

**Електронний додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**

**«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей

15–16 листопада 2018 року
м. Харків, Україна

Харків
2018

Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного економічного університету імені Семена Кузнеця
(протокол № 2 від 17.10.2018 р.), вченої ради Науково-дослідного центру
індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 13 від 23.10.2018 р.)

Рецензенти: **Криворучко Оксана Миколаївна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного економічного автомобільно-дорожнього університету;
Назарова Галина Валентинівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри управління персоналом та соціальних наук Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця;
Перерва Петро Григорович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри організації виробництва та управління персоналом Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики :
Тези доповідей : ФОП Лібуркіна Л. М., 2018. Укр. мова, рос. мова, англ. мова

Наведено результати наукових досліджень учасників, проведених у рамках тринадцятої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики», присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману. Розглянуто питання теоретичних і прикладних засад формування та активізації інноваційних процесів на всіх економічних рівнях відносин в Україні, забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання щодо глобалізаційних соціально-економічних процесів. Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції на електронному носії.

Видання може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, для формування практичних рекомендацій та управлінських рішень з підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку економіки. Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, науковим, освітнім і громадським організаціям, науковцям, аспірантам і студентам економічних спеціальностей.

УДК 005.211:339.9

ФОРМАЛІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ВИБОРУ СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬТЕРНАТИВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Полякова Я. О., к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, e-mail: polyan@ukr.net;

Копендаха А. О., магістрант 2 року навчання факультету міжнародних економічних відносин Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, e-mail: kopendashka18@gmail.com

Сучасне бізнес-середовище зовнішньоекономічної діяльності підприємства характеризується підвищенням складності бізнес процесів у зв'язку із розповсюдженням тенденцій глобалізації та інтеграції економічних систем, подальшою індивідуалізацією процесу прийняття управлінських рішень, динамічного оновлення інформаційних технологій зовнішньоекономічної діяльності, ускладненням поведінки закордонних споживачів, що вимагає розробки нових методичних підходів щодо формування системи стратегічного управління на зовнішньому ринку. Дослідженням стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства займалося чимало вчених, як іноземних, так і вітчизняних, серед них: А. Чандлер [1], який разом із Д. Куїнном [2] та У. Глюком [3], основним процесом у виборі і розробці стратегії визначав раціональне планування. Г. Мінцберг [4] досліджував стратегічну поведінку великих корпорацій на конкурентних ринках. І. Ансофф [5], вперше використовуючи концепцію стратегічного управління ЗЕД підприємства, сформулював парадигму стратегічного успіху. Полякова Я. О., Баскович Д. В. розробили критерії вибору стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства [6]. Однак недостатньо дослідженою є сфера формалізації результатуючих показників у процесі вибору стратегічних альтернатив підприємства. Тому метою цього дослідження є формування

системи кількісних показників, що дозволяють формалізувати фінальну стадію процесу вибору стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства із переліку наявних альтернатив.

Вибір стратегічних альтернатив у зовнішньоекономічній діяльності підприємства є однією із найважливіших проблем методичного забезпечення діяльності кожного суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності. Ефективне вирішення цієї проблеми полягає у формуванні системи оцінюючих показників, які виступають як маркери під час реалізації стадії вибору стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Систематизацію тенденцій розвитку методичного забезпечення процесу вибору зовнішньоекономічних стратегічних альтернатив наведено на рис. 1.

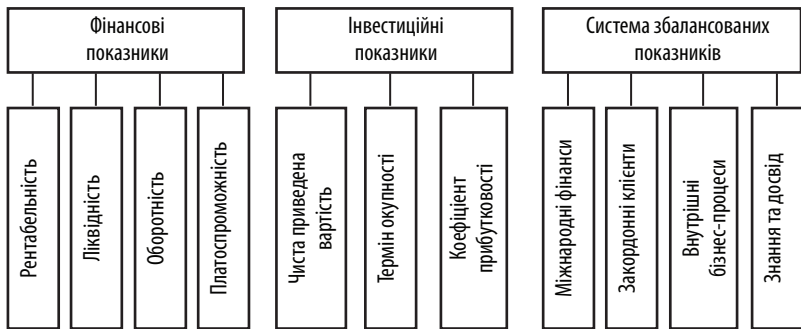


Рис. 1. Систематизація тенденцій розвитку методичного забезпечення процесу оцінки стратегічних альтернатив підприємства

