

підприємствами. На сьогодні велика кількість підприємств фінансують стажування своїх робітників за кордоном. Щодо підприємств виробничого характеру, то варто зазначити, що важливою умовою ефективності їх діяльності є наявність нового та зручного обладнання. Але всього вищеперерахованого може бути недостатнім, якщо не запроваджувати інноваційні моделі управління.

Список використаних джерел:

1. Михайловська О. В. Світовий досвід державної підтримки інноваційних процесів//Актуальні проблеми економіки, 2009, № 11. – С. 101–109.
2. Шипуліна Ю. С. Розвиток теоретико-методолігічних засад переходу підприємств на інноваційний шлях розвитку / Ю. С. Шипуліна, С. М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4, Т. 1. – С. 103-112.
3. Чечетов М. Інноваційна складова ринкової трансформації // Економіка України, 2010, № 11. – С. 4–14.
4. Філіпова К. В. Стратегічний аспект інноваційного розвитку організації // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 1. – С. 91-95.

Луцик І.Б.

аспірант,

Науковий керівник: Юрій Е.О.

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри фінансів,

Буковинський державний фінансово-економічний університет

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Планування в системі стратегічного управління підприємством є однією з головних, центральних функцій, що визначає кінцеві результати виробничо-збутової, економічної, фінансової й інвестиційної діяльності. У процесі планування визначаються основні напрямки розвитку підприємства. На основі маркетингових досліджень підприємство визначає види й обсяги продукції, що планує випускати, потребу в ресурсах та ефективність їх використання тощо.

На сьогоднішній день планування діяльності суб'єкта господарювання є не лише можливістю щодо визначення ними своїх пріоритетів, але й необхідністю, яка дозволить вибрати правильну стратегічну поведінку в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Нові умови ставлять вимогу щодо чіткого та заздалегідь визначеного напрямку руху підприємства для найбільш ефективного досягнення поставленої мети. Саме тут і приходиться на допомогу стратегічне планування.

Проблематиці процесу планування діяльності підприємств присвятили свої праці такі вітчизняні та зарубіжні вчені як З. Є. Шершньова та

С. В. Оборська, Федоркін М. С., А. Плануг, Р. Уайлд, Р. Хагн, М. Котч, Н. Косіолі та інші.

Так, на думку вітчизняних вчених З.Є. Шершньової та С. В. Оборської планування являє собою систематизовані та формалізовані зусилля усієї організації, спрямовані на оформлення їх у вигляді стратегічних планових документів різного типу [1, с. 85].

Федоркін М. С. вважає, що планування це процес безперервного передбачення майбутнього, що дозволяє досягти мети із мінімальними затратами [2, с. 96].

А. Плаунг стверджує, що планування – це творче мислення майбутнього [3].

В ситуації, що сформувалася, на допомогу власне і приходять процес планування.

На нашу думку, планування – це процес, головною метою якого є перетворення цілей підприємства в прогнози та плани, результатом якого стане визначення пріоритетів, засобів та методів їх досягнення.

Сучасне середовище, в якому функціонують вітчизняні підприємства, висуває нові умови, зумовлені ризикованістю, невизначеністю, мінливістю та нестабільністю, що, відповідно, вимагає перегляду ролі планування. Найпростішим вирішенням цієї проблеми є запровадження стратегічного планування на підприємстві.

На нашу думку, стратегічне планування – це процес моделювання ефективної діяльності підприємства на період >5 років функціонування з визначенням його цілей і їх змін в умовах нестабільності ринкового середовища, а також знаходження способу реалізації цих цілей і задач відповідно до його можливостей.

Отже, поняття «планування» і «стратегічне планування» – є різними, але в той же час доповнюють один одного з тієї причини, що стратегічне планування є складовою загального процесу планування. На відміну від звичайного планування, за допомогою якого підприємство визначає свої пріоритети, а також засоби та методи їх досягнення, стратегічне планування дозволяє не лише передбачити майбутні перспективи підприємства, але й підготуватися до можливих ризиків.

В Україні небагато підприємств, які використовують підходи стратегічного планування. Українські реалії демонструють істотне відставання від світової практики використання процесу передбачення майбутнього. Відсутність кваліфікованого персоналу, достатніх знань, ефективної нормативно-правової бази в сфері внутрішньофірмового планування, обмеженість фінансових можливостей та частота зміни економічного та політичного середовища призводять до неможливості використання надбань стратегічного планування.

Для подолання існуючих проблем у стратегічному плануванні пропонується використовувати наступні рекомендації:

1. З метою адаптації підприємства до умов зовнішнього середовища практикувати застосування ним стратегічного планування.

2. Постійно підвищувати рівень знань персоналу.

3. Використовувати новітні методи та моделі процесу стратегічного планування.

Вважаємо, що виконання наведених рекомендації створить умови для розвитку й ефективного функціонування бізнесу, а також сприятиме перетворенню підприємництва в одну з рушійних сил на шляху до ринку.

Список використаних джерел:

1. Кахович Е.А., Кахович Ю.А. Стратегічне планування та управління в роботі юридичних служб суб'єктів господарювання / Е.А. Кахович, Ю.А. Кахович // Облікові записи Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія: Юридичні науки. – 2014. – Т. 27(66). – № 1. – С. 85-90.

2. Федоркін М.С. Резерви конкурентоспроможності підприємства / Холодний Г.О. // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2007. – № 3. – Т. 1. – С. 96–101.

3. Холодний Г.О. Теоретичні аспекти стратегічного планування на підприємствах України: (підсумки 4-ї Міжнар. конф. «Харків-2011») [Електронний ресурс] / Холодний Г.О. // Вісник економіки. – 2011. – № 12. – С. 54. – Режим доступу: www.docs.google.com/viewer?pid=bl&scrid=ADGEES

Москальчук Н.О.

студент;

Богацька Н.М.

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри економіки підприємства та міжнародної економіки,

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

**ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ОСОБЛИВА ФОРМА
ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

В сучасних умовах посилення конкуренції на внутрішніх ринках та обмеженості фінансових можливостей для підприємств важливим та ефективним кроком є використання франчайзингових відносин це пояснюється тим, що основою ринкової економіки, з одного боку, є великі підприємства, які надають їй стабільності й керованості, визначають рівень науково-технічного і виробничого потенціалу, з другого-малий бізнес, який формує конкурентне середовище, характеризується високою мобільністю та забезпечує самостійність підприємницької ініціативи. Для економіки України останнім характерна активізація саме малого бізнесу. Але, незважаючи на значні можливості малого бізнесу у процесі становлення і функціонування ринкової економічної системи, він має свої слабкі сторони, пов'язані насамперед із фінансуванням. Тому одним із шляхів вирішення даної проблеми є розвиток франчайзингу в Україні [1, с. 59].