

**Рожко Віктор Іванович**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва,  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-364-7-41>

## **СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах військового стану, який призвів до скорочення внутрішнього попиту на вітчизняну продукцію, актуальним напрямком є вихід країни на світові ринки. Тому виникає необхідність розширення зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Подібна ситуація характерна для підприємств різних видів діяльності та форм власності.

У промисловому комплексі України проблема зовнішньоекономічного співробітництва у виробничій сфері є однією із найскладніших. Рішення цієї проблеми можливо в результаті виходу України з економічної кризи, здійснення глибоких структурних змін в економіці, проведення активної інноваційної політики [1].

Прагнення отримувати прибуток більше, ніж усередині країни, спонукає підприємства виходити на міжнародний ринок. Незважаючи на присутність фактору невизначеності в новому середовищі (нові конкуренти, непостійна ринкова кон'юнктура, коливання валютних курсів, політична нестабільність), підприємство прагне нарощувати свою присутність на світовому ринку.

Таким чином, стратегічне планування зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві повинно здійснюватися в такій послідовності (рис. 1).

Процес стратегічного планування являє собою замкнуту систему, функціонування якої пов'язано з виконанням двох умов:

спостереження і досягнення гнучкості. Систематичне спостереження дає можливість вимірювати результати і виявляти відхилення; забезпечення гнучкості дозволяє здійснювати відповідне коректування. Отже підприємство повинне прагнути до розвитку обох цих якостей [2].

Для досягнення ефективної підприємницької діяльності на зовнішньому ринку підприємству необхідно застосовувати стратегічне планування.

Для підприємств процес планування стратегії зовнішньоекономічної діяльності має здійснюватися на трьох рівнях [3]:

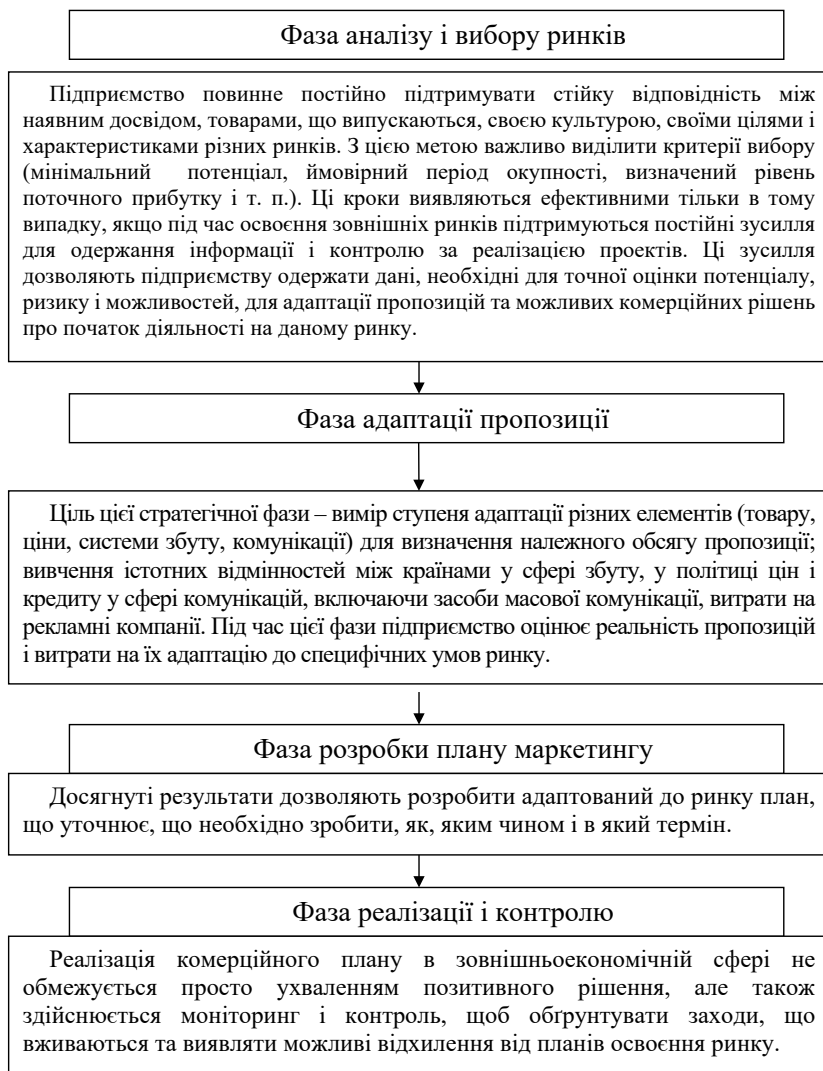
1) глобальному – планування повинне бути націлене на більш довгостроковий період, визначаючи важливі для підприємства напрямки розвитку, що сприймаються як єдине ціле;

2) стратегічному – планування повинне здійснюватися на рівні керівництва підприємства і надавати уявлення про довго- і середньострокові варіанти розвитку;

3) фактичному – планування повинне зосереджуватися на визначенні конкретних дій, що необхідні для рішення питань ефективного використання наявних ресурсів при реалізації глобальних цілей на тих ринках, де діє підприємство.

Важливою передумовою успішного виходу на зовнішні ринки є просте і ясне визначення цілей, як і точна оцінка наявних ресурсів. Дуже часто можливості, що виникають на зовнішніх ринках, не збігаються ні з поставленими цілями, ні з ресурсами. Тому необхідно досить чітко визначити мету, щоб підприємство не потрапило в програшну ситуацію.

Планування стратегії залежить також від рівня інтернаціоналізації підприємства. Підприємство, що вперше виходить на зовнішній ринок, насамперед прагне вибрати адекватніший ринку товар і установити оптимальну ціну. Досвідчене ж підприємство переважно турбується про рішення на зовнішньому ринку проблем рівноваги ресурсів, що використовуються, запуску чи зняття з виробництва продукції, впровадження на ринках своєї продукції чи виходу з цих ринків.



**Рис. 1. Формалізовані процедури стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства**

Таким чином, можна зробити висновок, що найважливішою функцією планування стратегії підприємства є прогнозування

майбутнього, що у свою чергу дозволить запобігти несприятливому впливу зовнішніх факторів. Визначаючи бажані і можливі орієнтири своєї майбутньої діяльності на світовому ринку, підприємство зменшує можливість непередбаченої дії основних факторів світового ринку.

#### **Література:**

1. Міжнародна мікроекономіка : навчальний посібник / За ред. Ю.Г. Козака, Ю.М. Пахомова, Н.С. Логвінової. Київ : ЦУЛ, 2012.
2. Міжнародні комерційні угоди та розрахунки: нормативно-правове регламентування : навч. посіб. / За ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової. Київ : ЦУЛ, 2010. 648 с.
3. Міжнародна торгівля : підручник / за ред. Ю.Г. Козака. Київ, Катовіце-Краков : ЦУЛ, 2015. 272 с.