

УДК 339.5:334

Кандидат економічних наук О.І. Чайкова

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Рецензент: д.е.н., проф. В.А. Міщенко

## МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬО- ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*В статті запропоновано методичний інструментарій щодо формування та здійснення стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства, відповідно до якого розроблені основні етапи розробки даного виду стратегії.*

*Ключові слова: стратегія, зовнішньоекономічна діяльність, міжнародна торгівля, продукція, підприємство, план розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.*

*В статье предложен методический инструментарий по формированию и реализации стратегии развития внешнеэкономической деятельности предприятия, в соответствии с которым разработаны основные этапы разработки данного вида стратегии.*

*Ключевые слова: стратегия, внешнеэкономическая деятельность, международная торговля, продукция, предприятие, план развития внешнеэкономической деятельности предприятия.*

**Olena Chaikova**

National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»

### METHODOLOGICAL TOOLS FOR FORMATION AND IMPLEMENTING THE DEVELOPMENT STRATEGY OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

*In this paper the methodological tools for the formation and implementation of the development strategy of foreign trade enterprises, under which developed the basic steps for the development of this type of strategy.*

*Keywords: strategy, foreign economic activity, international trade, products, enterprise, plan of development of foreign economic activity of enterprise.*

**Постанова проблеми.** Серед існуючих форм здійснення зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) найбільш переважаючою є міжнародна торгівля, що являє собою міжнародний обмін товарами і послугами. Торгівля на зарубіжному ринку має ряд специфічних особливостей, які відрізняють її від внутрішніх торговельних операцій. Здійснення зовнішньоекономічної діяльності зумовлює появу нових цілей, що пов'язані з освоєнням нових ринків.

**Аналіз останніх досліджень.** Питанням формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності присвячені труди зарубіжних та вітчизняних вчених, таких як Кредісов А.І., Стровський Л.Е., Торгова Л.В., Хитра О.В. та інші [1, 2, 3]. Аналіз наукових підходів до формування стратегії ЗЕД дозволив виявити, що кількість, зміст та послідовність етапів в роботах різних авторів варіюються. Досить мало дослідженням виявляється планування розвитку ЗЕД.

**Ціль статті.** Отже, метою даної статті є розробка методичного інструментарію рішення задач, які виникають при формуванні та реалізації стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

**Основна частина.** Формування та реалізація стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства здійснюється з використанням методології стратегічного управління, заснованої на системному підході. Головним методом рішення виникаючих задач є програмно-цільовий метод,

який відноситься до найважливіших інструментів, що використовується при управлінні складними системами, такими як виробничо-економічні об'єкти.

