

**ЩЕГЛОВ А.П., ПОЛТАВСЬКИЙ Г.Я.**, доц.

## **УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЗЕД ПІДПРИЄМСТВА**

Українське підприємство, як правило, не може розглядати зовнішній ринок як ще один ринок збуту в силу якісних розходжень у розвитку й стані внутрішніх і зовнішніх ринків, характерних для всіх країн, що розвиваються. Саме в тих випадках, коли внутрішній ринок відстає по своєму розвитку і інфраструктурі від зовнішніх розвинених ринків, зовнішньоекономічна діяльність здатна вплинути на ріст і розвиток підприємства.

Для ефективної зовнішньоекономічної діяльності промислове підприємство повинно мати високі рівні менеджменту, знань і компетенції персоналу, особливо в сфері маркетингу, якості використовуваних ресурсів і т.п. Більше того виникає можливість і необхідність керування рівнем цих характеристик, а, отже, і ефективністю зовнішньоекономічної діяльності й ефективністю розвитку підприємства через вибір приймаючої країни.

Стратегія ЗЕД – загальна для всього підприємства, довгострокова, адаптована, інтелектуальна програма досягнення відповідності товарів та послуг вимогам закордонних цільових ринків ресурсам, можливостям й потенціалу підприємства, спрямована на задоволення потреб споживачів на цих ринках й заснована на ретельній розробці комплексу міжнародного маркетингу, формалізованого у вигляді підпрограм стратегічного розвитку.

В процесі вдосконалення та оптимізації стратегії ЗЕД необхідно адаптувати способи й форми інтеграції підприємства до міжнародного бізнес-простору.

**Джерела інформації:** 1. Бахрамов Ю. М., Глухов В.В. Организация внешнеэкономической деятельности: Учеб. пособие. – СПб.: Лань. – 2001. 2. І.В.Багрова, Н.І. Редіна, В.С. Власюк, О.О.Гетьман. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : Підручник для вузів / – Дніпропетровськ, ДДФЕІ, 2002 – 580 с. 3. Покровська В.В. Внешнеэкономическая деятельность: учебник – М .: «Экономисть»,2009. – с. 672