УДК 005.036.3
JEL classification: L 10

ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

КУЗЬМЕНКО М.И.,
преподаватель кафедры менеджмента непроизводственной сферы
ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы»,
Донецк, Донецкая Народная Республика, Российская Федерация
E-mail: razorenova.marina93@mail.ru;

ПИМОНОВА Е.А.,
обучающийся бакалавриата
кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности
ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы»,
Донецк, Донецкая Народная Республика, Российская Федерация
E-mail: yekaterina.pimonova@bk.ru

Аннотация. *В статье представлено видение стратегического управления внешнеэкономической деятельностью компании, а также обоснована необходимость его использования в современных условиях развития. Приведена структура системы управления внешнеэкономической деятельностью предприятия. Представлены характеристики стратегий управления при осуществлении внешнеэкономической деятельности. Сформулированы рекомендации для менеджеров предприятий по достижению стратегического видения деятельности на международном рынке. Также определена важность развития стратегического управления внешнеэкономической деятельностью предприятия.*

Ключевые слова: *концепция, стратегическое управление, внешнеэкономическая деятельность, стратегический менеджмент, стратегия, франчайзинг.*

FUNDAMENTALS OF STRATEGIC MANAGEMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES OF AN ENTERPRISE

KUZMENKO M.I.,
Lecturer of the Department of Non-Production Management
FSBEI HE «Donetsk Academy of Management and Public Administration»,
Donetsk, Donetsk People's Republic, Russian Federation
E-mail: razorenova.marina93@mail.ru;

PIMONOVA E.A.,
Bachelor student of the Department of Foreign Economic Activity Management

FSBEI HE «Donetsk Academy of Management and Public Administration»,
Donetsk, Donetsk People's Republic, Russian Federation
E-mail: yekaterina.pimonova@bk.ru

Annotation. *The article presents a proposal to develop a concept of strategic management of the company's foreign economic activity, and also substantiates the need to use this concept in modern development conditions. The structure of the company's foreign economic activity management system is also given. The characteristics of management strategies in the implementation of foreign economic activity are presented. Recommendations are formulated for managers of enterprises to achieve a strategic vision of their activities in the international market. The importance of developing strategic management of the company's foreign economic activity is also determined.*

Keywords: *concept, strategic management, foreign economic activity, strategic management, strategy, franchising.*

Постановка проблемы в общем виде. Внешнеэкономическая деятельность (далее ВЭД) играет важную роль в развитии глобальной экономики. Качество организации ВЭД влияет не только на рейтинг государства в международном сообществе, но и на уровень благосостояния граждан, благодаря различным формам экономического взаимодействия с другими странами. ВЭД является стратегическим приоритетом для экономического развития Донецкой Народной Республики. Позиция на мировом рынке позволяет улучшить репутацию государства и развивать взаимовыгодное экономическое и политическое сотрудничество с многочисленными странами мира.

Целью исследования является исследование теоретических основ стратегического управления внешнеэкономической деятельностью предприятия.

Изложение основного материала исследования. ВЭД представляет собой деятельность предприятия в области международного обмена товарами, работами, услугами, информацией, результатами интеллектуальной деятельности, в т.ч. исключительными правами на них [1, с. 21].

Структура управления ВЭД на предприятии зависит от целей и задач, которые она призвана решать, от характера специализации предприятия. На выбор организационных форм ВЭД большое влияние оказывает степень зависимости предприятия от внешних рынков. Общая структура системы

управления предприятия-субъекта ВЭД представлена (на рис. 1) [2]. Масштабы предприятия, специализация, а также степень адаптации к изменяющимся условиям внешней среды определяют выбор организационной структуры управляющей подсистемы в структуре системы управления ВЭД предприятия и её эффективность. На предприятиях, где планируется осуществлять единичные внешнеторговые операции с разовой или периодической поставкой, достаточно привлечения к работе одного специалиста по ВЭД. Формирование внешнеэкономического отдела является целесообразным при постоянном характере внешнеэкономических операций, нацеленности на их расширение.



Рис. 1. Структура системы управления ВЭД на предприятии

Создание отдела внешнеэкономической деятельности в рамках крупных фирм рекомендуется для ведения постоянного и устойчивого зарубежного бизнеса. В целом, малые международные коммерческие предприятия создаются и включаются в крупномасштабные глобальные экономические предприятия. Трудовые ресурсы, материальные ценности, нематериальные активы, финансовые ресурсы и процессы являются составляющими управляемой

подсистемы в системе управления внешнеэкономической деятельностью предприятия.

