

**Піддубна Л. І.**

*доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри міжнародної економіки та менеджменту  
зовнішньоекономічної діяльності  
Харківського національного економічного  
університету імені Семена Кузнеця*

**Горобинська М. В.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту  
зовнішньоекономічної діяльності  
Харківського національного економічного  
університету імені Семена Кузнеця*

**Piddubna Liudmyla**

*Doctor of Economics, Professor,  
Professor of Department of Economic Consulting,  
Kharkiv National University of Economics,  
named after S. Kuznets, Ukraine;*

**Gorobynskaya Marianna**

*Ph. D. in Economics, Associate Professor,  
Associate Professor of Department of Economic Consulting,  
Kharkiv National University of Economics,  
named after S. Kuznets, Ukraine*

## ОЦІНЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**Анотація.** У статті визначено, що процес оцінювання міжнародної економічної діяльності складається з трьох етапів. На першому етапі під час оцінювання міжнародної економічної діяльності підприємства відбувається збір та обробка вихідної інформації за аналізований період. На другому етапі обґрунтовано склад показників міжнародної економічної діяльності підприємства, виконано їх адаптацію до інтегрального показника та розраховано сам показник. На третьому етапі за результатами інтегральної оцінки міжнародної економічної діяльності підприємства прийнято рішення до вибору збутового сегменту продукції (товарів, робіт, послуг) параметри та ступінь готовності продукції (товарів, робіт, послуг) та підприємства до міжнародного ринку. У статті запропоновано методичний підхід до аналізу міжнародної економічної діяльності підприємства, який відрізняється від сучасних порівнянням ефективності збутових сегментів за показниками фінансового стану. Це дозволить всебічно оцінити міжнародну економічну діяльність підприємства, визначити її слабкі сторони та відшукати шляхи її поліпшення.

**Ключові слова:** міжнародна економічна діяльність, міжнародний ринок, фінансовий стан, собівартість продукції (товарів, робіт, послуг), збутові сегменти, параметри готовності, ступінь готовності, стратегія.

**Вступ та постановка проблеми.** Особливістю сучасного стану національної економіки є розвиток економічних зв'язків між суб'єктами господарювання та представниками країн світу. За умов поширення глобалізаційних процесів та інтеграції національних економік перед підприємствами дуже гостро постає питання щодо консолідації в міжнародний економічний простір. За таких умов головним напрямом господарської діяльності підприємства є його міжнародна економічна діяльність.

Міжнародна економічна діяльність підприємства є наслідком розвитку міжнародних економічних зв'язків, валютно-фінансових та кредитних відносин держави з іншими країнами для раціонального використання переваг міжнародного розподілу праці, міжнародних економічних відносин для вирішення народногосподарських та зовнішньополітичних завдань.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Вагомий внесок у теорію міжнародної економічної діяльності підприємства зробили науковці-економісти: І.С. Горобчук [2], А.В. Квітка [1], О.О. Книшек [3], О.В. Коваленко [5], Е.О. Ковтун [4], В.М. Маховка [7], Н.П. Перегончук, Gumusluoglu L. [9], Kach A. [10], Moreno-Benito M. A. [11], Ulonska S. [12], Walczyk A. [13].

Незважаючи на досягнення в теорії міжнародної економічної діяльності підприємства, є низка проблем, які залишаються предметом дискусій та обговорень науковців-економістів. Так, у економічній літературі не існує єдиного методичного підходу до оцінювання міжнародної економічної діяльності підприємства.

**Метою** статі є розвиток методичного підходу до оцінювання міжнародної економічної діяльності підприємства з урахуванням його фінансового стану.

**Результати дослідження.** А.В. Квітка, Д.В. Корнева [1] пропонують оцінювати міжнародну економічну діяльність підприємства шляхом стандартизації показників методами ділення фактичних показників на стандартне значення, коригуючи результат на вагу (значущість) фінансового коефіцієнта.

В.М. Маховка, В.О. Зуйков, А.О. Очнев [7] під час оцінювання міжнародної економічної діяльності підприємства ділять сукупність показників фінансового стану на нормативні та тенденційні та використовують бальний метод, сутність якого полягає у визначенні кожного показника певної кількості балів відповідно до його фактичного значення за спеціально розробленою шкалою оцінювання.