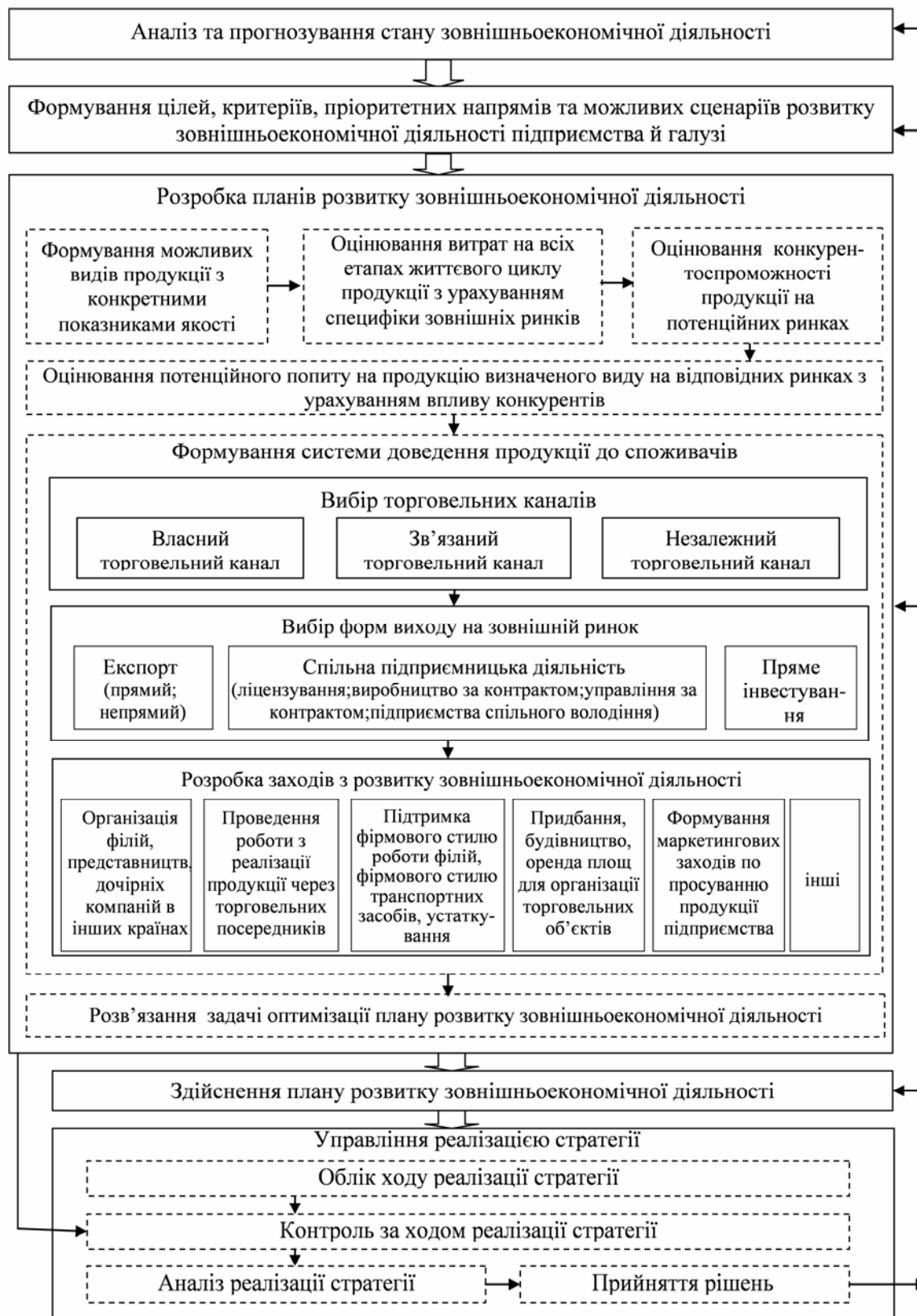


Рис. 1. Основні етапи процесу формування та реалізації стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Схема формування та реалізації стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства охоплює ряд взаємопов'язаних етапів (рисунок 1).

При формуванні стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства одним із основних є етап вивчення, аналізу та прогнозування змінних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Основними об'єктами аналізу виступають становище на ринку з тією продукцією, що реалізується підприємством; аналіз і прогнозування тенденцій розвитку світової економіки та оцінювання їх впливу на умови функціонування підприємства, а також оцінювання ресурсного потенціалу підприємства.

Подальші етапи формування стратегії базуватимуться на результатах цього стратегічного аналізу. Серед основних є етап формування місії, цілей, критеріїв, та можливих сценаріїв розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства й галузі. Наступним важливим етапом є планування розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Продукція, що випускатиметься підприємством і яка буде реалізовуватися на зовнішніх ринках, її собівартість, ціна та обсяги продажів визначають ефективність стратегії. Вибір перспективної продукції з урахуванням потреб, смаків та бажань споживачів є ключовим елементом стратегії розвитку ЗЕД. Необхідно провести оцінювання витрат з урахуванням масштабів виробництва, специфіки зовнішніх ринків, умов експлуатації. При цьому оцінюванні визначаються витрати на розробку продукції, на технологічну підготовку виробництва, на навчання персоналу, на закупівлю матеріалів та компонентів, на виробництво продукції, на її зберігання та транспортування, на формування системи доведення продукції, на рекламу й просування товару.

