

І.В. Гончаренко, д-р екон. наук, професор кафедри

Ю.В. Івкін, магістр

Миколаївський національний аграрний університет

**СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ У РОЗВИТКУ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ
ПІДПРИЄМСТВ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Постановка проблеми. Потенціал підприємств аграрного сектора економіки Миколаївської області достатній для забезпечення потреб внутрішнього ринку і здійснення ефективних зовнішньоекономічних операцій. Успіх у зовнішньоекономічній діяльності великою мірою залежить від рівня її організації, при цьому особливого значення набуває визначення стратегічних пріоритетів, проте, вказані аспекти є найбільш проблемними для аграрних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розробки стратегій та оцінки економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств приділено значну увагу в роботах зарубіжних і вітчизняних науковців. Методику визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності на основі розрахунків сукупності таких показників, як абсолютна ефективність експорту, економічна ефективність реалізації експортних товарів на зовнішньому ринку, ефективність використання виробничих та оборотних фондів під час експорту запропонувала Т.В. Миролюбова [4]; А.Г. Дем'яненко дослідив проблеми виокремлення факторів та виявлення їх впливу на ефективність зовнішньоекономічної діяльності [1]. Значне коло питань стратегічного управління і досі не вивчене і не адаптоване до особливостей аграрного сектора.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення стратегічних пріоритетів розвитку зовнішньоекономічної діяльності на основі проведення SWOT-аналізу аграрних підприємств Миколаївської області.

Викладення основного матеріалу дослідження. Розробка стратегій зовнішньоекономічної діяльності сприяє підвищенню загальної ефективності господарської діяльності підприємства. Правильний вибір пріоритетів і напрямків стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства забезпечує його конкурентоспроможність не лише у короткостроковому, але й і в довгостроковому періоді.

Під час розробки стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства необхідне проведення комплексного аналізу всіх аспектів діяльності підприємства:

- аналіз зовнішнього середовища, який включає в себе оцінку постачальників, конкурентів та споживачів, а також аналіз пропонованих підприємством та конкурентами товарів для виявлення стадії життєвого циклу товару і можливості його заміни. Цей аналіз проводиться на підставі складання карти стратегічних груп для визначення положення підприємства серед конкурентів та напрямку його розвитку в наявному конкурентному середовищі. Також необхідні проведення маркетингового дослідження ринку для виявлення переваг споживачів та оцінка постачальників для визначення якості сировини і рівня цін на неї в цій галузі;

- для визначення найбільш привабливих ринків для підприємства проводять матричний аналіз. При цьому найчастіше використовують такі матриці: матриця BCG – аналіз темпів зростання і частки ринку; матриця GEM – аналіз порівняльної привабливості ринку і конкурентоспроможності; матриця ADL – аналіз життєвого циклу галузі та відносної позиції на ринку; матриця Shell/DPM – аналіз привабливості ресурсомісткої галузі залежно від конкурентоспроможності [3];

- SWOT-аналіз дає змогу виявити внутрішні можливості підприємства, він є одним з основних етапів дослідження, служить для ефективної розробки стратегії ЗЕД, тому проведемо його для аграрних підприємств Миколаївської області, табл.1.

Щодо аграрних підприємств Миколаївської області проведений SWOT-аналіз підтверджує, що є багато як позитивних, так і негативних тенденцій, які треба враховувати під час розробки стратегії ЗЕД. Аграрні підприємства Миколаївської області є конкурентоспроможними на зовнішньому ринку переважно за рахунок низької ціни реалізації продукції, і її кількості. Проте якість продукції відносно низька. Середні ціни реалізації по багатьох продуктах рослинництва (крім картоплі, ціна на яку зменшилась майже у 3 рази) зросли, що дає підстави свідчити про факторні переваги. Також спостерігаються тенденції до зменшення попиту на сировину та його збільшення на готову харчову продукцію.

Основні види стратегій міжнародного бізнесу поділяють на п'ять основних груп залежно від наявності у підприємства конкурентних переваг, завдяки яким воно зможе досягти стабільного положення на ринку. До них належать стратегії формування ресурсно-факторних переваг; стратегії формування технологічних переваг, стратегії формування інноваційних переваг, стратегії формування змішаних переваг, стратегії формування глобальних конкурентних переваг [5]. Для аграрних

підприємств Миколаївської області найбільш актуальними є перші чотири групи стратегій, що визначається в основному належністю до галузей, де головну роль відіграють ресурси, технологія виробництва та інновації. Отже, доцільно планувати стратегію формування ресурсно-факторних переваг з переважанням інтенсивних технологій виробництва сільськогосподарської продукції. А також треба взяти до уваги стратегію технологічних переваг, тому що експорт готової продукції більш перспективний, ніж сировини.

