

ОСНОВНІ ФОРМИ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

Шипош М.О., Клепікова С.В.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

З розвитком глобальної економічної інтеграції та відкриттям торгових кордонів, зокрема для України, перед вітчизняними підприємствами відкривається все більше можливостей для масштабування своєї діяльності. Щоб залишатися конкурентоспроможними та стабільно зростати, бізнесу необхідно постійно шукати нові напрями розвитку, зокрема – виходити на міжнародні ринки. Такий крок не лише допомагає зменшити ризики завдяки диверсифікації, але й відкриває доступ до іноземних інвестицій та сприяє підвищенню якості продукції.

Організації виходять на міжнародні ринки з кількох причин: обмеженість внутрішнього ринку; зростання податків; подолання тарифних та нетарифних бар'єрів; підвищення престижу підприємства на національному ринку. Залежно від своїх ресурсів і стратегічних цілей підприємства можуть обирати різні шляхи інтернаціоналізації, серед яких - прямий і непрямий експорт, створення спільних підприємств, ліцензування, франчайзинг, а також пряме інвестування. Ці форми відрізняються між собою рівнем контролю над діяльністю за кордоном, витратами ресурсів та швидкістю виходу на цільовий ринок. Найбільш простим та найменш ресурсовитратним є експорт, натомість спільне підприємство забезпечує швидший вихід на зовнішні ринки, а пряме інвестування - повний контроль над виробничою та збутовою діяльністю [1].

Вибір оптимальної стратегії виходу на міжнародні ринки значною мірою залежить від здатності керівництва компанії об'єктивно оцінити рівень необхідного контролю, доступні ресурси, умови зовнішнього середовища, специфіку обраного ринку та те, наскільки обрана стратегія відповідає місії та цілям підприємства. Отже, в сучасних умовах зростаючої конкуренції на світовому ринку вихід підприємств на міжнародну арену стає не просто перспективним напрямом розвитку, а необхідністю для забезпечення їх довгострокової стабільності та конкурентоспроможності. Інтернаціоналізація дозволяє бізнесу не лише розширити межі своєї діяльності, але й підвищити гнучкість у реагуванні на зміни зовнішнього середовища. Правильно обрана стратегія виходу на зовнішні ринки сприяє ефективному використанню ресурсів, зниженню ризиків через диверсифікацію ринків збуту та доступу до нових можливостей для інноваційного розвитку. При цьому надзвичайно важливо враховувати специфіку цільових ринків, рівень конкуренції, культурні особливості та економічні умови.

Література:

1. Хринюк, О., & Ганіч, С. (2022). ТОРГОВЕЛЬНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВ: СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК. Економіка та суспільство, (40).