

Ільчук С.М.

студентка,

Науковий керівник: Семенець І.В.

кандидат економічних наук, доцент,

Кам'янець-Подільський національний університет

імені Івана Огієнка

СУТНІСТЬ ПЛАНУВАННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ЗДІЙСНЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті розкрито сутність планування за підходами різних науковців, а також схематично зображено порядок його здійснення на підприємстві.

В умовах ринкової економіки та прагнення підприємств набути конкурентних переваг особливого значення набуває побудова ефективно діючої системи планування, що дозволить підприємству бути готовим провадити свою діяльність як за умов передбачуваності, так і за умов неоднозначних очікувань майбутнього в навколишньому середовищі.

Дослідження сутності планування здійснювали як вітчизняні, так і зарубіжні науковці: Зінь В. А. та Турченко М. О. [1], Іванова В. В. [2], Швайка Л. А. [6], Г. Дж. Болт [4], Москалюк В. Є. [3], Шваб Л. І. [5].

Мета статті: визначити сутність планування та особливості його здійснення на підприємстві.

Планування діяльності підприємства є однією з найважливіших функцій виробничого менеджменту. В управлінні господарською діяльністю підприємства планування займає основне місце, вбираючи в себе організаційний початок всього процесу реалізації обґрунтованих напрямів подальшого розвитку підприємства. Визначення сутності планування можна зустріти в роботах багатьох науковців, як вітчизняних, так і іноземних, деякі з них розглянемо в таблиці 1.

Г. Дж. Болт у своїх наукових дослідженнях дійшла висновку, що під плануванням слід розуміти продумане визначення і систематизацію факторів, які забезпечують успішну діяльність підприємства. Планування пов'язане з визначенням і постановкою цілей організації, виробленням політики, методів, стратегії і тактики, необхідних для їх досягнення [4, с. 11].

Процес планування полягає у визначенні мети, якої підприємство прагне досягнути за певний період, а також засобів, шляхів та умов її досягнення. Сутність планування і полягає в чіткому визначенні цілей, засобів та послідовності заходів для їх досягнення, а також порівнянні поставлених цілей з можливостями та ресурсами.

Планування – це фактично попереднє прийняття рішення з метою досягнення певних цілей в майбутньому та засіб попередження помилкових дій, скорочення кількості невикористаних можливостей, спрямоване на активне пристосування об'єкту планування до зовнішніх умов. На рисунку 1 наведемо завдання, що виконує планування як сфера і вид діяльності.

Таблиця 1

Сутність поняття планування за підходами різних науковців

Автор	Визначення
Швайка Л. А.	Планування – вид, сфера діяльності органів управління підприємства по передбаченню майбутнього стану його економіки на основі врахування дії законів розвитку підприємства, галузі і національної економіки.
Іванова В. В.	Планування – це цілеспрямована діяльність господарюючих суб’єктів, що передбачає визначення цілей підприємства на певну перспективу, оптимальних засобів їх реалізації та ресурсного забезпечення на основі інформації про організаційне середовище підприємства.
Зінь В. А., Турченко М. О.	Планування – це процес формування мети діяльності підприємства, визначення пріоритетів, засобів і методів їх досягнення, на основі виявлення комплексу завдань і робіт, а також впровадження ефективних методів, способів, ресурсів, необхідних для виконання конкретних завдань у встановлені терміни.

Джерело: складено автором на основі [1, с. 25], [2, с. 5], [6, с. 9]

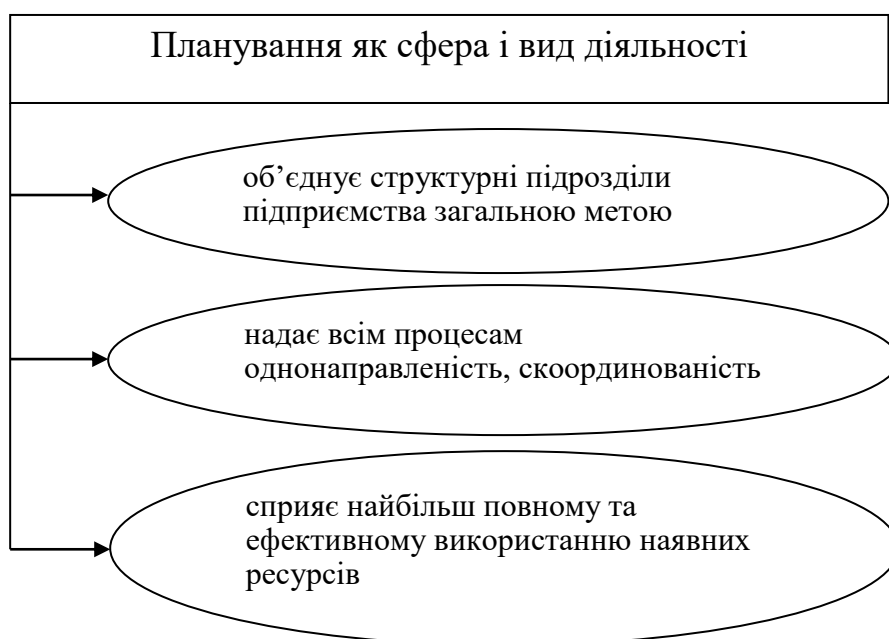


Рис. 1. Завдання планування

Джерело: складено автором на основі [3, с. 59]

У процесі уточнення завдань і досягнення цілей виникає низка проблем, розв'язання яких становить основний зміст планування діяльності підприємства. Порядок здійснення планування зобразимо на рисунку 2.

