

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Фоломієв Я. С.

Науковий керівник – каф. «Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної
діяльності», ст. викл., Аверіхіна Т.В.

В умовах нинішньої ринкової економіки підприємства та організації все більше усвідомлюють необхідність розробки комплексної ринкової стратегії та стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок. Типовим для більшості підприємств є практична відсутність чітко сформованих цілей, а якщо вони і є, то давно не переглядалися, або ж їх досягнення не контролюється. В період зтяжної економічної кризи, нестабільності економічної і фінансової ситуації на підприємстві, застосування стратегічного планування є необхідною складовою для виходу підприємства на зовнішній ринок. Кожне підприємство повинно мати цілі діяльності, та вміти їх досягти.

На сьогоднішній день основною проблемою у формуванні стратегії на підприємствах є відсутність вірно розроблених цілей діяльності підприємства по основним напрямкам та стратегії їх досягнення. В сучасних умовах діяльність по розробці комплексної економічної стратегії підприємства повинна бути пріоритетною. Таким чином, якщо зовнішньоекономічна стратегія – це набір правил та прийомів, за допомогою яких досягаються поставлені цілі розвитку підприємства, то розробка комплексної стратегії виходу на зовнішній ринок включає в себе як поставлені цілі діяльності по основним напрямкам, так і шляхи їх досягнення.

Успішна підприємницька діяльність на міжнародному ринку це насамперед вірно обрана стратегія, вірно поставлена місія, цілі та задачі компанії. Саме це дозволить підприємству ефективно функціонувати на зовнішньому ринку, що в майбутньому дасть змогу зайняти лідируюче положення та можливість отримати надприбуток. У зв'язку з такою об'єктивною необхідністю, перед керівництвом підприємства, постає питання про необхідність розробки комплексної стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок, котра б дала позитивний результат діяльності на міжнародному ринку.