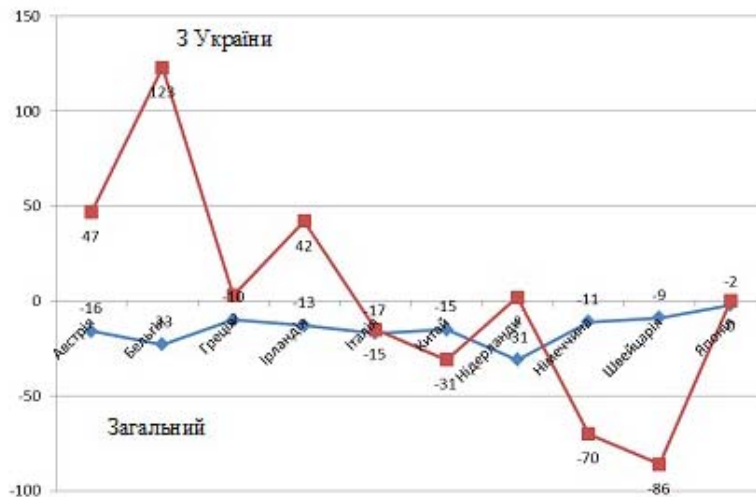


Рис. 3. Річний приріст імпорту загальний і з України у вартісному вираженні між 2014–2015 рр. за товарною групою «15 Жири та олії», %

Джерело: розроблено автором [11–14] (зріз даних станом на 15.06.2016 р.)

Протягом 2015 року не спостерігається загальний річний приріст імпорту товарної групи «15 Жири та олії», на всіх ринках відбулося зниження річного приросту імпорту, однією з причин чого є підвищення цін на дану групу товарів. Це свідчить про перспективи виходу на дані ринки українських аграрних підприємств.

Але річний приріст імпорту з України у вартісному вираженні між 2014–2015 рр., за даною товарною групою на ринках Австрії, Бельгії, Греції, Ірландії, Нідерландів мав позитивне значення, це означає, що рухаючись в ногу з часом українські аграрні підприємства вже зорієнтували свою бізнес-діяльність і наростили обсяги продажу товарної групи «15 Жири та олії» на цих ринках на 47 %, 123 %, 3 %, 42 %, 2 % відповідно. Це свідчить про перспективи розширення даних ринків збуту і можливість виходу вітчизняних аграрних підприємств на нові ринки Італії, Китаю, Німеччини, Швейцарії, Японії.

Графічно структура імпорту зарубіжних ринків дозволяє зробити такі висновки: найбільша частка імпорту товарної групи «15 Жири та олії» з України на ринках Греції, Ірландії, Італії — 4,1 %, 8,1 %, 2,5 % відповідно. Частки імпорту з України на ринках Австрії, Нідерландів, на нашу думку ще варто нарощувати, так їх значення коливається від 1,4 % до 1,5 %. На ринках Бельгії, Китаю, Німеччини, Швейцарії, Японії частка імпорту з України практично відсутня. Порівняно із позицією головних конкурентів, які на ринках Австрії, Бельгії, Греції, Ірландії, Нідерландів, Німеччини, Японії займають більше 50 % ринку, тому у вітчизняних підприємств, що здійснюють бізнес-діяльність на зарубіжних ринках є перспективи виходу на них, так як до інших учасників ринку відносяться країни, що в структурі мають від 0,1 до 5 % ринку.

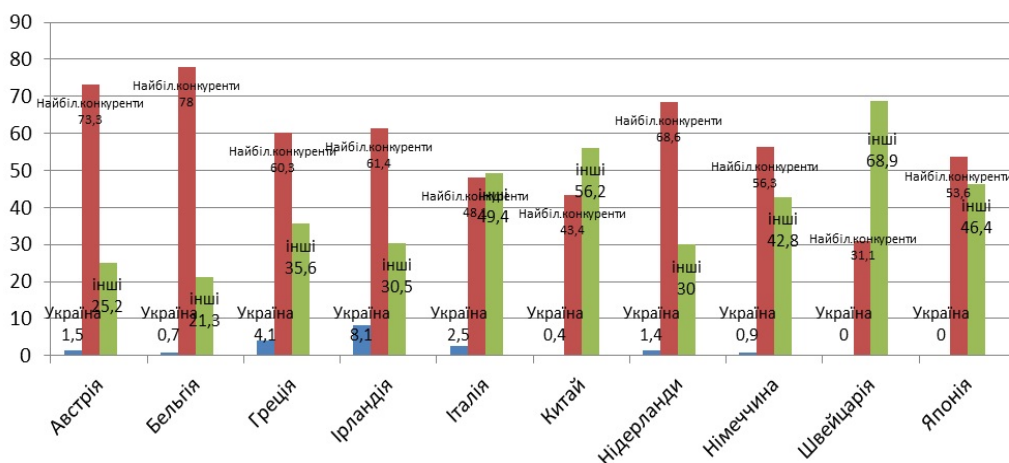


Рис. 4. Структура імпорту зарубіжних ринків (в розрізі Україна, найбільші її конкуренти РЧ ≥ 10 %, інші учасники ринку) за товарною групою «15 Жири та олії», %

Джерело: розроблено автором [11–14] (зріз даних станом на 15.06.2016 р.)

