

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПЛАНУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

К. О. КОПІШИНСЬКА, кандидат економічних наук
(Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»)

Анотація. Метою статті є дослідження й узагальнення теоретичних та розроблення методичних засад планування міжнародної діяльності підприємств. **Методика дослідження.** Під час проведення дослідження було використано методи наукового пізнання: теоретичного та логічного узагальнення, систематизації, аналізу та синтезу. **Результати.** Міжнародна діяльність підприємств відрізняється більш високим рівнем інтернаціоналізації. Ураховуючи сучасні тенденції розвитку світової економіки, науки та техніки, планування міжнародної діяльності повинно обов'язково бути зорієнтоване на технологічний прогрес і розвиток, а прогнозування здійснюватися з урахуванням впливу зовнішніх факторів у майбутньому. Процес планування міжнародної діяльності підприємства здійснюється поетапно та з урахуванням загальної концепції розвитку підприємства. На кожному рівні планування (стратегічному, тактичному та оперативному) визначаються ключові дії щодо організації та розвитку міжнародної діяльності за кожним окремим змістовним напрямом (маркетинговим, організаційним, операційним, кадровим та фінансовим). Методичні засади планування міжнародної діяльності підприємств базуються на специфічних принципах, методах, рівнях і напрямках планування, а також передбачають визначення показників результативності міжнародної діяльності. **Практична значущість результатів дослідження.** Урахування визначених особливостей планування міжнародної діяльності підприємств у сучасних умовах та використання запропонованих методичних засад сприятиме підвищенню ефективності реалізації й розвитку міжнародної діяльності підприємства, а також економії часу керівників на процес розроблення відповідних планів.

Ключові слова: планування, прогнозування, етапи процесу планування, інтернаціоналізація, міжнародна діяльність, вихід на зовнішні ринки.

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. Світові тенденції щодо посилення глобалізації ринків та інтернаціоналізації діяльності підприємств істотно впливають і на суб'єкти господарювання України. Так, за період 2016–2018 рр. кількість вітчизняних підприємств, що здійснюють зовнішню торгівлю товарами, збільшувалась як для експорту (з 15 579 од. у 2016 р. до 16 652 од. у 2018 р.), так і для імпорту (із 24 912 од. у 2016 р. до 28 732 од. у 2018 р.) [1]. Що стосується зовнішньої торгівлі послугами, то тут ситуація дещо інша. За означений період кількість підприємств, що провадять таку діяльність, майже не змінилась. Проте, діяльність вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках та взаємодія із зарубіжними партнерами (контрагентами) характеризується

переважно невисоким рівнем інтернаціоналізації. Це пояснюється високим ступенем невизначеності, значною кількістю зовнішніх чинників, які впливають на діяльність, та ризиками, з якими пов'язана міжнародна діяльність. Успішне функціонування підприємства у глобальному середовищі передбачає ретельну підготовку – планування, яке об'єднує цілий комплекс заходів: аналіз попереднього досвіду, визначення та оцінку факторів впливу, ідентифікацію найкращого варіанта розвитку діяльності на міжнародних ринках за даного рівня потенціалу підприємства, прогнозування результатів міжнародної діяльності. Тому визначення методичних засад, спрямованих на підвищення якості планування міжнародної діяльності, може прискорити час на розроблення й відповідних планів і підвищення результативності від їх упровадження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі питання планування міжнародної діяльності підприємств знайшли відображення у працях як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Так, Р. Акофф досліджував фундаментальні засади планування діяльності корпорацій, його види, цілі напрями тощо [4]. Питання планування зовнішньоекономічної діяльності підприємств та способів виходу на зовнішні ринки розглядали Л. Г. Ліпич та А. О. Фатенок-Ткачук [5], Г. М. Дроздова [6], О. О. Пшик-Ковальська [7]. Особливості формування стратегії міжнародної діяльності підприємства досліджував В. В. Турчак [8]. Ураховуючи наукову та практичну значущість попередніх досліджень, варто відзначити, що питання систематизації й виявлення особливостей планування міжнародної діяльності підприємств у сучасних умовах не були достатньою мірою досліджені та обґрунтовані. Тому актуальним є визначення особливостей міжнародної діяльності підприємств та її планування в сучасних умовах, узагальнення й систематизація етапів і комплексу дій під час планування міжнародної діяльності на різних рівнях та за визначеними напрямками, а також розроблення комплексу методичних засад планування міжнародної діяльності підприємств.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження й узагальнення теоретичних та розроблення методичних засад планування міжнародної діяльності підприємств. Для досягнення мети було вирішено такі завдання:

- виявлено особливості міжнародної діяльності в системі функціонування підприємства на зовнішніх ринках;
- узагальнено та систематизовано етапи планування міжнародної діяльності;
- визначено ключові дії під час реалізації планування на визначених рівнях за змістовними напрямками;
- запропоновано комплексну схему методичних засад планування міжнародної діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У вітчизняній економічній літературі для визначення діяльності українських та іноземних суб'єктів господарювання, пов'язаної з функціонуванням і взаємодією на території країни й за її межами, використовується поняття «зовнішньоекономічна діяльність».

Відповідно до ст. 377 ч. 1 Господарського кодексу України «зовнішньоекономічною діяльністю суб'єктів господарювання є господарська діяльність, яка у процесі її здійснення потребує перетинання митного кордону України майном та/або робочою силою» [2]. Варто відзначити, що підприємства, які провадять зовнішньоекономічну діяльність, ключовим напрямом функціонування вбачають роботу на внутрішньому ринку, а зовнішньоекономічні операції використовують переважно для отримання додаткових конкурентних переваг. Проте, наявні тенденції глобалізації та інтернаціоналізації ринку, істотне посилення конкуренції на ньому спонукають підприємства до активізації діяльності на міжнародній арені, переходу до інших форм функціонування на зарубіжних ринках, що передбачають більш глибокий рівень інтернаціоналізації.

За таких умов відбулась переорієнтація міжнародної діяльності підприємств (МДП) від експорту продукції із країни базування до реалізації виробництва в закордонних відділеннях, філіях і дочірніх компаніях із подальшою реалізацією цієї продукції на зарубіжних ринках. Ці зміни обумовлені прагненням підприємств максимально використовувати можливості отримання додаткової вигоди, які їм може забезпечити міжнародний бізнес. Ці вигоди визначаються: використанням трудових ресурсів (персоналу) із більш низькою оплатою праці; зменшенням податків і можливістю отримання пільг; обходом антимонопольного законодавства, скороченням витрат на сировину та транспортування тощо [3]. Отже, міжнародна діяльність підприємства повинна бути спрямована на активне освоєння зарубіжних ринків не лише для отримання конкурентних переваг, а й із метою розвитку підприємства, покращення його експортного, ресурсного, виробничого-технологічного, інноваційного, кадрового потенціалу. На рис. 1 представлено відмінності зовнішньоекономічної та міжнародної діяльності підприємств, а також багатонаціональних компаній за показниками інтернаціоналізації й концентрації на внутрішньому ринку. Можна сказати, що міжнародна діяльність є поглибленням зовнішньоекономічної діяльності шляхом підвищення рівня інтернаціоналізації. Компанія, що активно та успішно розвиває свою міжнародну діяльність, у перспективі може отримати статус багатонаціональної.

Рівень інтернаціоналізації	Високий			
	Середній			
	Низький			
		Низький	Середній	Високий

Рівень концентрації на внутрішньому ринку

– Зовнішньоекономічна діяльність

– Міжнародна діяльність

– Багатонаціональна компанія (транснаціональна корпорація)

Рис. 1. Міжнародна діяльність у системі функціонування підприємства на зовнішніх ринках

Планування міжнародної діяльності як одна із ключових функцій управління ставить перед керівництвом підприємства нові виклики, адже воно передбачає аналіз умов функціонування та факторів впливу не лише на національному ринку, а й на всіх міжнародних ринках, де працює підприємство.

