

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ТА ПРИВАБЛИВОСТІ ЗОВНІШНІХ РИНКІВ ДЛЯ ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ МЕДИЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Мета: на основі загального аналізу ринку країн Європи обрати три стратегічних країни для експорту медичних бахіл, масок, капелюшків, чохлів, простиралл для української компанії. Перед проведенням аналізу компанія визначила для себе як нестратегічні ринки Словаччини, Литви, Латвії, Естонії. Найбільш привабливими є Німеччина, Франція, Польща.

Аналіз проводився на підставі кодів Всесвітньої митної організації - Компанія реалізує різноманітну продукцію, що має різні коди Всесвітньої митної організації. З приводу специфіки аналізу використовувалась група кодів за трьома товарами: маски медичні - 630790, бахіли - 392620, капелюшки – 650500.

Компанія реалізує різноманітну продукцію, що має різні коди Всесвітньої митної організації. З приводу специфіки аналізу використовувалась група кодів за трьома товарами. Для інтегрального аналізу ринку та врахування реалізації у трьох потенційних галузях (медична сфера, харчова промисловість, beauty індустрія) за основу був взятий продукт захисні маски для обличчя.

Розмір ринку визначався за показниками, що відображають вартісний розмір експорту в країни ЄС, торговий баланс та рівень росту ринку за останні п'ять років. Індивідуальні показники: для порівняння 28 країн та подальшого таргетування було використано дві групи показників: Потенціал експорту (торговий баланс, ріст імпорту за останні 5 років, рівень оподаткування, ціна за групою товарів (HS), вартість імпорту, відстань до України); Ринкові можливості (кількість потенційних споживачів, досвід і присутність України на ринку, частка у світовому імпорті, ринкова концентрація, рівень конкуренції).

Розрахунки стратегічного пріоритету країн здійснювались за допомогою методу стратегічного дослідження на основі співставлення трьох показників.

В аналізі використані показники, що представляють потенціал (вертикальна вісь) та ринкові можливості (горизонтальна вісь). Перелік показників наведений вище. Всі показники були згруповані у 6 груп та переведені в шестибальну оцінку експертним методом. На основі 6-ти бальних оцінок кожного показника розрахований інтегральний коефіцієнт потенціалу експорту та ринкових можливостей. Розмір кожного кола становить обсяг імпорту окремої країни, що досліджувалась. В червоному секторі знаходяться країни, експорт в які є критичним. Жовтий сектор містить країни, в які експорт можливий за певних обставин. Зелений сектор найбільш привабливий для експорту. На основі аналізу пропонується для вибору 6-8 країн імпортерів, які мають більш високий експортний потенціал. На підставі проведеного аналізу нами було зроблено висновки, що основними країнами пріоритетного експорту є Австрія, Чехія, Франція, Німеччина, Нідерланди, Словаччина як ринки з найвищим потенціалом експорту та ринковими можливостями.

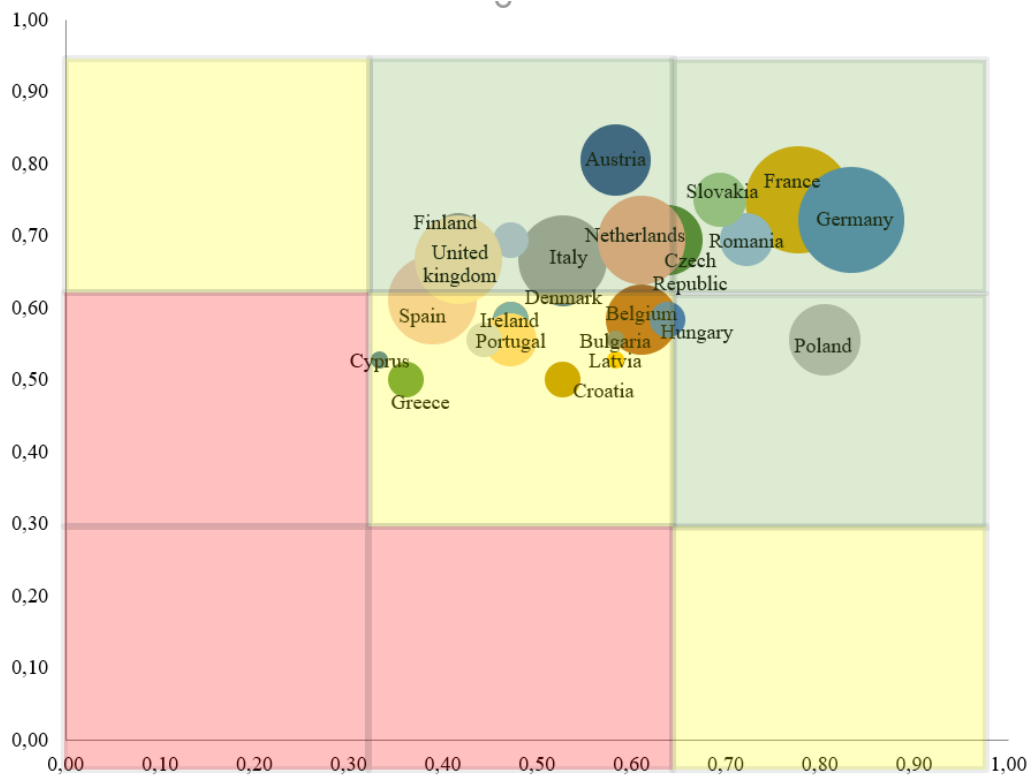


Рисунок 2.1 – Потенціал експорту та ринкові можливості для 28 країн ЄС [26]

Висновки: На основі аналізу було обрано найбільш привабливі країни для розвитку українського експорту. Подальшими діями підприємства для запровадження експортної діяльності має стати розробка стратегії коректного виходу за зовнішній ринок.

Список літератури

1. Бабкіна Н.І. Етапи та особливості стратегічного управління розвитком промислового підприємства / Науково-технічні відомості державного політехнічного університету // Економічні науки. - 2013. - №1. - С. 73-81.
2. Бізнес-портал delo.ua – Режим доступу: <https://delo.ua/business/top-200-агрокомпаній-почему-аграрии-выбирают-importную-пoderz-310256/>
3. NACE Rev.2 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://nacev2.com/en>
4. Access2Markets [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/>
5. Global Trade Helpdesk [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://globaltradeshelppdesk.org>
6. Trade Map [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.trademap.org>