

Електронний додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

**«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей

14 листопада 2019 року
м. Харків, Україна

Харків
2019

УДК 339.564.2

ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Кулішенко Аліна Олександрівна, магістрант 2 року навчання
факультету міжнародних економічних відносин
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця,
e-mail: alinka.kulishenko@gmail.com

Промисловість, зокрема металургія, відіграє велике значення у функціонуванні економіки України. Обсяги її виробництва забезпечують понад 20 % ВВП країни. Сучасний український ринок промислової характеризується високим рівнем конкуренції з боку як вітчизняних, так і зарубіжних виробників. Сучасний стан чорної металургії України, незважаючи на значні інвестиції в розвиток галузі в останні кілька років, продовжує характеризуватися відсталою структурою виробництва. У структурі металопродукції, що випускається, високою є частка продукції з низькою доданою вартістю [1].

Подальше відкладання модернізації виробництва може призвести до втрати ринків збуту – як внутрішніх, так і зовнішніх – внаслідок погіршення конкурентних переваг українських виробників. У зв'язку з цим для українських промислових підприємств найбільш ефективним і економічно вигідним варіантом збільшення обсягу продажів є вихід на зовнішній ринок.

Питання міжнародної торгівлі вивчають такі українські та зарубіжні вчені й економісти: Р. Заболоцька, М. Дудченко, М. Кірієнко, Н. Георгіаді, В. Козик, О. Кузьмін, С. Казанцев, Р. Бутаєв, Н. Воробйова, Н. Клименко, П. Ліндерт, М. Портер, М. Сейфуллаєва, В. Капіцин, Ф. Котлер, Е. Кофлан, А. Стрикленд, А. Томпсон, А. Штери та ін.

Метою цього дослідження є виявлення основних проблем українських підприємств на зовнішніх ринках, а також напрямків

стимулювання розвитку експортного потенціалу промислового підприємства в сучасних умовах господарювання.

Стабільний розвиток промислових підприємств у довгостроковій перспективі пов'язаний з визначенням стратегічного плану дій з поправкою на мінливі вимоги споживачів щодо обсягу та якості продукції. Тому перед маркетинговою службою будь-якого підприємства постає завдання розкриття потенціалу виробничих можливостей в двох основних аспектах: підтримка або збільшення обсягу поставок на вже займаний сектор ринку і освоєння нових ринків збуту за допомогою пошуку способів виходу на швидко зростаючі ринки з високим попитом і недостатнім ступенем його задоволення [2, с. 101–105].

Загальна місія експортної стратегії промислових підприємств полягає в нарощуванні виробництва продукції, обсягів продажів і освоєнні нових ринків збуту.

Головні фактори, які впливають на зовнішньоекономічну діяльність промислових експорторієнтованих підприємств сьогодні:

- загострення політичної ситуації в країні – руйнування інфраструктури на території Донецької та Луганської областей, що призвело до економічного спаду активності головних бізнес-груп промислового сектора України;
- зниження вартості сировини (ціна на залізорудну сировину у світі на сьогодні спадає, що є гарною можливістю для металургійного бізнесу закупати більш дешеві ресурси, а отже, підвищувати свою рентабельність);
- відмова підприємств від використання природного газу (віддається пріоритетність застосуванню інновації вдування пилувугільного палива, ніж використанню більш затратного природного газу).

Для приведення до загального вигляду й оцінки експортної політики виробничих підприємств важливо визначити найбільш значущі домінанти, що впливають на систему її проведення.

Вони визначаються стратегічними і тактичними цілями роботи конкретного підприємства, тобто проводиться аналіз таких складових: потенціал закордонного ринку, зовнішньоекономічна політика країн-імпортерів, конкурентна перевага підприємства, система своєчасного й адекватного відображення ситуацій на зовнішніх ринках, система синхронізованою роботи всіх ланок підприємства, що виконують експортні функції.

Проблематика ефективного управління збутом на підприємстві полягає саме у недосконалій організації діяльності служби збуту, а отже, і в її організаційній структурі, яка має містити узгоджені плани щодо кількості продажу та умов розвитку компанії у мінливому ринковому середовищі [3, с. 164–170].

Дослідження експортних можливостей підприємства передбачає комплексний аналіз показників діяльності підприємства, який включає в себе такі елементи: визначення частки експортованої продукції в товарній структурі підприємства і динаміки експортних поставок; оцінка способів стимулювання експорту на світових ринках; оцінка організації підприємством післяпродажного обслуговування; оцінка існуючої логістичної системи розподілу.

При формуванні стратегії слід враховувати такі моменти:

- стратегія більшою частиною розробляється вищим керівництвом, але її реалізація передбачає участь всіх рівнів управління;
- стратегія повинна розроблятися з точки зору перспективи всього підприємства, а не окремого індивіда;
- стратегія повинна базуватись на детальних дослідженнях і фактичних даних;
- стратегія надає фірмі визначеність, індивідуальність, створює передумови для її успіху [4, с. 235].

Підвищення результативності від впровадження підприємством нової експортної стратегії можна домогтися за допомогою

використання таких резервів, як: власна сировинна база; продаж експортної продукції за ліцензійними угодами; здійснення виробництва на площах, наближених до зарубіжного ринку; впровадження інформаційної системи з виготовлення експортних замовлень і збору інформації про ринок [5, с. 91–96].

Ефективний розвиток експортної діяльності не тільки підприємств, а й держав – важливий аспект участі в прискоренні соціально-економічного розвитку суспільства. Завдяки збільшенню експортного потенціалу промислових підприємств і створенню умов для поставки продукції на зовнішні ринки забезпечується можливість отримання іноземної валюти для імпорту відсутніх у країні товарів, конвертованість національної валюти і стійке співвідношення курсів. У зв'язку з цим створення сприятливих умов для розвитку експорту має стати одним із головних завдань зовнішньоекономічної політики країни.

Література

1. World Steel Association. URL: www.worldsteel.org
2. Полячкова Д. В. Підвищення ефективності експортної діяльності промислових підприємств. *Концепт*. 2016. Т. 6. С. 101–105.
3. Шилько І. С. Удосконалення управління системою збуту продукції підприємства на основі взаємодії маркетингу і логістики. *Перспективи науки і освіти*. 2013. № 1. С. 164–170.
4. Моргун Г. В. Концепція стратегічного управління експортно-імпортної діяльності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2014. № 2. Т. 1. С. 9.
5. Залізнюк В. П., Кендюхов О. В. Можливості та напрями розвитку експортної діяльності підприємств в умовах інтеграції України в європейський економічний простір. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2015. № 2 (9). С. 91–96.