Н.П. Перегончук запропонував методичний підхід до оцінювання міжнародної економічної діяльності підприємства на основі порівняння показників рентабельності активів, фінансових результатів, ефективності використання власного капіталу, ліквідності та платоспроможності з умовним еталоном, який має найкращі конкурентні показники. Однак застосування даного наукового підходу є некоректним у разі присутності показників, що мають від'ємні значення.

Kach A., Azadegan A., Wagner S.M. [10] пропонують використовувати різні методичні підходи до оцінювати міжнародної економічної діяльності підприємства, які базуються на інтегральній її оцінці. Інтегральний показник внутрішньої оцінки ефективності розраховується з використанням бази порівняння за минулі періоди або з використанням нормативних значень, встановлених шляхом експертної оцінки. Інтегральний показник зовнішньої оцінки ефективності розраховується з використанням галузевих або ринкових значень показників і відношенням бази для порівняння. Загальний інтегральний показник ефективності об'єднує чинники внутрішнього та зовнішнього впливу. Для розрахунку інтегральних показників ефективності використовують декілька способів оцінки (фінансово-економічна, техніко-економічна, екологічна, соціально-економічна).

В науковій праці Walczyk A. [13] запропоновано методичний підхід до оцінювання міжнародної економічної діяльності підприємства із використанням методу відстаней. Це дозволяє отримати об'єктивну оцінку і сприяє

раціональному вибору стратегічних альтернатив міжнародної економічної діяльності підприємства.

З урахуванням вище викладеного, на першому етапі при оцінювання міжнародної економічної діяльності підприємства відбувається збір та обробка вихідної інформації за аналізований період. Для формування вихідних даних до оцінювання міжнародної економічної діяльності підприємства пропонуємо розподілити витрати, які включені до загальної собівартості продукції (товарів, робіт, послуг) на: витрати, які виникають при реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) на внутрішньому ринку країни; витрати, пов'язані з реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг) на експорт.

На другому етапі обґрунтовується склад показників міжнародної економічної діяльності підприємства, їх адаптація до визначення інтегрального показника та безпосередньо сам розрахунок.

У табл. 1 наведено результати апробації запропонованого методичного підходу до оцінювання міжнародної економічної діяльності на прикладі ТОВ ЕРАМ.

На наш погляд, для оцінювання міжнародної економічної діяльності підприємства доцільно використовувати не тільки показники ефективності використання власного капіталу, рентабельності продукції (товарів, робіт, послуг), інтенсивності використання активів. Також варто врахувати показники, що впливають на ділову активність та платоспроможність підприємства, його здатність до самофінансування (табл. 2).

За еталон показника фінансового стану підприємства прийнято максимальне його значення ( $a_i$ ) [11]:

Таблиця 1

**Розрахунок потенційного чистого прибутку ТОВ ЕРАМ за умови, що продукція (товари, роботи, послуги) реалізуються тільки в одному сегменті, тис. грн.**

Стаття	Внутрішній ринок	Експорт
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	7501302	9078787
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	5805323	5805323
Валовий прибуток	1695979	3273464
Інші операційні доходи	5257903	6363615
Адміністративні витрати	135672	164209
Витрати на збут	92001	373842
Інші операційні витрати	5945861	7196243
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	780348	1902784
Дохід від участі в капіталі	58	71
Інші доходи	65851	79694
Фінансові витрати	35659	43159
Інші витрати	359797	435464
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	450799	1503927
Витрати (дохід) з податку на прибуток	253748	846539
Чистий фінансовий результат: прибуток	197050	657387

Джерело: розроблено на основі даних фінансової звітності та офіційного веб-ресурсу ТОВ ЕРАМ [8]

Таблиця 2

**Потенційні показники фінансового стану ТОВ ЕРАМ**

Показник	Збутовий сегмент	
	Внутрішній ринок	Експорт
Рентабельність власного капіталу	0,261	0,869
Рентабельність активів	0,015	0,050
Рентабельність продукції	0,026	0,072
Коефіцієнт оборотності активів	0,571	0,691
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	4,050	4,901
Ступінь фінансового важеля	1,731	1,265
Коефіцієнт самофінансування	0,510	1,025

Джерело: розроблено на основі даних фінансової звітності та офіційного веб-ресурсу ТОВ ЕРАМ [8]

$$a_i = \max a_{ib}, \quad (1)$$

де  $a_{ib}$  – показник фінансового стану підприємства;  
 $i$  – номер показника;  
 $b$  – номер сегменту.

