

СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНСЬКИХ ВИРОБНИКІВ ТВЕРДОГО БІОПАЛИВА НА РИНКУ ЄС

Данилова Н.В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

Україна, перебуваючи в стані глибинної рецесії, потребує пошуку нових внутрішніх й зовнішніх джерел розвитку національної економіки, що можуть забезпечити стійкі конкурентні позиції українських компаній на світовому ринку, однією з яких є галузь твердого біопалива.

Сучасний стан розвитку даного ринку дозволяє здійснити вихід українських виробників на ринок ЄС.

В умовах посилення міжнародної конкуренції ефективність діяльності українських компаній на ринку ЄС залежить від виваженої стратегії виходу. В процесі стратегічного аналізу ринку твердого біопалива ЄС було виявлено потенційно перспективний сегмент ринку (промислові споживачі: ТЕС, ТЕЦ) [1], фактори, які є найбільш впливовими при переході ТЕЦ, ТЕС на використання твердого біопалива та ризики функціонування ринку ЄС [2]. Це дало змогу розробити модель системи маркетингових комунікацій українських виробників твердого біопалива на ринку ЄС, яка передбачає два напрями впливу маркетингових комунікацій з боку українських виробників на промислових споживачів ЄС: прямий вплив (сфера узгодження інтересів українських виробників твердого біопалива з промисловими споживачами, де носієм комунікаційних повідомлень є товар, додаткові послуги, реклама та ін.); опосередкований вплив (сфера узгодження інтересів українських виробників твердого біопалива з промисловими споживачами за допомогою впливу трейдерів або інших посередників, створення платформ у соціальних мережах, участь у заходах PR та ін. [3, с.11-12].

Така системи маркетингових комунікацій дає змогу продемонструвати конкурентні переваги української продукції та створити попит на тверде біопаливо українського походження у довгостроковій перспективі, що є перспективним напрямом у процесі подолання соціально-економічної кризи та можливістю посилити конкурентні позиції на міжнародних ринках для економіки України, яка знаходиться у кризовому стані.

Література:

1) Данилова Н.В. Особливості маркетингових комунікацій на ринку високих технологій [Електронний ресурс] / Н.В. Данилова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 4 (14). – С. 51-56.

2) Danylova N. Trends and Risks for Renewable Energy Business in the European Union / N. Danylova // Najnowsze badania naukowe. Teoria, praktyka. – Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour». – 2015. – №6. – С. 5-12.

3) Данилова Н. В. Стратегії виходу українських компаній на ринок твердого біопалива ЄС : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.02 "світове господарство і міжнародні економічні відносини" / Данилова Н. В. – Київ, 2016. – 19 с.