

# ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький Національний Технічний Університет

## **Анотація**

*У статті розглядається поняття стратегії підприємства за визначеннями видатних науковців. Зазначено, що стратегія включає систематичний підхід та правила для забезпечення збалансованого розвитку. Виділено поняття "стратегія зовнішньоекономічної діяльності" та підкреслено важливість законів та нормативно-правової бази. Розглядаються етапи формування стратегії розвитку та пропонується додатковий етап - вивчення системи державного регулювання. Акцентується на необхідності детального опрацювання документів, що регламентують зовнішньоекономічну діяльність.*

**Ключові слова:** стратегія; формування; стратегія підприємства, стратегія зовнішньоекономічної діяльності, етапи формування стратегії, державне регулювання, зовнішньоекономічні відносини.

## **Abstract**

*The article explores the concept of enterprise strategy according to the definitions of prominent scholars. It notes that strategy involves a systematic approach and rules to ensure balanced development. The concept of "foreign economic activity strategy" is highlighted, emphasizing the importance of laws and regulatory frameworks. The stages of development strategy formation are discussed, proposing an additional stage - the study of the state regulatory system. Emphasis is placed on the necessity of thorough processing of documents regulating foreign economic activity.*

**Keywords:** strategy; formation; strategy, formation, enterprise strategy, foreign economic activity strategy, stages of strategy formation, government regulation, foreign economic relations.

## **Вступ**

Сучасний ринок характеризується швидкоплинними змінами умов господарювання, що призводить до збільшення кількості ризиків фінансово-господарської діяльності підприємств. Тому менеджери більшості підприємств зіткнулися з необхідністю вирішення нових завдань щодо пристосування до змін у ринковому оточенні, що вимагає використання новітніх підходів до ведення управлінської діяльності в стратегічному аспекті розвитку господарюючих суб'єктів. З огляду на ці обставини, на підприємствах повинен бути сформований дієвий механізм стратегічного управління, в якому будуть задіяні усі відповідні підсистеми для дослідження та оцінювання зовнішнього середовища, аналізу можливостей розвитку підприємства, із застосуванням сформованої стратегії, подальшим виокремленням важелів її реалізації.

## **Результати дослідження**

Розглянемо поняття стратегії. Відомий науковець І. Ансофф стверджує, що «стратегія підприємства – це набір правил для прийняття рішень, якими керується підприємство у своїй діяльності, систематичний підхід, який забезпечує збалансований напрямок розвитку підприємства» [1]. М. Портер розглядає стратегію як наступальні чи оборонні дії, спрямовані на створення стійкого становища в галузі, з метою успішного подолання п'яти чинників конкуренції і, отже, гарантування максимальної віддачі від капіталовкладень фірми [2]. Відомий науковець Б. Карлоф визначає стратегію як узагальнюючу модель дій, необхідних для досягнення поставлених цілей шляхом координації та розподілу ресурсів компанії [3]. У своїй праці П. Дойль висвітлює поняття «стратегія» як комплекс прийнятих менеджментом рішень з розміщення ресурсів підприємства та досягнення довгострокових конкурентних переваг на цільових ринках [4].

Поняття «стратегія зовнішньоекономічної діяльності» є вужчим і стосується конкретно виходу підприємства на зовнішні ринки для продажу товарів чи надання послуг. Воно є частиною загальної стратегії підприємства і включає в себе всі пріоритетні напрямки зовнішньоекономічної діяльності.

При визначенні стратегії дійсно важливими факторами є закони, законодавчі акти та нормативно-правова база країн, з якими підприємство веде зовнішньоекономічну діяльність

Формування стратегії розвитку підприємства – це реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральні підходи до діяльності підприємства, що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями (потенціалом) підприємства та приводити їх у відповідність шляхом розробки та реалізації системи стратегії. Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності відбувається під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників, які формують експортний потенціал підприємства, що є основою для формування стратегії [5]. Етапи формування стратегії ЗЕД було розглянуто в працях М. Г. Саєнко, а також цим займалися Сидорова Е.Ю., Рубенська Е.Т., Фатенок-Ткачук А.О, К, саме вони виділяли 8 етапів формування стратегії, які ми зобразили на рисунку 1.1. Кириченко О.А. виділяв ще один етап розробки стратегії, такий як: обґрунтування шляхів розвитку підприємства.