Як видно з рис. 1, на початку ХХ ст. вибір стратегічних альтернатив здійснювався на основі фінансових показників. Суб'єктом ЗЕД визначалось декілька стратегічних альтернатив подальшого розвитку підприємства на зовнішньому ринку, із переліку яких проводився вибір однієї зовнішньоекономічної стратегії на основі відповідності критеріям рентабельності, ліквідності, оборотності та платоспроможності. Однак використання фінансових критеріїв не дозволяло врахувати ризики зміни умов функціону-

вання бізнесу у довгостроковій перспективі. Згодом (1970–1990 рр.) у більшості методик із вибору стратегії зовнішньоекономічної діяльності фінансові показники було змінено на інвестиційні показники, які оцінювали співвідношення вихідних і вхідних грошових потоків із урахуванням коефіцієнта дисконтування. Деякий час така оцінка була прийнятною для менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, але сучасна модель бізнес-діяльності підприємства на зовнішньому ринку вимагає введення критерію комплексності.

Тому у 90-х роках ХХ ст. з'явилися оновлені методичні підходи щодо оцінки ефективності діяльності підприємства на основі формування збалансованої системи показників, які дозволяли враховувати зміни діяльності підприємства у багатьох сферах діяльності. Спочатку досліджувані сфери оцінки охоплювали фінансовий, клієнтський, внутрішній аспекти та знання й досвід. Подальший розвиток системи збалансованих показників сприяє виділенню індивідуального та корпоративного рівнів показників, що знаходяться в певній взаємодії та актуалізації компетентнісного підходу до розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства. На поточний період часу найбільш актуальними напрямками оцінки стратегічних альтернатив підприємства у сфері ЗЕД є: інновації, технологічна та клієнтська складова.

Вплив саме цих параметрів забезпечує економічне зростання підприємства у довгостроковій перспективі. Тому нами пропонується проводити вибір стратегічних альтернатив зовнішньоекономічної діяльності підприємства на основі системного підходу, що дозволяє провести комплексне порівняння стратегічних альтернатив за різними сферами діяльності підприємства. Так, у сфері інноваційної діяльності доцільно використовувати показники: співвідношення отриманих результатів від інноваційної діяльності підприємства у сфері ЗЕД і витрачених на неї ресурсів; співвідношення інвестицій в основний капітал і витрат на технологічні інновації у сфері ЗЕД; співвідношення витрат на придбання нових технологій у сфері ЗЕД та інвестицій в основний капітал; частка

в прибутку від реалізації нової продукції на зовнішньому ринку (%) до загального обсягу; витрати на модернізацію й технологічне обладнання у сфері ЗЕД (%) до вартості основних фондів; витрати на дослідження і розроблення у сфері ЗЕД, включаючи придбання ліцензій і патентів (%) до валового прибутку; частка співробітників, зайнятих в інноваційній діяльності, до середньої кількості співробітників (%).

Технічний розвиток підприємства, що функціонує у сфері ЗЕД можна оцінити за допомогою таких показників: механоозброєність праці, коефіцієнт фізичного спрацювання устаткування, задіяного у сфері ЗЕД, коефіцієнт технологічної оснащеності виробництва експортоорієнтованої продукції, рівень утилізації відходів виробництва, рівень забруднення природного середовища, частка екологічно чистої експортної продукції.

Оцінку клієнтської складової ЗЕД підприємства доцільно проводити на основі: індексу задоволеності споживачів; індексу лояльності покупців; показника кількості зусиль клієнтів у зв'язку із придбанням продукту. Таким чином, у цьому дослідженні пропонується здійснити удосконалення методики вибору стратегічних альтернатив розвитку підприємства у сфері ЗЕД на основі системи збалансованих показників у таких сферах зовнішньоекономічної діяльності, як: інновації, технологія та закордонні споживачі, що дозволить формалізувати вибір стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства та забезпечити зворотний зв'язок із поточною та оперативною підсистемами управління підприємством.

Література

1. Chandler A., Mazlish B. Leviathans: Multinational Corporations and the New Global History. Cambridge University Press : Cambridge, 2005. 249 p.
2. Куинн Дж., Минцберг Г., Гошал С. Стратегии изменений. СПб., 2001. 567 с.
3. Glueck W. F., Jauch L. R. Business Policy and Strategic Management. New York : McGraw-Hill, 1998. 940 p.

4. Мінцберг Г., Альстренд Б., Лемпел Дж. Школи стратегій. СПб. : Питер, 2000. 336 с.

5. Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1989. 520 с.

6. Полякова Я. О., Баскович Д. В. Критерії вибору базових стратегій зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2017. № 10. С. 80–85.

