

УДК 339.972

## СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Студ. І.В. Брайлян, гр. БІО-2-13  
Науковий керівник проф. А.О. Касич  
Київський національний університет технологій та дизайну

**Мета і завдання.** Розвиток зовнішньоекономічної діяльності для українських підприємств є основою не лише розвитку, а й, в окремих випадках, простого їх виживання. За таких умов управління зовнішньоекономічною діяльністю набуває значимості в контексті і поточної діяльності, і стратегічних перспектив. Відповідно мета дослідження полягає у розробці механізму врахування стратегічного підходу в процесі управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Для цього необхідно визначити основні етапи стратегічного управління, які дозволять

**Об'єкт дослідження.** Зовнішньоекономічна діяльність підприємства – це сукупність заходів та методів щодо реалізації економічного потенціалу підприємства на зовнішньому ринку.

**Методи та засоби дослідження.** Для реалізації мети було використано загальнонаукові методи: наукової абстракції, аналіз та синтез, історичний метод, системний та комплексний аналіз, порівняльний аналіз, інші.

**Результати дослідження.** Розвиток зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) українських підприємств відбувався в складних умовах: втрати ринків збуту, відсутності власних кваліфікованих фахівців, низької конкурентоспроможності продукції, інших. Складність ситуації полягає в тому, що для багатьох підприємств цілі щодо пошуку нових перспективних ринків збуту, активізації співробітництва зі світовими галузевими лідерами, формування обсягу інвестицій для активної експортної експансії не розглядались та не мали необхідного ресурсного забезпечення.

За таких умов для забезпечення системності зовнішньоекономічної діяльності та, перш за все, її стратегічної орієнтації необхідно розробити комплекс заходів та етапів управління даною сферою. Для імплементації стратегічного управління в сферу управління ЗЕД використаємо основні підходи, представлені у роботах [1, 2].

На *першому етапі* повинна відбуватись розробка набору організаційно-економічних заходів щодо впровадження стратегічного підходу. На підприємствах слід визначити відповідальних осіб та підрозділи за розробку стратегії управління зовнішньоекономічною діяльністю. Оскільки сфера міжнародних економічних відносин є складною, необхідно сформувати підрозділ, який забезпечить накопичення та професійну обробку інформації щодо нормативно-правових умов ЗЕД на території інших країн, моніторинг цін та стратегічних цілей розвитку провідних учасників глобального ринку.

*Другий етап* передбачає проведення детального аналізу всього набору інформації, необхідної для управлінських рішень у сфері ЗЕД.

Аналіз ЗЕД підприємства являє собою комплексне системне вивчення проведення міжнародних комерційних операцій, функціонування відповідних структурних підрозділів підприємства з метою об'єктивної оцінки досягнутих результатів, виявлення причин відхилення та шляхів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

Виділяють три основні фази аналізу ЗЕД. На першій фазі проводиться обґрунтування доцільності та переваг укладання контракту чи протоколу щодо зовнішньоекономічного співробітництва. Для цього визначають цілі та пріоритети, обґрунтовують різноманітні варіанти співробітництва, оцінюють ресурсні можливості,



стратегію і тактику комерційної діяльності. Друга фаза здійснюється при реалізації угод зовнішньоекономічної діяльності. Проводяться спостереження за раціональним використанням ресурсів, усуваються небажані відхилення від розроблених завдань, регулюються процеси ЗЕД залежно від зміни умов. На третій фазі здійснюється аналітична оцінка виконання угод щодо ЗЕД, виробничо-фінансових результатів, втрачених можливостей і упущеної вигоди; уточнюється раніше розроблена стратегія ЗЕД, проводиться пошук нових форм міжнародної комерційної діяльності та її економіко-правових гарантій

*Третій етап* передбачає розробку стратегію ЗЕД, яка являє собою функціональну стратегію та повинна узгоджуватись із корпоративною стратегією. Однак для багатьох українських підприємств стратегія ЗЕД фактично визначає зміст загальної корпоративної стратегії. Для розробки стратегії ЗЕД слід використати досвід провідних корпорацій світу, врахувати галузеві тенденції. Тобто і на цьому етапі аналітичні дослідження є важливою складовою управлінських рішень у сфері ЗЕД.

*Четвертий етап* передбачає розробку взаємопов'язаних стратегій, оскільки і експорт, і імпорт потребує значних фінансових ресурсів, корегування збутової діяльності, активізації науково-дослідницької роботи тощо.

*П'ятий (завершальний) етап* передбачає процес імплементації стратегії в оперативну діяльність підприємства. Оскільки цей етап є досить складним, особливо у сфері ЗЕД, оскільки залежить не лише від підприємства, а значною мірою від міжнародного ринкового середовища, яке не контролюється підприємством, то саме цей етап потребує особливої уваги. Для забезпечення реалізації стратегії фірма встановлює щорічні цілі, розробляє політику, мотивує співробітників, а також виділяє ресурси, з тим, щоб сформульовані стратегії були виконані.

Однак не все залежить лише від українських підприємств, оскільки в державі повинні бути створені певні умови для здійснення ЗЕД, які стосуються нормативно-правової бази, забезпечення прозорих правил гри для всіх учасників ЗЕД, макроекономічної стабілізації, тобто продуманої валютної, фінансової, цінової та іншої політики держави. Це дає підприємствам можливість комплексно та ефективно використовувати свої переваги, а також розвивати зовнішні фактори у вигляді інвестицій, нових технологій тощо; оперативно та з більшою віддачею вирішувати виробничо-економічні, науково-технічні та соціальні питання; одержувати додаткові переваги від самостійної ЗЕД.

**Висновки.** Практично всі підприємства України, в більшій чи меншій мірі, використовують зовнішньоекономічну діяльність: реалізують свою продукцію на зовнішніх ринках збуту, імпортують товари та послуги, які необхідні під час виробництва власної продукції. Головне завдання українського підприємства сьогодні – визначити нові напрямки, форми, засоби та етапи реалізації зовнішньоекономічної стратегії. Реорганізація внутрішнього потенціалу має бути здійснена з урахуванням внутрішніх можливостей і зовнішніх факторів для того, щоб, використавши існуючі та розкривши потенційні конкурентні переваги власного виробництва, сприяти реалізації національних економічних інтересів на зовнішніх ринках.

**Ключові слова:** зовнішньоекономічна діяльність, стратегія, розвиток, етапи.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Касич А.О. Втілення концепції стратегічного управління в практику вітчизняних підприємств / Касич А.О. // Бізнес-Інформ. – 2014. – № 11. – С. 290–294.
2. Касич А.О. Стратегія управління експортним потенціалом підприємств важкого автомобілебудування / Касич А.О., Циган Р.М., Назаренко К.І. // Ефективна економіка. – 2016. – №12. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/>