

DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2022.5\(3\).4](https://doi.org/10.37634/efp.2022.5(3).4)
УДК 338.45

Тетяна Володимирівна АВЕРІХІНА

к.е.н., доцент кафедри, Національний університет "Одеська політехніка"

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7680-2702>

e-mail: t.v.averihina@mzeid.in

Анна Андріївна ЛИСЕЙКО

студентка, Національний університет "Одеська політехніка"

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5839-8961>

e-mail: anna.lyseiko@gmail.com

Нікіта Костянтинівич ПОСТОРОНКО

студент, Національний університет "Одеська політехніка"

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6588-7912>

e-mail: nikita@postoronko.com

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто особливості планування зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) на підприємстві, а сам процес планування описаний як поетапне розроблення стратегії. Такий план складається з семи етапів: визначення передумов; аналіз чинників, що впливають на ЗЕД; аналіз державного регулювання ЗЕД; дослідження можливостей підприємства; формування стратегічних альтернатив; реалізація і контроль. Дотримання виконання усіх перелічених етапів надасть підприємству ефективно спланувати свою ЗЕД.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, експорт, імпорт, стратегія, підприємство, планування

ВСТУП

Сьогодні активний розвиток ринкових відносин зумовлює наявність відповідального підходу до планування зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД). Адже правильно спланована імпортна й експортна діяльність є запорукою підвищення ефективності функціонування та збільшення прибутку підприємства. Так, плануючи ЗЕД, слід дотримуватися поетапного плану, який у результаті допоможе розробити стратегію підприємства у цій сфері діяльності. Питанню планування ЗЕД та розроблення стратегічного плану ЗЕД приділяють увагу такі вітчизняні та зарубіжні науковці: В.І. Отенко, І. Ан-софф, А.Е. Воронкова, А.О. Фатенко-Ткачук, А.Дж. Стрикленд та ін.

Але незважаючи на те, що на дану тему існує велика кількість досліджень і робіт, вона залишається недостатньо опрацьованою.

МЕТА роботи – систематизація процесу планування зовнішньоекономічної діяльності у вигляді поетапного розроблення стратегії.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Інформаційною та методологічною базою статті є наукові роботи, матеріали періодичних фахових та профільних видань, різноманітні ресурси Internet.

РЕЗУЛЬТАТИ

Планування завжди відіграло одну з головних ролей на підприємстві, так, використовуючи даний інструмент, компанія має змогу спроектувати свою діяльність на майбутнє та спрогнозувати ймовірні результати, що одночасно дає оцінку і допомагає прийняти рішення про застосування тієї чи іншої стратегії.

Першим етапом планування є визначення передумов для розроблення стратегії. У підприємства можуть бути різні мотиви удосконалення або впровадження ЗЕД, серед них можна виділити: вихід на нові ринки,

посилення конкурентоспроможності підприємства, залучення іноземних інвестицій тощо. Слід зазначити, що саме від стимулу організації залежить і подальше планування, оскільки кожен з них має свої особливості.

Другим етапом є аналіз чинників, що впливають на ЗЕД. До таких факторів прийнято відносити: недостатні ресурсні можливості, зміну впливу факторів часу та простору, вдосконалення інфраструктури бізнесу, високий рівень економічної агресії зі сторони західних фірм, технологічну відсталість підприємства, економічні заборони й обмеження зі сторони інших країн, воєнні конфлікти, тощо [1].

Так, наприклад, з 24 лютого 2022 р. в Україні запроваджено воєнний стан через вторгнення російських військ на територію країни. Ця обставина значно вплинула на діяльність підприємств загалом, а на діяльність підприємств із ЗЕД особливо. У ході воєнних дій на сьогодні в Україні заблокований вихід до моря, тому імпорт/експорт морським транспортом є недоступним для українських підприємств, що дає поштовх для пошуку більш витратних альтернатив. Саме тому детальний аналіз є необхідним.

Третім етапом є аналіз державного регулювання ЗЕД. Цей етап базується на вивченні нормативно-правової бази функціонування ЗЕД. Так серед необхідних документів: накази Президента та постанови Уряду; чинні світові, регіональні, національні та стандарти; нормативні акти; урядові постанови та законодавчі акти; результати дослідження кон'юнктури ринку [2].

Четвертим етапом є дослідження власних можливостей підприємства. Так, маючи недостатню потужність, підприємство, наприклад, не зможе організувати імпорту діяльність. Саме для того слід детально проаналізувати чи є у компанії потенціал і можливості для виходу на міжнародний ринок.

