*Таран‐Лала О.М., к.е.н., доцент, Самусенко Д.В., магістр,*

*ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

*denatila@mail.ru*

**ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА, ОРІЄНТОВАНОГО НА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ**

Одним з найбільш актуальних завдань сучасного розвитку економіки України є створення умов ефективного і динамічного переходу до ринкових відносин. При цьому дуже важливою є реорганізація надмірної концентрації і монополізації виробництва, удосконалювання організаційних і структурних відносин, перегляд застарілих командних економічних зв'язків і методів управління.

Проведений аналіз наукових праць показав, що питання стратегічного управління досліджувало багато вітчизняних і зарубіжних вчених‐економiстiв, але при цьому недостатня увага приділялась розгляду питання формування системи стратегічного управління підприємства, орієнтованого на зовнішньоекономічну діяльність і тому дослідження цього питання на сьогодні є актуальним.

Метою дослідження є обґрунтування теоретичних і практичних питань стратегічного управління підприємством, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність, а також визначення основних шляхів підвищення ефективності використання методів стратегічного управління підприємством, орієнтованого на зовнішній ринок.

На сьогодні в економічної сфері діяльності під стратегією звичайно розуміють довгострокові плани керівництва підприємства, спрямовані на зміцнення її позицій, задоволення споживачів і досягнення перспективних цілей [1, с.416]. Окрім цього, існує і таке розуміння стратегії, як довгострокові наміри керівників підприємств щодо маркетингу, виробництва, фінансів, комерції, персоналу та ін. Зміни визначень терміна «стратегія» відбувалися разом зі змінами зовнішнього середовища підприємства.

Стратегія розглядається як зразок, до якого прагне наблизитись підприємство, орієнтоване на зовнішній ринок. Найчастіше за зразок беруть процвітаючу фірму, аналізують її позитивні сторони діяльності й намагаються скористатися її досвідом.

З іншого боку, стратегію як мету управління можна визначити як ідеальну модель підприємства, в якій реалізується «бачення» його керівників і власників і яка побудована з використанням SWOT‐ аналізу або інших підходів, що використовуються для аналізу взаємовпливу зовнішнього та внутрішнього середовищ підприємства [3, с.27].

Звісно, що стратегія вкрай необхідна підприємству, що претендує на успіх та орієнтується на зовнішні ринки, щоб визначити, в якому напрямку воно буде розвиватися. По суті, вибір стратегії означає, що з усіх можливих шляхів розвитку і способів дії, що відкриваються перед компанією, вона обирає конкретний напрямок.

Добре розроблена стратегія ‐ основа підвищення конкуренто‐спроможності підприємства, сильної конкурентної позиції підприємства і формування такої, яка за допомогою удосконалення структури управління і підвищення організаційної культури могла б успішно працювати у жорстких ринкових умовах.

І не слід від стратегії очікувати негайного результату, повне виконання всіх стратегічних постанов, але водночас відсутність стратегії зменшує ймовірність виживання підприємства взагалі [2, c.239]. Отже, на основі обґрунтування теоретичних і практичних питань стратегічного управління підприємством, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність, з’являється можливість визначити основні напрями підвищення ефективності використання методів стратегічного управління підприємством, орієнтованого на зовнішній ринок, а також розробити певні рекомендації щодо оптимізації стратегічного управління підприємства на сучасному етапі господарювання.

*Література*

*1.Ансофф І., Макдоннелл Е.Дж. Нова корпоративна стратегія. ‐ Пер. з англ. – СПб.: Пітер Ком, 1999. – 416 с.*

*2.Карлоф Б. Ділова стратегія ‐ Пер з англ.; Наук. ред. В.А. Припіснов. ‐ М.: Економіка, 1991. ‐239 с.*

*3.Чандлер А. Стратегія і структура.‐ Пер. з англ. Під ред. Олейника А. – К.:1997.‐27с.*