

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

**Міжнародна стратегія
економічного розвитку регіону**

**Международная стратегия
экономического развития региона**

**International Strategy
of Region Economic Development**

Матеріали

VI Міжнародної науково-практичної конференції
(м. Суми, Україна, 17 березня 2016 року)



Суми
Сумський державний університет
2016

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПРОДУКЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАРУБІЖНИХ РИНКАХ

Ілляшенко С.М., проф., Петрак Л.О., аспірант
Сумський державний університет (Україна)

Проблема виходу на зарубіжні ринки для українських промислових підприємств, внаслідок втрати традиційних ринків Росії та ін. країн Митного союзу і подальшого падіння економіки, є досить гострою. Підприємства, що залишилися «на плаву» змушені шукати нові ринки збуту, які є більш місткими і з передбачуваними умовами функціонування. Це є вкрай важливим для всієї національної економіки, оскільки без розвитку сучасних промислових виробництв з високим рівнем доданої вартості і прибутку країна приречена на технологічне, а у перспективі і системне відставання від економічно розвинених країн, подолати яке, якщо згаяти час, буде неможливо внаслідок несумісності техніки, технологій, стандартів якості життя тощо. Окрім того, розвиток промисловості, переважно машинобудівних виробництв, впливає на технологічний рівень і темпи розвитку практично всіх галузей.

Незважаючи на кризу вітчизняна промисловість зберігає все ще досить потужний потенціал. Наведемо деякі показники: 3-є місце у світі (після США й Франції) з виробництва локаторів і локаційної техніки; 4-є місце у світі з експорту турбін для атомних електростанцій; 4-є місце у світі на ринку будівництва ракет-носіїв і їх комерційного використання для виведення на орбіту корисних вантажів; 9-є місце у світі з експорту продукції ВПК. Слід також згадати останні інноваційні розробки вітчизняної промисловості, які виходять на міжнародні ринки: літак АН-70; львівські тролейбуси і трамваї, а також електричний автобус; кривківські електропоїзди і т.п., цей перелік можна продовжувати.

Проте для значної частини вітчизняних товаровиробників (навіть при високій якості їх продукції) вихід на зарубіжні ринки є досить проблематичним. Системний аналіз і узагальнення літературних джерел і практики господарювання дозволили виділити основні проблеми вітчизняних промислових підприємств, що пов'язані з просуванням їх продукції на зарубіжні ринки:

1. Проблеми вибору адекватної стратегії виходу на зовнішній ринок:
- непрямий експорт, що здійснюється за допомогою незалежних посередників (місцевого посередника експортера, агента-експортера, експортної фірми тощо);

- пряmier експорт, що передбачає використання експортного підрозділу, зарубіжної збутової або дочірньої фірми, торгового представника, іноземного дистриб'ютора;
- ліцензування, що передбачає надання за винагороду права іноземній фірмі використовувати свою торгову марку, технології тощо;
- створення спільного підприємства з іноземними фірмами;
- пряме інвестування, тобто пряме володіння іноземною фірмою.

2. Проблеми подолання ринкових бар'єрів, пов'язаних з несумісністю стандартів, квотуванням обсягів продажу, високими ризиками, сертифікацією виробництва, продукції, системи збуту і т.п. відповідно до вимог міжнародних стандартів та/чи країни, в яку здійснюється поставка.

3. Проблеми модернізації виробництва і продукції, навчання персоналу й т.п., що вимагає значних ресурсів (фінансових, часових тощо), складності отримання цих ресурсів.

4. Проблеми урахування адміністративних, правових, міжкультурних і т.п. відмінностей національного і зарубіжних ринків.

5. Проблеми сприйняття іміджу країни походження товарів споживачами на зарубіжних ринках.

6. Проблеми адаптації існуючих чи розроблення нових маркетингових стратегій, вибору організаційних структур маркетингу, що враховують особливості зарубіжних ринків.

Ці та інші аналогічні проблеми практично унеможливають для більшості вітчизняних товаровиробників вихід на зарубіжні ринки.

Як свідчить світовий досвід, для їх подолання необхідним є розроблення державної програми стимулювання експорту, укладання двохсторонніх і багатосторонніх міждержавних угод, лобіювання інтересів вітчизняних товаровиробників на зарубіжних ринках тощо.

Цьому має передувати визначення пріоритетних напрямів інноваційного розвитку вітчизняної промисловості, які б враховували світові тенденції НТП, наявні і потенційні конкурентні переваги. Вибір цих напрямів повинен здійснюватися у руслі концепцій інноваційного випередження, оскільки, як слідує з практики країн які вийшли з кризи і долучилися до лідерів економічного зростання, лише цим шляхом можна досягти успіху, а наздоганяючий розвиток не має перспектив.

На рівні окремих підприємств актуальним є визначення видів діяльності і продукції які з високою імовірністю можуть отримати успіх на зарубіжних ринках. В їх основу повинні бути покладені результати системних маркетингових досліджень перспективних ринків, оцінка власних можливостей, розробка заходів щодо приведення у відповідність внутрішніх можливостей розвитку зовнішнім, які відкриваються на нових ринках. Лише на цій основі можна формувати стратегії виходу на зарубіжні ринки.