

**Роман Ю. Олексієнко, Дмитро Є. Проценко, Катерина О. Шпак**

## **СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ОРГАНІЗАЦІЇ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ: ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ**

Стаття детально аналізує важливість зовнішньоекономічних аспектів для підприємств у сучасних умовах ринкових відносин. Доведено, що вихід на зовнішні ринки стає необхідним для підприємств різних країн для забезпечення їхнього розвитку та конкурентоспроможності. Запропоновано широкий спектр можливих варіантів для виходу на міжнародні ринки, аналізуючи їх переваги та недоліки. В статті також розглядаються складності та ризики, пов'язані з цим процесом, а також надається методика управління ризиками у контексті міжнародної діяльності.

У межах даного дослідження поставлено за мету дослідити різноманітні стратегії виходу компаній на міжнародні ринки та висвітлити їх у розрізі перспектив аналізу й управління ризиками.

Існує чимало можливостей для організації щодо виведення своєї бізнес-активності за межі вітчизняного ринкового простору. Проте, не слід забувати, що кожна окрема альтернатива діяльності на закордонних ринках має як свої плюси, так і мінуси. При цьому найбільш доступним варіантом можна вважати розвиток експортних зусиль, а найбільш складним і ризикованим, хоча й прибутковим способом, – прямі інвестиції.

У цілому, можна констатувати, що після виходу на зовнішні ринки організація може суттєво підвищити та підтримувати рівень своєї ефективності у внутрішньому та зовнішньому економічному просторі, лише обравши той метод, який повністю відповідає цілям організації. Й необхідно зважувати, що кожна компанія має свої унікальні причини для виходу на зовнішні ринки.

Вихід на зовнішній ринок, хоча і є стратегічно важливим кроком для компанії, супроводжується значними ризиками. Відповідно, процес адаптації може бути повільним та вимагати значних зусиль і ресурсів, а також створювати певні складнощі, як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру.

Так чи інакше, при роботі на міжнародних ринках слід зважати, що значна кількість процесів там може бути влаштована не так, як у вітчизняному діловому середовищі, включаючи особливості підприємницької діяльності, вподобання місцевої цільової аудиторії, унікальні бізнес-звичаї та правила гри. Зокрема, культурні та лінгвістичні відмінності можуть викликати труднощі у взаєморозумінні, правові та регуляторні вимоги можуть призвести до юридичних труднощів, а коливання валютних курсів та інтенсивна конкуренція можуть вплинути на фінансові результати компанії. Відповідно, до таких

ситуацій організаціям варто бути готовими заздалегідь, підлаштовуючись до реальних ринкових умов діяльності.

Таким чином, при виході у зовнішній економічний простір одним з основних завдань керівництва компанії є уважно вивчати й управляти можливими ризиками, забезпечуючи ефективне адаптування до місцевих особливостей та збереження конкурентоспроможності на нових ринках, поєднуючи аналіз, стратегічне планування та гнучкість у вирішенні труднощів, що можуть виникнути під час експансії.

Ключові слова: міжнародний ринок, зовнішньоекономічна діяльність, управління ризиками, аналіз ризиків, стратегічне управління.