

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.**

Горбатова Д.А.

Науковий керівник – доц. каф. «Менеджменту зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності», канд. екон. наук Котова М.В.

Для підприємств, що працюють на зовнішньому ринку важливо правильно оцінити ситуацію, що створилася на ринку, розробити ефективні способи підвищення своєї конкурентоспроможності, які відповідали б конкретній ринковій ситуації і тенденціям її розвитку та особливостям виробництва. Це зумовлює актуальність даної теми.

Стратегічне управління ЗЕД підприємства в умовах конкурентного середовища – це комплексний процес управління, мета якого полягає у формуванні і практичній реалізації стратегій, що дозволяють підприємству ефективно конкурувати на міжнародному ринку.

Процес розробки стратегії поведінки організації на зовнішньому ринку складається із наступних етапів:

1. Аналіз внутрішнього (SWOT-аналіз, фінансовий, портфельний, SNW-аналіз) та зовнішнього середовища підприємства (PEST-аналіз).
2. Визначення місії, мети та цілей ЗЕД підприємства.
3. Порівняння мети і цілей ЗЕД з результатами аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, вироблення альтернативних стратегій.
4. Вибір найбільш прийнятної стратегії ЗЕД з альтернативних (фокусування, зняття вершків, лідирування за рахунок зниження ціни, диверсифікації, ліквідації) та її розробка.
5. Організація реалізації стратегії.
6. Оцінка, контроль за виконанням стратегії та забезпечення зворотного зв'язку.

Отже, для досягнення мети ЗЕД необхідна ефективна стратегія, яка розробляється лише у комплексі із загальним стратегічним планом функціонування підприємства.