

## **ОЦІНКА СТРАТЕГІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Для досягнення ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємству необхідно визначити стратегічний напрямок розвитку, згідно з яким воно зможе досягти довгострокових конкурентних переваг.

Невирішеним залишається питання формування моделі розробки стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства на засадах створення системи збалансованих показників та комплексної оцінки економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства для довгострокового розвитку у сфері міжнародного бізнесу.

Метою даної статті є дослідження напрямів стратегічного аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Стратегічний аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства повинен базуватися на системі показників. Цю систему можна застосовувати для комплексного аналізу та контролінгу зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Так, до фінансово-економічних показників віднесемо ефективність зовнішньоекономічної діяльності, собівартість реалізованої продукції, рентабельність продажів на зовнішньому ринку, прибуток від зовнішньоекономічної діяльності, транспортні, податкові та митні платежі, способи платежів та форми розрахунків за експортно-імпортними операціями.

До клієнтських показників віднесемо такі, як частка ринку та частка споживача, розширення та збереження клієнтської бази, ступінь задоволення потреб споживача.

Внутрішні бізнес-процеси суб'єкту зовнішньоекономічної діяльності потребують зниження затрат/збільшення прибутку, удосконалення інноваційного та операційного процесів на підприємстві.

Одним із засобів досягнення основної мети – економічного зростання підприємства в довгостроковій перспективі – є підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку потрібна стратегія зовнішньоекономічної діяльності, тобто єдиний напрямок, який буде враховувати внутрішні можливості підприємства та ринкові умови, в яких йому доводиться функціонувати.

Для розробки стратегії необхідний комплексний аналіз діяльності підприємства. По-перше, треба провести комплексний аналіз ефекти-

вності зовнішньоекономічної діяльності на засадах фінансово-економічного аналізу та складання матриці SWOT та згрупувати економічні показники, що чітко виявить внутрішні можливості підприємства По-друге, необхідно провести аналіз зовнішнього середовища, який включає в себе оцінку постачальників, конкурентів та споживачів, а також аналіз пропонуваного підприємством та конкурентами товарів з метою виявлення стадії життєвого циклу товару та можливості його заміни. Цей аналіз проводиться на засадах складання карти стратегічних груп для визначення положення підприємства серед конкурентів та напрямку його розвитку в наявному конкурентному середовищі. Також необхідно провести маркетингові дослідження ринку з метою виявлення переваг споживачів та оцінка постачальників для визначення якості сировини та рівня цін на неї в даній галузі.

По-третє, для визначення ринку привабливості зовнішньоекономічної діяльності підприємства доцільно провести матричний аналіз. При проведенні матричного аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства найчастіше використовуються такі матриці: матриця BCG – аналіз темпів зростання та частки ринку; матриця GE – аналіз порівняльної привабливості ринку та конкурентоспроможності; матриця ADL – аналіз життєвого циклу галузі та відносного положення на ринку; матриця Shell/DPM – аналіз привабливості ресурсоємної галузі в залежності від конкурентоспроможності.

Після проведення аналізу зовнішньоекономічної економічної діяльності підприємства складається список стратегічних альтернатив, тобто системи стратегій з розрахунком вірогідності їх запровадження щодо досягнення загальної мети.

Основні види стратегій міжнародного бізнесу поділяються на 5 основних груп, в залежності від наявності у підприємства конкурентних переваг, завдяки яким воно зможе досягти стабільного положення на ринку. До них відносяться: стратегії формування ресурсно-факторних переваг; стратегії формування технологічних переваг, стратегії формування інноваційних переваг, стратегії формування змішаних переваг, стратегії формування глобальних конкурентних переваг [3]. Для України найбільш актуальними є перші чотири групи стратегій, які визначаються, в основному, належністю того чи іншого підприємства до галузей, де головну роль відіграють ресурси (сільське господарство, видобувна промисловість), технологія виробництва (машинобудування) або інновації (фармація, авіабудування).

Таким чином, визначається спочатку вид стратегії міжнародного бізнесу підприємства, а потім, в межах цього виду, формується спи-

сок конкурентних стратегій, з якого вибирається найбільш прийнятна. Після цього потрібно оцінити стратегію та визначити, чи відповідає вона запланованим показникам. Якщо так – запроваджувати її на функціональних рівнях та проводити постійний контроль за її виконанням для забезпечення найкращого результату. Для більш ефективної реалізації обраної стратегії необхідно розділити діяльність підприємства на основні та допоміжні процеси та найбільшу увагу приділити саме основній діяльності, поступово адаптуючи стратегію в маркетинговому, виробничому відділах та в сервісному обслуговуванні, що забезпечить повніший контроль за її реалізацією. Допоміжні процеси більш гнучкі, вони самі в процесі реалізації загальної стратегії будуть змінюватися згідно обраного напрямку. Якщо в процесі оцінки виявиться, що обрана стратегія не відповідає запланованим показникам, – зі списку конкурентних стратегій треба обрати найбільш прийнятну та оцінити її. Такий цикл допомагає вибрати найбільш оптимальний шлях розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Після впровадження обраної стратегії необхідно проводити постійний контроль за поточною ситуацією внутрішнього та зовнішнього середовища для забезпечення своєчасного реагування на будь-яку зміну з метою адаптації стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності до нових умов господарювання.

Таким чином, стратегічний аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства дозволяє удосконалити систему прийняття стратегічних та тактичних рішень, оптимізувати використання обмежених внутрішніх резервів розвитку підприємства щодо подальшого розвитку конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

### **Список використаних джерел:**

1. Рубан І. В. Обґрунтування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства на засадах збалансованої системи показників / Рубан І. В. [Електронний ресурс]: [http://www.rusnauka.com / 9\\_EISN\\_2007 / Economics / 21328.doc.htm](http://www.rusnauka.com/9_EISN_2007/Economics/21328.doc.htm)
2. Рижиков В.С. Проектний аналіз. Навчальний посібник рекомендовано МОН України / В.С. Рижиков – К: ЦУЛ, 2007. – 384с.
3. Пасічна О.Ю. Структурний підхід до формування зовнішньоекономічної стратегії держави в умовах глобалізації / О.Ю. Пасічна // Світове господарство і міжнародні економічні відносини. – 2009. – №3. – С.17-27.

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Будник Л. А.*