

УДК 330.341.1

М. А. Домаскіна,

к. е. н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики і математичного моделювання,
Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв

А. І. Станішевська,

магістр, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

M. Domaskina,

Ph.D. in Economics, docent of the department of economic cybernetics and mathematical modeling,

Mykolayiv national agrarian University, Mykolayiv

A. Stanishevs'ka,

Master, Mykolayiv national agrarian University, Mykolayiv

FORMATION OF THE STRATEGY OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

У статті розглядаються фактори, що впливають на експортну політику підприємства, і на основі їх аналізу схеми формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства

The paper discusses the factors influencing the export policies of the enterprise, and based on their analysis of a scheme for forming a strategy of foreign economic activity of the company.

Ключові слова: стратегія, зовнішньоекономічна діяльність, підприємство, стратегія.

Key words: strategy, foreign economic activity, enterprise, strategy.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасних умовах ведення господарства, які характеризуються високим рівнем розвитку міжнародних відносин, міжнародним поділом праці й тісним міждержавним торгово-економічним співробітництвом, реалізація оптимальної моделі функціонування українських машинобудівних підприємств неможлива без забезпечення їх інтеграції в міжнародний економічний простір. Однак процес виходу підприємства на зовнішній ринок є досить важким і тривалим і передбачає розв'язок ряду завдань, зокрема: зменшення видатків, формування раціональної ресурсної бази, підвищення конкурентоспроможності продукції, збільшення ринкової капіталізації підприємства, мінімізацію ризиків і одержання конкурентних переваг. Однак у сучасному мінливому середовищі однієї з найгостріших проблем, які стримують вихід підприємства на міжнародні ринки, є

відсутність достатнього обсягу фінансових ресурсів як ключового елемента забезпечення діяльності підприємства. Враховуючи це, виникає потреба розробки механізму фінансового забезпечення зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД), який дозволив би сформувати ефективну стратегію фінансування ЗЕД і створити передумови для розширення діяльності підприємства.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Концепція стратегічного розвитку підприємства є предметом пильної уваги зарубіжних та вітчизняних науковців і практиків. Теоретичні та практичні аспекти проблеми розробки стратегії знайшли відображення у наукових працях багатьох науковців, зокрема Р. Акоффа, О. Амоші, І. Ансоффа, Л. Довгань, В. Нємцова, А. Стрікленда, А. Томпсона, Е. Чандле-

ра, З. Шершньової, Р. Фатхутдінова та ін. Проте специфічні умови господарювання національних підприємств вимагають подальшого дослідження методичних аспектів процесу розробки корпоративної стратегії підприємства, як суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.

ЦІЛЬ СТАТТІ

Метою статті є дослідження процесу розробки зовнішньоекономічної стратегії підприємства як суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Зростання виробництва, недостатня місткість внутрішнього ринку стимулюють підприємства до ухвалення рішення щодо виходу на зовнішні ринки. Даний процес вимагає здійснення більш поглибленого аналізу перспектив і можливостей функціонування на світовому ринку, а також наявності необхідних для цього ресурсів.

При розробці стратегії ЗЕД необхідно забезпечувати максимальну відповідність цілей і конкретних методів їх реалізації. Що, у свою чергу, вимагає деталізованої розробки стратегії маркетингу, стратегії розвитку та забезпечення виробництва, фінансового плану підприємства, а також стратегії розвитку системи менеджменту.

Вибір стратегії здійснює керівництво підприємства на основі аналізу ключових факторів, що характеризують його стан і зовнішнє середовище, портфель продукції, а також характеру сутності реалізованих стратегій.

Є основні моменти, що дозволяють говорити про певні узагальнені принципи розробки стратегії діяльності підприємства. З ключових факторів, насамперед, досліджуються сильні сторони галузі та сильні сторони підприємства. Найчастіше вони є вирішальними при виборі стратегії.

Необхідно прагнути до максимального використання наявних можливостей. При цьому важливо вишукувати інші можливості — розвиток бізнесу в нових галузях, що мають потенційні можливості зростання.

