

УДК: 339.5:658.012.2

СТРАТЕГІЯ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Кучерук В.В., студент,
Чорненька Л.М., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

В умовах глобалізації світової економіки вихід підприємства на зовнішній ринок є важливим напрямом розвитку, що дозволяє розширити збутову мережу, диверсифікувати ризики та підвищити конкурентоспроможність. Для українських підприємств цей процес особливо актуальний, адже міжнародна експансія сприяє залученню інвестицій, впровадженню інновацій та зміцненню позицій на світовому ринку. Ефективна стратегія виходу на зовнішні ринки забезпечує підприємству довгострокову стабільність, прибутковість і розвиток у динамічному середовищі міжнародної конкуренції.

Стратегія виходу на зовнішній ринок – це система довгострокових рішень, спрямованих на вибір цільових закордонних ринків, форми присутності на них і способів досягнення конкурентних переваг. У науковій літературі виділяють такі основні стратегії виходу на зовнішні ринки: експортна стратегія (прямий або непрямий експорт); договірна стратегія (ліцензування, франчайзинг, субпідряд, контракти управління); інвестиційна стратегія (створення спільних підприємств, дочірніх компаній, філій); стратегія стратегічних альянсів і партнерств. Вибір певної стратегії залежить від ресурсного потенціалу підприємства, особливостей продукції, рівня конкуренції, умов державного регулювання та економічної стабільності країни-партнера [2].

У сучасних умовах глобалізації та посилення міжнародної конкуренції вихід підприємства на зовнішній ринок стає важливою складовою його стратегічного розвитку. Зовнішньоекономічна діяльність відкриває для підприємств нові можливості – розширення ринків збуту, підвищення рівня прибутковості, залучення іноземних інвестицій, удосконалення технологій та підвищення конкурентоспроможності продукції [1].

Стратегія виходу на зовнішній ринок є системою довгострокових управлінських рішень, спрямованих на забезпечення ефективної інтеграції підприємства у світове економічне середовище. Вона визначає напрями, форми, методи та етапи освоєння закордонних ринків з урахуванням внутрішніх ресурсів підприємства, ринкових умов і потенційних ризиків.

Розроблення такої стратегії дає змогу підприємству не лише знайти нові джерела зростання, але й забезпечити стійке функціонування в умовах мінливого зовнішнього середовища. Саме тому питання формування та реалізації стратегії виходу на зовнішній ринок є надзвичайно актуальним для українських підприємств у період їх інтеграції у світову економіку [3].

На рис. 1.1 показано завдання виходу підприємства на зовнішні ринки.

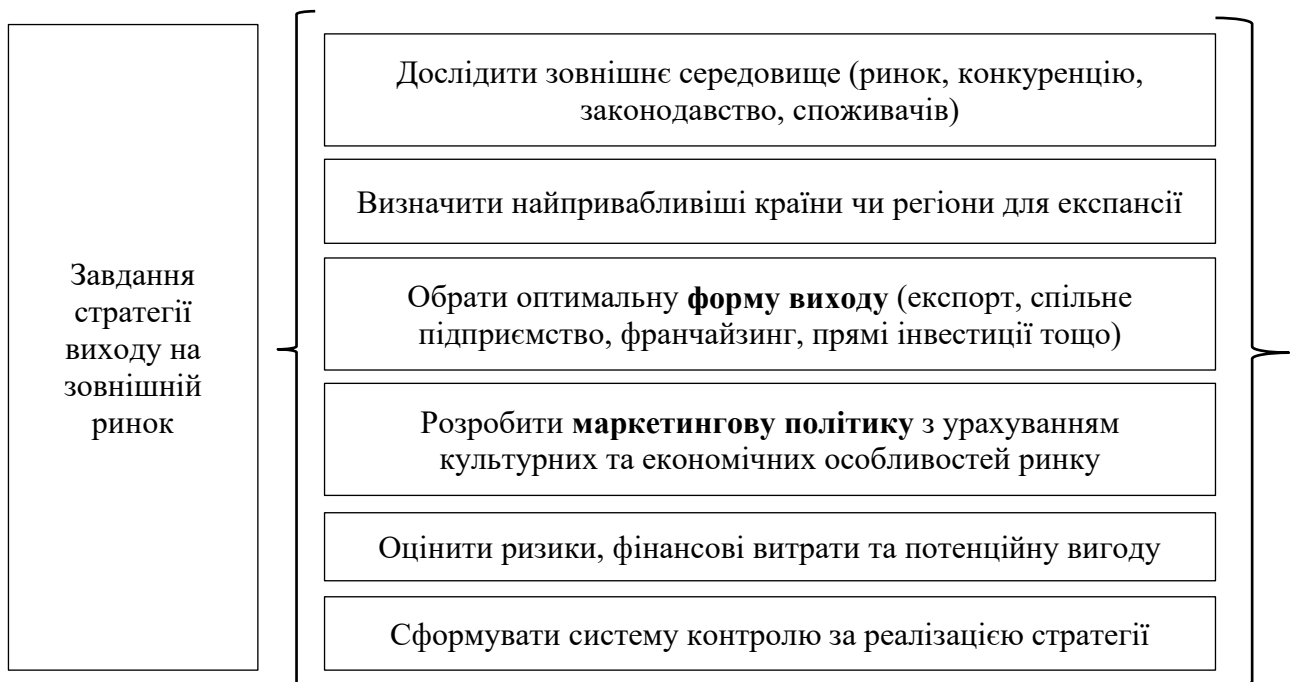


Рис. 1. Головні завдання стратегії виходу на зовнішній ринок

Джерело: сформовано за даними [4]

Для українських підприємств доцільно формувати поетапну стратегію міжнародного розвитку, яка передбачає початковий вихід на близькі регіональні ринки (наприклад, країни ЄС або СНД), поступову диверсифікацію напрямів експорту та інтеграцію в міжнародні ланцюги доданої вартості. Важливу роль відіграє створення бренду з національною ідентичністю, який підвищує впізнаваність і довіру іноземних споживачів.

Стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок є комплексом управлінських рішень, що визначають успіх міжнародної діяльності. Її ефективність залежить від системності планування, точності маркетингових досліджень, адаптивності до змін зовнішнього середовища та використання сучасних технологій. Раціонально розроблена стратегія дозволяє підприємству не лише зміцнити позиції на внутрішньому ринку, а й утвердитися як конкурентоспроможний учасник світового економічного простору.

Список використаних джерел

1. Буднік М. М., Невертій Г. С., Курилова Н. М. Стратегічне управління: навчальний посібник. Київ: Видавництво Кондор, 2025. 292 с.
2. Ганштель В. В. Стратегічне управління як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Конкурентні стратегії розвитку економіки в умовах глобальних викликів*. 2022. Випуск №34. С. 12-14.
3. Єпіфанова І. Ю., Джеджула В. В., Каплун Р. А. Особливості стратегічного управління підприємствами в умовах воєнного стану. *Innovation and Sustainability*. 2023. Випуск №4. С. 64-71.
4. Ляшевська В. І., Євтушенко В. А., Чупринюк Ю. В. Дослідження та вдосконалення стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. Випуск №6. С. 23-29.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ЛЕЙБНИЦ-ІНСТИТУТ АГРАРНОГО РОЗВИТКУ
В КРАЇНАХ З ПЕРЕХІДНОЮ ЕКОНОМІКОЮ (НІМЕЧЧИНА)
УНІВЕРСИТЕТ ПРИКЛАДНИХ НАУК ВАЙЄНШТЕФАН-ТРИЗДОРФ (НІМЕЧЧИНА)
СЛОВАЦЬКИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ В НІТРІ (СЛОВАЧЧИНА)
ЛАТВІЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУК ПРО ЖИТТЯ ТА ТЕХНОЛОГІЙ (ЛАТВІЯ)

Факультет аграрного менеджменту

**Кафедра адміністративного менеджменту та
зовнішньоекономічної діяльності**



МАТЕРІАЛИ

**VI Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції
студентів, аспірантів та молодих вчених**

**«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:
ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ»**

04 листопада 2025 р.



Київ - 2025

УДК 338.43.01/.01 (075.8)

Науково-редакційна колегія:

Організаційний комітет:

ТОНХА Оксана – проректор з наукової роботи та інноваційної діяльності НУБіП України, д.с.-г.н., професор, голова оргкомітету

ОСТАПЧУК Анатолій – в.о. декана факультету аграрного менеджменту, к.е.н., доцент, співголова оргкомітету

ШЛАУДЕРЕР Ральф – керівник Міжнародної школи Університету прикладних наук Вайєнштефан-Тріздорф, Міжнародний представник факультету сільського господарства, Представник з питань міжнародних освітніх програм і співпраці, доктор наук, професор, співголова оргкомітету

ГОРСЬКА Єлена – декан факультету економіки та менеджменту Словацького аграрного університету в Нітрі, доктор наук, професор, співголова оргкомітету

ПЕРЕХОЖУК Олександр – старший науковий співробітник Лейбніц-Інституту аграрного розвитку в країнах з перехідною економікою, PhD, професор, співголова оргкомітету

ЗЕВЕРТЕ-РІВЗА Сандія – дослідник Латвійського університету наук про життя та технологій, PhD, доцент, співголова оргкомітету

Члени оргкомітету:

КОВТУН Олена – завідувач кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, к.е.н., доцент;

БАСЮК Дарія – професор кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, д.е.н., професор

ЖЕМОЙДА Олександр – д.е.н., професор

ІБАТУЛЛІН Марат – д.е.н., професор

МОСТЕНСЬКА Тетяна – д.е.н., професор

ГОЛОМША Наталія – к.е.н., доцент

ДАВИДЕНКО Володимир – к.е.н., доцент

ДІБРОВА Лариса – к.е.н., доцент

КОВАЛЕНКО Наталія – к.е.н., доцент

КОЛЕСНИК Максим – к.е.н., доцент

КОСТЮК Ольга – к.е.н., доцент

КУЗЬМЕНКО Сергій – к.е.н., доцент

РАЛКО Олександра – к.е.н., доцент

ТЮРІНА Альона – к.е.н., доцент

ЧОРНЕНЬКА Людмила – к.е.н., доцент

ЯНЧЕВСЬКИЙ Руслан – к.е.н., доцент

ФАЙЧУК Олександр – к.е.н., доцент, секретар оргкомітету

МІЩЕНКО Іван – к.е.н., доцент, відповідальний за випуск збірника тез

Затверджено та рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України (*протокол №4 від 20 листопада 2025 р.*).

«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ»: Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, 04 листопада 2025 р. – К.: НУБіП України, 2025. – 245 с.

У збірнику представлені результати дослідження проблем сучасного менеджменту в умовах воєнного стану та інтеграції України до ЄС. Видання розраховано на студентів, аспірантів, викладачів, практиків і всіх тих, хто цікавиться питаннями сучасних підходів до управління підприємствами і національним господарством.

Матеріали викладені в авторській редакції. Відповідальність за достовірність поданої інформації несуть автори.

© Кафедра адміністративного менеджменту
та зовнішньоекономічної діяльності, факультет
аграрного менеджменту НУБіП України, 2025

© Автори