На нашу думку, в українських підприємств, що здійснюють продаж товарної групи «15 Жири та олії» також є перспективи розвитку на ринках Італії, Китаю, Швейцарії, Японії та потенціал щодо розширення частки на ринку Італії та Нідерландах.

Враховуючи те, що торговий баланс світу за групою «15 Жири та олії» у 2015 році показує пасивний результат (-2,0 млрд дол.) можна сміливо рекомендувати вітчизняним аграрним підприємствам вивчати перспективи виходу на ринки Греції, Ірландії, Китаю Швейцарії, Японії з метою диверсифікації бізнес-діяльності.

Висновки. Отже, привабливість ринків можна визначити через ступінь відповідності стану факторів ринкового середовища можливості реалізації економічних інтересів аграрних підприємств України в умовах міжнародної диверсифікації їх бізнес-діяльності. У результаті проведення комплексного дослідження ринків Австрії, Бельгії, Греції, Ірландії, Італії, Китаю, Нідерландів, Німеччини, Швейцарії, Японії та оцінки привабливості цих потенційних зарубіжних ринків для українських аграрних підприємств альтернативним варіантом для реалізації аграрної продукції стали ринки Греції, Ірландії, Китаю Швейцарії, Японії.

Література

1. Боржова В. А. Диверсифікація, сільськогосподарського виробництва фермерських господарств / В. А. Боржова, Н. Г. Маслак, М. Х. Корецький. — Суми: Видавництво «Довкілля», 2002. — 186 с.
2. Кишган У. Вимір міжнародної диверсифікованості: облік вовлеченості в міжнародний поділ праці й диверсифікованості в глобальному стратегічному плануванні // Огляд дис. д-ра наук // справ. инф. сист. Pro-Quest. — 2004.

3. Конвергенція економічних моделей Польщі та України. Монографія / Заг. ред. Д.Г. Лук'яненко, В.І. Чужиков, М.Г. Возняк та ін. — К.: КНЕУ, 2010. — С. 314–333.
4. Ковінько О.М. Формування теорії маркетингових досліджень міжнародних ринків / О.М. Ковінько // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». — №12. — 2015. [Електронне фахове видання] Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4640>.
5. Ковінько О. Міжнародні ринки аграрної продукції / О. Ковінько // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. — 2016. — № 2. — С. 65–76.
6. Корінько М. Д. Диверсифікація: теоретичні та методологічні основи: Монографія. — К.: ННЦ ІАЕ, 2007. — 488 с.
7. Мирчандани П. Взаємний вплив маркетингової структури, ділової стратегії і диверсифікаційної стратегії на економічну ефективність діяльності фірми // Огляд дис. д-ра наук // справ.-інф. сист. Pro-Quest. — 2004.
8. Моисеева Н.К. Трансформация бизнеса в условиях рыночной нестабильности / Н.К. Моисеева, Т.Н. Гончарова, О.А. Марина, О.В.Седова / под. ред. Н.К. Моисеевой. — М.: КУРС: ИНФРА — М, 2015. — 416 с.
9. Татаренко Н.О. Позиціонування України у європейській економіці / У монографії Конвергенція економічних моделей Польщі та України — К.: КНЕУ, 2010. — 719 с. — С. 369–393.
10. Циганкова Т. М. Міжнародна торгівля: Навч. посібник / Т.М. Циганкова, Л. П. Петраш, Т. В. Кальченко. — К.: КНЕУ, 2001. — 488 с.
11. Глобальна економіка. [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://www.theglobaleconomy.com/rankings/happiness/>
12. Индикаторы Worldwide Governance (РГО) проект сводные отчеты и индивидуальные показатели управления для 215 экономик за период 1996–2014 [Электронный ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://info.worldbank.org/governance/wgi/index.aspx#home>
13. КОФ Индекс глобализации [Электронный ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://globalization.kof.ethz.ch>
14. Організація економічного співробітництва та розвитку. [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/countries/belgium/>

References

1. Borzhova V.A. Diversification, agricultural farms / A.Borzhova, N. H. Maslak, M.H. Koretsky. — *Amounts: Publishing House «Environment»*, 2002. — 186 p.
2. Kyuhan U. Measurement international diversification: accounting vovlechnosty in the international division of labor and diversification in global strategic planning // *Review dis. Dr. sciences // cases. ynf. syst. Pro-Quest*. — 2004.
3. The convergence of economic models in Poland and Ukraine. *Monograph*. / Common. Ed. D.G. Lukyanenko, V. Chuzhykov, M.G. Vozhnyak and others. — К. : KNEU, 2010. — P. 314–333.
4. Kovinko O.M. Formation of the theory of market research international markets / A.M. Kovinko // *Electronic scientific specialized edition of «Efficient Economy»* №12, 2015. [Electronic issue] Access: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4640>.
5. Kovinko A. International markets of agricultural products / O. Kovinko // *Foreign trade, economics, finance, law*. — 2016. — № 2. — P. 65–76.
6. Korinko M.D. Diversification: theoretical and methodological foundations: *Monograph*. — К. : NNC IAE, 2007. — 488 p.

