

### Секція 3

#### «Міжнародна економіка, менеджмент та маркетинг»

**Бандяк Андрій Володимирович**, студент 4 курсу  
**Романчукевич Мар'яна Йосипівна**, к.е.н, доцент,  
доцент кафедри міжнародної економіки,  
маркетингу і менеджменту

#### **НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНИХ СТРАТЕГІЙ ІТ-КОМПАНІЙ**

Основною власної стратегії експортної діяльності фірми, повинна бути стратегія, що відповідає всім підходам стратегічного управління. Стратегію експорту можна визначити як довгостроковий план діяльності фірми, пов'язаний з вивозом товарів, послуг, робіт, капіталу за кордон іноземному контрагенту, що включає набір засобів і методів, які будуть використані фірмою для досягнення поставлених цілей експорту.

Основою стратегії для ІТ-компаній повинна бути побудова загальної країнової експортної стратегії фірми на основі матриці «привабливості країни – експортне становище компанії», наприклад, наступної [1].

У міру збільшення обсягів продажів більшість компаній намагаються вийти за межі національного ринку та завойовувати нові ринки продажів. При цьому компанії використовують різні способи зовнішньої експансії. Однак, необхідно розробити поєднання елементів стратегії, на підставі яких компанії, які ще тільки планують вихід на світовий ринок програмного забезпечення (ПЗ), могли б вибудовувати успішну експортну стратегію. Розробка рішень можлива на підставі вивчення досвіду великих компаній, які вже вийшли на світовий ринок, і на підставі сучасних теоретичних підходів.

На підставі досвіду провідних вітчизняних компаній, що вийшли на світовий ринок ПЗ, і на підставі новітніх форм і методів завоювання світового ринку пропонуємо сформований список напрямків, які повинні визначати успішну експортну стратегію підприємств на світовому ринку програмного забезпечення (рис.1):

- поширення програмного забезпечення без фізичного носія на власному Інтернет-майданчику і на партнерських сайтах;
- впровадження хмарних обчислень при поширенні ПЗ і в роботі компаній;
- комерційна присутність за допомогою відкриття власного представництва за кордоном і пошук та відкриття центрів розробки за кордоном;
- транскордонна поставка послуг в сфері ПЗ.

Обрання однієї з експортних стратегій та форм виходу на зарубіжні ринки, наприклад, створення СП, злиття, поглинання із зарубіжними партнерами, відкриття свого офісу за кордоном буде обиратися компанією у залежності від конкретного зарубіжного ринку, існуючих позицій компанії на ньому і потенціалу його розвитку.



**Рис. 1. Напрями, які визначають експортну стратегію підприємств на світовому ринку ПЗ**

Таким чином, комерційна присутність на території іншої держави набуває все більшої значущості в умовах націленості на вдосконалення механізму зовнішньоекономічних операцій вітчизняних підприємств на світовому ринку програмного забезпечення.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Романчукевич М.Й. Вдосконалення методики вибору стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки // Глобальні та національні проблеми економіки. № 17. – 2017. URL: <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/90.pdf> (дата звернення: 18.04.2018 р.)

**Костюк Ігор Богданович, магістрант,  
Король Володимир Степанович, к.е.н., доцент,  
доцент кафедри міжнародної економіки,  
маркетингу і менеджменту**

## **КЛАСИФІКАЦІЯ ЛОГІСТИЧНО-ПОСТАЧАЛЬНИЦЬКИХ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Чинники формування витрат на логістично-постачальницьку діяльність можна трактувати як будь-які рушійні сили, що виникають у будь-якій сфері логістично-постачальницьких операцій і впливають на величину та структуру таких витрат. У практичній діяльності суб'єктів підприємницької діяльності знання і розуміння зазначених чинників сприяє раціональному вибору тої чи іншої моделі поведінки під час реалізації кожного етапу логістично-постачальницької діяльності.

Попри те, що в умовах сьогодення щораз більше як вітчизняних, так й іноземних дослідників звертають увагу у своїх працях на проблему витрат на логістично-постачальницьку діяльність, це економічне поняття все ж є предметом гострої наукової полеміки теоретиків і практиків. Причини цього – різноманітні, однак пріоритетними з них є такі: недостатній рівень