Спочатку обчислюється ступінь відхилення ( $P_{ib}$ ) показників фінансового стану кожного сегменту від відповідного еталонного значення. Наступним кроком є розрахунок інтегрального показника міжнародної економічної діяльності ( $IA_b$ ) як середнього відносного відхилення усіх показників фінансового стану підприємства [9]:

$$IA_b = \frac{1}{n} * \sum_{i=1}^n P_{ib}, \quad (2)$$

де  $n$  – кількість показників.

Чим вище значення показника  $IA_b$ , тим ефективніша діяльність підприємства в межах вибраного сегменту [10]. Максимальне значення  $IA_b$  дорівнює 1.

На третьому етапі, за результатами інтегральної оцінки міжнародної економічної діяльності підприємства приймається рішення до вибору збутового сегменту продукції (товарів, робіт, послуг).

В табл. 3 наведено результати розрахунку інтегрального показника міжнародної економічної діяльності ТОВ ЕРАМ.

За допомогою інтегральної оцінки міжнародної економічної діяльності підприємства порівняно ефективність збутових сегментів за показниками фінансового стану. Це дозволило встановити, що на ТОВ ЕРАМ виробництво продукції (товарів, робіт, послуг) на міжнародному ринку є ефективнішим порівняно із її реалізацією на внутрішньому, тобто на 39%. Такі результати пояснюються більш високою віддачею капіталу при експорті продукції (товарів, робіт, послуг) за рахунок більшої їхньої рентабельності, а також більшої інтенсивності використання активів.

### Інтегрована оцінка міжнародної економічної діяльності ТОВ ЕРАМ

Показник	Сегмент	
	Внутрішній ринок ( $b_1$ )	Експорт ( $b_2$ )
Інтегральна оцінка міжнародної економічної діяльності, ( $IA_b$ )	0,59	0,96
Відносний показник інтегральної оцінки міжнародної економічної діяльності, %	100	162,7
Джерело: розроблено на основі даних фінансової звітності та офіційного веб-ресурсу ТОВ ЕРАМ [8]		

Для отримання найбільшого економічного ефекту від міжнародної економічної діяльності ТОВ ЕРАМ необхідно реалізувати таку продукцію (товари, роботи, послуги) на експорт, які дозволили би одержати максимальну валютну виручку на одиницю витрат, та ввозити ту продукцію (товари, роботи, послуги) на експорт, власне надання яких пов'язано із меншими витратами на одиницю вкладених валютних коштів.

З урахуванням вищевикладеного, на четвертому етапі за результатами експортного опитування менеджерів визначаються параметри та ступень готовності продукції (товарів, робіт, послуг) та безпосередньо самого підприємства до міжнародного ринку. В табл. 4 представлено результати визначення параметрів та ступеню готовності