SWOT-аналіз аграрних підприємств Миколаївської області за 2012 р.

Сильні сторони	Можливості зовнішнього середовища
Середні ціни реалізації зернових і зернобобових зросли на 19,4 % Середні ціни реалізації олійних культур зросли на 5,8 % Загалом низькі конкурентні ціни реалізації продукції на зовнішній ринок порівняно з іноземними експортерами	Позитивне сальдо щодо реалізації зернових культур на зовнішньому ринку Позитивне сальдо щодо реалізації готової харчової продукції. Експорт зріс на 62,1 % порівняно з відповідним періодом 2011 р. Будівництво нових елеваторів на великих підприємствах
Слабкі сторони	Загрози зовнішнього середовища
Спад виробництва зерна на 17,6 % порівняно з відповідним періодом 2011 р. Середні ціни реалізації картоплі зменшилися майже в 3 рази порівняно з 2011 р. Переважно низька якість продукції	Експорт живих тварин і продуктів тваринного походження зменшився на 72,8 % Скасування пільгових умов оподаткування аграрного сектора

Після того, як визначені загальні риси стратегії, її впроваджують на всіх функціональних рівнях і здійснюють постійний контроль за її виконанням для забезпечення найвищого 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 і вони самі в процесі реалізації загальної стратегії будуть змінюватися згідно з обраним напрямком. Після впровадження обраної стратегії необхідний постійний контроль за поточною ситуацією внутрішнього та зовнішнього середовища.

Висновки. На сучасному етапі, коли конкуренція на міжнародному ринку дуже висока, потрібно максимально підвищити ефективність ведення зовнішньоекономічної діяльності у довгостроковій перспективі. Розробка стратегії є одним із засобів її підвищення. Для цього треба

зробити повний аналіз діяльності підприємства, визначити його потенціал і обрати відповідний стратегічний напрям реалізації наявних переваг. Після запровадження кращої стратегічної альтернативи необхідний постійний контроль за досягнутими результатами розробленої стратегії. Стратегію ресурсно-факторних переваг доцільно обирати за умови наявності значного обсягу експорту аграрної продукції, особливо сировини, та низьких цін її реалізації. Стратегію технологічних переваг доцільно впроваджувати, якщо підприємство може розраховувати на значні інвестиції та має високий технологічний рівень, що дає змогу зосередити увагу на виробництві готової продукції, яка буде конкурентоспроможною на зовнішньому ринку.

Бібліографічний список: 1. Демьяненко А.Г. Формирование модели комплексного анализа эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия / А.Г. Демьяненко // Экономика. Финансы. Право. – 2005. – № 2. – С. 22-28. 2. Головне управління статистики у Миколаївській області. Статистичні дані [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mk.ukrstat.gov.ua/> 3. Рубан І.В. Обґрунтування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства на засадах збалансованої системи показників [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/9_EISN_2007/Economics/21328.doc.htm 4. Миролюбова Т.В. Совершенствование внешнеэкономической деятельности предприятий в условиях рыночной экономики: автореф. дис. на стиск. уч. степени канд. экон. наук / Т.В. Миролюбова. – Екатеринбург, 1992. – 20 с. 5. Піддубний І.О. Міжнародний менеджмент: навч. посібник / І.О. Піддубний. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006, 252 с.

Гончаренко И.В., Ивкин Ю.В. Стратегические приоритеты в развитии внешнеэкономической деятельности аграрных предприятий Николаевской области. В статье определяются стратегические приоритеты развития внешнеэкономической деятельности на основе проведения SWOT-анализа аграрных предприятий Николаевской области. Также предлагается два вида стратегий для аграрных предприятий Николаевской области.

Gonsharenko I., Ivkin Y. The strategic priorities in the development of foreign trade of agricultural enterprises of Mykolayiv region. The article determines the the strategic priorities for the development of foreign trade on the basis of a SWOT-analysis of agricultural enterprises of Mykolayiv region. Also offered are two types of strategies for agricultural enterprises of Mykolayiv region.