Суттєво впливають на вибір стратегії фінансові можливості підприємства. Такі кроки в поведінці фірми, як вихід на нові ринки, розробка нового продукту або перехід у нову галузь, вимагають більших фінансових витрат. Тому фірми, що мають більші фінансові ресурси або, що володіють легким доступом до них, перебувають у набагато кращому положенні для вибору варіантів стратегії.

Кваліфікація працівників, так само як і фінансові ресурси, є сильним обмежувальним фактором при виборі стратегії підприємства. Поглиблення та розширення кваліфікаційного потенціалу працівників — найважливіша умова, що забезпечує можливість переходу до нових виробництв або якісного технологічного оновлення існуючого.

Великий вплив на вибір стратегії підприємства чинить рівень залежності від зовнішнього середовища. Існують такі ситуації, коли підприємство настільки залежить від постачальників або покупців її продукції, що не спроможне зробити вибір стратегії виходячи з можливостей більш повного використання свого потенціалу. У цьому випадку зовнішня залежність відіграє більш значну роль у виборі стратегії фірми, проти всіх інших факторів.

Сильна зовнішня залежність може бути зумовлена також правовим регулюванням поведінки підприємства, наприклад, антимонопольним законодавством, соціальними обмеженнями, впливом природного середовища, політичними факторами тощо.

Ще один ключовий фактор — інтереси керівництва підприємства. Обов'язково має братися до уваги часовий фактор. Справа в тому, що і можливості, і загрози для підприємства, і плановані зміни завжди обмежені в часі. При цьому важливо враховувати і календарний час, і тривалість інтервалів здійснення конкретних дій щодо реалізації стратегії.

Заключним етапом вибору стратегії є її оцінка. Зміст оцінки — дати відповідь на запитання, чи приведе обрана стратегія до досягнення поставлених цілей. Оцінка стратегії здійснюється за наступними напрямками:

- відповідність обраної стратегії стану і вимогам оточення. Перевіряється, наскільки стратегія узгоджена з вимогами основних суб'єктів оточення, наскільки враховані фактори динаміки ринку та життєвого циклу продукту, чи сприятиме реалізація стратегії появі нових конкурентних переваг;

- відповідність обраної стратегії потенціалу і можливостям підприємства. У цьому випадку оцінюється, наскільки обрана стратегія відповідає можливостям персоналу, фінансовим ресурсам підприємства, чи дозволяє існуюча структура підприємства успішно реалізувати стратегію, чи вивірена програма реалізації в часі;

- прийнятність ризику, закладена в стратегії. Оцінка виправданості ризику переві-

ряється за трьома напрямками: реалістичність передумов, що становлять основу вибору стратегії; негативні наслідки для фірми, до яких може призвести провал стратегії; виправданість (при можливому позитивному результаті) ризику втрат від провалу в реалізації стратегії.

Результатом впровадження стратегії управління ЗЕД на аграрному підприємстві має стати підвищення конкурентоспроможності. Конкурентоспроможний товар — це товар, що має високу цінність для споживача. Конкурентоспроможність товару залежить як від його споживчих властивостей, включаючи послуги і ціни. Чим вище споживчі властивості товару, тем реальніше можливість його реалізації. Для оцінки конкурентоспроможності підприємства необхідно провести діагностику стану конкуренції на ринку і визначити тип структури конкурентного середовища. Умови функціонування господарюючого суб'єкта і його конкурентоспроможність визначаються минулими, теперішніми і майбутніми (очікуваними) станом елементів конкурентного середовища і зовнішнього середовища макро- і мікрорівнів.

ВИСНОВКИ

Отже, розробка стратегії підприємства як суб'єкта ЗЕД — складний і творчий процес, який не можна втиснути в рамки готових шаблонів, наборів, рекомендацій. Проте окремі методичні аспекти залишаються аксіомою, яка потребує постійного перегляду та адаптації до вимог зовнішнього середовища. Вектором розвитку підприємства є зовнішньоекономічна стратегія, яка розглядається як найважливіший інструмент підвищення фінансової ефективності діяльності підприємства та однією зі складових його стійкого розвитку. Лише зважені рішення на основі ефективного методичного інструментарію щодо розробки стратегії дозволять підприємству домогтися лідерства не лише на внутрішньому, але і на зовнішньому ринках.

