

ПРОБЛЕМИ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

Онищенко С.Г.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Вихід на міжнародні ринки і розширення торгових відносин з зарубіжними країнами диктується різними потребами підприємства та причинами їхнього виникнення. Загалом вони такі:

- Розвиток внутрішнього ринку
- Подолання залежності від внутрішнього ринку і "розсіювання" ризику шляхом завоювання іноземних ринків.
- Вирішення проблеми залежності фірми від сезонних коливань попиту на внутрішньому ринку.
- Використання державних програм сприяння, що прийняті в своїй країні або в країні перебування.
- Отримання доступу до ноу-хау.
- Наявність потреби в тому, щоб оминати тарифи і адміністративні перешкоди імпорту з допомогою форм прямого виходу на зарубіжний ринок.
- Забезпечення довгострокового успішного збуту і відповідно економічного зростання.
- Зниження загального ризику шляхом віднесення його на більший обсяг продукції в штуках, частина з яких виробляється на своїх зарубіжних фірмах.

Міжнародний ринок є надзвичайно складним утворенням. Він характеризується значною місткістю, що створює значні перспективи для підприємств, але одночасно висуває і додаткові вимоги. Підприємство має забезпечити відповідність якості товару, упаковки, дизайну, реклами міжнародним стандартам, а виробничого комплексу— сучасному науково-технічному рівню. Персонал повинен вміти налагоджувати тісні зв'язки із закордонними представниками та організовувати на високому професійному рівні міжнародні торги, виставки, ярмарки, конференції тощо. Експортно-імпортна політика підприємства потребує специфічного підходу до підтримання конкурентоспроможності як з кількісних, так і з якісних параметрів, більш старанного дотримання принципів і методів маркетингу.