

## **СУТЬ ТА ВИДИ СТРАТЕГІЙ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Розробка стратегії підприємства є невід'ємною частиною його успішного функціонування. Завдяки створенню певної стратегії, тобто конкретної моделі дій, підприємства можуть працювати більш якісно в умовах постійно мінливого зовнішнього середовища, підлаштовуватися під ці зміни, тобто бути більш гнучкими і отримувати найбільшу віддачу від своєї діяльності.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства – один з напрямків його діяльності, яка пов'язана з виходом на зовнішній ринок та функціонуванням на ньому. Тому стратегія зовнішньоекономічної діяльності підприємства вважається важливою і значущою сферою діяльності, так як підприємство відкриває для себе нові можливості, пов'язані з розширенням ринку збуту, виробляє конкурентні переваги за рахунок поширення на зарубіжних ринках і підвищення власного іміджу. В рамках даної стратегії підприємство виробляє певні правила поведінки на зовнішньому ринку, а також визначає принципи здійснення експортно-імпортних операцій з урахуванням законодавства, яке діє в країні в даний час. Підприємство розглядає світовий ринок, визначає для себе глобальні та локальні цілі зовнішньоекономічної діяльності.

Основними завданнями складання стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства є:

- формування певного напрямку діяльності підприємства;
- визначення ролі кожного підрозділу підприємства під час реалізації даної стратегії;
- визначення розмірів, а також розподіл ресурсів між підрозділами.

Стратегія включає в себе такі складові частини як:

- 1) Сфера діяльності: необхідно визначити місію, цілі підприємства.
- 2) Корпоративні завдання: необхідно виявити основні зацікавлені групи підприємства, а також критерії оцінки їх діяльності.
- 3) Створення стратегічних бізнес-одиниць: поділ підприємства на окремі бізнес-одиниці.
- 4) Розподіл ресурсів: необхідно розподілити ресурси між підрозділами, ринками, основними видами діяльності.

5) Визначення конкурентних переваг підприємства та їх розвиток.

6) Оптимальне використання всіх ресурсів.

Для вибору певної стратегії зовнішньоекономічної діяльності, підприємство може скористатися однією з існуючих альтернативних стратегій:

1. Інноваційна стратегія. Дана стратегія пов'язана з залученням споживачів за допомогою нових продуктів, в яких будуть відображені результати інноваційної діяльності, в порівнянні з вже існуючими товарами. Інновації можуть бути пов'язані з зовнішнім виглядом продукту, з виконанням ним певних функцій, його якістю, способом виготовлення тощо.

2. Стратегія диверсифікації. Передбачається, що підприємство буде використовувати існуючі зв'язки і свій досвід для розширення найменувань продуктів, які в свою чергу можуть і не мати зв'язку з колишньою сферою діяльності підприємства.

3. Стратегія інтернаціоналізації. Стратегія пов'язана з постійним і планомірним вивченням іноземних ринків. Дану стратегію раціонально використовувати через присутність наступних факторів на ринку: посилення конкуренції, прагнення підприємств до повного завантаження виробничих потужностей, необхідність зниження ризику і підвищення фінансових переваг.

4. Стратегія глобалізації. Передбачає визначення загальних характеристик ринків і цільових груп різних країн, що не залежать від їх особливостей. В даному випадку підприємство прагне до оптимізації загальних результатів, але при цьому допускає відхилення.

5. Стратегія кооперації. Полягає в пошуку підприємством взаємовигідної співпраці, щоб найбільш повно використовувати потенціал ринку, а також для затвердження міцних позицій підприємства на ринку. Можливе створення стратегічних альянсів, таких як постачальники і виробники, а також конкуренти при певних обставинах.

6. Технологічні стратегії. Слід пам'ятати, що технології є одним з найважливіших чинників конкуренції. Підприємство повинно систематично і свідомо виявляти напрямки технічного потенціалу підприємства виходячи з потреб ринку.

Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства є дуже складним і тривалим процесом, так як з безлічі стратегічних альтернатив необхідно вибрати ту, яка буде найбільш відповідати напрямкам діяльності, які здійснюються на підприємстві, ринковому середовищі, сформованим перевагам споживачів. Правильно розроблена і обґрунтована стратегія підприємства відіграє найважливішу роль в подальшому розвитку підприємства.