

*Маметєва А.В.***АНАЛІЗ ВИМОГ КРАЇН ЄС ДО ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА****ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпропетровськ**

У сучасних умовах економічного розвитку України з'являються проблемні питання відносно ринків збуту продукції вітчизняного промислового виробництва. Необхідно помітити, що простежується тенденція закриття багатьох ринків збуту продукції вітчизняного виробництва. Усе це призводить до різкого падіння прибутку, зменшення податків, невиконання заробітної плати і усе це разом несе за собою безробіття. Вищезгадані проблеми створили ситуацію, коли підвищений попит має вихід ринків збуту України в країні Європейського Союзу. Тому з'явилася актуальна проблема виходу України на ринки збуту до країн ЄС, а також питання відносно розробки стратегії збуту продукції промислових підприємств вітчизняного виробництва в країні Європейського Союзу (ЄС). Ми повинні надати вітчизняним виробникам і Україні нові можливості. Актуальною на цей час є проблема виходу продукції вітчизняних підприємств на ринки збуту до країн західної Європи, а також питання відносно розробки правильної і вигідної для України стратегії збуту продукції промислових підприємств в країні ЄС. Основний підхід до споживачів – це задоволення їх запитів і потреб до якості та необхідності продукції. Усе це і є суть збуту. Якщо продукція має великий попит, то це вказує на те, яку продукцію випускає підприємство – якісну або ні. Чи надалі буде вона мати попит і чи буде споживач використовувати цю продукцію. За попитом ми зможемо зрозуміти чи уловили ми саму суть збуту – задоволення потреб споживача. Метою цієї статті є розгляд і здійснення аналізу вимог і стандартів до продукції промислових підприємств країн Європейського Союзу до продукції промислових підприємств Українського виробництва, з метою виходу продукції Українського виробництва на ринки збуту.

Ключові слова: промислова продукція, попит, управління підприємствами, ринки збуту, канали збуту.

Вступ

Основними аспектами формування стратегії збуту продукції промислових підприємств є формування ринкових стосунків України з ринками ЄС, а також вимоги відповідно до якості продукції стандартів країн ЄС. Україні потрібно налагоджувати партнерські, дружні і ділові стосунки, також необхідно зарекомендувати себе, як конкурентоспроможного і виконуючого усі вимоги партнера. На сьогодні, нами здійснюється детальний аналіз вимог ринків збуту ЄС відносно якості промислової продукції згідно з стандартами цих країн. Необхідність цього аналізу – це обґрунтована переорієнтація ринків збуту промислових підприємств у зв'язку з економічною і політичною ситуацією в країні. Подолання усіх цих бар'єрів відкриє нам можливість виведення вітчизняної продукції на ринки країн ЄС, а також для підприємств підвищення при-

бутку і виплати робітникам заробітної плати. Для нашого суспільства це будуть нові досягнення в сфері економіки.

Проблеми збуту були викладені і озвучені багатьма науковими діячами, які досить детально і чітко розглядали питання проблеми виходу на інші ринки збуту. Серед них ми можемо визначити і виділити наступних: І. Ансов, Ж.Ж. Ламбен, Л.А. Давидов, К. Фольцман, Д. Баркан. Але і досі залишається відкритим питання термінової переорієнтації ринків збуту.

Постановка задачі

Для того, щоб збувати продукцію нам потрібно розробити правильну стратегію, яка діятиме. Оскільки стратегія – це план, потрібно розміркувати яким він буде. Тобто для збуту продукції необхідно підібрати певний канал, по якому підприємства зможуть збувати свою продукцію. А канал – це деякий шлях або маршрут

переміщення продукції з одного ринку на інший. Але цей канал має бути максимально вигідний для тієї країни, яка збуватиме продукцію. Для того, щоб краще ознайомитися з каналом збуту передусім в країнах Європейського Союзу потрібно створити збутові філії, в яких працюватимуть фахівці, які знали б місцеві ринки, конкурентів, і які були здатні запропонувати місцевим споживачам продукцію і ця продукція повинна відповідати їх потребам. Також ці фахівці могли б запропонувати вигідні умови продажу і сервісу. Вони змогли б контролювати те, яка продукція є найнеобхіднішою для країн ЄвроСоюзу. При цьому фахівці збутових каналів будуть добре знайомі з умовами і вимогами до продукції країн ЄС. Треба відмітити, що у формуванні каналів збуту, немале значення має статистика збутових каналів.

Вважається, що збут є одним з головних елементів маркетингу, тому існує комплекс заходів, які не повинні стояти позаду:

- виявлення споживчих потреб;
- розробка продукції;
- встановлення на продукцію відповідної ціни;
- налагодження системи їх ефективного стимулювання.

Усі ці перелічені вище заходи є в першу чергу частиною стратегії збуту.