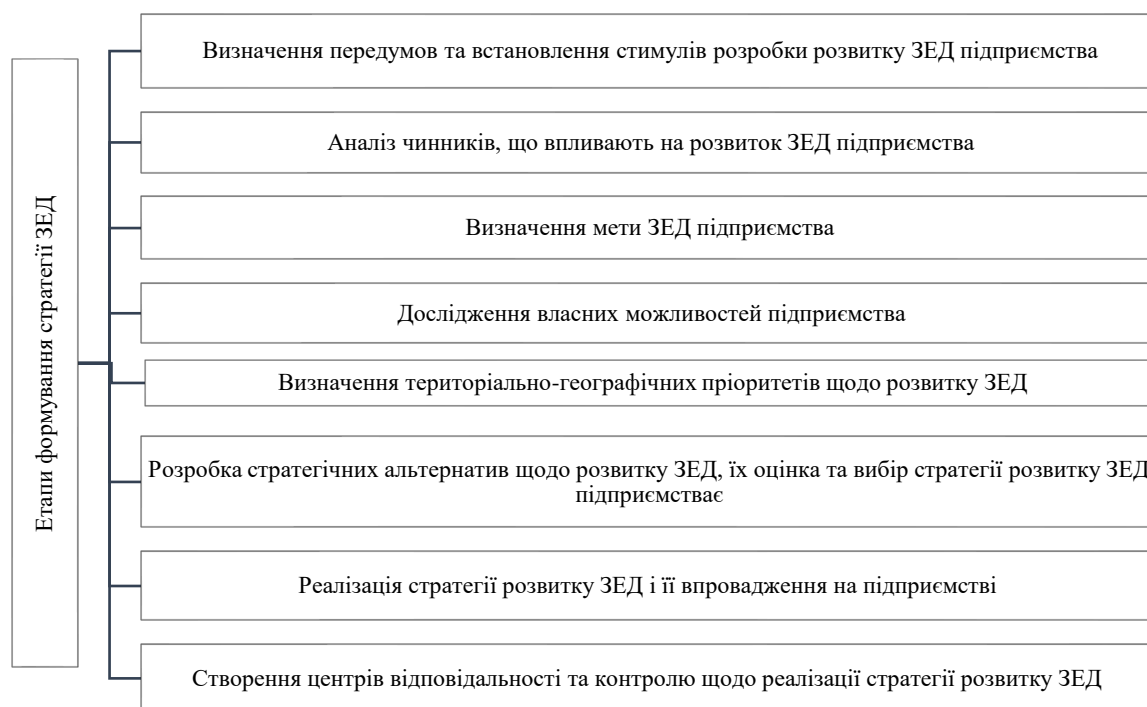


Рис. 1. Етапи формування стратегії розвитку ЗЕД підприємства [6]

На нашу думку, має бути доданий ще один обов'язковий етап, такий як: вивчення системи державного регулювання ЗЕД підприємства. Це розширює традиційні етапи формування стратегії розвитку формування стратегії ЗЕД. Він виявляє глибину впливу державного фактору, роблячи акцент на необхідності врахування інструментів, які формуються на рівні держави. На наш погляд, такий підхід сприяє більш повному розумінню впливу економічного середовища та ризиків у сфері ЗЕД. Тож, потрібно детально опрацювати документи, що регламентують ЗЕД підприємства, такі як:

- міжнародні угоди з торгово-комерційної діяльності;
- угоди країн, які є партнерами;
- накази Президента та постанови уряду;
- нормативні акти;
- чинні світові, регіональні, національні та стандарти підприємства, що регламентують відповідні техніко-економічні показники продукції, а також перспективні норми і стандарти, введення яких лише заплановано;
- матеріали іноземних фірм — споживачів, що містять вимоги до продукції, яку вони закупають;
- урядові постанови, законодавчі акти, які визначають вимоги до продукції в тих країнах, до яких планується поставки;

- результати досліджень кон'юнктури ринків, а також довгострокові тенденції їх розвитку;

### Висновки

Отже, стратегія підприємства - це не лише набір правил, а систематичний підхід, спрямований на досягнення гармонійного напрямку його розвитку. У відношенні до зовнішньоекономічної діяльності наголошується на важливості законів та нормативно-правової бази, а процес формування стратегії визначається впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів.

У статті запропоновано розширити етапи формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності через детальне вивчення системи державного регулювання, що додає глибини розумінню економічного середовища та ризиків у цьому сегменті.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Євтушенко В. А., Ляшевська В. І., Чупринюк Ю. В. Дослідження та вдосконалення стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства, *БізнесІнформ*. 2020. №6 URL: [https://www.business-inform.net/export\\_pdf/business-inform-2020-6\\_0-pages-23\\_29.pdf](https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-6_0-pages-23_29.pdf)
2. Кравченко О.М., Кула М.В., Левицький Д.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах здійснення зовнішньоекономічної діяльності, *Економіка, Фінанси, Право*, №2/1, 2021. URL: <http://efp.in.ua/uk/journal-item/293>
3. Козак Ю. Г., Логвінова Н. С., Баганова Т. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: сучасні особливості функціонування та аналізу розвитку: монографія. Одеса. 2019. 182 с. URL: <http://aprus.khpi.edu.ua/article/view/2227-6890.2019.01.19>
4. Тульчинська С. О., Кириченко С. О., Дубенець В. П. Напрями активізації зовнішньо-економічної діяльності вітчизняних підприємств. *Агросвіт*. 2018. №6. С. 28-31.
5. Карачина Н. П. І. В. Зозуля, А. О. Вінницька Сутність поняття "Стратегія зовнішньоекономічної діяльності" та особливості її формування. *Економічний простір*. 2016. №110. С. 17-26.
6. Лепеха М. О., Свириденко Г. М. Перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності України за експорторієнтованою стратегією. *Молодий вчений*. 2017. №5 (45). С. 655-658.

**Мосійчук Вікторія Володимирівна** – студентка групи МЗД-22м, Факультет Менеджменту та інформаційних технологій, Вінницький Національний Технічний Університет, м. Вінниця e-mail: [viktoriia.mosiichuk@gmail.com](mailto:viktoriia.mosiichuk@gmail.com)

Науковий керівник: **Карачина Наталія Петрівна** – д-р екон. наук, професор кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: [karachyna.n@gmail.com](mailto:karachyna.n@gmail.com)

**Mosiichuk Viktoriia V.** – student, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia email: [viktoriia.mosiichuk@gmail.com](mailto:viktoriia.mosiichuk@gmail.com).

Supervisor: **Karachyna Nataliia P.** – Dr. Sc. (Economic), Professor, Head of the of Management, Marketing and Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: [karachyna.n@gmail.com](mailto:karachyna.n@gmail.com)