Особливо слід приділити увагу таким показникам:

- фінансово-економічним показникам;
- портфельному аналізу підприємства;
- факторному аналізу ефективності;
- аналізу конкурентного середовища;
- аналізу імпортно-експортних можливостей;
- аналізу інфраструктури ринку;
- SWOT-аналізу.

П'ятим етапом є формування стратегічних альтернатив.

Є низка базових стратегій, якими користуються підприємства задля оптимізації та планування ЗЕД. До типових базових стратегій відносять:

- стратегію виживання;
- стратегію стабілізації;
- стратегію зростання;
- комбіновану стратегію, що об'єднує усі перераховані [3].

У межах обраної стратегії підприємство надає перевагу одному з наведених напрямів дії, які ще називають стратегічними альтернативами. Саме на ос-

нові стратегічних альтернатив і будується майбутня стратегія підприємства. Інакше кажучи, стратегічні альтернативи – це ймовірні варіанти розвитку підприємства (виживання, стабілізація, зростання).

Кожна з базових стратегій має декілька стратегічних альтернатив (рис. 1).

Так, стратегія зростання включає до свого складу інтенсифікацію, диверсифікацію, техніко-технологічний розвиток та інтеграцію. Економія витрат, адаптація та «збирання врожаю» є частиною стратегії стабілізації, а стратегія виживання має своїм складником організаційну санацію, економічну та фінансову санацію, маркетингову санацію, соціальну санацію та ліквідацію бізнесу. Реалізація стратегії можлива лише тоді, коли встановлені відповідності між обраною стратегією та станом підприємства, проаналізовані усі перспективи, ризики, стан внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства.

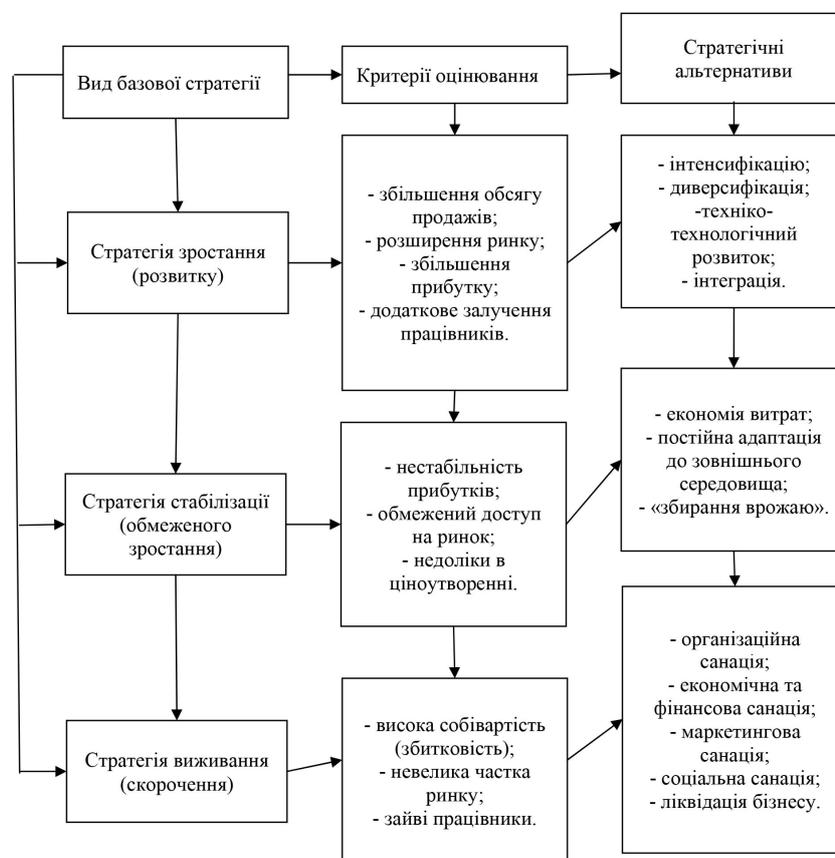


Рис. 1. Стратегічні альтернативи у складі базових стратегій (розроблено авторами за даними [3])

Наступним етапом є реалізація стратегії. Реалізація стратегії можлива лише тоді, коли встановлені відповідності між обраною стратегією та станом підприємства, проаналізовані усі перспективи, ризики, стан внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства. Якщо у складанні стратегії до уваги не були взяті деякі чинники або вони були ідеалізовані – це може призвести до катастрофічних наслідків і підприємство, вклавши гроші у розвиток (впровадження) ЗЕД, не отримає результатів. У варіанті, коли стратегія розроблена на базі усіх реальних показників підприємства, то реалізація принесе очікувані здобутки лише за умови дотримання останнього етапу плану-

вання – контролю.

