

СТРАТЕГІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ У МІЖНАРОДНИХ ЛАНЦЮГАХ РОЗПОДІЛУ МАШИНОБУДІВНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Костяна Н.Г., Данько Т.В.

*Національний Технічний Університет
«Харківський Політехнічний Інститут», м. Харків*

У сучасних умовах прискорення змін у навколишньому середовищі, нестабільності, загострення конкуренції має здійснюватися активний виробничий процес з мінімальними витратами та з максимальною можливістю збуту української машинобудівної продукції. Тому вітчизняні машинобудівні підприємства мусять розвивати свою міжнародну маркетингову діяльність, розширювати географію зовнішніх ринків збуту, шукати ринки з високим платоспроможним попитом на машинобудівну продукцію, збільшувати частки освоєних ринків зарубіжних країн та зміцнювати свої позиції на них.

Машинобудування в Україні має відповідати сучасним реаліям технологічного та інформаційного розвитку цивілізації, методикам проведення структурної політики. Сьогодні у структурі галузі відбувається динамічне підвищення питомої ваги підгалузей, для яких є властивими більш високі показники доданої вартості. Для машинобудування характерні всі сучасні тенденції по розробці й упровадженню нових продуктів і технологічних процесів, що дозволяють більш повною мірою задовольняти потреби споживачів. Має місце й істотний соціальний аспект розвитку машинобудування: для все більш широкого круга громадян країни виникає доступ як до приватних, так і до суспільних благ (таких, як освіта, охорона здоров'я тощо). Новації в машинобудуванні дають кращі умови для збереження і поліпшення життєвого середовища, є умовою стійкості економічних і соціальних процесів у довгостроковій перспективі.

Ефективність міжнародної маркетингової діяльності та функціонування вітчизняних машинобудівних підприємств на зовнішніх ринках значно залежить від формування міжнародної політики розподілу продукції та створення адаптованої до зовнішніх ринків системи збуту.

У зв'язку з цим виникає необхідність вивчення зазначених питань та розробки науково-практичних рекомендацій щодо формування ефективних ланцюгів розподілу продукції машинобудівних підприємств України на зовнішньому ринку.