

Література:

1. Шумейко Я.Г. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах/ Я.Г. Шумейко. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.confcontact.com/2016-ekonomika-i-menedzhment/2_shumejko.htm
2. Бабчук К.Л., Белкін І.В. Конкурентоспроможність українських підприємств в сучасних умовах глобалізації: XIV Міжнародна наукова інтернет-конференція. Рубрика: Соціум. Наука. Культура, Економіка [«Advanced technologies of science and education (19–21.04.2018)»]. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://intkonf.org/babchuk-kl-belkin-iv-konkurentospromozhnist-ukrayinskih-pidpriemstv-v-suchasnih-umovah-globalizatsiyi>
3. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : моногр. / за заг. ред. О. Г. Янкового. – О. : Атлант, 2013. – 470 с.
4. Бутко М. Інвестиційні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємства // Екон. України. – 2008. – №4. – С. 40–45.
5. Гаврилюк О.В., Гузенко І.Ю. Конкурентні та інтегральні стратегії у глобальному розвитку // Екон. промисловості. – 2010. – №3. – С. 3–10.
6. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств в ринкових умовах господарювання / О. В. Малик, А. А. Хачатрян. – 2016. – 63с.
7. Космина О. М. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах / О. М. Космина // Зб. наук. праць Таврійського державного агротехнологічного університету. – 2013. – №. 1. – С. 125–131.

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

М.О. Панченко, к. е. н., доцент

К.П. Мунтян, студентка

Одеський національний політехнічний університет

м. Одеса

На сьогодні харчова промисловість являється однією з провідних формуючих галузей не лише агропромислового й промислового комплексів, а й усього господарського комплексу України. У порівнянні з іншими країнами світу Україна має найбільш сприятливий природний, людський, геополітичний і ресурсний потенціал для ефективного розвитку харчової промисловості.

Проблеми розвитку та розміщення підприємств харчової промисловості відображено у працях П.П. Борщевського, В.В. Вітвіцького, М.Я. Дем'яненка, Л.В. Дейнеко, П.Т. Саблука, М.Г. Чумаченка та ін. Питання бізнес-планування в харчовій промисловості розглядалися такими вченими як А.М. Богатирьов, Н. Зоря, Н.В. Валінкевич, Т.А. Говорушко, Г.М. Тарасюк та ін. Проте питання ефективності бізнес-планування у харчовій промисловості і нині залишаються актуальними.

Для більшості підприємств харчової промисловості характерним є те, що вони не мають офіційно прийнятих планів і у них відсутній механізм планування. А саме: відсутня система норм і нормативів, технологій планового процесу, організаційних структур планування тощо. Бізнес-планування як таке досить часто замінюється різного виду рішеннями підприємства про ті чи інші напрями господарської діяльності, які, зазвичай, розраховані на досить короткий період часу і за відсутності необхідного підходу можуть стати однією з причин виникнення проблемної ситуації в перспективі.

Не менш важливим аспектом діяльності підприємств харчової промисловості є планування заходів щодо стандартизації та сертифікації їх продукції. Кожна партія харчових продуктів, що надходить від виробника, повинна супроводжуватись посвідченням про якість, сертифікатом відповідності державній системі сертифікації або копією сертифіката відповідності, завіреною постачальником на товар, котрий підлягає обов'язковій сертифікації, або ж зазначеним у товаросупровідній документації його реєстраційним номером. Харчові продукти, які супроводжуються сертифікатом, вважаються проконтрольованими на їх відповідність вимогам стандартів і безпеки. Згідно з Декретом Кабінету Міністрів України від 10 травня 1993 року № 46–93 „Про стандартизацію і сертифікацію” нормативні документи зі стандартизації розподіляють за такими категоріями: державні стандарти України – ДСТУ; галузеві стандарти України – ГСТУ; стандарти підприємств – СТП; технічні умови України – ТУУ [4].

Для того, щоб створити конкурентоспроможну продукцію, керівництво підприємств харчової промисловості займається плануванням якості продукції. Воно включає: розробку й виробництво нових зразків харчових продуктів з вищими показниками якості, збільшення їх випуску, поліпшення показників якості продукції, що вже випускається, випуск продукції, атестованої за вищою категорією якості.

З метою уникнення кризових ситуацій важливим методичним та практичним аспектом забезпечення ефективного розвитку харчової промисловості на перспективу є бізнес-планування. Завдяки обґрунтованим у

бізнес–плани пропозиціям та рекомендаціям, підприємства харчової промисловості мінімізують ризик спаду виробництва та навпаки щорічно здатні нарощувати його обсяги, а також темпи переробки продукції.