Створення органів контролю допоможе підприємству швидко реагувати на зміни та вносити завчасні корективи до стратегії. Постійний контроль і реакція на зміни гарантує безперервний процес реалізації обраної підприємством стратегії до визначеного строку.

ВИСНОВКИ

У роботі на основі проведеного дослідження виконано теоретичне обґрунтування розроблення стратегії планування ЗЕД. Планування ЗЕД є важливим складником життєдіяльності підприємства.

Встановлено, що процес планування є фундаментом розвитку як підприємства загалом, так і окремо

галузі ЗЕД.

Досліджено, що даний процес є доволі складним і довготривалим. Цей процес охоплює сім етапів: визначення передумов; аналіз чинників, що впливають на ЗЕД; аналіз державного регулювання ЗЕД; дослідження можливостей підприємства; формування стра-

тегічних альтернатив; реалізація і контроль. Дотримання виконання усіх перелічених етапів надасть підприємству ефективно спланувати свою ЗЕД.

Перспективою подальших досліджень є розроблення етапів впровадження методів та інструментів вдосконалення планування ЗЕД.

Список використаних джерел

1. Воронкова А.Е. Основи зовнішньоекономічної діяльності. Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2010. 320 с.
2. Вакульчик О.М., Дубицький Д.П., Яковенко І.В. Бюджетування зовнішньоекономічної діяльності підприємства як функція планування та контролю економічної безпеки підприємства. *Вісник Академії митної служби України*. 2011. № 1. С. 10-20.
3. Хваль Ю.О. Аналіз вибору стратегії розвитку компанії: монографія. Дніпро, 2019. 11 с.

References

1. Voronkova A.E. Fundamentals of foreign economic activity. Luhansk, 2010. 320 p. (in Ukrainian).
2. Vakulchuk O.M., Dubytskyi D.P., Yakovenko I.V. Budgeting of foreign economic activity of the enterprise as a function of planning and control of economic security of the enterprise. *Bulletin of the Academy of Customs Service of Ukraine*. 2011. № 1. pp. 10-20. (in Ukrainian).
3. Khval Yu.O. Analysis of the choice of company development strategy: monograph. Dnipro, 2019. 11 p. (in Ukrainian).

Tetiana AVERIKHINA

PhD in Economics, Associate Professor of department, Odessa Polytechnic National University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7680-2702>

e-mail: t.v.averihina@mzeid.in

Anna LYSEIKO

student, Odessa Polytechnic National University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5839-8961>

e-mail: anna.lyseiko@gmail.com

Nikita POSTORONKO

student, Odessa Polytechnic National University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6588-7912>

e-mail: nikita@postoronko.com

PECULIARITIES OF PLANNING OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

Introduction. Nowadays, the active development of market relations presupposes a responsible approach to the planning of foreign economic activity. After all, properly planned import and export activities are the key to improving the efficiency and increase the company's profits. Thus, when planning foreign economic activity, a step-by-step plan should be followed, which will eventually help to develop the company's strategy in this area.

The purpose of the paper is the systematization of the process of planning foreign economic activity in the form of phased strategy development.

Results. The first stage of planning is to determine the prerequisites for strategy development. The second stage is the analysis of factors influencing foreign economic activity. There are a number of factors that have a significant impact on foreign trade, these include: insufficient resource opportunities, changing the impact of time and space, improving business infrastructure, high levels of economic aggression by Western firms, technological backwardness, economic prohibitions and restrictions other countries, military conflicts, etc. The third stage is the analysis of state regulation of foreign economic activity. This stage is based on the study of the regulatory framework for the functioning of foreign economic activity. The fourth stage is to study the company's own capabilities. Thus, having insufficient capacity, the company, for example, will not be able to organize import activities. The fifth stage is the formation of strategic alternatives. There are a number of basic strategies used by enterprises to optimize and plan foreign economic activity. Typical basic strategies include survival strategy; stabilization strategy; growth strategy; combined strategy. The next step is to implement the strategy. It is possible only if the correspondences between the chosen strategy and the state of the enterprise are established, all prospects, risks, the state of the internal and external environment of the enterprise are analyzed. The last stage - the creation of control bodies will help the company to respond quickly to changes and make early adjustments to the strategy.

Conclusions. In the work on the basis of the conducted research the theoretical substantiation on development of strategy of planning of foreign economic activity is executed. The planning process is the foundation for the development of both the enterprise as a whole and in the field of foreign economic activity. The prospect of further research is to develop stages of implementation of methods and tools to improve foreign trade planning.

Keywords: foreign economic activity, export, import, strategy, enterprise, planning