

просуває його на ринку праці, в подальшому бренд працівника забезпечує успішність компанії на місцевому та світовому ринку, що впливає на формування бренду успішної країни.

### **Список використаних джерел:**

1. Peters T. The Brand Called you [Електронний ресурс] / Tom Peters. – Режим доступу: [www.fastcompany.com/magazine/10/brandyou.html](http://www.fastcompany.com/magazine/10/brandyou.html).
2. Кострубська А.Ф. Персональний брендинг як мистецтво досягнення успіху / А.Ф. Кострубська, Є.М. Забурмеха // Економіка. Управління. Інновації. Випуск № 1 (11), 2014.
3. Сагайдак М.П. Бренд контактного персоналу у забезпеченні внутрішнього маркетингу туристичної фірми / М.П. Сагайдак, В.В. Костинець // Актуальні проблеми економіки № 11(149), 2013.
4. Біловодська О.А. Аналіз і оцінка персонального брендингу в умовах підвищення професійного успіху особистості / М.В. Пузікова, Маркетинг і менеджмент інновацій, 2011, № 4, Т. I.

**Максименко К.В.**

*студент,*

*Харківський навчально-науковий інститут*

*Науковий керівник: Ізюмцева Н.В.*

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Харківський навчально-науковий інститут*

*Державного вищого навчального закладу*

*«Університет банківської справи»*

### **МЕНЕДЖМЕНТ: ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Ніщо не стоїть на місці. З кожним роком активно росте число організацій, і, відповідно, зростає і конкуренція на ринку. Поряд з цим непередбачуваність економічної ситуації стає все більш частим явищем. У зв'язку з цим планування несе в собі особливу роль в організації фірми. Планування в організації є однією з головних функцій менеджменту, котра представляє собою процес вибору цілей розвитку організації та шляхів їх досягнення. Багато авторів за займалися вивченням питання планування. Серед них можна назвати Бочарова В. В., Волостних В. В., Замятіну М. Ф., Петухова Р. М., Рибіна В. М., Терещенка О. О. та ін. Суттєвий здобуток отримали закордонні вчені, які розглядали планування у розрізі функцій управління. Це Акофф Р., Ансофф І., Альберт М., Кінг А. М., Мескон М. Х., Портер М., Хедоурі Ф. та ін. У наш час науковці знову звертають увагу на дослідження планування, як важливої функції менеджменту. Це такі автори, як Бланк І. А., Каткова Н. В., Кульчинська О. О., Міценко Н. Г., Нелеп В. М., Тарасюк Г. М., Шваб Л. І. та інші. На сьогоднішній день процес планування на українських підприємствах ускладнюється складовою невизначеності. Будь-яка організація не може

обходитися без планування, так як необхідно приймати управлінські рішення щодо [1, с. 182]:

- розподілу ресурсів;
- координації діяльності між окремими підрозділами;
- координації з зовнішнім середовищем (ринком);
- створення ефективної внутрішньої структури;
- контролю за діяльністю;
- розвитку організації в майбутньому.

Планування забезпечує своєчасність рішень, дозволяє уникати поспішності в рішеннях, встановлює чітку мету і ясний спосіб її реалізації, а також дасть можливість контролювати ситуацію. Основні завдання, які фірма вирішує в процесі планової діяльності:

- визначення цілей, на досягнення яких спрямована її діяльність;
- пошук необхідних ресурсів і розподіл їх відповідно до потреб;
- забезпечення формування організаційної структури і системи управління;
- сприяння підвищенню трудової активності працівників;
- пошук найбільш раціонального і ефективного способу досягнення цілей фірми, підвищення продуктивності праці, ритмічності виробництва, поліпшення використання обладнання [2, с. 85].

В таблиці 1 наведемо основні види планування з якими стикаються організації у процесі своєї діяльності.

Таблиця 1

### Види планування на підприємстві

№ п/п	Види планування	Сутність
1	Стратегічне	Визначення мети розвитку компанії, визначення основних напрямків, по яким повинен відбуватися розвиток
2	Тактичне (операційне)	Визначення конкретних заходів і строків їх виконання, які дозволять компанії розвиватися в заданих напрямках
3	Оперативне	Визначення конкретних виконавців та методів, які сприятимуть реалізації заходів, які затверджені в тактичному плані

*Джерело: складено автором на основі*

Основні принципи планування:

- партисипативність – залучення максимально можливої кількості співробітників підприємства до планування;
- реальність – планові завдання та показники повинні бути виконуваними;

- гнучкість – адекватна реакція на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі;
- директивність – обов’язкове виконання планових завдань та показників;
- забезпеченість планових завдань необхідними ресурсами;
- інтеграція та диференціація – дозволяє здійснювати планування на усіх рівнях управління;
- безперервність – на зміну одним планам повинні приходити інші.

