ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Плужніков Д.О.
Науковий керівник: Близнюк А.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Планування являє собою безперервний процес пошуку нових шляхів і методів оптимізації цілеспрямованих дій за рахунок вже наявних і нових можливостей підприємства. Це зумовлює необхідність розробки плану розвитку підприємства навіть в умовах нестабільності як ближнього, так і далекого оточення підприємства чи умовах трансформаційної економіки. У разі сам процес планування носить характер безперервної коригування вже розробленого плану.

Взаємозв'язок планування маркетингу та стратегічного планування роботи підприємства є дуже важливим, що дає змогу значно розширити можливості підприємства.

Основою планування на підприємстві є стратегічне планування потенціалу підприємства – це процес створення та розвитку відповідності між цілями та можливостями підприємства.

Стратегічне управління сьогодні є невід'ємною складовою менеджменту за умов трансформаційної економіки. Компанії всього світу активізують процеси реорганізації діяльності, децентралізації відповідальності за стратегічне управління та перерозподіл влади шляхом побудови організаційних структур із меншим числом рівнів управління. Більшість фахівців у галузі менеджменту визначають стратегічне управління як діяльність, пов'язану з постановкою цілей та завдань організації та підтримки низки взаємовідносин між організацією та оточенням, які дозволяють їй добиватися своїх цілей, відповідають її внутрішнім можливостям та дозволяють залишатися сприйнятливою до зовнішніх вимог.

У зв'язку з наростанням динамізму економічних і соціальних процесів, що відбуваються в суспільстві з трансформаційною економікою, швидкою зміною кон'юнктури на внутрішньому та зовнішньому ринках, необхідністю забезпечення стабільного розвитку суспільства в довгостроковій перспективі. Дедалі більше зростає на макро- та мікрорівні соціально-економічної системи роль стратегічного планування як функції стратегічного управління.

Кожне підприємство у процесі стратегічного планування, перебуваючи на стадії формулювання завдань та певних цілей має:

- призначити цілі прогнозованої системи та перевести їх у те русло, яке дозволить отримати певний графік виконання останніх;
- передбачити чітке формулювання всіх завдань та розробити критерії аналізу прогресу у виконанні кожної з них;
- уникнути можливих протиріч та конфліктів між завданнями, а саме вирішити питання, що робити, коли виконання одного завдання суперечить іншому.

Розробка та впровадження на підприємстві управлінських рішень як форма стратегічної програми чи плану неможлива без використання певних показників, за допомогою яких реалізуються логіка, принципи та методичні підходи щодо стратегічного планування.

У стратегічному плануванні розподіл показників на кінцеві та проміжні, нерозривно пов'язаний з певними особливостями задоволення потреб соціуму на різних рівнях управління та планування. Вирішальними показниками на мікрорівні можуть бути ті, що характеризують обсяги товарної продукції, що виходять за межі підприємницької організації, а також не йдуть на цілі внутрішнього споживання окремих підприємств.

А розглядаючи проміжні показники, необхідно розуміти, що вони характеризують продукцію, яка пов'язана з виготовленням кінцевої продукції, а також це може бути продукт, призначений для його переробки на виробництві.

Натуральні характеристики дають можливість визначити прямий збіг між обсягом виробництва товарної продукції в її речовій формі та обсягом потреб даної продукції, а також напрямок руху товарних потоків. Дані показники вимірюються в одиницях, пов'язані з характером продукції.

Для більшості підприємств велике значення має роль вартісних характеристик, за допомогою яких можуть бути виражені сукупні результати виробничого процесу, що дозволяють забезпечувати взаємне злиття всіх варіантів прогнозування, стратегічних програм і планів. Якщо брати мікрорівень, то вартісні показники дозволяють пов'язати завдання з виробництва продукції із завданнями зниження витрат виробництва, підвищення ефективності та зростання продуктивності.

У виді кількісних та якісних виступають натуральні і вартісні характеристики. Під кількісними розуміють безпосередньо прямий результат виробництва чи певних робіт, а якісні характеризують споживчу ціну товар, умови розвитку індивідуального та суспільного виробництва, і навіть ступінь їх ефективності.

Також певні показники стратегічного планування можна розглянути в абсолютному та відносному вираженні. Щодо абсолютних характеристик, то вони виражають кількісну грань вимірюваного явища або процесу, відносні – характеризують дані явища за допомогою певної бази. Завдяки відносним характеристикам визначаються темпи зростання та приросту, а також надається узагальнений результат про динаміку необхідних величин у часі.