Планування, згідно із процесним підходом, це визначення цілей та розроблення комплексу заходів, спрямованих на її досягнення, за оптимального розподілу наявних ресурсів. Класифікація видів планування на підприємстві перед-

бачає їх диференціацію за різними ознаками: за змістом, цілями діяльності, залежно від організаційної структури, за рівнями тощо. Усі зазначені класифікаційні ознаки планування використовуються, у тому числі, і для планування міжнародної діяльності.

Цікавою з точки зору використання у плануванні міжнародної діяльності є типологія планування, запропонована американським науковцем Р. Акоффом [4]. Він пропонує такі види планування за ознакою часової орієнтації: реактивне, інактивне, преактивне та інтерактивне (табл. 1).

Таблиця 1

Чотири основних види орієнтації у плануванні [складено автором на основі [4, с. 83–98]

Орієнтація	Минуле	Сьогодення	Майбутнє	Характеристика
Реактивна (повернення в минуле)	+	-	-	Реактивне (англ. «reactive») планування передбачає опір прогресу, орієнтацію на минуле; проблеми розглядаються окремо, а не системно; здійснюється переважно керівництвом
Інактивна (інертність)	-	+	-	Інактивне (англ. «inactive») планування засноване на нинішньому стані речей, без повернення в минуле та просування в майбутнє. Його цілями є виживання та стабільність
Преактивна (випередження)	-	-	+	Преактивне (англ. «preactive») планування орієнтується на технічний прогрес та розвиток, майже не використовуючи попередній досвід. Складається з передбачення майбутнього та підготовки до нього. Прогнозування є ключовим елементом. Починається із прогнозування зовнішніх умов, а далі реалізується «зверху вниз»
Інтерактивна (взаємодія)	+/-	+/-	+/-	Інтерактивне (англ. «ineractive») планування передбачає проектування бажаного майбутнього та пошуку шляхів його побудови. Особливостями є максимізація здібностей до навчання та адаптації, а також розвиток

+ – позитивне ставлення; - -

Навряд чи сьогодні можна зустріти організації, які окремо використовують певну орієнтацію у плануванні. Швидше це буде комбінація, проте, важливу роль відіграє особистість і погляди людини, яка здійснює планування, незалежно від того, на якому рівні управління організації вона знаходиться. Ураховуючи сучасні темпи розвитку НТП, активну авто-

матизацію та цифровізацію виробничих процесів, упровадження ІКТ в усі сфери життя, у процесі планування міжнародної діяльності преактивна орієнтація стає обов'язковою умовою.

Процес планування міжнародної діяльності можна представити у вигляді послідовних етапів (рис. 2):