Рис. 1. Формування каналів збуту при виході на зовнішні ринки

Для того, щоб сформувати канал збуту нам необхідно розробити стратегію формування збутових каналів, спрогнозувати на скільки вони будуть географічно вигідні, і спланувати збут продукції за цими ж географічними показниками. Обґрунтувати на скільки усе це є вигідним для виробників вітчизняної промисловості, і якщо усе це є обґрунтованим організувати в країнах ЄС канали, по яких ми плануємо збувати продукцію, але при цьому враховуючи статистику збутових каналів. (рис. 1).

стику збутових каналів. (рис. 1).

Одним з аспектів формування стратегії збуту продукції промислових підприємств є вимоги відповідно до якості продукції стандартам країн ЄС. Тому потрібно розібратися які вимоги висувають ринки країн ЄС до продукції промислового виробництва, тому що невідповідність вимог може стати непереборним бар'єром для виходу на ринки продукції країн Європейського Союзу. Вихід на ринки ЄвроСоюзу дає нам нові та великі можливості розвитку підприємств і бізнесу. Ми маємо шукати джерела фінансування, бо нам треба створити країну, якій би заздрили. Для того, щоб підприємства функціонували на ринках ЄС вони повинні мати розроблений стратегічний план на 5 років вперед (рис. 2).

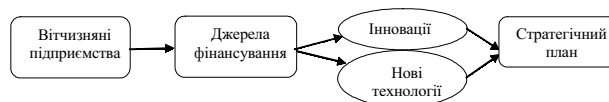


Рис. 2. Розробка стратегічного плану вітчизняними підприємствами для ЄС

Між підприємством та Європейським Союзом має бути досконало складений проект та оформлена заявка. Вітчизняні підприємства повинні розробляти нові технології та інноваційність, бо без цього ЄС не буде зацікавлений в продукції вітчизняних підприємств. Тому підприємствам треба організувати спеціалістів, які б здійснили маркетингові дослідження. Велике значення в країнах ЄС буде мати міжнародна акредитація продукції підприємств. Отже треба проаналізувати, розібратися і порівняти вимоги країн ЄС з вимогами вітчизняних стандартів. Також наші підприємства повинні ознайомитися з відповідними вимогами до якості продукції, що відповідає параметрам, директивам, тому що в країнах ЄС присутні свої директиви і технічні норми. Виробники повинні створити системи управління якістю, і ці системи мають бути впроваджені в підприємства вітчизняного виробника.

Був виконаний аналіз і порівняння усіх вимог ринків збуту країн ЄС з вимогами ринків збуту України відповідно до стандартів та наданий в наступній таблиці.

Висновки

Проаналізувавши вимоги країн Європейського Союзу до продукції, нами були розроблені наступні рекомендації для українських підприємств:

- замінити стару систему продажів на нову, більш сучасну;
- скласти позитивне відношення до українців в ЄС;
- також розв'язати проблему відсутності належного фінансування, яке на цей час стри-

Порівняльна характеристика вимог на ринках ЄС і ринках збуту України

Вимоги до системи збуту в країнах ЄС	Вимоги до системи збуту в Україні
Визначити впевненість в тому, що продукція безпечна для споживачів	Поміняти застарілу систему продаж
Виконання всіх вимог законодавства ЄС, що відповідають відповідним вимогам та стандартам Оцінювання відповідності: – випробування характеристик продукції; – контроль – перевірка документації, продукції та відповідність до вимог; – сертифікація – підтвердження відповідності третьої незалежної сторони	Поміняти негативне ставлення до українців в країнах ЄС
Маркування	Сертифікація (як одна з головних вимог)
Пакування	Пакування
Технічна документація	Маркування
Тестування (роками)	Тестування

мує розвиток українських підприємств і компаній;

– необхідно пройти досить складну і довготривалу процедуру сертифікації, інакше без відповідної сертифікації товар не вийде на ринки Європейського Союзу;

– обов'язково треба тестувати продукцію для продажу, щоб підтвердити її якість, тому що якщо ми говоримо про довіру і позитивне ставлення до українців ми повинні збувати якісний товар;

– інноваційний підхід, нові технології.

Втілення цих заходів приведе до виходу продукції вітчизняного виробництва на ринки країн Європейського Союзу, а також до високої якості промислової продукції. Обов'язкове тестування продукції допоможе виявити недоліки і виправити їх. Якщо промислові підприємства дотримуватимуться усіх вищезазначених рекомендацій, проблема виходу України на ринки збуту в країні західної Європи буде поступово розв'язана, а також Україна зможе побачити фінансовий результат, що для нас є вкрай важливим.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Любимцева С.В. Трансформація економічних систем. – М.: Економіст, 2003. – 443 с.
2. Шапиро Н.А. Территория России как рыночное пространство (или идеальная модель рынка) для политики модернизации // Философия хозяйства. – 2011. – № 1. – С.85-90.

3. Добрынин А.А. Институциональные предпосылки межрегионального взаимодействия и относительной замкнутости региона // Экономика и управление. – 2006. – № 2 (23). – С.32-36.

4. Лексин В.Н., Швецов. А.Н. Государство и регионы. Теория и практика государственного регулирования территориального развития. – М.: УРСС, 2000, - 368 с.

