

З метою удосконалення планової діяльності керівництву підприємств харчової промисловості слід вживати наступні заходи:

- управління плануванням діяльності у харчовій промисловості повинне стати обов'язковим та системним процесом;
- на кожному підприємстві існує потреба у стратегічному бізнес-плануванні;
- планування потенціалу підприємства доцільно здійснювати на основі удосконаленої системи норм та нормативів;
- на кожному сучасному підприємстві (середні та великі підприємства) існує потреба у створенні відповідного комітету зі стратегічного бізнес-планування (або планового бізнес-центру з розвитку підприємства);
- обов'язкове підвищення кваліфікації працівників, які займаються бізнес-плануванням, посилення мотиваційного фактору тощо.

Всі перераховані вище заходи повинні бути спрямовані у кінцевому результаті на вирішення стратегічної цілі розвитку харчової промисловості – формування оптимальної структури випуску якісної конкурентоспроможної харчової продукції, яка максимально могла б відповідати потребам споживачів і вимогам ринкової економіки.

Перспективами подальших досліджень можуть бути розробка деталізованих програм, а саме бізнес-проектів розвитку підприємств харчової промисловості, які знаходяться у депресивних регіонах України [1, 3].

Література:

1. Скас Е.І. Впровадження бізнес-планування на підприємствах харчової промисловості як напрям підвищення їх ефективності [стаття] / Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2207>
2. Чигринець О.А. Сутність планування ризиків діяльності підприємств харчової промисловості [стаття] / Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8139/1/sutnist.pdf>
3. Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. Планування діяльності підприємства: Навч. посібн. 4-те вид. – К.: Каравела, 2011.– 352 с.
4. Сутність стандартизації. Основні поняття і визначення в галузі стандартизації [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://ito.vspu.net/Naukova_robota/data/Konkursu/2008_2009/Gordiychyk_2008_2009/Kuhar_Dist/predmet/Tovar/Urok/ur_5.htm

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

М.О. Панченко, к.е.н., доцент

В.В. Лобінцева, студентка

Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса

В теперішній час перед кожним підприємством постає завдання щодо забезпечення стабільного, незалежно від зовнішніх умов (економічного росту, стагнації, кризи) розвитку свого потенціалу. Досягнення поставленої мети можливе лише при стратегічному підході до управлінської діяльності[1].

Стратегічне планування на підприємстві є дуже важливим елементом стратегічного управління та виступає в ролі цілісної системи, та являє собою:

1. Процес моделювання майбутнього у відповідності із конкретною метою концепції багаточасового розвитку.
2. Це управлінський процес створення і реалізації стратегії відповідно до потенційних можливостей організації та умов зовнішнього середовища.
3. Це адаптований процес в результаті якого відбуваються регулярні коригування рішень, оформлені у вигляді планів та програм з урахуванням виникаючих змін[2].

Основною метою стратегічного планування є обґрунтування можливостей та шляхів ефективного функціонування і розвитку підприємства на ринку в довгостроковій перспективі. Особливістю стратегічного планування є припущення, що майбутнє обов'язково повинно бути кращим за минуле[3].

На практиці стратегічне планування є складним процесом, який охоплює декілька етапів: прогнозування показників у майбутньому, на основі обґрунтованого аналізу; передбачення можливостей і загроз; визначення і вибір варіантів розвитку на основі оцінки альтернатив, з урахуванням потреби в ресурсах (матеріальних, трудових і фінансових), реальності планів, ризику і прибутковості; формування цілі і визначення строків її досягнення; розробка програми дій і поетапного здійснення робіт; обґрунтування необхідних фінансових ресурсів.

Велику увагу провідні зарубіжні підприємства надають удосконаленню методів аналізу, прогнозуванню та обробці вихідної інформації. Метод портфельного аналізу є одним з нових у стратегічному

плануванні, якій полягає в аналізі великого обсягу інформації, що віддзеркалює ринкові позиції підприємства і його основних конкурентів. На підставі цих матеріалів формуються стратегії підприємства, здійснюється оцінка їх результатів, можливість реалізації, вибір кращого варіанта. Цінність цього методу полягає в тому що він дає достатній обсяг інформації для прийняття обґрунтованих рішень.