Таблиця 4

### Параметри та ступень готовності продукції (товарів, робіт, послуг) та підприємства до міжнародного ринку

Продукція (товари, роботи, послуги) до міжнародного ринку		Підприємство до міжнародного ринку	
Параметр готовності	Ступінь готовності	Параметр готовності	Ступінь готовності
Внутрішні продажі продукції зросли за останні 3 роки	+	Рівень присутності у галузі на внутрішньому ринку	+
Поточна частка продукції на внутрішньому ринку	+	Рівень покриття ваших поточних продажів на внутрішньому ринку	+
Продукція є конкурентною за ціною на внутрішньому ринку	+	Рівень продаж та розподілу продукції на внутрішньому ринку	+
Умови платежу покупцям з доброю репутацією	+	Дослідження ринку та планування внутрішніх операцій	+
Продукцію можна вигідно порівняти з внутрішніми конкурентами по характеристиках та вигодах	+	Ступень реклами та просування продукції на внутрішньому ринку	+
	+	Рівень кваліфікації менеджерів у експортному маркетингу чи продажах	+
Продукцію та/або упаковку можна адаптувати для кращого задоволення потреб іноземних ринків	+	Компанія отримувало випадкові запити від іноземних компаній	+
	+	Можливість швидко виконати довільне експортне замовлення з наявних запасів або інших джерел	+
Величина витрат щодо транспортування на довгі відстані	+	Можливість здійснювати будь-якої нової або додаткової діяльності	+
	+	Поточний статус експортної діяльності	+
Наявність особливої підготовки для збору, інсталяції та використання продукції	+	Віра топ-менеджменту у перспективність експорту продукції: ситуаційна або стратегічна	+
	+	Величина фінансових ресурсів щодо витрачання на експортну діяльність	+
	+	Готовність менеджменту чекати, щоб досягти прийнятних експортних результатів	+

Джерело: розроблено за результатами експортного опитування менеджерів ТОВ "ЕРАМ"

продукції (товарів, робіт, послуг) та ТОВ “ЕРАМ” до міжнародного ринку.

Важливим кроком під час виходу підприємства на міжнародний ринок є пошук і перевірка контрагентів.

Першим кроком до пошуку контрагентів підприємства має стати «підготовка себе до його перевірки», закладання передумов до успіху у зусиллях. Це робота над онлайн- та офлайн-іміджем, оцінювання внутрішнього стану діяльності підприємства.

Для цілей збуту продукції (товарів, робіт, послуг) підприємства на міжнародному ринку розрізняють два види вимог: обов'язкові та добровільні. Обов'язкові вимоги є безумовними і зазвичай закріплені у нормативних актах. Це необхідність нанесення знаку відповідності продукції (товарів, робіт, послуг) підприємства на визначені категорії перед її виведенням на міжнародний ринок. Виконання обов'язкових вимог підприємства дає змогу легально завезти продукцію (товари, роботи, послуги) на митну територію. З іншого боку, легальне ввезення продукції (товарів, послуг) підприємства на міжнародний ринок саме по собі не може гарантувати її збуту. Такі міркування свідчать про те, що первинним джерелом вимог до продукції (товарів, робіт, послуг) підприємства є потенційний покупець.

**Висновки.** У статті запропоновано методичний підхід до аналізу міжнародної економічної діяльності підприємства, який відрізняється від сучасних порівнянням ефективності збутових сегментів за показниками фінансового стану. Виконано його апробацію на прикладі ТОВ ЕРАМ. Це дозволило встановити, що на ТОВ ЕРАМ реалізація продукції (товарів, робіт, послуг) на міжнародному ринку є ефективнішою порівняно із внутрішнім на 39%. Такі результати пояснюються більш високою віддачею капіталу під час експорту послуг за рахунок більшої їхньої рентабельності, а також більшої інтенсивності використання активів.

Для виходу та ефективного функціонування підприємства на міжнародних ринках важливу роль відіграє стратегія міжнародної економічної діяльності, яка обов'язково має узгоджуватися із загальною стратегією розвитку. Маючи конкретну стратегію міжнародної економічної діяльності, підприємство може визначитися з основними видами дій щодо виходу на міжнародні ринки, досягнути конкурентоспроможності та закріпити свої позиції. Тому предметом подальшого дослідження авторів цієї статті є розроблення наукового підходу до формування стратегії міжнародної економічної діяльності підприємства.