Література:

1. Chandler A.D. Jr. Strategy and structure: Chapters in the history of American enterprise / Chandler A.D. Jr. — Cambridge: Mass., MIT Press, 1962. — 465 p.
2. Selznik P. Leadership in administration: A sociological interpretation / Selznik P. — New York: Harper & Row, 1957. — 162 p.
3. Andrews K.R. The concept of corporate strategy / Andrews K.R. — Homewood, 1971. — 245 p.

4. Ансофф И. Стратегическое управление [Текст]: пер. с англ. / И. Ансофф. — М.: Экономика, 2005. — 306 с.

5. Porter M.E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors / M.E. Porter. — N. Y.: The Free Press, 1980. — 347 p.

6. Collis D. J. Competing on resourcing: Strategy for the 90s / D. J. Collis, C.A. Montgomery / Harvard Business Review. — 1995. — July-Aug. — P. 118—128.

7. Peteraf M.A. The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View / M.A. Peteraf // Strategic Management Journal. — 1993. — Vol. 14, No. 3. — P. 179—191.

8. Prahalad C.K. The core competence of the corporation / C.K. Prahalad, G. Hamel // Harvard Business Review. — 1990. — Vol. 68, No. 3. — P. 79—91.

9. Rumelt R.P. How much does industry matter? // R.P. Rumelt // Strategic Management Journal. — 1991. — Vol. 12, No. 3. — P. 167—185.

10. Teece D. Dynamic Capabilities and Strategic Management / D. Teece, G. Pisano, A. Shuen // Strategic Management Journal. — 1997. — Vol. 18, No. 7 — P. 509—533.

11. Економічний словник-довідник / [за ред. С.В. Мочерного]. — К.: Феміна, 1995. — 549 с.

12. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебное издание / О.С. Виханский. — М.: Гардарики, 1999. — 296 с.

13. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: монографія // А.П. Наливайко. — К.: КНЕУ, 2001. — 227 с.

14. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: навч. посіб. // З.Є. Шершньова, С.В. Оборська. — К.: КНЕУ, 1999. — 384 с.

15. Могилова А.Ю. Концептуальні підходи до визначення стратегії підприємства / А.Ю. Могилова // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки: Вип. 30. — Черкаси: ЧДТУ, 2012. — Ч. 1. — 265 с.

16. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" № 959-ХІІ від 16 квітня 1991 р. / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=959-12>

17. Господарський Кодекс України № 436-ІV від 16 січня 2003 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=436-1>

18. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: підруч. / В.Є. Новицький. — К.: КНЕУ, 2003. — 948 с.

19. Покровская В.В. Международные коммерческие операции и их регламентация. Внешнеторговый практикум. — М.: Инфра-М, 1996. — 346 с.

20. Соркин С.Л. Эффективность внешнеэкономической деятельности: понятие, измерение и оценка: [монография] / С.Л. Соркин. — Гродно: ГрГУ, 2011. — 130 с.

21. Дегтярова О.И. Внешнеэкономическая деятельность: [учеб. пособие] / О.И. Дегтярова, Т.Н. Полякова, С.В. Соркин. — М.: "Дело", 2006. — 424 с.

22. Ростовский Ю.М. Внешнеэкономическая деятельность: [учебник] / Ю.М. Ростовский, В.Ю. Гречков. — [2-е изд. с изм.]. — М.: "Экономист", 2006. — 589 с.

23. Шталь Т.В. Наукові підходи до визначення поняття зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Т.В. Шталь, Ж.С. Зосимова // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова, 2013. — Т. 18, Вип. 1/1. — С. 134—136.

24. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. / М.І. Дідківський. — К.: Знання, 2006. — 462 с.

References:

1. Chandler, A.D. Jr. (1962), "Strategy and structure: Chapters in the history of American enterprise", Cambridge, UK.

2. Selznik, P. (1957), "Leadership in administration: A sociological interpretation" New York, USA.

3. Andrews, K.R. (1971), "The concept of corporate strategy" Homewood.

4. Ansoff Y. (2005) Stratehicheskoe upravlenye [Strategic Management] Ekonomika.

5. Porter, M.E. (1980), "Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors" N. Y., USA.

6. Collis, D. J. (1995), "Competing on resourcing: Strategy for the 90s" Harvard Business Review. July-Aug. pp. 118—128.

7. Peteraf, M.A. (1993), "The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View", vol. 14, pp. 179—191.

8. Prahalad, C.K. (1990), "The core competence of the corporation" Harvard Business Review, vol. 68, pp. 79—91.

9. Rumelt, R.P. (1991), "How much does industry matter?" Vol. 12, pp. 167 — 185.

10. Teece, D. (1997), "Dynamic Capabilities and Strategic Management", vol. 18, pp. 509—533.

11. Ekonomichnyj slovnyk-dovidnyk (1995), [za red. S.V. Mochernoho]. — К.: Femina. — 549 с.

12. Vykhanskyj, O.S. (1999), Stratehicheskoe upravlenye: uchebnoe yzdanje [Strategic Management: A Training posibie].

13. Nalyvajko, A.P. (2001), Teoriia stratehii pidpryemstva. Suchasnyj stan ta napriamky rozvytku: monohrafiia [The theory of business strategy. Current state and trends of development] KNEU, Kyiv, Ukraine.

14. Shershn'ova, Z. Ye. and S.V. Obors'ka, (1999), Stratehichne upravlinnia [Strategic Management], KNEU, Kyiv, Ukraine.

15. Mohylova, A.Yu. (2012), "Kontseptual'ni pidkhody do vyznachennia stratehii pidpryemstva" Zbirnyk naukovykh prats' Cherkas'koho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. vol. 30, pp 143—145.

16. The Verkhovna Rada of Ukraine (1991), The Law of Ukraine "On Foreign Economic Activity", available at: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=959-12> (Accessed 16 April 1991).

17. The Verkhovna Rada of Ukraine (2003), Commercial Code of Ukraine available at: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=436-1> (Accessed 16 January 2003).

18. Novyts'kyj, V.Ye. (2003), Mizhnarodna ekonomichna diial'nist' Ukrainy [International economic activity of Ukraine] KNEU, Kyiv, Ukraine.

19. Pokrovskaja, V.V. (1996), Mezhdunarodnye kommercheskiye operatsyy y ykh rehlementatsiya. Vneshnetorhovyj praktykum. [International commercial transactions and their regulation. Foreign trade workshop] Ynfra-M, Moscow, Russia.

20. Sorkyn, S.L. (2011), Effektyvnost' vneshneekonomicheskoy deiatel'nosti: poniatye, yzmerenye y otsenka [The effectiveness of foreign economic activity: concept, measurement and evaluation] Hrodno, Belarus.

21. Dehtiarova, O.Y. Poliakova, T.N. and Sorkysov, S.V. (2006), Vneshneekonomicheskaja deiatel'nost': [Foreign trade] "Delo", Moscow, Russia.

22. Rostovskyj, Yu.M. and Hrechkov, V.Yu. (2006), Vneshneekonomicheskaja deiatel'nost' [Foreign trade] 2nd ed Ekonomyst', Moscow, Russia.

23. Shtal', T.V. and Zosymova, Zh.S. (2013), "Scientific approaches to the definition of International Business" Visnyk ONU imeni I.I. Mechnykova, vol. 18., pp. 134—136

24. Didkivs'kyj, M.I. (2006), Zovnishn'oekonomichna diial'nist' pidpryemstva [Foreign trade enterprises], Znannia, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 15.09.2015 р.