Бізнес–планування – це процес розроблення і обґрунтування деталей реалізації підприємницької ідеї. Бізнес–план включає аналіз ринкових, виробничих, організаційних і фінансових аспектів передбачуваного бізнесу та визначення найкращих способів досягнення наперед встановлених цілей. Бізнес–планування дозволяє передбачити низку проблем, які можуть з'явитися в процесі реалізації ідеї розвитку підприємства харчової промисловості та знайти ефективні шляхи їх вирішення. Тож, сам процес планування – це знаходження способу досягнення заданої мети і його деталізація, включаючи послідовність (алгоритм) дій та розподіл ресурсів для цього.

Відповідно, максимально ефективне планування – це знаходження максимально ефективного (найменш ресурсоемкого) способу досягнення мети і його деталізація, включаючи послідовність дій і оптимальний розподіл ресурсів.

Так, для підприємств харчової промисловості ефективне планування виробництва продукції та потреб у сировині стає сьогодні важливою умовою конкурентоспроможності. Швидкі зміни зовнішнього середовища вітчизняних підприємств стимулюють появу нових методів, систем і підходів до управління конкурентоспроможністю. Одним з таких методів і є ефективна система бізнес–планування. Саме системний підхід до розробки, оцінки та підтримання конкурентоспроможності підприємства, заснований на знанні і правильному використанні менеджерами підприємств принципів і методів бізнес–планування, дозволить підприємству успішно розвиватися, збільшуючи свою частку і зміцнюючи позиції на ринку [1].

Як і будь–які підприємства інших галузей народного господарства України суб'єкти господарювання у харчовій промисловості мають систему внутрішніх та зовнішніх ризиків, які можуть перешкоджати їх діяльності.

У зовнішньому середовищі доцільно розглядати два рівні виникнення ризиків:

– глобальний, який поширюється на всю галузь діяльності підприємства або на декілька ринків, на яких працює підприємство (наприклад, сировинний ризик, який виникає внаслідок глобального зростання ціни на сільськогосподарську продукцію);

– локальний – місцевий ризик, який виникає на обмеженій території (наприклад, погодний ризик).

У внутрішньому середовищі підприємства харчової промисловості також розглядають два рівні ризиків: стратегічний та оперативний. Важливо визначити основне місце виникнення ризику для того, щоб правильно його оцінити та обрати методи його уникнення, локалізації чи оптимізації.

З огляду на вищесказане, у практиці управління підприємствами харчової промисловості застосовується планування ризиків, яке включає:

– використання стандартизації на великих підприємствах, що дасть змогу оцінювати ефективність ризик–менеджменту різних підрозділів, рівнів управління та стратегічних бізнес – одиниць за ключовими стандартизованими показниками;

– використання спрощеного варіанту стратегічного планування ризиків на малих та середніх підприємствах;

– поділ основної стратегії підприємства щодо захисту від ризиків на функціональні;

– постановка цілей для ризик–менеджменту [2].

Бізнес–планування є одним з найголовніших механізмів та інструментів управління підприємства, яке зумовлює і прогнозує його ефективність в майбутньому. Ефективне бізнес–планування у харчовій промисловості дозволить більш ефективно користуватися засобами та активами підприємства, і використовувати планування для грамотного управління.

Ступінь відповідності нормативної бази бізнес–планування вимогам підвищення ефективності господарської діяльності підприємства, забезпечення його конкурентоспроможності обумовлюється якісним рівнем його підсистем. Значення норм в стимулюванні ефективної виробничої діяльності полягає в тому, що вони є основою встановлення обсягу ресурсів (кількості верстатів, чисельності робітників, запасів матеріалів), необхідних для досягнення заданих виробничих результатів.

Аналіз фактичного стану нормативної бази бізнес–планування на підприємствах харчової промисловості показав, що вона поки що не відповідає вимогам нового господарювання, що орієнтується на інтенсивний розвиток економіки. Істотними недоліками є такі:

– відсутність великої групи норм і нормативів;

– недостатність використання функцій норм;

– нерівномірність охоплення нормами і нормативами завдань бізнес–планування.

Особливо варто відзначити низьку якість діючої нормативної бази бізнес–планування (переважання в її структурі дослідно–статистичних норм і уповільнений процес їх заміни науково обґрунтованими), недостатній кваліфікаційний рівень кадрів, що здійснюють нормування і керівництво, відсутність методичного та організаційного центру, координуючого цю роботу. Системний аналіз нормативної бази бізнес–планування і пошук шляхів її вдосконалення не є метою праці працівників, які мають безпосереднє відношення до цього процесу. Сформоване положення з нормативною базою бізнес–планування гальмує впровадження дієвого економічного управління на підприємствах харчової промисловості.

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