

ЛІТЕРАТУРА

1. Шевченко Л.С. Конкурентна діагностика фірми: концепція, методи / Монографія: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 240 с.
2. Тищенко А.Н. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса/ Иванов Ю.Б. Монография ИД «ИНЖЕК», 2007. – 367стр.
3. Иванов Ю.Б. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: Монографія / ВД «ІНЖЕК», 2006.- 384 с.

Анастасія Дядик,

студентка 7 курсу

Гуманітарно-економічного факультету

Наук. керівник: **Костенко Г.П.**, к.е.н, доцент (БДПУ)

«СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ»

Одним з найбільш актуальних завдань сучасного розвитку економіки України є створення умов ефективного і динамічного переходу до ринкових відносин. При цьому дуже важливою є реорганізація надмірної концентрації і монополізації виробництва, удосконаленням організаційних і структурних відносин, перегляд застарілих командних економічних зв'язків і методів керування.

У цих умовах особливої гостроти набуває необхідність розвитку підприємницької активності, діяльність підприємств і організацій, спрямованих на споживача, і кінцевий результат — прибуток. Практичне розв'язання проблем, пов'язаних з необхідністю забезпечення нормальної роботи підприємства, не тільки сьогодні, але й у перспективі, залежить від ступеня освоєння методології і методів стратегічного керування.

Поняття "стратегія" в галузі управління підприємством як соціально-економічною системою має на увазі довгостроковий комплексний план дій з керівництва відповідним колективом, спрямований на досягнення місії організації. Стратегія підприємства є основою стратегічного планування, за допомогою якого на підприємстві зважується комплекс проблем, пов'язаних з цілеспрямованою переорієнтацією випуску продукції нової номенклатури й асортименту, впровадженням і використанням нових технологій, розвитку маркетингу, удосконалюванням структури керування підприємством, своєчасною і якісною підготовкою і перепідготовкою кадрів. Питанню стратегічного планування приділяється значна увага зі сторони науковців. Зокрема розробкою моделей управління на підприємстві займалися такі вчені, як А. Файоль, Ф. Тейлор, М. Вебер та ін. Разом з тим, дане питання потребує подальшого дослідження.

Метою дослідження питань, пов'язаних із сутністю стратегічного планування підприємства є встановлення певного порядку дій для підготовки ефективного функціонування конкурентоспроможного підприємства.

Завданням дослідження є ознайомлення з сутністю стратегічного планування підприємства; встановлення цілей; визначення стратегій

(«стратегічного набору») та заходів щодо їхньої реалізації; передбачення послідовності дій, що є інструментами досягнення цілей та реалізації стратегій; організація виконання планових завдань; облік, контроль та аналіз їхнього виконання. Стратегічне планування є однією з основних функцій стратегічного управління. Воно являє собою процес прийняття управлінських рішень щодо стратегічного передбачення (формування стратегій), розподілу ресурсів, адаптації компанії до зовнішнього середовища, внутрішньої організації. Процес стратегічного планування посідає центральне місце в системі стратегічного управління. Більшість західних і східних фірм використовують стратегічне планування для того, щоб змінити себе, вийти з безнадійних ситуацій, які сформувались зовні та в середині підприємства. Крім того, існують макропроцеси, які стимулюють розвиток стратегічного планування. Понад 40 країн розвивають свою економіку за допомогою системи п'ятирічних планів. Наприклад, у Японії планувалося 10 п'ятирічок, у Франції п'ятирічні плани застосовуються з 1947 року. Наявність таких планів орієнтує підприємства на певні напрямки та спонукає їх планувати свою діяльність. Стратегічне планування — це систематизовані та більш-менш формалізовані зусилля всього підприємства, спрямовані на розробку та організацію виконання стратегічних планів, проектів і програм. У свою чергу, розробка планів як специфічний вид діяльності — це послідовний інтеграційний процес, що складається з взаємопов'язаних етапів. Основні етапи є переходом до впровадження цілісної системи стратегічного управління, оскільки зумовлюють необхідність організаційно-аналітичної та контрольно-координаційної діяльності не лише в органах стратегічного планування, а й у ланках, де виконуються дії, визначені стратегічними планами та програмами. Період (часові характеристики) стратегічного планування залежить від специфіки підприємства, його галузевої приналежності, рівня невизначеності та динамічності середовища. Так, на підприємствах різних галузей заміна технологічних процесів та оновлення продукції здійснюються через різні проміжки часу; їх, як правило, і враховують, визначаючи періоди, на які розробляються стратегічні плани:

лісотехнічне господарство — 10-20 років;

транспортне машинобудування та автомобілебудування — 10—20 років;

хімічна та фармацевтична промисловість — до 10 років;

електротехнічна промисловість — 5—10 років;

легка промисловість — до 5 років;

виробництво ЕОМ — 2-3 роки і т. д.

Збільшення «часового горизонту» не підвищує ефективність планів. Одним із факторів (особливо для малих підприємств) підвищення якості планів є збільшення частоти планування (за рахунок корекції), вдосконалення змісту, що впливає суттєвіше, ніж подовжений період. □

Головними перевагами стратегічного планування є: зв'язок поточних рішень з майбутніми результатами, організоване осмислення рішень (усупереч спонтанному прийняттю) з прогнозуванням їхніх наслідків; орієнтація на пошук альтернативних варіантів досягнення цілей, тобто допустимих цілей у межах визначених цілей та наявних обмежень;

визначення можливостей і загроз, сильних та слабких сторін діяльності підприємства, врахування їх при встановленні цілей і формулюванні стратегій для забезпечення впливу на ці аспекти вже сьогодні; свідомою підготовка майбутнього і до майбутнього; розподіл відповідальності не лише між напрямками діяльності, а й між поточною та майбутньою діяльністю.

Тому переваги стратегічного планування не реалізуються самі по собі. Як кожне явище, стратегічне планування має характеристики, які в разі їх невдалого використання можуть зашкодити розробці та впровадженню стратегічних планів.

Отже, дослідження переваг і недоліків стратегічного планування є основою для подальшого його вдосконалення. Останніми роками цей процес було спрямовано на виявлення так званих «бар'єрів» стратегічного планування та формулювання найпоширеніших заходів щодо їх усунення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Василенко В. А., Ткаченко Т. І. «Стратегічне управління», Київ, 2006
2. Герасимчук В. Т. «Стратегічне управління підприємством», Київ, 2015
3. Немцов В. Д., Довгань Л. Є., Сініюк Г. Ф., «Менеджмент організації», Київ, 2012

Каріна Карпачова,

студентка 4-го курсу

гуманітарно-економічного факультету

Науковий керівник: **Г.П. Костенко**, к.е.н., доцент (БДПУ)

УПРАВЛІННЯ ТА ВИБІР КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ ПРОДУКЦІЇ ЯК ОСНОВНОЇ ЗАПОРУКИ УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА

Актуальність дослідження. Питання вибору каналу розподілу підприємства завжди було актуальним і практично головним при завоюванні конкурентних переваг та успішної і прибуткової діяльності підприємства як на вітчизняному так і світовому ринках. Саме тому ця проблема ніколи не втрачає своєї актуальності та важливості.

Ступінь дослідження проблеми. Проблема вибору та управління каналами розподілу завжди поставала і постає у працях зарубіжних та українських вчених, а саме: Т.Д. Гірченко, Ю.А. Пустинникова, В. Наумов, Ф. Котлер, Л.В. Штерн, Л. Горчелс та багатьох інших.

Мета: проаналізувати процес управління каналами розподілу та висвітлити їх економічну роль для підприємства.

Методи дослідження. У проведеному дослідженні використовувалися такі наукові методи: порівняльного та структурного аналізу, функціонального аналізу.

Сутність дослідження. Канал розподілу – це шлях, за допомогою якого кінцеві споживачі отримують товари чи послуги того чи іншого підприємства.[1] За допомогою вдало вибраного каналу розподілу