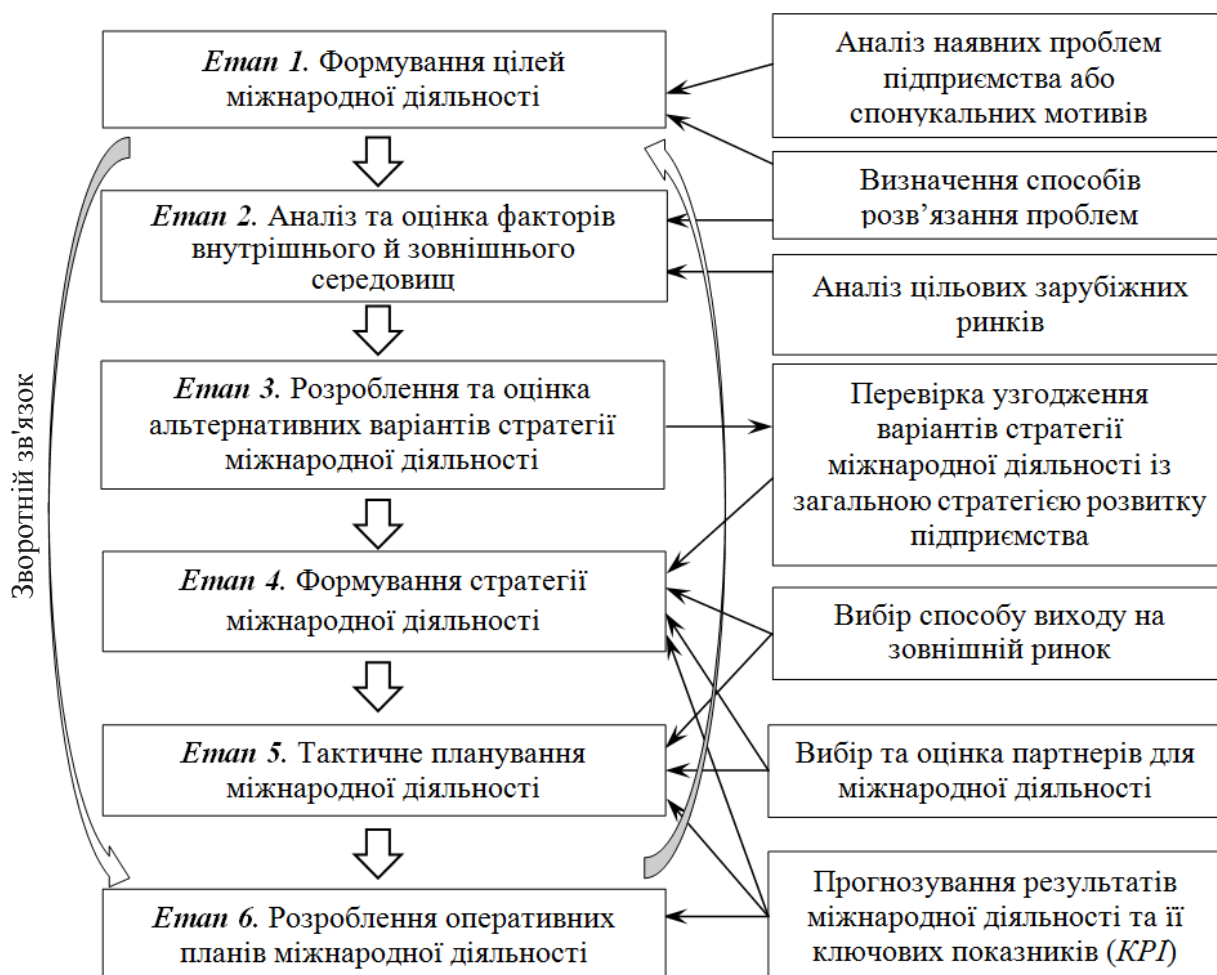


Рис. 2. Етапи планування міжнародної діяльності підприємств
[розроблено автором на основі [5, 6]

Етап 1. Формування цілей міжнародної діяльності підприємства. Цей етап передбачає аналіз наявних проблем на підприємстві, визначення способів розв'язання цих проблем за допомогою виходу підприємства на міжнародні ринки або ідентифікацію мотивів, що спонукають до виходу підприємства на міжнародні ринки.

Ключовими мотивами, які спонукають підприємства до виходу на міжнародні ринки, є [7]:

- рівень розвитку внутрішнього ринку,

за якого вигідно розміщувати капітали за кордоном: насичення ринку товарами; посилення тиску конкурентів; зростання залежності від посередницької торгівлі; зростання зборів, що пов'язані із захистом довкілля; труднощі в дотриманні соціального законодавства;

- доступ до зарубіжних ринків робочої сили (ціна, кваліфікація);

- подолання залежності від внутрішнього ринку, сезонних коливань попиту та розсію-

вання ризиків шляхом завоювання закордонних ринків;

- вихід до закордонних родовищ корисних копалин і джерел сировини;
- подолання тарифних і нетарифних бар'єрів шляхом організації закордонного виробництва;
- збільшення обсягів виробництва та зниження собівартості виробів;
- зменшення валютних ризиків;
- підвищення престижу підприємства на національному ринку як суб'єкта міжнародних економічних відносин.

