

УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЗЕД ПІДПРИЄМСТВА

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 (насичення ринку товарами; підсилення тиску конкурентів; зростання залежності від посередницької торгівлі, особливо в питаннях якості, цін, капіталовіддачі та розширення виробництва; зростання зборів, пов'язаних із захистом довкілля; труднощі дотримання соціального законодавства), при якому вигідно вкладати капітали за кордоном.

- Активність зарубіжного конкурента та його успіхи на внутрішньому ринку примушують шукати власні можливості. Не в останню чергу це пов'язане з необхідністю підтримання свого іміджу на належному рівні.

- Подолання залежності від внутрішнього ринку і "розсіювання" ризику шляхом завоювання іноземних ринків.

- Вирішення проблеми залежності фірми від сезонних коливань попиту на внутрішньому ринку. Поліпшення завантаження існуючих і додатково створюваних потужностей. Зниження витрат на заробітну плату, сировину, транспорт, зменшення податкових виплат шляхом використання різноманітних форм виробництва продукції за кордоном, включаючи навіть реімпорт з відповідними цінovими пільгами для внутрішнього ринку.

- Використання державних програм сприяння, що прийняті в своїй країні або в країні перебування.

- Підвищення ефективності збутової діяльності шляхом підсилення ринкових позицій, наприклад, на основі створення відділень, філій і дочірніх підприємств, розширення мережі сервісних пунктів тощо. Компенсація коливань валютного курсу шляхом організації часткового виробництва і збуту в відповідних країнах.

- Отримання доступу до ноу-хау, що є можливим за умови тривалого перебування на певних зарубіжних ринках, наприклад, у формі партнерства з інофірмами.

- 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.

- Вивільнення висококваліфікованого кадрового персоналу для розв'язання більш складних задач в своїй країні шляхом перенесення за кордон виробництва окремих виробів або комплектуючих до них. Стабілізація цінової політики або розширення меж для її здійснення на внутрішньому і зарубіжному ринках за допомогою депресії відносно

кількості продукції.

Процес виходу фірм на міжнародні ринки можна розглядати як процес поступового розвитку. Відмінності між добре відомим і навіть інколи безпечним внутрішнім ринком та далеким і ризикованим зарубіжним ринком здаються настільки значними, що більшість фірм віддає перевагу поступовому їхньому подоланню.

Джерела інформації: 1. Бахрамов Ю. М., Глухов В.В. Организация внешнеэкономической деятельности: Учеб. пособие. – СПб.: Лань. – 2001. 2. І.В.Багрова, Н.І. Редіна, В.Є. Власюк, О.О.Гетьман. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : Підручник для вузів / – Дніпропетровськ, ДДФЕІ, 2002 – 580 с. 3. Покровська В.В. Внешнеэкономическая деятельность: учебник – М.: «Экономистъ», 2009. – с. 672