

ЕТАПИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегічне планування ЗЕД — це процес розробки довгострокового бачення ЗЕД організації та створення плану досягнення цього бачення. Воно передбачає аналіз поточної ситуації в організації, включаючи її внутрішнє та зовнішнє середовище, визначення її сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, а також встановлення цілей і завдань, які допоможуть їй досягти свого бачення ЗЕД. Стратегічне планування ЗЕД є важливим, оскільки воно допомагає організаціям адаптуватися до змін, залишатися конкурентоспроможними та досягати довгострокового успіху [1].

Щоб зробити ефективне стратегічне планування ЗЕД, важливо розбити його на різні етапи діяльності, які добре структуровані, а потім побудувати ітеративний процес. Перш за все, процес стратегічного планування ЗЕД зазвичай включає чотири основні етапи:

1. Стратегічний аналіз ЗЕД, що передбачає аналіз поточної ситуації в організації, включаючи її внутрішнє та зовнішнє середовище. Може включати проведення аналізу SWOT (сильні сторони, слабкі сторони, можливості, загрози), збір маркетингових досліджень і перегляд фінансових даних. Мета і полягає в тому, щоб зрозуміти поточну позицію організації та визначити будь-які потенційні проблеми чи можливості, які можуть вплинути на її здатність досягти свого бачення ЗЕД.

2. Визначення стратегічного напрямку ЗЕД передбачає використання інформації, зібраної під час стратегічного аналізу, для встановлення цілей і завдань, які допоможуть організації досягти свого бачення. Це також може включати визначення ключових показників ефективності (КПІ), які використовуватимуться для вимірювання прогресу на шляху до цих цілей. Мета полягає в тому, щоб створити чітку дорожню карту, якої організація має дотримуватися під час роботи над своїм баченням ЗЕД.

3. Планування дій ЗЕД передбачає розробку плану досягнення цілей і завдань, які були поставлені під час ЗЕД з визначення стратегічного напрямку. Це може включати створення дорожньої карти з конкретними кроками дій, призначенням завдань і обов'язків і встановленням часових рамок. Метою є створення конкретного плану дій, який допоможе організації досягти поставлених цілей ЗЕД.

3. Оцінка стратегії ЗЕД передбачає регулярний перегляд і оцінку прогресу організації в досягненні її цілей і внесення коректив, якщо це необхідно. Може включати збір та аналіз даних, проведення інтерв'ю із зацікавленими сторонами та перегляд відгуків. Мета полягає в тому, щоб переконатися, що організація йде по шляху досягнення своїх цілей при здійсненні ЗЕД, і внести будь-які необхідні корективи до плану, якщо це необхідно[2].

Стратегічне планування ЗЕД може бути складним і складним процесом, тому важливо, щоб він був привабливим і приємним для всіх учасників. Деякі цікаві заходи, які можна включити в процес стратегічного планування ЗЕД, включають:

- Сеанси творчого мозкового штурму: вони можуть передбачати використання таких методів, як вільне письмо, складання розумових карт або ігри на вирішення проблем, щоб генерувати ідеї та творчо думати про майбутнє ЗЕД.

- Вправи на формування команди: такі види діяльності, як падіння довіри, розв'язування головоломок або командні види спорту, можуть допомогти зміцнити довіру та покращити спілкування в команді. Ці дії можна налаштувати відповідно до потреб і цілей ЗЕД [3].

- Семінари з бачення ЗЕД: ці заходи включають створення візуального представлення бачення та цілей організації. Учасники можуть використовувати зображення, цитати та інші творчі елементи, щоб створити візуальне уявлення про те, якою вони хочуть, щоб стала ЗЕД. Це може бути веселим та інтерактивним способом залучення всіх членів команди до процесу стратегічного планування ЗЕД.

- Гейміфікація: використання ігор або інших інтерактивних заходів, щоб зробити стратегічне планування ЗЕД веселішим, може допомогти залучити та мотивувати учасників. Гейміфікація може передбачати створення гри чи вікторини, щоб навчити учасників процесу стратегічного планування ЗЕД, або використання ігор як способу мозкового штурму та генерування ідей.

3 пандемією COVID-19 багато організацій перейшли до діяльності віртуального стратегічного планування ЗЕД. Представимо деякі вказівки щодо ефективного візуального онлайн-стратегічного планування ЗЕД:

- Віртуальний мозковий штурм: може використовувати різноманітні онлайн-інструменти для співпраці, щоб організувати ефективний мозковий штурм, наприклад Google Docs або VUCAC Whiteboard. Ці інструменти дозволяють членам команди співпрацювати в реальному часі та ділитися ідеями, навіть якщо вони фізично не знаходяться в одному місці.

