

Гегедош Крістіан Володимирович,
магістр з менеджменту
Мукачівського державного університету

ВПЛИВ ІНТЕРАКТИВНОГО МАРКЕТИНГУ НА СУЧАСНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В ТРАНСКОРДОННИХ РЕГІОНАХ ТА МІЖРЕГІОНАЛЬНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ ТА ЄС

У сучасних умовах вкрай важливе місце в удосконаленні економічних відносин з ЄС належить маркетингу, саме у сфері виробничого, логістичного та торговельного бізнесу, оскільки тут стоїть питання реалізації товару та послуг. І тому успішна маркетингова діяльність у цих сферах дає змогу отримувати високі результати, а отже, і дохід для держави через збільшення податкових надходжень. Маркетингова діяльність, саме у цих галузях, повинна забезпечувати: надійну, достовірну і своєчасну інформацію про ринок, структуру і динаміку конкретного попиту, смаки і переваги покупців з ЄС, тобто, інформацію про зовнішні умови функціонування фірми; створення такого товару, набору товарів (асортиментів), що більш повно задовільняє вимоги європейського ринку; необхідний вплив на споживача, на попит, на ринок, що забезпечує максимально можливий контроль сфери реалізації.

Загально відомо, що вихідним моментом, що лежить в основі маркетингу, виступає ідея людських нестатків, потреб, запитів. Отже, для завоювання європейського ринку варто робити тільки те, що безумовно знайде збут, а не намагатися нав'язати європейським країнам «неузгоджену» попередньо з ринком продукцію, якої вірогідно в них і так придостатньо, або попит якої не знайде своє втілення, так, як для них цей товар є «відбитком вчорашнього дня».

Тому для реалізації цієї ідеї, необхідно дослідити ринок попиту та конкурентного середовища Європейського Союзу. Безумовно такий підхід вимагатиме багато затрат часу та коштів для суб'єктів господарської діяльності, які захочуть займатися виробництвом та реалізацією продукції на міжнародному ринку. Проте, тут слід звернути увагу й на те, що фінансування з бюджету Європейського Союзу для розвитку українського бізнесу й системи інтеграції ринків дозволяє це зробити. Наприклад в межах впровадження пакету розширеної економічної та фінансової допомоги, Україні 13 травня 2014 року у Брюсселі було підписано Угоду про фінансування Контракту для України з розбудови держави [1]. Сума грантових надходжень в рамках даної програми склала 355 мільйонів євро. І також враховуючи нагальні потреби у додатковій фінансовій підтримці, у травні 2015 року Європейський союз схвалив додатковий пакет двосторонньої технічної допомоги для України в обсязі 110 мільйонів євро з наступних елементів:

– поповнення бюджету новоствореного Інструменту гарантування позик українських малих та середніх підприємств, що впроваджуватиметься ЄБРР та ЄІБ (за посередництва українських банків) як за рахунок власних ресурсів, так і з використанням регіональних програм технічної допомоги ЄС (Інструмент реалізації ПВЗВТ [2], Інвестиційний інструмент сусідства [3]);

– відшкодування 50% вартості «вхідного квитка» для участі України у рамкових програмах ЄС «Горизонт 2020» [4] та «КОСМЕ» [5];

– надання консультативної підтримки українським МСП (з питань виходу на ринок ЄС, підвищення енергоефективності, оптимізації господарської діяльності тощо), що планується здійснювати на базі існуючого проекту ЄБРР «Підтримка малого бізнесу» [6] шляхом його розширення на 15 регіонів України.

В той же час, постійно виділяються європейськими фондами фінансові ресурси і на розвиток регіональної економіки, особливо прикордонних територій, економічний чинник якого займає особливе місце задля підтримання та інноваційного розвитку бізнесу. Сюди слід віднести дві найбільші програми:

– Європейський Інструмент Сусідства, обсяг фінансування якого до 2020 року окреслений в сумі 16,1 млрд. євро [7];

– Ініціатива ЄС «Східне партнерство» близько 950 млн. євро до 2020 [8].