Важлива задача для гнучких планів полягає в розробленні ефективного механізму планування, який дозволяв би оперативно й правильно враховувати потреби споживачів на ринку продукції, послуг. Крім цього надавав можливість підприємствам швидко переорієнтуватися на нові потреби. Результати останніх досліджень показують, що велика кількість українських підприємств використовують калькулювання з повним розподілом витрат (тобто накладні витрати пропорційно розподіляються відносно фонду заробітної плати або випуску продукції). Планування діяльності підприємств в Україні в даний час має серйозні проблеми [2, с. 85]. Причини цього: відсутність ясних цілей, відсутність розуміння місії підприємства у керівництва; підприємство зазнає труднощів при визначенні потреб в поточних ресурсах, підприємство повинно саме орієнтуватися в умовах ринку, не проводиться аналіз беззбитковості продажів; тощо. Все це привело до значних скорочень обсягів виробництва. В таблиці 2 наведено порівняльну характеристику деяких промислових підприємств України на сьогодні та декілька років назад [3, с. 281].

Таблиця 2

**Порівняння обсягів виробництва деяких промислових підприємств за період 2000-2016 років**

Назва підприємства	Потужність до 2000 років	Кількість робітників	Потужність станом на 2016 рік	Кількість робітників
Харківський авіаційний завод	60-70 літаків ТУ-134 в рік	12000	4 літака за останні 6 років	4500
Харківський електромеханічний завод	До 1200 електродвигунів в рік	5600	10 в рік	560
Харківський завод електроапаратури	2,5 млн. електробритв в рік	15000	Не випускає	Близько 2000

*Джерело: складено автором на основі*

Таким чином, планування допоможе обрати правильну стратегію й тактику розвитку українських підприємств. За допомогою удосконалення системи планування та аналізу витрат підприємства зможуть збільшити обсяг виробництва, розширити ринку збуту продукції. Отже, планування необхідне

для того, щоб розуміти, які ресурси вам знадобляться для досягнення поставлених цілей. Планувати необхідно для того, щоб домогтися ефективного використання залучених ресурсів, тобто вирішити завдання максимізації показника рентабельності чистих активів. Забезпечення високого рівня ефективності виробництва на підприємствах можливе за рахунок удосконалення процесу планування як головної функції менеджменту [3, с. 284].

### **Список використаних джерел:**

1. Каткова, Н. В. Планування ефективності діяльності підприємств [Текст] / Н. В. Каткова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – Т. 1. – № 5. – С. 180-183.
2. Кульчинська, О. О. Роль стратегічного планування в ефективній діяльності підприємств [Текст] / О. О. Кульчинська // Вісник. Економіка. Проблеми економічного становлення. – 2015. – № 1. – С. 83-88.
3. Міценко, Н. Г. Шляхи покращення планування на підприємствах і в організаціях споживчої кооперації [Текст] / Н. Г. Міценко, Т. С. Петрук // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2014. – Вип. 16. 2 – С. 280-284.
4. Тарасюк, Г. М. Планування діяльності підприємства [Текст] : навч. посібн. з грифом МОНУ [для студ. вищ. навч. закл. ] (5-е видання). Г. М. Тарасюк, Л. І. Шваб. – К.: Каравела, 2015. – 368 с.

**Філоненко Р.С.**

*студентка,*

*Навчально-методичний центр післядипломної освіти та підвищення кваліфікації,*

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*

## **ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

На сучасному етапі розвитку підприємства промисловості України потребують значної модернізації усіх ланок діяльності: від організаційної системи управління до окремих етапів виробництва продукції. Ряд причин як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру не дозволяє вітчизняним товаровиробникам на рівних конкурувати з іноземними виробниками. Однією з основних причин, що заважають вітчизняним підприємствам боротися належним чином за споживачів, є незадовільна якість товарів. Неякісна продукція вітчизняних виробників не витримує конкуренції, що означає для підприємства недоотримання прибутку, тому вони не мають можливостей вкласти кошти в модернізацію виробництва.

Ефективним засобом забезпечення конкурентоспроможності та стійкості вітчизняних підприємств є гнучкість його виробничих систем з можливістю адаптуватись до змін умов функціонування з меншими витратами і без втрат. Випуск високоякісної продукції дає змогу вітчизняним підприємствам