Еман 2. Аналіз та оцінка факторів внутрішнього й зовнішнього середовищ. Визначивши цілі міжнародної діяльності, керівництво підприємства повинно оцінити його можливості й потенціал щодо реалізації зазначених цілей, ідентифікувати та проаналізувати всі фактори, які можуть вплинути на реалізацію цілей міжнародної діяльності.

Еман 3. Розроблення та оцінка альтернативних варіантів стратегії міжнародної діяльності. Відповідно до наявного потенціалу підприємства, а також визначених умов внутрішнього й зовнішнього середовищ, доцільно визначити кілька варіантів стратегій, які будуть спрямовані на реалізацію цілей міжнародної діяльності. На цьому етапі також необхідно перевірити, чи всі з розроблених варіантів стратегії міжнародної діяльності узгоджуються із загальною стратегією та напрямом розвитку підприємства.

Еман 4. Формування стратегії міжнародної діяльності. Це один із найважливіших етапів планування міжнародної діяльності підприємств. У контексті стратегічних рішень планування і здійснення міжнародної діяльності вітчизняних підприємств можна визначити такі об'єктивні обмеження під час розроблення та реалізації ефективної стратегії міжнародної діяльності [8]:

- параметри й тенденції розвитку минулих періодів переносяться на прогнозований часовий інтервал;
- стратегія міжнародної діяльності розробляється, зазвичай, на основі аналізу внутрішніх ресурсів і можливостей;
- проблеми забезпечення ефективності міжнародної діяльності обумовлені обмеженнями не тільки внутрішнього середовища підприємств (недоліки стратегічного й поточного

планування та управління), а й зовнішнього;

- відсутність взаємозв'язку між планами держави або місцевих органів і суб'єктів господарювання;
- нестача ресурсів, що спрямовуються на вивчення розвитку зовнішнього ринку;
- недолік практичних, новаторських проєктів і знань, що призводить до мінімального впливу ідей на практику.

Формування стратегії міжнародної діяльності підприємства передбачає визначення способу виходу підприємства на зовнішній ринок, пошук та оцінювання партнерів для реалізації міжнародної діяльності, прогнозування результатів міжнародної діяльності.

Еман 5. Тактичне планування міжнародної діяльності. Передбачає планування комплексу заходів щодо реалізації стратегії міжнародної діяльності, формування концепції взаємодії із зарубіжними партнерами. Вихідними умовами тактичного планування є попередньо визначений спосіб виходу на зовнішній ринок та умови мікро-, макро- та глобального середовищ. Важливим є визначення ключових показників міжнародної діяльності (**Key Performance Indicators – KPI**) для прогнозування й оцінювання результатів міжнародної діяльності.

Еман 6. Розроблення оперативних планів міжнародної діяльності. На цьому етапі відбувається формування комплексу поточних цілей міжнародної діяльності та заходів їх досягнення, прогнозування короткострокових результатів за попередньо визначеною системою показників.

Процес планування міжнародної діяльності підприємств передбачає як прямий, так і зворотній зв'язок між його етапами, адже зміни умов функціонування (як внутрішні, так і зовнішні) зумовлюють необхідність внесення певних коригувань.

Як уже зазначалося, процес планування здійснюється на трьох основних рівнях: стратегічному, тактичному та оперативному. Кожен функціональний підрозділ може розробляти план за своїм напрямом у рамках реалізації міжнародної діяльності або за наявності окремої структурної одиниці, відповідальної за міжнародну діяльність, її фахівці самостійно розробляють плани за визначеними напрямками. На рис. 3 представлено ключові дії, які здійснюються під час планування міжнародної діяльності на кожному рівні за кожним напрямом.