Проаналізувавши вище зазначені потенційні можливості для розвитку українського бізнесу, необхідним аспектом вимагатиме створення належного інфраструктурного забезпечення. А так, як, питання стосується доцільності чи недоцільності виходу окремого взятого підприємства з його продукцією чи послугою на зовсім невідомий для нього ринок, важливим компонентом в інфраструктурній системі розвитку міжнародних економічних відносин належатиме інформаційній складовій через використання інструментів та методів маркетингового забезпечення. Тому нами пропонується створення у прикордонних регіонах України (які найбільше наближені до країн ЄС) інтерактивно-інформаційних транскордонних бізнес центрів, основним завданням якого буде дослідження іноземного ринку.

Для того, щоб ми побачили практичні аспекти від використання інтерактивних маркетингових інструментів, найбільш доцільно даний аспект промодельовувати через систему транскордонного співробітництва як України, так, і ЄС. 19 областей України з 25 в цілому є прикордонними. І майже у всіх їх є створені передові форми ТКС Європи – це єврорегіони. Якщо, дане питання піднімати на прикладі Карпатського Єврорегіону, то дана інтеграційна структура є членом Асоціації європейських прикордонних регіонів (АЄПР). І майже у кожному з єврорегіонів, як

українських, так і європейських, є інформаційна сторінка в Інтернеті, де описано зазвичай які проекти реалізувалися, реалізуються, результати конференцій, форумів тощо. Однак, конкретної інформації, яка б допомагала у дослідженні ринку – відсутня. І тому ми пропонуємо, що в межах такої масштабної структури (АЄПР), доцільно в рамках кожного єврорегіону проводити маркетингові дослідження, так, як описавши власні ресурси, потенційні можливості і т.п., це не потребуватиме стільки багато часу, ресурсів і зусиль, на відміну від дослідження ринку інших країн. Результати досліджень будуть презентуватися на офіційному веб-сайті єврорегіонів в структурі механізму АЄПР. Алгоритм необхідних дій включатиме не тільки збирання, обробка всієї необхідної інформації, але й перш ніж представити її на офіційному веб-ресурсі єврорегіонів АЄПР, доцільно перекласти інформацію, проте не тільки для країн учасниць єврорегіону, але й на рівні світових мов, які входять до даного інтеграційного об'єднання, а це – англійська, російська, німецька, французька. Це актуально для того, щоб відбувалася не тільки співпраця в межах даного єврорегіону країн-учасниць, але й з іншими єврорегіонами, які також мають потенційні можливості, ресурси та все те, що необхідне для ефективного розвитку бізнесу на міжнародній арені. Таким чином відбуватиметься, як розвиток транскордонного співробітництва по обидва боки кордону, так, і міжрегіонального співробітництва з усіма учасниками, які входитимуть та працюватимуть за єдиними правилами в Асоціації європейських прикордонних регіонів.

І тому механізм функціонування вище зазначеної ідеї пропонується відобразити наступним чином (рис.1). Механізм же роботи інтерактивних транскордонних бізнес-центрів в середині єврорегіонів, автором досліджувалося в попередніх публікаціях [9; 10].

Тож, як показали результати дослідження, вплив інтерактивного маркетингу на сучасний напрям розвитку економіки в транскордонних регіонах та міжрегіональних відносин України та держав-членів ЄС, на сьогоднішній день є занадто актуальним і перспективним з урахуванням цифрових технологій та розширення електронної економіки зокрема.