#### Список використаних джерел:

1. Горобчук І.С. Аналіз підходів до визначення поняття «інтеграційна стратегія підприємства». *Молодий вчений*. 2015. № 10(1). С. 110–114. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2015\\_10\(1\)\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_10(1)_27) (дата звернення: 12.12.2019).
2. Квітка А.В., Корнева Д.В. (2018). Стратегія виводу продукції підприємства на ринки Європейського союзу. *Соціальна економіка*. Вип. 56. С. 137–150. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/se\\_2018\\_56\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/se_2018_56_16) (дата звернення: 28.11.2019).
3. Книшек О.О., Тарасенко Ю.О. Фінансовий аналіз діяльності підприємства в умовах економічної нестабільності. *Економічний простір*. 2018. № 139. С. 171–181. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros\\_2018\\_139\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2018_139_16) (дата звернення: 11.12.2019).
4. Коваленко О.В. Стратегія діяльності підприємства як генеральна програма розвитку. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2016. Вип. 1. С. 43–46.
5. Ковтун Е.О., Бондар І.О., Гуменюк А.А. Особливості розробки маркетингової стратегії для здійснення оптимізації зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 6(1). С. 169–171. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg\\_2016\\_6\(1\)\\_42](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_6(1)_42) (дата звернення: 15.12.2019).
6. Маховка В.М., Зуйков В.О., Очнев А.О. (2016). Фінансова стратегія в контексті побудови конкурентної стратегії підприємства в умовах сучасного ринку. *Економіка і регіон*, № 3, с. 127–131.
7. Перегончук Н.П. Стратегія управління персоналом суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності. *Економіка. Фінанси. Право*. 2017. № 3(1). С. 44–49. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr\\_2017\\_3\(1\)\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr_2017_3(1)_11) (дата звернення: 20.11.2019).
8. (2019). ЕРАМ: офіційний веб-ресурс. URL: <https://www.epam-group.ru/about/who-we-are/leadership> (дата звернення: 27.12.2019).
9. Gumusluoglu L., Acur N. Fit Among Business Strategy, Strategy Formally, and Dynamic Capability Development in New Product Development. *European Management Review*. 2016. Vol. 13. Issue 2. С. 107–123.
10. Kach A., Azadegan A., Wagner S.M. The influence of different knowledge workers on innovation strategy and product development performance in small and medium-sized enterprises. *International Journal of Production Research*. 2015. Vol. 53. Issue 8. С. 2489–2505.
11. Moreno-Benito M. A., Frankl K., Espuca A., Marquardt W. Modeling strategy for integrated batch process development based on mixed-logic dynamic optimization. *Computers and Chemical Engineering*. 2016. № 94. P. 287–311.
12. Ulonska S., Welo T. On the use of product portfolio and variant maps as visualization tools to support platform-based development strategies. *Concurrent Engineering: Research & Applications*. 2016. Vol. 24. Issue 3. P. 211–226.
13. Walczyk A. Formulation of the cluster development strategy – selected aspects. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*. 2016. Issue 439. P. 344–361.

#### References:

1. Gorobchuk I.S. (2015). Analysis of approaches to determine the “enterprise integration strategy” concept. *Young scientist*, # 10(1), pp. 110–114. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2015\\_10\(1\)\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_10(1)_27) (accessed: 12.12.2019).
2. Kvitka A.V., Korneyeva D.V. (2018). The strategy of enterprise output on markets of the European Union. *Social Economy*, # 56, pp. 137–150. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/se\\_2018\\_56\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/se_2018_56_16) (accessed: 28.11.2019).
3. Kny'shek O.O., Tarasenko Yu.O. (2018). Financial analysis of the enterprise in the conditions of economic instability. *Economic space*, # 139, pp. 171–181. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros\\_2018\\_139\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2018_139_16) (accessed: 11.12.2019).
4. Kovalenko O.V. (2016). The enterprise strategy as general development program. *Problems of systematic approach in economy*, # 1, pp. 43–46.
5. Kovtun E.O., Bondar I.O., Gumenyuk A.A. (2016). Features on marketing strategy development for optimization enterprise international economic activity. *Scientific Bulletin of Uzhgorod National University. Series: International Economic Relations and World*, # 6(1), pp. 169–171. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg\\_2016\\_6\(1\)\\_42](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_6(1)_42) (дата звернення: 15.12.2019).

