

УДК 339.5

Лебедь А.С. магістрантка спеціальності 073 Менеджмент

Науковий керівник: Швець В.Я., д.е.н., професор кафедри менеджменту

(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)

ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ЕКСПОРТУ ПРАТ «ВМЗ» РОШЕН»

Оптимізація процесів стратегічного планування експорту - це комплексний підхід до вдосконалення планування експортної діяльності підприємства з метою підвищення його ефективності, зниження витрат та мінімізації ризиків, що дозволяє компаніям успішно конкурувати на міжнародних ринках, адаптуючи свої дії до постійно змінюваних умов.

Зовнішньоекономічна діяльність є важливим компонентом загальної стратегії ПрАТ «ВМЗ» Рошен», відомого виробника сухого молока та солодковершкового масла, адже вона підтримує фінансову стабільність та забезпечує валютні надходження до бюджету підприємства. Також вихід на нові закордонні ринки сприяє збільшенню обсягів продажів та збільшенню прибутку. Зовнішньоекономічна діяльність покращує конкурентоспроможність ПрАТ «ВМЗ» Рошен» завдяки адаптації до різних ринків, сертифікації продукції відповідно до міжнародних стандартів та впровадженню інноваційних технологій.

Найбільш суттєвий торговельний партнер ЄС продовжує демонструвати свою непохитну політичну та економічну підтримку України, яка все ще стикається з не виправданою військовою агресією росії. Тому заходи з розширення експорту до країн ЄС допоможуть Україні зберегти стабільність торговельних відносин і підтримувати економіку в дуже складних умовах.

Для ПрАТ «ВМЗ» Рошен» рекомендуємо основні компоненти процесу стратегічного планування експорту, які представлено на рисунку 1.



Рисунок 1 – Стратегічне планування експортної діяльності ПрАТ «ВМЗ» Рошен»

Запропоновані етапи оптимізації процесів стратегічного планування експорту ПрАТ «ВМЗ» Рошен» розглянуто нижче.

1. Аналіз ринкових можливостей та вибір цільових ринків:

- дослідження ринкових тенденцій (виявлено перспективні ринки для експорту солодковершковго масла на основі аналізу факторів привабливості та ризиків);
- сегментація ринку (визначено сегмент споживачів, які найбільше зацікавлені в продукції підприємства - компанії, які займаються оптовими закупівлями та реалізують продукцію у місцевих магазинах, супермаркетах та гіпермаркетах);
- цільові ринки (визначено три пріоритетних та два перспективних ринки збуту - Велика Британія і Бельгія, оцінених за критеріями доступності, прибутковості, привабливості та ризиків з метою вибору найбільш перспективних для освоєння).

2. Розробка експортної стратегії:

- формулювання цілей (визначено короткострокові і довгострокові цілі експорту, такі як збільшення рентабельності підприємства на 1%, чистого прибутку на 30%, обсягів продажів на 12%, вихід на два нових європейських ринки, створення іміджу якісного виробника та надійного партнера на міжнародних ринках);
- вибір методів виходу на ринок (рекомендовано прямий експорт задля можливості контролю цінової політики, отримання більшого доходу, кращого розуміння потреб ринку, отримання зворотнього зв'язку і швидкого реагування на зміни попиту);
- розробка маркетингової стратегії (базова стратегія – концентрація, зосередження уваги на одному сегменті ринку та конкретних споживачах; стратегія росту – стратегія розвитку, яка має на меті збільшити продажі та прибутки компанії, закріплення позицій та покращення продукту завдяки використанню максимуму ресурсів).

3. Фінансове планування та управління ризиками:

- фінансове прогнозування (оцінено витрати, доходи, рентабельність та ефективність експортних операцій);
- управління валютними ризиками (зазначено у тексті контрактів пункт «Валютні застереження та хеджування», передбачається використання фіксованого і багатовалютного застереження та застосування форвардних контрактів);
- страхування експортних ризиків (рекомендовано страхові продукти для мінімізації ризиків, пов'язаних із транспортуванням, невиконанням контрактів тощо, угоди зі страхування пропонується укладати зі страховою компанією «Aviva»).

4. Юридичне та нормативне забезпечення:

- дотримання митних вимог (вивчено вимоги щодо експорту в конкретні країни, включаючи мита, сертифікацію, ліцензування тощо);
- виконання контрактних зобов'язань (забезпечено відповідність контрактних умов законодавству країн-імпортерів, проведення експортних операцій на нових ринках збуту до Бельгії та Великої Британії відповідає усім вимогам міжнародного права);
- адаптація продукту до нормативних вимог (удосконалення характеристик продукту, упаковки, маркування з метою відповідності вимогам цільових ринків).

5. Моніторинг та оцінка ефективності:

- встановлення ключових показників ефективності (визначено показники, за якими оцінюється успішність експортної діяльності - ефект та ефективність експорту, валютна ефективність експорту, обсяги продажів експортної продукції тощо);
- аналіз результатів (рекомендовано регулярний аналіз досягнутих результатів у порівнянні з поставленими цілями шляхом аналізу планів, виконання експортних бюджетів та виявлення відхилень).

Оптимізація процесів стратегічного планування експорту дозволить ПрАТ «ВМЗ» Рошен» більш впевнено і успішно освоювати міжнародні ринки, знижуючи ризики та підвищуючи рентабельність експортної діяльності.