

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Чайкова О.І.**

*Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут», м.Харків*

Участь промислових підприємств у зовнішньоекономічних операціях стає одним з вирішальних факторів досягнення конкурентоспроможності. Ухвалюючи рішення про роботу на зовнішніх ринках підприємства розробляють стратегії виходу на зовнішній ринок.

Формування та здійснення стратегії виходу на зовнішні ринки промислового підприємства має свої особливості та включає низку етапів. Після основоположного аналізу і прогнозування змінних факторів середовища підприємства та встановлення цілей його розвитку починають розробку планів діяльності промислового підприємства на зовнішньому ринку. Ключовими елементами при цьому є формування перспективних видів продукції на основі потреб та бажань споживачів. Далі оцінюється її потенційна собівартість, яка включає витрати на всіх етапах життєвого циклу продукції з урахуванням масштабів виробництва, специфіки різних ринків, на яких вона реалізовуватиметься, масштабів виробництва, умов експлуатації. При цьому визначаються витрати на розробку продукції, на технологічну підготовку виробництва, на навчання персоналу, на закупівлю матеріалів та компонентів, на виробництво продукції, на її зберігання та транспортування, на створення торговельної мережі, на рекламу й просування товару. В подальшому оцінюється конкурентоспроможність продукції на конкретних ринках та потенційний попит на неї. Крім того, визначаються форми виходу підприємства, розробка заходів щодо їх розвитку та вибір найкращої сукупності варіантів виходу промислового підприємства на зовнішні ринки з використанням оптимізаційних процедур.