6. Maxovka V.M., Zujkov V.O., Ochnyev A.O. (2016). Financial strategy for building competitive enterprise strategy in modern market. *Economy and region*, # 3, pp. 127–131.
7. Peregonchuk N.P. (2017). Strategy on personnel management of enterprise of international economic activity. *Economy. Finances. Law*, # 3(1), pp. 44–49. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr\\_2017\\_3\(1\)\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr_2017_3(1)_11) (accessed: 20.11.2019).
8. (2019). EPAM: *official Web-recourse*. Available at: <https://www.epam-group.ru/about/who-we-are/leadership> (accessed: 27.12.2019).
9. Gumusluoglu L., Acur N. (2016). Fit Among Business Strategy, Strategy Formally, and Dynamic Capability Development in New Product Development. *European Management Review*. Vol. 13, Issue 2, pp. 107–123.
10. Kach A., Azadegan A., Wagner S.M. (2015). The influence of different knowledge workers on innovation strategy and product development performance in small and medium-sized enterprises. *International Journal of Production Research*. Vol. 53, Issue 8, pp. 2489–2505.
11. Moreno-Benito M.A., Frankl K., Espuca A., Marquardt W. (2016). Modeling strategy for integrated batch process development based on mixed-logic dynamic optimization. *Computers and Chemical Engineering*, # 94, pp. 287–311.
12. Ulonska S., Welo T. (2016). On the use of product portfolio and variant maps as visualization tools to support platform-based development strategies. *Concurrent Engineering: Research & Applications*. Vol. 24, Issue 3, pp. 211–226.
13. Walczyk A. (2016). Formulation of the cluster development strategy – selected aspects. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, Issue 439, pp. 344–361.

### ОЦЕНИВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Аннотация.** В статье определено, что процесс оценивания международной экономической деятельности предприятия состоит из трех этапов. На первом этапе при оценивании международной экономической деятельности предприятия происходит сбор и обработка исходной информации за анализируемый период. На втором этапе обосновывается состав показателей международной экономической деятельности предприятия, выполняется их адаптация к интегральному показателю и рассчитывается сам показатель. На третьем этапе по результатам интегральной оценки международной экономической деятельности предприятия принимается решение о выборе сбытового сегмента продукции (товаров, работ, услуг), устанавливаются параметры и степень готовности продукции (товаров, работ, услуг) и предприятия к международному рынку. В статье предложен методический подход к анализу международной экономической деятельности предприятия, который отличается от современных сравнением эффективности сбытовых сегментов по показателям финансового состояния. Это позволит всесторонне оценить международную экономическую деятельность предприятия, определить ее слабые стороны и отыскать пути ее улучшения.

**Ключевые слова:** международная экономическая деятельность, международный рынок, финансовое состояние, себестоимость продукции (товаров, работ, услуг), сбытовые сегменты, параметры готовности, ступени готовности, стратегия.

### FOR ESTIMATION INTERNATIONAL ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISE

**Summary.** The enterprise international economic activity is a consequence of international economic relations development, monetary and financial relations of state with other countries for rational using benefits of labor international division, international economic relations for solving national and overseas policy problems. There is determined in the article, the process for estimation international economic activity of enterprise consists from three stages. Collection and processing of analyzed period of output information were taken place in the first stage for estimation of enterprise international economic activity. There are proposed to allocate costs included in cost of products (goods, works, services) on two groups: costs arisen from sale of products (goods, works, services) in international market; costs associated with sale of products (goods, works, services) for export. It is necessary for formation output information for estimation enterprise international economic activity. There were substantiated the composition of indicators of enterprise international economic activity, was adapted them to integral indicator and was calculated its. In the third stage according to the results of integrated estimation of international economic activity of enterprise, the decision was made to select the sales segment of products (goods, works, services). The parameters and level of products readiness (goods, works, services) and enterprise to international market have been determined. The methodical approach to estimate international economic activity of enterprise has been proposed in the article. Its feature from the modern approaches is consisted in comparison of efficiency of sales segments by financial condition indicators. There will allow comprehensive estimation international economic activity of enterprise, identify its weaknesses and find ways to improve it. The main positions and conclusions of the research can be used in practical activity of enterprises, which are different in organizational and legal forms, ownership forms. They are useful for formation the strategy of international economic activity of enterprise. The strategy of international economic activity can determine the main types of actions to enter international markets, to achieve competitiveness and to consolidate financial stability.

**Key words:** international economic activity, international market, financial condition, cost of production (goods, works, services), sales segments, readiness parameters, readiness levels, strategy.