

ОСОБЛИВОСТІ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ РЕМОНТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ЗАРУБІЖНІ РИНКИ

Дагаз Н.Ю.

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

Рішення, що приймаються підприємством у напрямку зовнішньоекономічної діяльності, можуть мати стратегічний і оперативний характер. До найбільш важливих стратегічних рішень, що визначають всі подальші дії підприємства, належать:

- рішення про участь у тій чи іншій формі в міжнародному розподілі праці;
- рішення про вибір ринків і способів проникнення на них;
- рішення про стратегії ринкової поведінки підприємства на обраних ринках.

Підготовка і прийняття стратегічних рішень вимагає розробки комплексної програми міжнародної ринкової господарської діяльності підприємства, яка є невід'ємною частиною його загальної науково-технічної, виробничої, соціальної і фінансово-економічної діяльності.

Для підприємства важливо забезпечити надходження матеріалів та комплектуючих від таких постачальників, що знаходяться на невеликій відстані від підприємства.

Продукція, яка виробляється заводом, є технологічно специфічною і не має замінників. Цей факт свідчить про те, що є можливість нарощувати обсяги виробництва та реалізації продукції. Конкурентна боротьба ведеться лише в рамках даної галузі. Тому вплив на конкуренцію в галузі товарів-замінників можна оцінити як низький.

Зазначимо, що явного бар'єру входу в галузь немає з об'єктивних причин, оскільки побудувати новий завод по ремонту обладнання та виготовлення запчастин економічно недоцільно. Однак, оцінюючи цей вплив, слід враховувати кілька обставин:

1) Комбінати можуть організовувати ремонтні майстерні та виконувати дрібні ремонти своїми силами, внаслідок чого підприємство втрачає контракти.

2) Зв'язки підприємств з комбінатами можна вважати довгостроковими. Але, у зв'язку з тим, що в теперішній час комбінати переходять у власність різних приватних осіб чи виробничих концернів, ніщо не заважає їм купувати для обслуговування своїх комбінатів заводи,.

3) Нові гравці з'являються на ринку в основному в обличчі фірм-посередників заводів-виробників. Це спричиняє за собою підвищення ціни реалізації.