Далі необхідно провести оцінювання конкурентоспроможності вибраної продукції на потенційних ринках та попиту на продукцію конкретного виду на визначених ринках з урахуванням впливу конкурентів та інших зовнішніх чинників.

Результати попередніх етапів є підґрунтям для формування системи доведення продукції до споживачів на зовнішніх ринках. Дана система враховує вибір торговельних каналів, визначення можливих форм здійснення зовнішньоекономічної діяльності та розробку заходів щодо розвитку ЗЕД підприємства [4].

Вибір найбільш переважних форм та заходів щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності здійснюються на наступному етапі формування стратегії розвитку ЗЕД підприємства. Відповідно до запропонованого методичного інструментарію необхідно вирішити завдання оптимізації плану розвитку ЗЕД. Сутність даного завдання полягає в переході від якісних оцінок до кількісних за допомогою економіко-математичних та статистичних методів дослідження, експертних оцінок. При цьому необхідно вирішити задачу оптимізації плану розвитку ЗЕД підприємства, яка спрямована на максимізацію показників ефективності цієї діяльності, з урахуванням забезпечення задоволення потенційного попиту, обмежень на інвестиційні вкладення, на послідовність здійснення варіантів розвитку, на терміни здійснення окремих етапів тощо [5].

На наступному кроці відбувається здійснення заходів щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності, які були сформовані на попередніх етапах.

У системі стратегічного менеджменту важливим етапом є управління реалізацією розробленою стратегією. Даний процес передбачає облік, контроль та аналіз виконання стратегії підприємства, що розглядається, а також ухвалення рішень щодо повернення на попередні етапи формування (уточнення) стратегії або продовження виконання її.

**Висновки.** Таким чином, формування та здійснення стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства має свої особливості та включає низку етапів, які не враховуються при розробці будь-якої іншої стратегії. Такими етапами можуть бути: формування можливих видів продукції на основі потреб та бажань споживачів на зовнішніх ринках; оцінювання витрат на всіх етапах життєвого циклу продукції з урахуванням масштабів виробництва, специфіки та географії зовнішніх ринків, на яких вона реалізовуватиметься, витрат на поставку продукції. Також необхідно оцінити конкурентоспроможність вибраної продукції на потенційних ринках, потенційний попит на продукцію. Важливими етапами для виходу на міжнародний ринок підприємства є визначення можливих торговельних каналів та форм виходу на зовнішні ринки, розробка заходів щодо розвитку ЗЕД підприємства; оптимізація плану розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства. При здійсненні зовнішньоекономічної діяльності підприємства повинні здійснювати управління реалізацією розробленої стратегії. Виконуючи при цьому облік, контроль та аналіз виконання стратегії, а також при необхідності ухвалення рішень щодо уточнення стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. *Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учеб. / Под ред. Л.Е. Стровского. – М.: Юнити-Дана, 2010. – 584 с.*
2. *Торгова Л.В. Основи зовнішньоекономічної діяльності: навч.-метод. посіб. / Л.В. Торгова, О.В. Хитра. – Львів: «Новий Світ – 2000», 2006. – 512 с.*
3. *Управління зовнішньоекономічною діяльністю: навч. посіб.: 2-ге вид., випр. і доп. / За заг. ред. А.І. Кредісова. – К.: ВІРА-Р, 2002. – 552 с.*
4. *Чайкова О.І. Формування системи доведення продукції промислових підприємств до споживачів на зовнішніх ринках // Вісник НТУ «ХПІ». Тематичний випуск: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2011. – № 38. – С. 132-138.*
5. *Кононенко І.В., Чайкова Е.І. Оптимізація стратегії торгової діяльності фірми / Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія економічна. Випуск 59.– 2003.– С.156-162.*

Стаття надійшла до редакції 09.11.2012