

забезпечить підвищення ефективності підприємницької діяльності, забезпечить розширення підприємницького сектора, зменшення тіньового сектору. Основну роль у подоланні цих проблем повинна відігравати держава. Сьогодні немає чітких прогнозних розрахунків щодо можливих позитивних і негативних наслідків для економіки України. Важливо, що в умовах ринкової трансформації економіки України розвиток підприємництва є основою економічного і соціального розвитку, вирішення соціальних проблем, подолання бідності та забезпечення високого рівня життя громадян.

Список використаних джерел:

1. Стадник В.В. Теоретико-методологічні основи інвестування розвитку підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 1. – С. 60-68.
2. [Електронний ресурс]. – <http://www.niss.gov.ua/articles/1635>
3. [Електронний ресурс]. – <http://nbuviap.gov.ua/>
4. [Електронний ресурс]. – <http://reforms.in.ua/ua>

Осовский В.О.

студент,

Одесский национальный политехнический университет

ПОВЫШЕНИЕ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ЗА СЧЕТ ОСВОЕНИЯ НОВЫХ РЫНКОВ СБЫТА

Актуальность темы исследования: внешнеторговые связи получают все большее развитие в составе хозяйственной деятельности предприятий. Возрастает интерес хозяйственников к участию в экономическом, производственном и научно-техническом сотрудничестве с партнерами из зарубежных стран.

Это дает возможность использования преимуществ международной кооперации производства, что повышает эффективность функционирования предприятий и укрепляет их конкурентоспособность. Это требует глубокого изучения вопросов внешнеэкономической деятельности, разработки методических подходов к анализу и оценке ее эффективности.

Приоритетной составляющей внешнеэкономической деятельности являются экспортные операции.

Проблемы эффективного развития предприятия ученые часто связываются с формированием и использованием его потенциала. Экспортный потенциал характеризует интегральные возможности в

производстве конкурентоспособной продукции и ее реализации на внешних рынках. В условиях постоянно меняющихся рыночных условий, расширения внешнеторговых отношений и усиления конкурентной борьбы на международных рынках решение вопросов эффективного использования экспортного потенциала позволит обеспечить подготовку и принятие качественных управленческих решений, направленных на решение проблемы устойчивого развития предприятия.

В современных условиях нормально развиваться могут только те предприятия, которые располагают своевременной информацией о внешней и внутренней среде, окружающей бизнес.

Рассматривая экспорт, следует учитывать такую категорию, как экспортный потенциал. В целом он представляет собой потенциальную возможность того или иного предприятия экспортировать имеющиеся у него или производимые им ресурсы, продукты. В литературе дано множество определений данной экономической категории. Авторы все же сходятся в едином мнении, что экспортный потенциал представляет собой не только способность экономической системы производить востребованные на мировом рынке товары и услуги, но и возможность реализовывать их при благоприятном воздействии определенных факторов. При этом следует выделить положительные и отрицательные факторы, характеризующие экспортный потенциал предприятия.

К положительным факторам следует отнести – выгодное экономико-географическое положение предприятия, развитая система транспортных коммуникаций, достаточно высокий человеческий потенциал.

К отрицательным факторам, влияющим на развитие экспортного потенциала, отнесем – недостаточную эффективность производства и сложное финансовое положение значительного числа организаций реального сектора экономики, высокий уровень физического и морального износа основных средств, сильную зависимость производства от конъюнктуры цен на импортируемые топливно-энергетические и сырьевые ресурсы, ограниченность инвестиционных ресурсов и инновационных возможностей для обновления основных фондов, преодоление технического и технологического отставания существующих производств, высокий уровень налоговой нагрузки, сдерживающий деловую активность и развитие частного сектора, недостаточный уровень развития малого предпринимательства. Приоритетным направлением дальнейшего развития внешнеэкономического (экспортного) потенциала – является освоение новых рынков сбыта.

Однако для более полного решения проблемы, касающейся повышения экспортного потенциала, необходимо осуществлять

комплексный подход, но рано или поздно появляется проблема: рынок перенасыщается продукцией компании, и предложение начинает превышать спрос. Образуется так называемый кризис сбыта. Финансовое положение компании ухудшается, экономическое развитие останавливается.

Эта проблема имеет только одно решение – освоение новых рынков сбыта. Выход на новый рынок сбыта прежде всего предусматривает тщательное изучение этого рынка. Существует ряд ситуаций, при которых новые рынки сбыта должны быть изучены особенно скрупулезно.

Во-первых, это выход на новые рынки сбыта, которые еще никем не освоены. Достоинство выхода на принципиально новый рынок сбыта заключается, прежде всего, в отсутствии конкурентов. Недостатком в этой ситуации будет отсутствие нужного количества информации о деятельности на выбранном рынке, ведь Ваша компания будет здесь первооткрывателем.

Во-вторых, выход на рынки, которые отличаются новизной для Вашего региона. Здесь Вас будут поджидать конкуренты, уже устроившиеся в привычной для себя нише. К плюсам этой стратегии можно отнести то, что рынок уже разведан и активно используется, поэтому Вам не составит труда реализовать освоение нового рынка сбыта. Также внимания заслуживает увеличение рынка сбыта за счет новой для компании продукции.