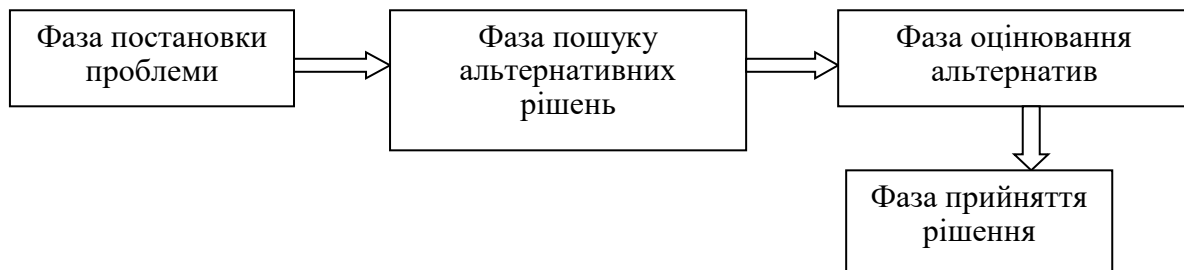


Рис. 2. Порядок здійснення планування на підприємстві

Джерело: складено автором на основі [5, с. 74]

Розроблення плану відбувається на першій та другій фазі. Сутність першої фази полягає у визначенні завдання, що вимагає вирішення проблеми. Шляхом порівняння поточного стану з бажаним виявляють проблему, проводять аналіз причин, що її викликали та з'ясовують загальні цілі, які відіграють значення при постановці цієї проблеми на рівні підприємства, далі деталізують задачі та підзадачі для розв'язання за умови обмеженості ресурсів. Перехід на другу фазу включає підбір варіантів можливих рішень, формується уявлення про вплив чинників за кожною з альтернатив, обирають альтернативи, що підлягають докладному вивченню.

Характеризуючи третю фазу, варто відмітити, що тут оцінюють альтернативи в аспекті їхнього впливу на досягнення цілей за умов передбачуваності, а також за умов неоднозначних очікувань майбутньої ситуації в зовнішньому середовищі та моделюють наслідки реалізації альтернатив за умови зміни самих цілей та обмежень.

На заключній стадії планування обирають альтернативу, що підлягатиме реалізації: зіставляють і аналізують оцінені альтернативи та враховують результати моделювання, важливою умовою є забезпечення досягнення поставленої мети найбільшою мірою.

Таким чином, в умовах ринкових відносин та нестабільної економіки важливого значення у діяльності кожного господарюючого суб'єкта набуває такий важливий елемент господарського механізму управління підприємством як планування. Саме завдяки плануванню підприємство має можливість визначити основні задачі, обґрунтувати задачі проміжних етапів, провести аналіз оточуючого середовища, проаналізувати вже існуючі стратегії, визначити стратегічні проблеми на підставі проведеного аналізу, розробити нові стратегії, підготувати робочі плани, діяти по визначеному алгоритму дій в напрямку досягнення бажаного результату.

Список використаних джерел:

1. Зінь В. А. Планування діяльності підприємства: Підручник / В. А. Зінь, М. О. Терченко. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 320 с.
2. Іванова В. В. Планування діяльності підприємства: Навч. посібник / В. В. Іванова. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 472 с.

3. Планування діяльності підприємства: Навч. посіб. / За ред. Москалюка В. Є. – К.: КНЕУ, 2002. – 252 с.

4. Практическое руководство по управлению сбытом: пер. с англ. / Г. Д. Болт – М. : Экономика, 1991. – 270 с.

5. Шваб Л. І. Економіка підприємництва : навч. посіб. [для студентів вищих навчальних закладів] / Л. І. Шваб. – К. : Каравела, 2005. – 568 с.

6. Швайка Л. А. Планування діяльності підприємства: Навчальний посібник / Л. А. Швайка. – Львів: «Новий Світ – 2000», 2003. – 268 с.

Кострицька А.А., Касько В.О.

студенти,

Науковий керівник: Свідерська А. В.

кандидат економічних наук, старший викладач,

Хмельницький національний університет

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ У МАЛОМУ БІЗНЕСІ

Питання використання інтернет-технологій у бізнес-середовищі є актуальним, оскільки виникає низький порівняно з оффлайном поріг входження для нових гравців, існує надзвичайно широкий спектр напрямків онлайн-діяльності та у більшості випадків бізнес в інтернеті не вимагає прив'язки до певного місця. Метою даного дослідження було узагальнити основні напрямки, в яких варто започатковувати бізнес в інтернеті, з урахуванням сучасних ринкових тенденцій та тенденцій розвитку інформаційних технологій, розглянути найбільш поширені та успішні моделі ведення бізнесу в інтернет-середовищі, проаналізувати переваги та недоліки застосування кожної із них.

Головною перевагою бізнесу в інтернеті традиційно називають той факт, що існує можливість ведення такого бізнесу не лише з будь-якого міста, але й навіть країни, особливо якщо всі процеси чітко опрацьовані, а робота з дзвінками та відправлення товарів делеговані досвідченому персоналу. Особливо це спрощує етап ініціалізації власної справи для фізичних осіб-підприємців та самозайнятих осіб.

Науковці А. Ващенко та М. Ротарь, зокрема, визначають такі напрями формування оточення товару при його пропозиції через інтернет:

– надання інформації про товар і інструментів для проведення порівняльного аналізу його характеристик з аналогами;

– надання можливості придбання товару через Інтернет – його замовлення та оплата;

– організація перед- і післяпродажного обслуговування;

– створення іміджу, марки товару, розвиток інтернет-бренду, формування громадської думки і створення задоволеності покупця від придбання і використання даного товару [1, с. 231].