Внешнеэкономическая стратегия компании представляет собой систематический и непрерывный процесс разработки целей ее деятельности на международном рынке, направленных на развитие торгово-экономического, научно-технического и иного сотрудничества с зарубежными партнерами с учетом международных тенденций и внешних изменений [4].

Основные этапы разработки стратегии ВЭД указаны на рис. 2 [3].

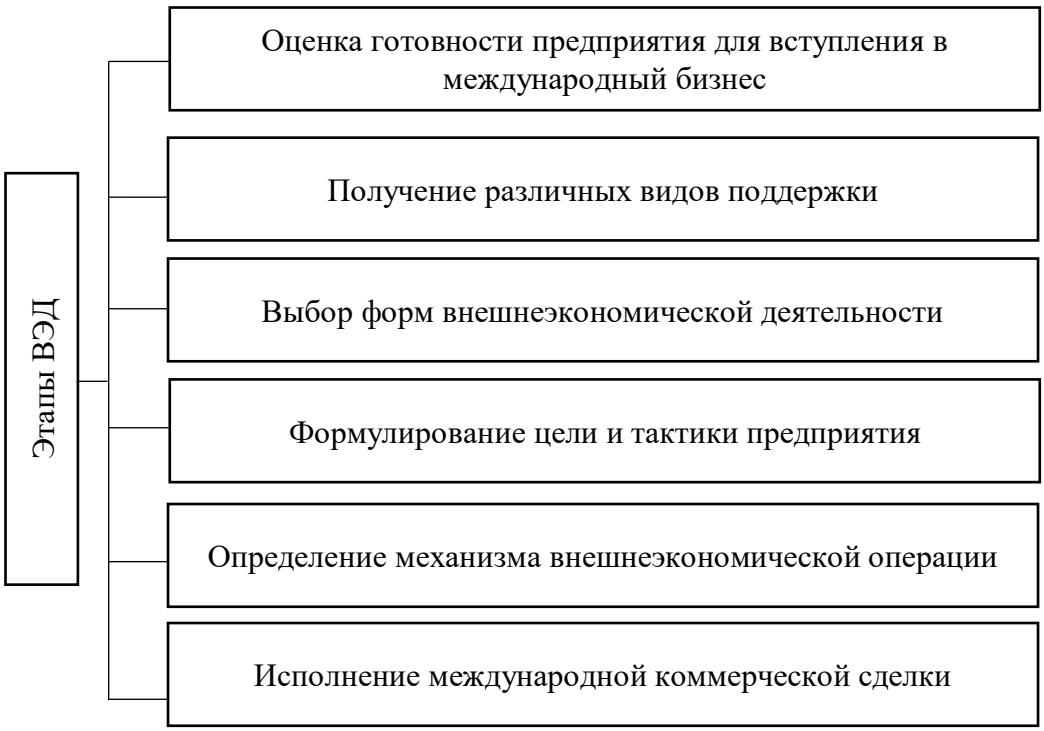


Рис. 2. Схема этапов стратегии ВЭД предприятия

Комплексный характер концепции позволит достичь скоординированного эффекта, повысить эффективность стратегического управления на предприятиях, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

В условиях международной конкуренции в различных областях предприятиям необходимо четко определять и классифицировать стратегии управления при осуществлении внешнеэкономической деятельности. Различают следующие виды:

1. Франчайзинг.:

передача иностранным компаниям права использовать их технологии для производства или продажи своей продукции.

2. Экспортная стратегия:

повышать уровень национального производства и экспортировать продукцию на внешние рынки, используя собственные и другие каналы сбыта.

3. Глобальные стратегии:

Использование многонациональной стратегии, которая разрабатывает различную стратегию для каждой страны, отвечающую потребительскому спросу и конкурентным условиям стран. Деятельность фирмы в одной стране не зависит от деятельности фирмы в другой стране;

использование глобальной стратегии низких затрат, в рамках которой компания фокусируется на производстве с низкими затратами на всех стратегически важных рынках мира;

использование глобальной стратегии дифференциации, в рамках которой компания дифференцирует свои товары в соответствии с одинаковыми характеристиками в разных странах для создания прочного имиджа на мировом рынке;

при использовании стратегии глобальной направленности деятельность координируется на основе низких затрат и дифференциации.

Реализация внешнеэкономической стратегии может быть обеспечена единым стратегическим планом предприятия или планами и программами стратегических бизнес-подразделений (в этом случае распределение ресурсов и общий контроль предусмотрены для равноправных организаций), либо путем включения отдельных стратегических целей (в основном инвестиционных и научно-технических) в стратегию развития предприятия.

Эффективность стратегического управления при осуществлении внешнеэкономической деятельности зависит от организации процесса стратегического планирования.