7. P. Myrchandany. Mutual influence marketing structure, business strategy and diversification strategy for the economic efficiency of the company // Review dis. Dr. sciences // *sprav.-yfnf. syst. Pro-Quest*. — 2004.

8. Moiseev N.K. Transformation of business in terms of economic stability / N.K. Moiseev, T.N. Goncharov, O.A. Marina, O.V. Sedova / *under. Ed. NK Moiseevoy*. — M.: COURSE: INFRA — M, 2015. — 416 p.

9. N.O. Tatarenko. Positioning of Ukraine in the European economy / *The book convergence of economic models in Poland and Ukraine*. — K.: KNEU, 2010. — 719 p. — S. 369–393.

10. Tsygankov T.M. International trade: *Training. manual* / T.M. Tsyhankova, L. P. Petrushko, T. Kalchenko. — K.: KNEU, 2001. — 488 p.

11. Global economy. [Electronic resource] — Access to the property: <http://www.theglobaleconomy.com/rankings/happiness/>

12. *Indicators Worldwide Governance (RGO)* project svodnie otchetu and Individual Control indicators for 215 economy for the period 1996- 2014 [Electronic resource] — Access to the property: <http://info.worldbank.org/governance/wgi/index.aspx#home>

13. KOF globalization index [Electronic resource] — Access to the property: <http://globalization.kof.ethz.ch>

14. Organisation for Economic Co-operation and Development. [Electronic resource] — Access to the property: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/countries/belgium>.

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БИЗНЕС-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНОЙ ДИВЕРСИФИКАЦИИ: ОЦЕНКА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКОВ

Е. Н. Ковинько, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и рекламы Винницкого торгово-экономического института КНТЭУ

Аннотация. Исходя из маркетинговых предпосылок международной диверсификации бизнес-деятельности отечественных аграрных предприятий, автор предлагает пересмотреть свой подход к оценке привлекательности международных рынков аграрной продукции и осуществление выбора альтернативных вариантов для реализации отечественной аграрной продукции.

Ключевые слова: внешний рынок, сегментация рынка, привлекательность внешнего рынка, экспорт, импорт, диверсификация бизнес-деятельности.

PRACTICAL ASPECTS OF THE BUSINESS ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE INTERNATIONAL DIVERSIFICATION: ASSESSMENT OF APPEAL OF INTERNATIONAL MARKETS

E. Kovinko, PhD,
Vinnitsa trade and economic institution
KNTEU

Abstract. In modern conditions of international diversification business activity of domestic agrarian enterprises it's become more important for Ukrainian producers of agricultural products a matter of choice foreign

markets, assess the conditions and opportunities for penetration at these markets and further successful functioning of these markets. The question of determining the attractiveness of foreign market becomes more relevant, as well as the evaluation of its business climate.

The author proposes to revise his own approach to assessing the attractiveness of international markets of agricultural products and implementation of alternative choice for the implementation of domestic agricultural products of commodity group «15 Fats and oils» because of the marketing premise of international diversification of business activities by domestic agricultural enterprises.

In terms of international diversification business activities of domestic agrarian enterprises often comes a time when there are no opportunities for expansion of trade activities in the old market, while enterprises should study the prospects of entering new more distant markets or focus its business activities into new segments of the old countries — partners.

The study defined a new platform for domestic enterprises in the international diversification where domestic enterprises — manufacturers of the investigated product group «15 seeds and fruits» (and their suppliers) may use a methodology for assessing the attractiveness of international markets of agricultural products.

Researches of the markets of Austria, Belgium, Greece, Ireland, Italy, China, Netherlands, Germany, Switzerland, Japan and the assessment of their attractiveness for Ukrainian agricultural enterprises is an alternative option for realization of agricultural products were the markets of Greece, Ireland, Switzerland, China and Japan.

Keywords: foreign market, market segmentation, attractiveness foreign market, export, import, diversification of business activities.

Стаття надійшла до редакції 04.10.2016

УДК 338.631

Плотнікова Марія Федорівна *

КАТАЛІЗАТОРИ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ

Анотація. Досліджено сутність та роль недержавних структур як складових інфраструктурного забезпечення суспільних відносин. Окреслено характер їх діяльності з позиції інституціонального забезпечення суспільних потреб. Визначено перспективні напрями суспільних вкладень із врахуванням підходів щодо мінімізації ризиків та максимізації стійкості суспільних структур в довгостроковій перспективі. Обґрунтовано механізм взаємодії структурних одиниць на сільських територіях. Проілюстровано наслідки державно-партнерських відносин у системі багатофункціонального сільського розвитку.

Ключові слова: інвестиції, інновації, багатофункціональний розвиток, сільський розвиток, сільські території.

* **Марія Федорівна Плотнікова** – канд. екон. наук, доцент кафедри інноваційного підприємництва та інвестиційної діяльності, Житомирський національний агроєкологічний університет, marianma@yandex.ua