

договорних обов'язальств, а також хлопкової продукції, полученної после переробки сырца.

«Начинання с этого уборочного сезона арендаторы могут через биржу сами продавать излишки выращенного ими "белого золота", оставшиеся после сдачи его государству согласно договору. И, несомненно, сложившиеся ныне цены будут стимулировать наших хлопкоробов на выращивание более высоких урожаев хлопка», - подчеркнул Бердымухамедов.

Как известно, прошлый год стал для туркменских земледельцев одним из самых удачных - впервые за годы независимости Туркмении хлопкоробы выполнили госзаказ, сдав свыше 1 миллиона 220 тысяч тонн хлопка-сырца, а хлеборобы собрали более 1 миллиона 400 тысяч тонн зерна. В нынешнем году с 860 тысяч гектаров сельхозугодий хлеборобам предстоит собрать 1 миллион 600 тысяч тонн пшеничного зерна.

АКТУАЛЬНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Немченко М.О., Мельник К.Р., студенти,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

Проблеми планування у наш час привертають увагу все більшої кількості керівників та топ-менеджерів підприємств всіх галузей народного господарства. Великий інтерес до даної теми викликаний прагненням менеджерів володіти таким апаратом управління, який забезпечить стабільність розвитку підприємства в умовах кризової економіки.

Стан економіки українських підприємств показує, що їх функціонування в умовах непередбачуваності зовнішнього середовища, мінливої кон'юнктури ринку, насамперед залежить від наявності на підприємстві такої організаційної структури, яка б могла пом'якшити негативну дію кризових явищ. При цьому важливо, щоб внутрішні можливості підприємства відповідали або були б гнучкими до вимог ринкового середовища, що може бути досягнуто тільки за допомогою стратегічного планування.

* Науковий керівник – Дудник О.В., старший викладач

Його застосування створює додаткові переваги у функціонуванні підприємства:

- готує підприємство до змін у зовнішньому середовищі;
- пов'язує його ресурси зі змінами зовнішнього середовища;
- прояснює проблеми, які виникають;
- координує роботу його різних структурних підрозділів;
- покращує контроль на підприємстві.

Таким чином, можна констатувати, що стратегічне планування – це процес моделювання ефективної діяльності підприємства на певний період функціонування, зі встановлення його цілей і їх змін в умовах невизначеності ринкового середовища, а також визначення способу реалізації цих цілей і задач відповідно до його можливостей.

Отже, на сучасному етапі економіка України характеризується погіршенням господарської діяльності більшості підприємств, що пов'язано з високим рівнем інфляції, зменшення доходів населення, напруженою політичною ситуацією. В зв'язку з цим значна кількість підприємств втрачає свої ринку збуту, відбувається стрімке звуження сегментів, постраждали стратегічні галузі господарства країни. Така ситуація вимагає удосконалення процесів планування діяльності підприємств, формування нової стратегії їх розвитку, що дасть змогу в певній мірі забезпечити стійкий стан у ринковому середовищі та полегшить вихід з кризи. Темпи змін в економіці країни набули значних розмірів, що робить стратегічне планування єдиним способом формального прогнозування майбутніх проблем і можливостей підприємств на ринку.

У даний час більшість підприємств починає усвідомлювати значення стратегічного планування і намагається використовувати його методи у своїй діяльності. Однак стратегічне планування не знайшло ще достатньо повного застосування на підприємствах, на це впливає використання методів стратегічного планування, які використовуються в зарубіжній практиці, що не є адаптованими до вітчизняного ринку, і, як наслідок, результати їх використання виявляються не завжди задовільними.

Сьогодні потрібно враховувати специфіку діяльності українських підприємств при стратегічному плануванні.

Особливостями цих принципів може бути:

1. Підприємство розглядається як "відкрита система", оскільки в умовах українського ринку, воно повинне адаптуватись до оточуючого середовища — в політиці, економіці, суспільстві, екології і т.д.

2. План потрібно розглядати не як директиву, а як неперервний процес, який забезпечує економічну автономію підприємству і є основою для прийняття управлінських рішень. В ході цього процесу встановлюються та змінюються за часом цілі та основні завдання підприємства в зв'язку із змінами навколо нього, і визначаються ресурси для їх досягнення.

3. Плануванню повинен бути притаманний підприємницький дух, оскільки підприємницькі здібності — це здатність прийняття рішень в екстрених ситуаціях і здатність ризикувати, без чого неможливо виробити стратегію виживання підприємства.

4. Планування повинне орієнтуватися на аналіз попередніх та теперішніх подій, враховувати вимоги майбутнього. Планування повинне носити характер розвитку, і обов'язковим видом планування повинне стати стратегічне, в основі якого повинна бути покладена інноваційно-інвестиційна модель розвитку підприємств. А стратегія, як відомо, це основний інструмент, за допомогою якого підприємство підпорядковується ситуації, що склалася на ринку, в ній містяться рішення відносно майбутніх сфер діяльності та вибір нових напрямків розвитку.

5. На сучасному етапі становлення та розвитку вітчизняних підприємств, важливо застосовувати зміпані види планування, які притаманні як директивній системі планування так і ринковій, тобто створити ту модель здійснення процесу планування, в якій елементи ринку переплітались би з елементами контролю, і дієвість цієї моделі забезпечувала б постійний контроль за виконанням намічених цілей, планів, з позицій можливості, прийняття вчасних ефективних управлінських рішень. Тобто потрібно вести постійний моніторинг стану об'єкту планування в процесі виконання плану

6. Враховувати особливе поєднання державного регулювання з приватнопідприємницьким саморегулюванням, з метою перебудови планової системи. Тобто застосовувати індикативне планування, коли елементи ринку поєднуються з елементами державного регулювання.

7. Планування слід здійснювати таким чином, щоб воно містило найоптимальніші та найрентабельніші шляхи реалізації цілей та завдань, що були визначені попередньо, враховуючи зміни на ринку.