Стратегічне планування розраховане на 5; 10 і більше років, а конкретний його строк залежить від життєвого циклу товару і попиту на продукцію, яка виробляється підприємством. При стратегічному плануванні використовують різні підходи: задовольняючий оптимізаційний, адаптаційний. Самим поширеним є задовольняючий підхід, який ґрунтується на досягненні певного задовольняючого рівня. Оптимізаційний підхід використовується якщо є можливість надати кількісний показник поставленій цілі, що підвищує обґрунтованість планів. Адаптаційний підхід полягає в обов'язковому реагуванні на можливі зміни умов, що протидіятимуть реалізації планів.

Особлива роль в стратегічному плануванні відводиться менеджеру, який повинен постійно удосконалювати стратегічне управління, робити постійний аналіз існуючих стратегій, посилення контролю за їх використанням.

В зарубіжних фірмах відповідальність за стратегічне планування покладають на відділ маркетингу, який розробляє стратегічні маркетингові плани і які складаються практично по кожному продукту, наближаючи його до ринкових потреб. Але в практиці стратегічного планування в іноземних фірмах існують ряд недоліків і проблем, які доцільно використовувати в практиці вітчизняного менеджменту. Так, виявлялись не досить точними прогностичні показники на далеку перспективу; впровадження стратегічних планів не супроводжувалося внесенням змін у раніше визначені показники; система мотивації менеджерів в основному спрямована на досягнення результатів у короткостроковому періоді[4].

Якщо стратегія є баченням місця і ролі підприємства на ринку товарів, то стратегічне планування – це конкретна вказівка на спосіб досягнення цього стану. Воно базується, з одного боку, на цілях і задачах, поставлених в ході розробки стратегії, а з іншого – на прогнозах у різних сферах розвитку.

Таким чином, можна констатувати, що стратегічне планування – це процес моделювання ефективної діяльності підприємства на певний період функціонування, зі встановлення його цілей і їх змін в умовах невизначеності ринкового середовища, а також визначення способу реалізації цих цілей і задач відповідно до його можливостей.

Література:

1. Особенности стратегического планирования на предприятии в современных условиях, – С.А. Григорьев, А.В. Стрельцов, – Самарский государственный экономический университет. – 2009
2. Особенности стратегического планирования. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://studopedia.ru/1_87062_osobennosti-strategicheskogo-planirovaniya-i-ego-otlichitelnie-cherti.html
3. Планування і контроль на підприємстві: навч. посіб. – Н.І. Строченко, І.І. Коблянська. – Суми: СНАУ, 2015 – 271 с.
4. Менеджмент, – В.А. Рульєв, С.О. Гуткевич. – Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ГОЛОВНА ФУНКЦІЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ

О.О. Олейникова, ст. викладач

Ю.В. Тимко, студент

С.І. Іванов, студент

Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса

В сучасних умовах господарювання виживання і розвиток організації в довгостроковій перспективі залежить від уміння своєчасно передбачати зміни на ринку і відповідно адаптувати свою діяльність, змінюючи асортимент продукції і послуг, форми обслуговування, збутову мережу, організаційну структуру, інші елементи економічного потенціалу. При цьому дії організацій і їх керівників не можуть зводитися до простого реагування на зміни, що відбуваються. Все ширше признається необхідність свідомого управління змінами на основі науково обґрунтованої процедури їх передбачення, регулювання, пристосування до цілей організації та зовнішніх умов. Таким чином, найбільш ефективним інструментом управління розвитком організації в умовах постійних змін і пов'язаних з цим невизначеності є методологія стратегічного управління.

Стратегічне управління здійснюється в контексті місії організації, і його фундаментальна задача полягає в тому, щоб забезпечити взаємозв'язок місії з основними цілями організації в умовах змінного економічного середовища. Стратегічне управління стосується й цілей, і засобів. В площині цілей воно