Общепринятые характеристики используют зарубежные компании, которые работают в условиях развитых рыночных отношений. Поэтому

отечественным предприятиям необходимо учитывать некоторые особенности в стратегическом управлении, такие как: скрытые особенности в макросреде и микросреде, особенности формирования стратегического управления во внутренней среде предприятия.

На формирование стратегического управления внешнеэкономической деятельностью в наибольшей степени влияют характеристики и ограничения внутренней среды хозяйствующих субъектов. Несмотря на то, что стратегическое управление является средством успешного выживания и выхода на внешний рынок в кризисных ситуациях, на практике отсутствует стратегия поведения большинства хозяйствующих субъектов, что существенно ухудшает их положение. Это можно объяснить в первую очередь стремлением менеджеров быстро решить вопрос о финансовых результатах, отсутствием опыта внедрения стратегического менеджмента, неумением думать о старом управленческом персонале, а также незнанием и непониманием его элементов, принципов, методов и техник [5].

С организационной точки зрения, важно создать ответственное подразделение, которое в зарубежных компаниях называется стратегическим бизнес-центром, задачей которого будет проведение стратегического анализа, определение миссии и стратегических целей, создание пакета альтернативных стратегий и выбор той, которая является оптимальной в соответствии с определенными критериями. Внутренняя среда отечественных предприятий характеризуется нехваткой специалистов, поэтому существует заинтересованность в наличии квалифицированных кадров.

Стратегический менеджмент с практической внешнеэкономической деятельностью открывает более широкие возможности для предприятия и предъявляет более жесткие требования к менеджерам в отношении управления сложным бизнесом внутри страны. То есть, необходимо учитывать концепцию учета влияния различных элементов международной среды и получения конкурентных преимуществ.

Многие исследования показывают, что в ближайшие десятилетия в

конкурентной борьбе выживут только те отрасли и компании, которые будут активно участвовать в международном распределении рабочей силы, внешнеэкономической деятельности, смогут адаптироваться к культурным различиям и осуществлять предпринимательство в соответствии с требованиями международных торговых отношений.

Поэтому, для отечественных бизнес-организаций стратегический менеджмент является незаменимым введением в осуществление наиболее оптимальной и важнейшей внешнеэкономической деятельности.

Выводы. Развитие внешнеэкономической деятельности играет важную роль, как для деятельности отдельных хозяйствующих субъектов, так и для экономики государства в целом.

Для достижения стратегического видения деятельности на внешнем рынке в контексте инновационного развития экономики менеджеры должны:

– принимать своевременные управленческие решения, основанные на планировании, мотивации, организации и функциях контроля;

– реагировать на внешние воздействия по мере развития ситуации и адаптироваться к сложной, нестабильной, управляемой и турбулентной международной среде;

– учитывать различные типы рисков, которые возникают при осуществлении международной торговли;

– при разработке внешнеэкономической стратегии учитывать сложность различных процессов (процесс понимания, формальный процесс, аналитический процесс, процесс предвидения, ментальный процесс, процесс развития, переговорный процесс, коллективный процесс, процесс трансформации), рассматривая их вместе.

Учитывая все вышесказанное, предприятие, ориентированное на работу на внешнем рынке, обеспечит себе хорошую конкурентную позицию в долгосрочной перспективе.

Список литературы

1. Беганская, И.Ю. Внешнеэкономическая деятельность: учебник /

И.Ю. Беганская, С.Н. Науменко, Ю.А. Мишина. – Донецк: ГОУ ВПО ДонАУиГС, 2019. – 561 с.

2. Пимонова, Е.А. Особенности формирования системы управления внешнеэкономической деятельностью на предприятии: организационно-правовой аспект / Е.А. Пимонова // ПРАВЭД: правовое регулирование и администрирование внешней экономической деятельности. – 2022. – №3. Электронный ресурс. [Режим доступа]: https://praved.ru/zhurnal-praved-№3-2022/(дата обращения: 02.05.2024).

3. Галямшина, А. Ф. Понятие, виды и этапы разработки внешнеэкономической стратегии предприятия / А. Ф. Галямшина // Форум молодых ученых. – 2017. – № 9(13). – С. 139-146.

4. Шиколай, А. Я. Внешнеэкономическая стратегия как часть экономической стратегии организации / А. Я. Шиколай // E-Scio. – 2020. – № 5(44). – С. 396-401.

5. Трифонова, Е. Ю. Концептуальные основы стратегического управления внешнеэкономической деятельностью предприятия / Е. Ю. Трифонова, Ю. В. Приказчикова // Российское предпринимательство. – 2014. – № 7(253). – С. 37-50.