Главный плюс – репутация бренда, известного на рынке, распространится и на новый товар. Минус – высокая конкуренция компаний, уже сформировавших производство и сбыт определенной продукции и известных как производители определенной группы товаров. Можно добавить к выше перечисленному, выход на новые рынки сбыта продукции, которая привычна для развитых рынков, но незнакома более старым. Освоение этих рынков может быть актуальным из-за отсутствия конкуренции. Но будет ли иметь спрос новая продукция – вопрос, на который не так-то просто ответить. Выход на новый рынок сбыта означает перспективу дальнейшего развития компании. Но сначала необходимо определить, действительно ли этот рынок нов. Возможно, Вы считаете его новым только из-за отсутствия информации о нем.

Новые рынки сбыта следует внимательно проверять. Всегда существует вероятность, что привлекающая Вас ниша уже занята. Перед выходом на новый рынок сбыта используйте все возможные источники информации, чтобы сразу выявить потенциальных конкурентов в этой области.

Если такие нашлись, опять же, собирайте информацию о своих потенциальных соперниках: что собой представляют, какова стратегия их развития, их финансовое состояние, ценовая политика – в общем, все, что может помочь Вам в борьбе за место под солнцем. Если же новый рынок сбыта все же оправдал Ваши ожидания – приготовьтесь к долгому и тщательному анализу предстоящей стратегии. Чем ярче будет появление Вашего продукта на новом рынке сбыта, тем лучше будут идти дела у компании в целом.

Теперь, когда Вы ознакомились с новым рынком сбыта, нужно его исследовать, чтобы понять, является ли он хорошей платформой для дальнейшего развития Вашей компании, или же стоит поискать нечто другое. Исследование следует начать с сегментации нового рынка выходы.

Сначала определяем, какие факторы сегментации нас интересуют. Группируем необходимые признаки и определяем перспективные для дальнейшего развития Вашей компании, группы потребителей. Далее необходимо исследовать каждый из сегментов в отдельности. Выяснить средний достаток каждого из них, потребности, ценности, жизненные ориентиры, интересы. Главной частью мероприятий по расширению рынка сбыта является определение спроса на предлагаемую Вашей фирмой продукцию. Затем следует сопоставительный анализ исследованных сегментов нового рынка сбыта.

Если новый рынок сбыта несет в себе перспективы для развития компании и ее экономического роста, то нужно выбрать наиболее привлекательный для Вас сектор. Если же нет – выход на новые рынки сбыта придется отложить до тех пор, пока Ваши поиски не увенчаются успехом. Также следует осуществить анализ новых каналов сбыта. Когда сектор, который более всего Вам импонирует, найден, нужно создать стратегию продвижения продукции Вашей фирмы на новый рынок сбыта, исходя из уже созданного имиджа компании и облика потенциального потребителя нового рынка сбыта. Как правило, изменения, которые нужно внести в уже опробованную тактику продвижения своей продукции и торговой марки, незначительны. Если же менталитет уже существующих и потенциальных потребителей кардинально различается, то необходимо пересмотреть всю концепцию продвижения бренда целиком.

Следующим этапом нужно определить мероприятия, необходимые для увеличения сбыта продукции на новом рынке сбыта. Опять же, вероятность того, что придется менять концепцию, мала. Но если такая ситуация все же затронет Вашу компанию, то придерживайтесь политики продвижения торговой марки на новом рынке сбыта продукции.

Новый рынок сбыта должен быть подвергнут анализу. Будет лучше, если Ваша компания при этом воспользуется при этом услугами знающих людей, специализирующихся на данном рынке, либо близких по профессиональной направленности. Чем опытнее эксперт, тем выше шансы Вашей компании на успешный выход на новый рынок сбыта.

Пункты, которые следует включить в бизнес-план выхода на новый рынок сбыта – оценка перспектив рынка, продукция, предложение которой существенно меньше спроса, какая продукция сможет удовлетворить потребности данного рынка, главенствующие сегменты потребителей рынка, потенциальные конкуренты, возможные посредники при увеличении рынка сбыта, возможности рекламы и PR на рынке, ограничения рынка, риск, связанный с выходом на новый рынок.

При завершении анализа всех аспектов нового рынка сбыта нужно оценить ситуацию и решить, стоит ли проводить мероприятия по расширению рынка сбыта. Если Вы все же решились на это, то будьте внимательны и не забывайте консультироваться со специалистами в данной области.

Выход на новый рынок сбыта открывает перед предпринимателями огромное количество перспектив, но существует и не меньший риск прогореть. Новый рынок сбыта должен быть тщательно изучен и проанализирован. Данные, полученные в ходе анализа, не раз выручат Вашу компанию в процессе ее деятельности и помогут ей освоить новые рынки сбыта.

Список использованных источников:

1. Ковальчук М. Б. Экспортный потенциал Украины // Вестник национального университета «Львовская политехника». – 2006. – № 554. – С. 300-304.
2. Стеценко Ж. В. Формирование экспортного потенциала в Украине // Экономика и государство. – 2008. – № 7. – С. 22-24
3. Луценко В. О. Анализ поточного состояния экспорта Украины и основные направления его повышения. – <http://www.bank.gov.ua>