- Віртуальні командоутворювальні вправи включають багато онлайн-ресурсів, які пропонують віртуальні командоутворення, наприклад віртуальні квест-кімнати або віртуальні вікторини. Ці дії можна проводити за допомогою інструментів для відеоконференцій, таких як Zoom або Google Meet, і можуть допомогти зміцнити довіру та покращити спілкування в команді.

- Віртуальний візуалбординг за допомогою візуалізаційної дошки та цифрової дошки. Наприклад, VUCAC Whiteboard дозволяє членам команди створювати та ділитися цифровими дошками зору в режимі реального часу на основі попередньо створених професійних шаблонів. Можна перетворити сесію на веселий та інтерактивний досвід, щоб залучити всіх до всього процесу стратегічного планування ЗЕД.

- Віртуальна гейміфікація: існує багато онлайн-інструментів і платформ, які можна використовувати для гейміфікації процесу стратегічного планування, наприклад Kahoot. Може допомогти залучити та мотивувати членів команди та може налаштуватися відповідно до потреб та цілей організації[4].

Віртуальне стратегічне планування ЗЕД має кілька переваг, зокрема можливість залучати членів команди з різних місць, зручність відсутності фізичних зустрічей і можливість заощадити час і ресурси. Однак важливо переконатися, що віртуальні дії розроблені та ефективно сприяються, щоб максимізувати участь та залучення [5]. Це може передбачати надання чітких інструкцій і вказівок, встановлення чітких очікувань щодо участі та використання інструментів і платформ, які прості у використанні та доступні для всіх членів команди. Ось кілька прикладів діяльності зі стратегічного планування ЗЕД, яку організації можуть включити у свій процес:

- Сегментація клієнтів передбачає поділ клієнтів організації на різні групи на основі їхніх потреб, уподобань чи інших характеристик. Це може допомогти організації адаптувати свої продукти чи послуги для кращого задоволення потреб кожного сегмента клієнтів.

- Аналіз конкуренції передбачає аналіз конкурентів організації та розуміння їхніх сильних і слабких сторін. Це може допомогти організації визначити сфери, де вона може виділитися серед своїх конкурентів і розвинути конкурентну перевагу.

- Аналіз ринку передбачає аналіз цільового ринку організації та розуміння потреб і переваг її клієнтів. Це може допомогти організації розробити маркетингові стратегії, які будуть ефективними для досягнення та залучення цільового ринку.

- Розподіл ресурсів передбачає визначення того, як ресурси організації (такі як гроші, час і персонал) будуть використані для досягнення її цілей і завдань. Це може включати створення бюджету, розподіл персоналу для виконання конкретних завдань або визначення зовнішніх ресурсів, які знадобляться для досягнення цілей організації.

Висновок

Стратегічне планування ЗЕД є важливим процесом, який допомагає організаціям розробити довгострокове бачення та створити план його досягнення. Воно передбачає аналіз поточної ситуації в організації, встановлення цілей і завдань, розробку плану дій і оцінку прогресу.

Існує багато різних заходів, які можна включити в процес стратегічного планування ЗЕД, включно з базовими видами діяльності, як-от стратегічний аналіз і визначення стратегічного напрямку ЗЕД. Організаціям важливо обирати заходи стратегічного планування ЗЕД, які найкраще відповідають їхнім потребам і цілям, щоб забезпечити успішний процес стратегічного планування.

Список використаних джерел

1. Євтушенко Вікторія Анатоліївна, Ляшевська Вікторія Іванівна, Чупринюк Юлія Владиславівна Дослідження та вдосконалення стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства // БІ. 2020. №6 (509). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/doslidzhennya-ta-vdoskonalennya-strategichnogo-planuvannya-zovnishnoekonomichnoyi-diyalnosti-pidpriemstva> (дата обращения: 03.04.2023).
2. Євтушенко, В., Шуба, Т., & Подлипян, І. (2021). БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ. Економіка та суспільство, (33). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-4>
3. Жигалкевич, Ж., & Драгомощенко, А. (2021). Стратегічне планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Економіка та суспільство, (33). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-27>
4. Морозова І.В. Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств. Приазовський економічний вісник. 2019. №6. С. 17–23.
5. Meredith Hart. 9 Strategic Planning Models and Tools for the Customer-Focused Business. <https://blog.hubspot.com/sales/strategic-planning-models>