Рівні планування МДП					
Стратегічне планування МДП	Визначення способу виходу на ринок, формування маркетингової стратегії	Визначення способу виходу на ринок, формування плану організації МДП	Визначення способу виходу на ринок, формування операційної МДП	Визначення способу виходу на ринок, формування кадрової політики МДП	Визначення способу виходу на ринок, формування фінансового плану МДП
Оперативне планування МДП	Формування маркетингового плану МДП, визначення партнерів	Визначення способу та форми організації МДП відповідно до плану	Визначення партнерів, формування виробничого плану, умов та способів постачання	Визначення способу та форми організації МДП, визначення партнерів та умов взаємодії з ними	Визначення партнерів та умов взаємодії з ними, вибір способів платежу та форм розрахунків
Тактичне планування МДП	Визначення дій для реалізації маркетингового плану МДП, розрахунок показників	Розроблення положень щодо функціонування організаційної одиниці відповідно до законодавства	Визначення дій для реалізації операцій МДП, розрахунок показників	Формування плану відбору кадрів для МДП, формування посадових інструкцій	Вибір валюти, організації фінансування міжнародної угоди, розрахунок показників
	Маркетингове планування МДП	Організаційне планування МДП	Операційне планування МДП	Кадрове планування МДП	Фінансове планування МДП
	Напрями планування МДП				

Рис. 3. Ключові дії під час реалізації планування на визначених рівнях за змістовними напрямками

Схема методичних засад планування методів, цілей, рівнів, напрямів і ключових міжнародної діяльності, представлена на показників міжнародної діяльності для підприємства, передбачає визначення принципів, прийомства.

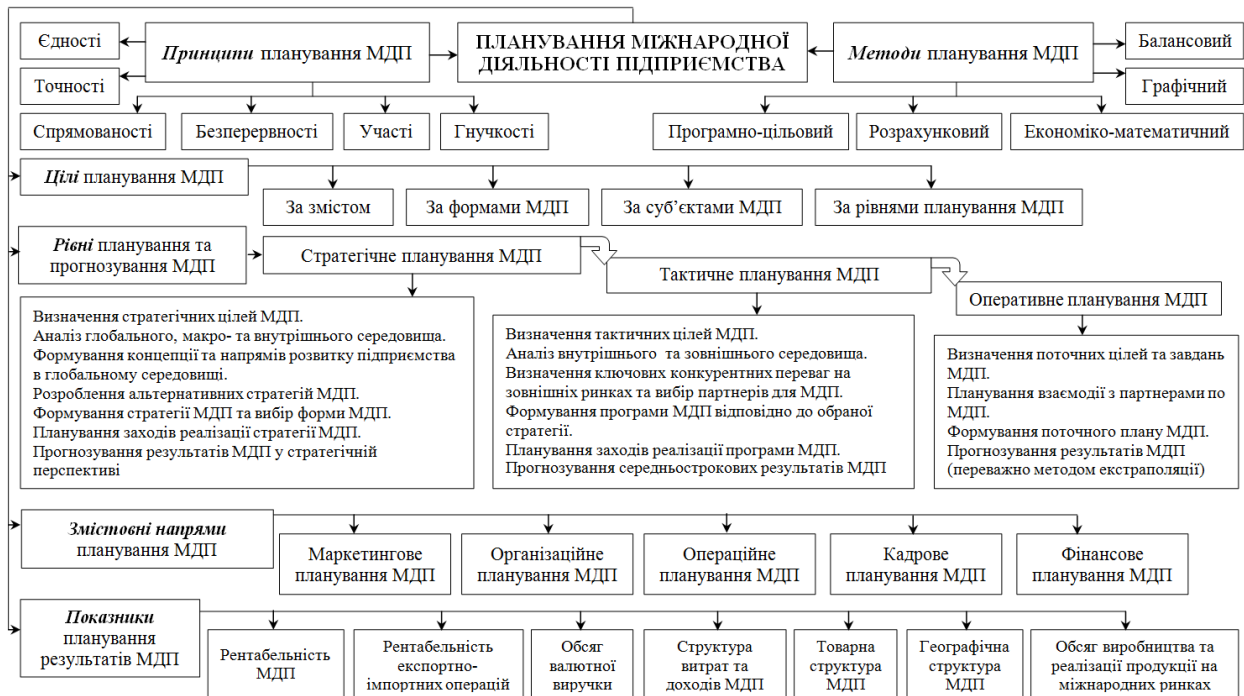


Рис. 4. Методичні засади планування міжнародної діяльності підприємства

Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямі. Міжнародна діяльність підприємства передбачає високий рівень інтернаціоналізації. Поглиблення глобалізації, швидкі темпи розвитку НТП та економіки знань вимагають від керівників підприємств обов'язкового врахування цих факторів і прогнозування їх впливу на кінцевий результат у процесі планування міжнародної діяльності. У свою чергу, ретельне поетапне планування міжнародної діяльності повинно здійснюватися як на стратегічному, так і на тактичному й оперативному рівнях, що в комплексі дозволить досягти підприємству не лише конкурентних переваг на міжнародних ринках, а й постійного вдосконалення та розвитку.

