**Майорова Ірина Миколайвна. “Використання результатів дослідження ринку при виборі експортної стратегії промислового підприємства” : Дис... канд. наук: 08.05.01 – 2002**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | Майорова І.Н. Використання дослідження ринку при виборі експортної стратегії промислового підприємства.- Рукопис. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.05.01. –Світове господарство і міжнародні економічні відносини.-Донецький національний університет, Донецьк, 2001.  Дисертація присвячена аналізу і розвитку використання ринкових досліджень в зовнішньоекономічній діяльності металургійного підприємства стосовно процесів прийняття рішення щодо виходу на світові ринки, розробки методичних і практичних рекомендацій при виборі експортної стратегії, та організації експортної діяльності.  У роботі обгрунтовано економічну доцільність використання дослідження ринку у зовнішньоекономічній діяльності, удосконалено організаційний підхід щодо організації ринкових досліджень світового і регіональних ринків. Узагальнюючи сучасний досвід вітчизняних металургійних підприємств стосовно заключення зовнішньоекономічних контрактів на збут продукції, автором запропоновано експортну модель діяльності підприємства щодо аналізу і вибору ринкової стратегії і модель визначення ефективності експорту.  Основні результати дисертації впроваджено на промислових підприємствах металургійної галузі, закритих акціонерних товариствах, які займаються експортною діяльністю, в умовах спеціальної економічної зони “Азов”. | |
| |  | | --- | | 1.Для України притаманний “постачальницько-збутовий” і “посередницько-торговий” менталітет виходу в світогосподарську сферу. Орієнтація винятково на зовнішньоторговельну модель співробітництва приведе до ще більшого заглиблення структурної кризи, оскільки вона значною мірою є похідним від існуючої структури виробництва. У даному випадку мову потрібно вести не про вихід на світогосподарську арену визначених конкурентоздатних галузевих і міжгалузевих блоків, а регіонально-виробничих об'єднань. При визначенні експортно- орієнтованих виробництв насамперед необхідно керуватися потребами світового ринку. В умовах української економіки було б економічно ефективним залучення в інтегровані структури вітчизняних і іноземних фірм із використанням державного і приватного капіталу з орієнтацією на виробництво високотехнологічної продукції. Сьогодні прорив на світові ринки забезпечується, як правило, не просто продуктом, і навіть не галуззю, а міжгалузевим комплексом, що складається з конкретних відтворювальних і технологічних систем.  2.Більшість українських промислових підприємств не мають стійких ринків збуту. Вітчизняні підприємства виступають на зовнішньому ринку в ролі своєрідного резерву, який є затребуваним на найвищому рівні попиту, але безжалісно дискримінованого у період спаду кон'юнктури. Основними ринками збуту металопродукції, виготовленої в Україні є ринки: Азії, Близького Сходу і Латинської Америки. Починаючи з 2002 року вітчизняні виробники й експортери змушені будуть скорочувати обсяги експорту в ці регіони, тому що сучасні обсяги виробництва й інвестицій у світі не вказують на жодну країну, де б збільшилися імпортні можливості для української металопродукції, не говорячи вже про посилення антидемпінгових процесів. Виняток складають ринки країн Африки і країн Східної Європи.  Варто утримувати і розширювати місткий російський ринок для товарів українського виробництва. Необхідно відновити втрачені господарські зв'язки з російськими партнерами, що приведе до збільшення взаємного товарообігу, росту потрібних постачань з України, зокрема, російським підприємствам - виробникам чорних металів, продукції важкого машинобудування, хімічної, авіаційної й інших наукомістких галузей економіки, й ін.  3.Використання моделі планування витрат на зовнішньоекономічну діяльність в залежності від прогнозованих обсягів експорту дає можливість підприємству утримувати займану ринкову частку та розширювати її, враховуючи дію конкурентів на ринку. Так, наприклад, на ринках, де відбуваються швидкі технологічні зміни доцільно позиціонувати товар більш якісний, ніж у конкурентів. На ринках, де зміни відбуваються повільно, а попит стабільний або падає, частіше використовується позиціонування по якості на рівні конкурентів, яке сприяє зниженню витрат.  4.Фундаментом для розвитку конкурентоспроможності вітчизняних підприємств може бути тільки попит на основні експортні товари. У цих умовах сировинну спрямованість експорту необхідно не обмежувати, а навпаки, стимулювати. Наслідком цього стане попит і на продукцію галузей, які підтримують експортерів: машинобудування, суднобудування, транспортні перевезення, будування інш. Об’єднавшись з іншими макроекономічними тенденціями, наприклад, розвитком інвестиційної діяльності, це надасть поштовху процесу економічного зростання, який і визначить місце України у міжнародних зв’язках.  5. Модель визначення ефективності експортної діяльності підприємства дозволяє правильно обрати цінову експортну стратегію підприємства, прогнозувати обсяги експорту своєї продукції на будь якому сегменті зовнішнього ринку, визначити доцільність цінової, експортної і збутової стратегії підприємства. Використання цієї моделі, дає можливість оцінити ефективність експорту окремих товарів або груп товарів, а також ефективність обміну з окремими країнами, визначити найбільш раціональну товарну і географічну структуру зовнішньої торгівлі підприємства, її оптимальні обсяги.  6.Пріоритетом державної промислової політики повинен стати експорт лише прогресивної товарної продукції (наукомісткої, високотехнологічної, із високим ступенем обробки). Традиційний матеріально-сировинний експорт, насамперед по номенклатурі ресурсной бази власної промисловості, необхідно регулювати з використанням інструментарія митно- тарифної і цінової політики. Експортна діяльність промислових товаровиробників — це не засіб виживання, а важіль підйому виробництва, його структурної перебудови, паритетної економічної інтеграції в світогосподарьскі зв'язки. Тобто необхідно від експорту як чиннику визначеної стабілізації перейти до експорту як чиннику ефективного розвитку.  7.Загальна стратегія подальшого розвитку гірничо-металургійного комплексу України повинна бути спрямована на збереження його експортного потенціалу з метою забезпечення валютних надходжень в Україну, підвищення конкурентоздатності продукції шляхом зменшення її собівартості, проведення реструктуризації підприємств, створення промислово-фінансових груп по технологічних ланцюжках і відновлення виробничих фондів.  Досвід, накопичений металургійними підприємства на світових ринках, свідчить про доцільність скоординованої торгової політики з метою усунення значних економічних втрат.  8.На даний час необхідно від централізованої структури управління збутом на промисловому підприємстві переходити до виробництва товарної продукції за замовленням, його інтеграції з кінцевим споживачем. Сутність цього процесу полягає в зміні самого виробництва, коли на перший план висувається не випуск промислової продукції, а кінцевий результат, тобто адресне споживання на ринку.  9.Ключовим чинником успіху в зовнішньоекономічній діяльності підприємств є використання обгрунтованної інформації. Її формування найбільш доцільно у виді системи моніторингу ринку, запропоновані організаційні й методичні основи якої забезпечують ефективне об’єднання з використанням комп’ютерних різноманітних даних для одержання, оцінки й поширення актуальної інформації, обумовленої цілями і стратегією підприємства.  На вітчизняних підприємствах необхідно значно підняти рівень аналітичної роботи всіх сфер діяльності, зокрема експортної, створити сучасну систему обліку, нормативну базу різних показників і мати відповідне не тільки інформаційне, а й методичне, технічне та кадрове забезпечення. Розв’язання цих проблем дозволить підвищити рівень обгрунтування управлінських рішень і покращити управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. | |