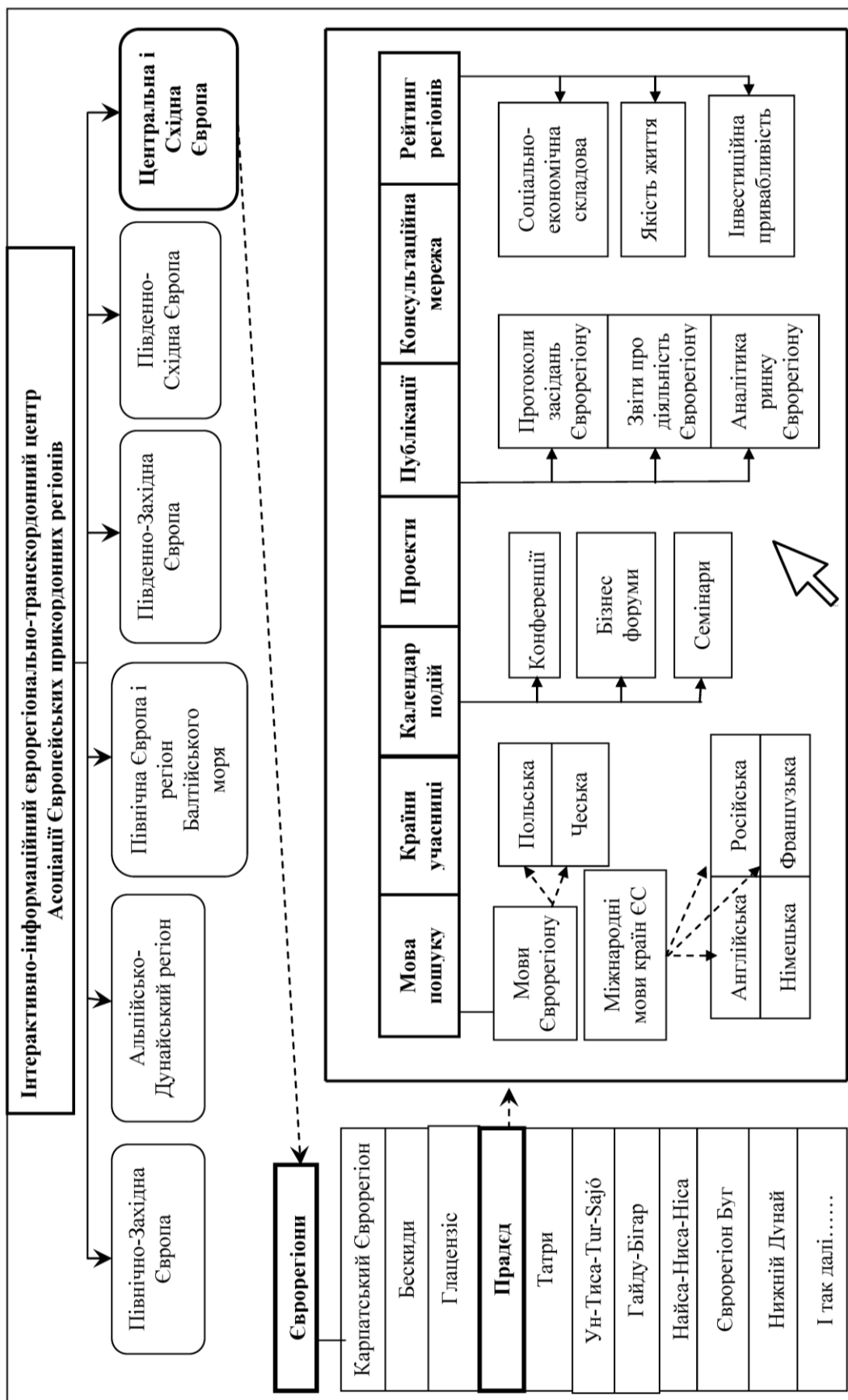


Рис. 1 Інформаційно-комунікаційний механізм функціонування Євро регіонів в структурі АЄПР

Авторська розробка.

Література:

1. Угоду про фінансування Контракту для України з розбудови держави. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.rbc.ua/ukr/economic>.
2. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії та їх державами-членами, з іншої сторони. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk>.
3. Підтримка України з боку Європейської Комісії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/index_uk.htm.
4. Горизонт 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.culturepartnership.eu/opportunities>.
5. Косме – програма ЄС для підвищення конкурентоспроможності підприємств і підприємств малого та середнього бізнесу (МСБ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bit.ly/eucosme>.
6. ЄБРР в Україні надає гранти малим та середнім підприємствам [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bit.ly/eucosme>. <http://www.ebrd.com>.
7. Аналіз ресурсів міжнародної технічної допомоги, придатних для українських бенефіціарів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://divovo.in.ua/analiz-resursiv-mijnarodnoyi-tehnichnoyi-dopomogi-pridatnih-dl.html>.
8. Східне Партнерство – Концентруючись на ключових пріоритетах та конкретних досягненнях // Спільний робочий документ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2017/02/PDF1_Ukr.pdf.
9. Гегедош К. В. Вплив інтерактивного маркетингу на вдосконалення механізму транскордонного економічного співробітництва / К. В. Гегедош // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»: журнал. – Ужгород, 2017. – Випуск 12. Частина 1. – С. 73-76.
10. Гегедош К. В. Теоретичні передумови зародження інтерактивного маркетингу в системі менеджменту транскордонного економічного співробітництва // Бізнес Інформ. – 2017. – №6. – С. 275-280.