

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

*НТУ «Дніпровська політехніка»*

**Кіквадзе Данііл Юрійович**

**Науковий керівник: ст. викл. Юденко Вікторія Валеріївна**

Успішність зовнішньоекономічної діяльності підприємства залежить від багатьох внутрішніх та зовнішніх чинників, серед яких одним із ключових є формування та реалізація ефективної стратегії зовнішньоекономічної діяльності, яка являє собою план розвитку підприємства стосовно діяльності пов'язаної з виходом на зовнішній ринок, завоюванням бажаної частки ринку, розширення та підтримання своїх позицій. Крім цього – це комплекс управлінських рішень, які звужують всю множину можливих зовнішньоекономічних дій підприємства до сукупності найбільш ефективних з точки зору довгострокових цілей сформульованих у загальній стратегії.

Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності відбувається під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників, які в свою чергу формують експортний потенціал підприємства, що є основою для формування стратегії. До внутрішніх чинників відносять: організацію управління підприємством; інформаційне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності; планування експортного виробництва; облік та аналіз експортних поставок; кадровий менеджмент [1]. Серед зовнішніх чинників формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності можна виділити: економічні (рівень та темпи інфляції, зростання та спад виробництва, коливання курсу національної та іноземної валюти, оподаткування, умови одержання кредиту і процентна банківська ставка, рівень динаміки цін, попит покупців, платоспроможність контрагентів тощо); демографічні (кількість населення, його вік, стать, сімейний стан тощо); політико-правові (сприятливість наявної законодавчої бази, її стабільність, політичний лад, стосунки, які склались у країні на світовій арені тощо); соціокультурні (відмінності у ставлення людей до самих себе і до інших, ставлення до суспільних інститутів, природи, основних культурних цінностей, відмінності у сприйнятті та у потребах тощо); науково-технічні (рівень розвитку науки і техніки у країні, рівень впровадження досягнень НТП у виробництво, доступність новітніх технологій тощо); тощо.

Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності, як правило, складається з наступних етапів:

початковий - здійснення аналізу зовнішнього середовища, прогнозування майбутнього розвитку підприємства, виявлення можливостей і загроз, сильних і слабких сторін, оцінювання конкурентоспроможності і прогнозування її зміни;

на другому етапі або паралельно (на новоствореному підприємстві - на першому) визначають місію, мету і цілі зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

на третьому етапі здійснюють стратегічний аналіз, який полягає в порівнянні мети і цілей зовнішньоекономічної діяльності з результатами аналізу

середовища зовнішньоекономічної діяльності, виявленні і усуненні розривів між ними і, головне, у виробленні альтернативних стратегій - варіантів стратегічного розвитку;

на четвертому етапі моделюються варіативні сценарії розвитку подій (оптимістичний, песимістичний та найбільш вірогідний) і досліджується вплив кожного на сформульовані альтернативні стратегії зовнішньоекономічної діяльності. Визначається конкурентоспроможність підприємства у разі реалізації тієї чи іншої стратегії зовнішньоекономічної діяльності за певним сценарієм;

на п'ятому етапі здійснюється вибір найбільш прийнятної стратегії зовнішньоекономічної діяльності з альтернативних;

на шостому - готується кінцевий варіант стратегічного плану зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

на сьомому етапі на базі стратегічного плану розробляються тактичні середньострокові плани зовнішньоекономічної діяльності;

на восьмому етапі розробляються оперативні плани та проекти, і на цьому процес стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності завершується [2].

Процес реалізації стратегічного плану (процес стратегічного управління) передбачає не лише організацію реалізації стратегії зовнішньоекономічної діяльності (9-й етап) але і її практичну оцінку, контроль за виконанням (10-й етап) і зворотний зв'язок, якщо виявляються помилки, недоробки у формуванні стратегічного плану на будь-якому із етапів. Інколи такий зворотний зв'язок передбачає часткові зміни місії і цілей зовнішньоекономічної діяльності, якщо вони виявилися до певної міри нереальними. Зворотний зв'язок можливий на будь-якому з етапів формування стратегії. Все це свідчить про те, що і формування, і реалізація стратегії становлять єдиний процес, який є безперервним, оскільки середовище зовнішньоекономічної діяльності, а, значить, і умови діяльності підприємства постійно змінюються, стратегічний план регулярно коригується.

Таким чином, у сучасних умовах глобалізації економічних відносин перед вітчизняними підприємствами постало питання консолідації в міжнародний економічний простір. Для досягнення даної мети необхідна насамперед ефективна стратегія ведення зовнішньоекономічної діяльності, яка повинна розроблятися лише у комплексі із загальним стратегічним планом функціонування підприємства. Лише розробка конкретного плану заходів дозволить вітчизняним підприємствам визначитися з основними видами дій щодо виходу на зовнішні ринки та закріпити свої позиції як конкурентоспроможних господарюючих суб'єктів.

### **Перелік посилань**

1. Іващенко Г.А. Формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства. Ефективна економіка, 2021. №5. URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/5\\_2021/103.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/5_2021/103.pdf).

2. Пічугіна Т.С., Бутенко Г.В. Формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві. Вісник Національного

технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2018. № 20 (1296). С. 45-49.