5. Василенко В.Н. Многомерность параметров региона: территории, системы, пространства: монография / науч. ред. В.В. Дружинина. – Дружковка: Юго-Восток, 2016. – 408 с.

6. Медведь В.Ю. Экономическое регулирование регионального развития: теория, методология, практика: монография. – Киев: Изд-во «Діса плюс», 2015. – 282 с.

7. Ковальская Л.Л. Оценка конкурентоспособности региона и механизмы ее повышения: монография. – Луцк: Надстиря, 2007. – 420 с.

8. Кухарская Н.А. Стратегические приоритеты трансформации экономики регионов Украины: тенденции, формы, механизмы: монография. – Ин-т ПРЭИ НАН Украины. – Одесса: Ин-т ПРЭИ НАН Украины, 2010. – 519 с.

9. Модернизация экономики и концептуальные подходы к исследованию структурных трансформаций старопромышленных регионов // в кн. Структурные трансформации старопромышленных регионов Украины / В.И. Ляшенко, Л.Г. Червова, Л.М. Кузьменко и др. // НАН Украины, Ин-т экономики промышленности. – Донецк, 2013. – 412 с.

10. Фатхутдинов Р.А. Стратегическая конкурентоспособность: Учебник. – М.: Экономика, 2005. – 508 с.

11. Дубницький В.І., Чуприна Н.М., Ганжела І.П. Глобальна економіка (навчальні теми і практикум): Навчальний посібник. – Дніпропетровськ: УДХТУ, 2015. – 588 с.

Надійшла до редакції 15.02.2016
Рецензент: к.е.н., проф. В.П. Колесніков

АНАЛИЗ ТРЕБОВАНИЙ СТРАН ЕС К ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ УКРАИНСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Маметьева А.В.

В современных условиях экономического развития Украины появляются проблемные вопросы относительно рынков сбыта продукции отечественного промышленного производства. Необходимо заметить, что прослеживается тенденция закрытия многих рынков сбыта продукции отечественного производства. Всё это приводит к резкому падению прибыли, уменьшению налогов, невыплате заработной платы и все это вместе несёт за собой безработицу. Вышеупомянутые проблемы создали ситуацию, когда повышенный спрос имеет выход рынков сбыта Украины в страны Европейского Союза. Поэтому появилась актуальная проблема выхода Украины на рынки сбыта к странам ЕС, а также вопрос относительно разработки стратегии сбыта продукции промышленных предприятий отечественного производства в страны Европейского Союза (ЕС). Мы должны предоставить отечественным производителям и Украине новые возможности. Актуальной на данное время является проблема выхода продукции отечественных предприятий на рынки сбыта к странам западной Европы, а также вопросы относительно разработки верной и выгодной для Украины стратегии сбыта продукции промышленных предприятий в страны ЕС. Основной подход к потребителям - это удовлетворение их запросов и потребностей к качеству и необходимости продукции. Все это и есть суть сбыта. Если продукция имеет большой спрос, то это указывает на то, какую продукцию выпускает предприятие - качественную или нет. В дальнейшем ли будет она иметь спрос и будет ли потребитель использовать эту продукцию. По спросу мы сможем понять уловили ли мы самую суть сбыта - удовлетворение потребностей потребителя. Целью данной статьи является рассмотрение и проведение анализа требований и стандартов к продукции промышленных предприятий стран Европейского Союза к продукции промышленных предприятий Украинского производства, с целью выхода продукции Украинского производства на рынки сбыта ЕС.

Ключевые слова: промышленная продукция, спрос, управление предприятиями, рынки сбыта, каналы сбыта.

ANALYSIS OF REQUIREMENTS OF COUNTRIES EU TO INDUSTRIAL PRODUCTS OF UKRAINIAN PROD

Mameteva A.V.

In modern conditions of economic development of Ukraine there are problematic issues concerning the markets for products of domestic industrial production. It should be noted that the tendency of the closure of many markets for domestic products. All this leads to a sharp drop in profit, decrease taxes, non-payment of wages, and brings it all together for an unemployment. The above problems have created a situation where increased demand has access to the Ukrainian markets in the European Union. Therefore, there was urgent problem of output Ukraine in sales to the EU market, as well as a question on the development of sales of products of industrial enterprises of domestic production strategy to the European Union (EU). We must provide the domestic producers and the Ukraine new opportunities. Urgent at this time is the issue of release of domestic enterprises in the markets in Western Europe, as well as issues concerning the development of accurate and profitable for Ukraine's strategy of selling products of industrial enterprises in the EU. The main approach is to require telyam - it meet their needs and requirements to the quality and necessity of products. This is the essence of marketing. If the products are in great demand, it indicates what kind of products the company manufactures - quality or not. In the future, whether it will be in demand and whether the consumer will use these products. On demand we can understand if we caught the very essence of marketing - to meet consumer needs. The purpose of this article is to review and conduct requirements analysis and standards for the production of industrial enterprises of the European Union countries in the production of industrial enterprises of Ukrainian production in order to yield products of Ukrainian origin in the EU markets.

Keywords: industrial production, demand, enterprise management, markets, distribution channels.