

## Удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності ВАТ «СНВО ім. М.В.Фрунзе»

Мартинець В.В., Кравченко Т.А.

В Україні існують підприємства, продукція та послуги яких є конкурентноздатними не тільки на вітчизняному ринку, а потенціал виробництва перевищує внутрішні потреби країни. Тому для збільшення обсягу продажу продукції та більш ефективного використання виробничих потужностей цим підприємствам необхідно шукати нові ринки збуту. Саме до таких підприємств і належить ВАТ «Сумське НВО ім. М.В. Фрунзе».

Акціонерне товариство випускає різноманітний асортимент продукції, що має більш низьку вартість і більш тривалий термін експлуатації, ніж у конкурентів, продукція об'єднання користується великим попитом у споживачів як близького, так і далекого зарубіжжя. На даний момент ВАТ «Сумське НВО ім. М.В. Фрунзе», при виході на зовнішній ринок використовує стратегію адаптації.

«Сумське НВО ім. М.В. Фрунзе» має безліч конкурентів. Проте тільки за рахунок низької вартості продукції, об'єднання має своїх споживачів, втрачаючи при цьому великі суми грошових надходжень.

В час науково-технічного прогресу, враховуючі стрімкі зміни в технологіях і стану конкуренції, підприємство не може покладатися тільки на існуючі нині товари, не може вижити тільки за рахунок низької ціни на свою продукцію.

Для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства пропонується змінити стратегію виходу на зовнішні ринки.

З огляду на конкурентне середовище, в якому діє об'єднання, найбільш оптимальною експортною товарною стратегією для ВАТ «СНВО ім. М.В.Фрунзе» в теперішній час має бути стратегія нових винаходів.

Розробка нових товарів потребує значних грошових коштів, але і обіцяє високі ринкові можливості.

Пропонуємо підприємству вкладати кошти в НДОКР, в модернізацію вже існуючих товарів, в придбання нового технологічного устаткування, проведення ретельних маркетингових

досліджень. Саме це дозволить підприємству вийти на новий рівень, розробляти і виготовляти якісно нову продукцію.

Наслідком реалізації саме стратегії нових винаходів ВАТ "Сумське НВО ім. М.В. Фрунзе" зможе:

- завоювати найбільшу конкурентну позицію на ринку в довгостроковому періоді;
- збільшити обсяг і номенклатуру продукції, що виробляється підприємством;
- розширити існуючі ринки збуту;
- вийти на нові ринки збуту.

Також стратегію нових винаходів можна поєднати зі стратегією експортного продажу через створення власного представництва, що буде виконувати не тільки посередницькі функції, а повністю зможе налагодити збутову мережу, враховуючи всі особливості товару підприємства, а також особливості економічного, правового, соціально-культурного та конкурентного середовища країни, куди експортується продукція акціонерного товариства.

На нашу думку, ведення експортної товарної політики зобов'язує учасників міжнародного ринку, окрім концентрації зусиль і ресурсів на самому процесі купівлі-продажу, приділяти серйозну увагу супутній діяльності, перед усім сервісному обслуговуванню закордонних покупців товару.

Так як в ціну продукції об'єднання включається вартість монтажу, після продажного обслуговування і гарантія виготовленого обладнання, ми пропонуємо, щоб персонал торговельного представництва також займався сервісним обслуговуванням обладнання підприємства. Це буде сприяти:

- більш широкому розповсюдженню товару підприємства і максимальному охопленню території країни;
- максимальному приближенню оперативних працівників до місць використання обладнання;
- швидкому реагуванню при виявленні недоліків;
- зниженню витрат, пов'язаних з відправленням працівників об'єднання у відрядження при кожній першій необхідності;

В результаті впровадження наших пропозицій ВАТ "Сумське НВО ім. М.В. Фрунзе" матиме наступні результати: збільшення прибутку підприємства, зменшення кількості конкурентів, а також їх впливу, збільшення обсягу і номенклатури продукції.