

РОЗВИТОК ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Смирнов Микола Олегович

здобувач вищої освіти факультету

міжнародної економіки і підприємництва

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Україна

Науковий керівник: Тимошенко Карина Віталіївна

канд. екон. наук, доцент, кафедри підприємництва і торгівлі

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Україна

Активна зовнішньоекономічна діяльність виступає одним з основних факторів ринкової трансформації економіки, підвищення її ефективності та конкурентоспроможності. Формування та розвиток експортного потенціалу, збільшення його обсягів та становлення збалансованої товарної структури відносяться до ключових пріоритетних напрямів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності [1].

Науковий внесок у дослідження поняття «експортний потенціал підприємства» є суттєвим та багатограним, хоча й потребує досить критичного аналізу. Так, в Економічній енциклопедії наводиться дефініція експортного потенціалу: це здатність єдиного народногосподарського комплексу країни виготовляти максимальну кількість конкурентоспроможних товарів на світовий ринок, надавати якнайбільше якісних послуг і виконувати необхідну кількість робіт на замовлення іноземних країн та компаній [2, с. 13].

Експорт — це ефективний спосіб для компаній розширити охоплення, збільшити дохід і отримати конкурентну перевагу на світовому ринку. Важливим для досягнення цих цілей є розвиток експортного потенціалу суб'єктів господарювання. У цій статті ми розглянемо кроки, які можуть зробити підприємства, щоб розвинути свій експортний потенціал і досягти успіху на міжнародних ринках.

Крок 1: Проведіть дослідження ринку

Перш ніж підприємства зможуть почати експорт, вони повинні спочатку визначити найкращі ринки для своїх продуктів або послуг. Це передбачає проведення масштабних досліджень ринку, щоб визначити країни з високим попитом на їхні продукти чи послуги, а також регуляторні та культурні бар'єри, з якими вони можуть зіткнутися на цих ринках.

Дослідження ринку також включає розуміння конкуренції, структури ціноутворення та логістики, які пов'язані з експортом. Ця інформація допомагає підприємствам приймати обґрунтовані рішення про те, на які ринки виходити, які продукти пропонувати та як позиціонувати себе на конкурентоспроможності.

Крок 2. Розробіть сильний бренд

Сильна ідентичність бренду є важливою, щоб виділитися на переповненому світовому ринку. Компанії повинні розробити фірмовий стиль, який резонує з цільовою аудиторією на вибраних експортних ринках. Це передбачає створення унікальної та впізнаваної назви бренду, логотипу та повідомлень, які передають цінність їхніх продуктів або послуг.

Сильна ідентичність бренду також передбачає забезпечення того, щоб їхні продукти чи послуги відповідали найвищим стандартам якості, щоб вони могли бути впевнені, що їхні клієнти матимуть позитивний досвід і рекомендуватимуть їхній бренд іншим.

Крок 3: Розробіть надійну експортну стратегію

Надійна експортна стратегія має вирішальне значення для того, щоб підприємства могли успішно виходити на міжнародні ринки та конкурувати на них. Це включає розробку чіткого плану, який окреслює їхні цілі, цільові ринки, стратегії ціноутворення, маркетингову тактику та логістику, пов'язану з експортом.

Підприємства також повинні враховувати нормативні та правові вимоги для експорту в різні країни, включаючи правила імпорту та експорту, податки та митні збори. Їм може знадобитися працювати з міжнародними партнерами або консультантами, які мають досвід роботи з цими складними вимогами.

Крок 4: інвестуйте в маркетинг і продажі

Маркетинг і продажі мають вирішальне значення для успіху будь-якої експортної діяльності. Підприємствам необхідно розробити маркетингові матеріали, які б ефективно повідомляли цільовій аудиторії про вартість їхніх продуктів чи послуг на обраних експортних ринках. Це включає переклад маркетингових матеріалів на місцеву мову та адаптацію повідомлень до місцевих звичаїв і культурних нюансів.

Підприємствам також необхідно інвестувати у побудову відносин із потенційними клієнтами, дистриб'юторами та партнерами на їхніх цільових експортних ринках. Це може включати відвідування виставок і конференцій, взаємодію з потенційними клієнтами через соціальні медіа та інші онлайн-канали, а також використання місцевих мереж для створення присутності на нових ринках.

Крок 5: Зосередьтеся на обслуговуванні та підтримці клієнтів

Надання виняткового обслуговування та підтримки клієнтів має вирішальне значення для формування лояльної клієнтської бази та міцної репутації на міжнародних ринках. Компанії повинні реагувати на запити та скарги клієнтів, а також надавати своєчасну та ефективну підтримку, щоб переконатися, що їхні клієнти задоволені їхніми продуктами чи послугами.

Їм також може знадобитися запропонувати навчання та підтримку дистриб'юторам і партнерам на їхніх експортних ринках, щоб переконатися, що вони готові ефективно рекламувати та продавати свої продукти чи послуги.

Розвиток експортного потенціалу суб'єктів господарювання є складним і багатовимірним процесом, але він важливий для підприємств, які хочуть розширити охоплення, збільшити свої доходи та отримати конкурентну перевагу на світовому ринку. Проводячи дослідження ринку, розробляючи сильну ідентифікацію бренду, створюючи надійну експортну стратегію, інвестуючи в маркетинг і продажі, зосереджуючись на обслуговуванні та підтримці клієнтів, компанії можуть досягти успіху на міжнародних ринках і досягти своїх цілей зростання.

Список використаних джерел:

1. Соколовська В. М. Формування експортного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка*. № 4, 2012. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1092>
2. Мочерний С.В. Економічна енциклопедія. К.: Академія, 2002. Т. 3. 952 с