

**Шамота Г. М.**

*к. е. н., старший викладач кафедри фінансів  
ДВНЗ «УАБС НБУ»*

**Лакоза А. Ю.**

*студентка магістратури  
ДВНЗ «УАБС НБУ»  
м. Суми, Україна*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ У МІЖНАРОДНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ**

Ефективне управління діяльністю підприємства, організації чи фірми полягає в реалізації стратегічного управління, яке в свою чергу повинно мати на меті міжнародну діяльність. Кожне підприємство, яке працює в умовах ринкової економіки, не може існувати без чітко розробленої стратегії. Провідне завдання формулювання стратегії полягає в пошуку шляхів подолання конкуренції на ринку та забезпеченні високих темпів економічного розвитку підприємства організації чи фірми, що пов'язано з розвитком міжнародної стратегії.

Міжнародна стратегія фірми – сукупність взаємопов'язаних рішень та дій, зміст яких відображений у планах, та спрямована виконання визначених цілей та завдань, які поставлені міжнародною фірмою.

Потреба розробки та впровадження міжнародної стратегії витікає з наступних причин:

- поглиблення ролі суспільного характеру виробництва;
- кооперація та спеціалізація виробництва;
- стрімке впровадження розробок НТП;
- велика кількість структурних підрозділів;
- тісні взаємозв'язки між фірмами, які є частиною одного технологічного процесу;
- збільшення ролі централізації управління в міжнародних компаніях;
- виділення головного напрямку розвитку міжнародної організації у рамках диверсифікації операцій [1, стр. 191].

До основних переваг стратегічного планування можна віднести:

- детальний аналіз питань, пов'язаних із можливими політичними та валютними ризиками, потенціальними конкурентами, та інше
- моніторинг і координація довгострокових міжнародних операцій [2, стр. 45].

Виділяють наступні підходи створення та впровадження міжнародних стратегій:

- економічний імператив;
- політичний імператив;
- якісний імператив;
- адміністративний.

Суть економічного імперативу полягає у виборі конкретного продукту для просування в інші країни через застосування брендів цінової конкуренції, обслуговуванні тощо.

В свою чергу значення політичного імперативу полягає у виборі міжнародними організаціями країни ведення бізнесу, створенні безпечних умов ведення бізнесу та захисті своїх прав на зарубіжних ринках в результаті підтримки з боку держави.

Якісний імператив ґрунтується на використанні принципово нових систем управління якістю, що призводить до покращення рейтингів певного товару та відношення до нього як на внутрішніх так і на зовнішніх ринках.

Значення адміністративного імперативу полягає у аналізі особливостей кожної конкретної ситуації та прийнятті рішень за умов значної невизначеності та застосуванні систем координації [3, стр. 121].

Процес стратегічного планування може розглядатися як незамкнена система, головним завданням якої є систематичне дослідження зовнішнього середовища, та швидке реагуванням на будь-які зміни умов діяльності фірми.

Розробка моделі стратегічного планування міжнародної фірми включає:

- виділення головних цілей компанії;
- дослідження та аналіз зовнішнього середовища;
- аналіз слабких та сильних сторін компанії;
- оцінка альтернативних стратегій, та вибір однієї;
- управління реалізацією стратегії;
- оцінка стратегії фірми та внесення корективів;

Поступове виконання даних етапів дає уявлення компанії про послідовність планування стратегії поведінки компанії при виході на зовнішній ринок [4, стр.81].

Найскладніше питання, яке виникає при розробці стратегії для міжнародної фірми є важкість поєднання всіх національних особливостей, які необхідні для успішного ведення у певній країні. Вирішення даного питання в більшій мірі залежить від стратегічної орієнтації фірми [5, стр. 219].

П. Лоранж розглядає стратегічне планування як процес, який сприяє введенню інновацій у діяльність фірми та сприяє змінам в фірмі. В свою чергу, П. Лоранж виділив чотири типи управлінської діяльності в рамках стратегічного планування: «розподіл ресурсів, адаптація до зовнішнього середовища, внутрішня координація, організаційно-стратегічне передбачення» [6, стр. 213].

Отже, стратегічні рішення плануються на довгий строк та формулюють подальшу перспективу росту фірми та збільшення добробуту її робітників. Стратегічні рішення розробляються для комплексного застосування багатьох сфер діяльності фірми, та розглядають питання конкуренції, проблем споживання, структури фірми, розподіл та перерозподіл ресурсного забезпечення та відповідальності [1, стр. 189].

#### Література:

1. Юхименко П. І. Міжнародний менеджмент / П. І. Юхименко, Л. П. Гацька, М. В., Півторак та ін. : навч. посіб. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 488 с.
2. Пан М. П. Міжнародний менеджмент / М. П. Пан., В. І. Торкатюк, О.С.Вороніна - Харків: ХНАМГ, 2007. – 210 с.
3. Панченко Є. Г. Міжнародний менеджмент / Є. Г. Панченко: навч. -метод. посіб. для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2004. — 468 с.
4. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності / О.А. Кириченко: навч. посіб. - 3-тє вид., перероб. і доп. - К.: Знання-Прес, 2002. - 384 с.
5. Шершньова З.Є. Стратегічне управління / З. Є. Шершньова, С.В. Обозька: навч. посіб. - 2-те вид., перероб. і доп. - К.: КНЕУ, 2004. — 699 с.
6. Шморгун Л.Г. Менеджмент організацій / Л. Г. Шморгун : навч. посіб.. - К. : Знання, 2010. - Книга. - 452 с.