Перспективами подальших досліджень є вивчення особливостей планування та прогнозування міжнародної діяльності підприємств різних галузей, формування на їх основі механізмів управління міжнародною діяльністю підприємств в умовах невизначеності й ризиків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зовнішня торгівля України [Електронний ресурс] / Статистичний збірник. 2019. – 172 с. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/06/zb_ztu_2018.pdf (дата звернення: 27.11.2019). – Назва з екрана.
2. Господарський кодекс України [Електронний ресурс] / Відомості Верховної Ради України від 16 січня 2003 р. № 436-IV. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/436-15> (дата звернення: 27.11.2019). – Назва з екрана.
3. Ciutiene R. and Meiliene E. **Main Factors Influencing Efficient Planning Of International Projects: Sample Of High Schools International Projects.** *Procedia - Social and Behavioral Sciences.* – 191 (2015). 1506 1516. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815028566> (accessed 27 November 2019)
4. Акофф Р. Планирование будущего корпорации : пер. с англ. [Електронний ресурс] / Р. Акофф. – Режим доступу: <https://gtmarket.ru/library/basis/7085> (дата звернення: 27.07.2019). – Назва з екрана.
5. Пшик-Ковальська О. О. Процес планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / О. О. Пшик-Ковальська. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13913/1/68_468-472_Vis_727_Menegment.pdf (дата звернення: 27.07.2019). – Назва з екрана.
6. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навч. посіб. / Г. М. Дроздова. – Київ : ЦНЛ, – 2004. – 172 с.
7. Ліпич Л. Г. Стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки [Електронний ресурс] / Л. Г. Ліпич, А. О. Фатенок-Ткачук. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/77994/44-Lipych.pdf?sequence=1> (дата звернення: 27.07.2019). – Назва з екрана.
8. Турчак В. В. Формування стратегії міжнародної діяльності підприємства / В. В. Турчак // Молодий вчений. – 2017. – № 3 (43). – С. 863–866.

REFERENCES

1. Zovnishnia torhivlia Ukrainy (2019). [Foreign Trade of Ukraine] *Statystychnyi zbirnyk*. Retrieved from http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/06/zb_ztu_2018.pdf (accessed 27 November 2019) [in Ukrainian].
2. Hospodarskyi kodeks Ukrainy. Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy vid 16 sichnia 2003 r. № 436-IV. [Economic Code of Ukraine. Information of the Verkhovna Rada of Ukraine from January 16, 2003 № 436-IV]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/436-15> (accessed 27 November 2019) [in Ukrainian].
3. Ciutiene, R. & Meiliene, E. (2015). **Main Factors Influencing Efficient Planning Of International Projects: Sample Of High Schools**

