

5. Бурячок В.Л. Інформаційний та кіберпростори: проблеми безпеки, методи та засоби боротьби [Підручник] / В.Л. Бурячок, Г.М Гулак, В.Б. Толубко. – К. : ТОВ «СІК ГРУП УКРАЇНА», 2015. – 449 с.

6. Северина С. В. Інформаційна безпека та методи захисту інформації / С. В. Северина. // Вісник Запорізького національного університету. – 2016. – №1. – С. 155–160.

Науковий керівник: доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Кравченко О.О.

А. А. Северинчук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПОНЯТТЯ ТА ЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У діяльності українських підприємств важливе значення має розробка стратегічного планування з метою визначення цілей підприємства, а також обґрунтування шляхів досягнення поставлених цілей. Стратегічне планування необхідне країнам з невеликою економікою, до яких належить і Україна. Крім того, стратегічне планування відбувається під впливом нестабільного зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.

Питання необхідності розробки стратегічного планування для підприємств в сучасних умовах все ще актуальне.

Значний внесок у розв'язок даної проблеми зробили як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: В.А. Винокуров, О.С.Віханський, В.Г. Герасимчук, М.І.Круглов, П.В. Забелін, А.І. Ільїн, Д. Акер, І. Ансофф, У. Кінг, Д. Кліланд тощо.

Провідний український вчений Чучмарьова С. Ю. дає наступне визначення стратегічному плануванню: «Це основа стратегічного менеджменту, яка становить процес вибору цілей діяльності підприємства та шляхів їх досягнення, орієнтованих на потреби й запити споживачів, що забезпечує необхідні стратегічні зміни на підприємстві, адекватні змінам, що відбуваються в зовнішньому середовищі» [1, с.244].

Під час здійснення стратегічного планування основний акцент повинен робитися на розробку стратегічного плану. Також крім його розробки необхідною складовою є опрацювання заходів стосовно впровадження стратегічного плану в дію.

Сфремов В. С. в свою чергу визначає стратегічне планування як логічну послідовність декількох етапів, що включають сукупність процедур. За своїм характером їх можна об'єднати у дві групи: стратегічний аналіз і стратегічне проектування. До стратегічного аналізу належать: аналіз зовнішнього середовища, SWOT-аналіз. До стратегічного проектування відносять: розробка місії, дослідження стратегічного положення, формулювання цілей підприємства, планування реалізації стратегії [2,с.58].

Стратегічне планування має на меті оцінку перспектив, виявлення можливостей і загроз зовнішнього середовища, сильні та слабкі сторони внутрішнього середовища. Крім того, він допомагає аналізувати зміни конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Розробка стратегічного плану забезпечує виживання підприємства в постійно змінних умовах, передбачає розвиток тих напрямів діяльності підприємства, що підвищують конкурентоспроможність на ринку.

Процес стратегічного планування проходить через 3 основних етапи.

I етап. Формується стратегія. Після цього визначається мета економічної діяльності підприємства, проводиться зовнішній та внутрішній аналіз.

II етап. Стратегія набуває певної форми. Тобто підтвердження того, що стратегія буде реалізована у відповідній формі (програма, план, бюджет).

III етап. Оцінюється і контролюється впровадження стратегії. Порівнюються планові та звітні показники діяльності підприємства [3, с.466].

В процесі стратегічного планування центральне місце належить формуванню стратегічного набору підприємства, до складу якого входить перелік стратегій, тобто це прийняті керівництвом напрями і способи діяльності для досягнення довгострокових цілей

розвитку підприємства. З цього слідує що, стратегічний набір складається із ряду стратегій різного виду, які впроваджує підприємство в певний період часу, і які відображають специфіку його функціонування та розвитку, та місце підприємства у зовнішньому середовищі.

Окрім розробки стратегічного планування підприємства мають приділяти увагу розробці програм, що матимуть на меті шляхи розвитку і удосконалення діяльності підприємства. До проблем, що потребуватимуть таких програм можна віднести:

- Довгострокові конкурентні переваги;
- Забезпечення конкурентної позиції на ринку;
- Реорганізація діяльності підприємства;
- Удосконалення чи розробка нового продукту тощо.

Успішність реалізації стратегічного планування залежить від дотриманням основних умов. До таких вимог належать:

- Уміння моделювання ситуації;
- Здатність виявляти необхідність змін чи реорганізації на підприємстві, що пов'язано зі змінами тенденцій, необхідністю підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції чи послуг;
- Здатність розробляти проект стратегічних змін для найефективнішого функціонування підприємства;
- Здатність використання надійних методів у ході змін;
- Здатність реалізації стратегії [4, с.91].

На основі вищезазначеного можна зробити висновок, що стратегічне планування – це процес розробки стратегічних цілей і стратегічного плану втілення поставлених цілей на основі вибраної стратегії. Стратегічне планування покликане вчасно реагувати на зміни та управляти ними. Кінцевим результатом стратегічного планування є стратегічний план, де зазначаються головні завдання, шляхи та необхідні ресурси для досягнення поставлених стратегічних цілей.

Список використаних джерел та літератури:

1. Чучмарьова С. Ю. Стратегічне планування інноваційного процесу на підприємстві/ С. Ю. Чучмарьова // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку . - 2015. - № 767. - С. 243-248.
2. Єфремов В. С. Стратегія бізнесу. Концепції та методи планування: навч. посіб. / В. С. Єфремов. - М.: Фінпрес, 2014. - 192 с.
3. Зелль А. Дослідження зв'язку стратегічного і тактичного планування / А.Зелль // Журнал європейської економіки. — 2014. —№4. — С. 464—480.
4. Винокуров В. А. Організація стратегічного управління на підприємстві / В. А. Винокуров. -М.: АТЗТ «Центр економіки і маркетингу», 2014. - 456 с.

Науковий керівник: доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Білоус С.П.

А. А. Северинчук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ ЯК СКЛАДОВА САМОМЕНДЖМЕНТУ

Сучасні підприємства, що діють в умовах нестабільної ринкової економіки, мають на меті підвищення прибутку, збільшення обсягу виробництва та продажу продукції, удосконалення обладнання тощо. Але досягнення поставлених цілей в більшій мірі залежить від уміння керівників підприємства управляти часом. Управління часом, або тайм-менеджмент, допомагає ефективно використовувати потенціал підприємства, досягати успіху як керівнику, так і працівнику. Проблема раціонального використання часу все ще залишається актуальною.