- International Projects. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. – 191 (2015). 1506 – 1516. Retrieved from <https://www.science-direct.com/science/article/pii/S1877042815028566> (accessed 27 November 2019) [In English].
4. Akoff, R. (1985). Planirovanie budushchego korporatsii [Planning the future of a corporation]. Per. s angl. – M., 1985 // Elektronnaya publikatsiya: Tsentr gumanitarnykh tekhnologiy – 26.09.2014. Retrieved from: <https://gtmarket.ru/library/basis/7085> (accessed 27 November 2019) [In Russian].
 5. Pshyk-Kovalska, O. O. (2012). Protsey planuvannia zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpryemstva [The process of planning foreign economic activity of the enterprise]. Retrieved from: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13913/1/68_468-472_Vis_727_Menegment.pdf (accessed 27 November 2019) [in Ukrainian].
 6. Drozdova, H. M. (2004). Menedzhment zovnishnoekonomichnoi disialnosti pidpryemstva [Management of foreign economic activity of the enterprise]. Kyiv : TsNL [in Ukrainian].
 7. Lypych, L. H. & Fatenok-Tkachuk, A. O. (2007). Stratehii vykhodu pidpryemstv na zovnishni rynky [Enterprises' strategies for entering foreign markets]. Retrieved from: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/77994/44-Lypych.pdf?sequence=1> (accessed 27 November 2019) [in Ukrainian].
 8. Turchak, V. V. (2017). Formuvannia stratehii mizhnarodnoi diialnosti pidpryemstva [Formation of the strategy of enterprise international activity]. *Molodyi vchenyi – Young scientist*, 3 (43), 863–866 [in Ukrainian].

К. А. Копишинская, кандидат экономических наук (Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»). **Методические основы планирования международной деятельности предприятий.**

Аннотация. Целью статьи является исследование и обобщение теоретических и разработка методических основ планирования международной деятельности предприятий. **Методика исследования.** При проведении исследования были использованы методы научного познания: теоретического и логического обобщения, систематизации, анализа и синтеза. **Результаты.** Международная деятельность предприятий отличается более высоким уровнем интернационализации. Учитывая современные тенденции развития мировой экономики, науки и техники, планирование международной деятельности должно обязательно быть сориентировано на технологический прогресс и развитие, а прогнозирование осуществляться с учетом влияния внешних факторов в будущем. Процесс планирования международной деятельности предприятия осуществляется поэтапно и с учетом общей концепции развития предприятия. На каждом уровне планирования (стратегическом, тактическом и оперативном) определяются ключевые действия по организации и развитию международной деятельности по каждому отдельному содержательному направлению (маркетинговому, организационному, операционному, кадровому и финансовому). Методические основы планирования международной деятельности предприятий базируются на специфических принципах, методах, уровнях и направлениях планирования, а также предусматривают определение показателей результативности международной деятельности. **Практическая значимость результатов исследования.** Учет определенных особенностей планирования международной деятельности предприятий в современных условиях и использование предложенных методических основ будут способствовать повышению эффективности реализации и развития международной деятельности предприятия, а также экономии времени руководителей на процесс разработки соответствующих планов.

Ключевые слова: планирование, прогнозирование, этапы процесса планирования, интернационализация, международная деятельность, выход на внешние рынки.

К. Kopishynska, Cand. Econ. Sci. (National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"). **Methodical foundations of planning of enterprises international activity.**

Annotation. The purpose of the article is to research and summarize theoretical and methodological bases for planning the international activity of enterprises. **Methodology of research.** During

the research, the methods of scientific knowledge were used: theoretical and logical generalization, systematization - in determining the main trends and conditions of development of enterprises international activity, determining the stages of planning international activity, analysis and synthesis – to identify key actions in the planning of international activity by levels and areas of activity, to form a scheme of methodological foundations for planning international activities. **Findings.** Enterprises international activity is characterized by a higher level of internationalization. Taking into account the current trends of the world economy, science, and technology, planning of international activity should be oriented on technological progress and development, and forecasting should be made taking into account the influence of external factors in the future. The process of planning the international activity of the enterprise is carried out in stages and taking into account the overall concept of enterprise development. At each level of planning (strategic, tactical and operational), key actions are defined for the organization and development of international activity for each specific content area (marketing, organizational, operational, personnel and financial). Methodological principles of planning of enterprises international activity are based on specific principles, methods, levels and directions of planning, and also define indicators of efficiency of international activity. **Practical value.** Taking into account certain peculiarities of planning the enterprises international activity in modern conditions and using the proposed methodological foundations will help to increase the efficiency of implementation and development of the enterprise international activity, as well as saving the time of managers to the process of developing appropriate plans.

Keywords: planning, forecasting, stages of the planning process, internationalization, international activity, access to foreign markets.