

Стратегічне планування забезпечення безпеки діяльності суб'єктів господарювання

*Осадча А.І., студентка гр. УБм-21 юридичного факультету СумДУ
Науковий керівник – Чернадчук О.В., асистент кафедри права СумДУ*

На функціонування підприємства виявляють вплив зміни, що відбуваються як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі його діяльності. Вони характеризуються нестабільністю динаміки і потребують швидкої адаптації підприємств, знання ними законів розвитку та виживання у ринкових умовах, урахування чинників невизначеності та нестійкості економічного середовища. Все це по-новому ставить питання про управління підприємством як суб'єктом ринкових відносин, про його спроможність пристосовуватися до динамічних умов ринку. Тому такою важливою стає потреба у розробці наукових проблем з планування забезпечення економічної безпеки підприємства. Особливого значення набуває проблема визначення економічної безпеки підприємства як самостійної економічної категорії, притаманної ринковій економіці.

Функція планування в системі забезпечення безпеки підприємства є однією з головних, центральних функцій, що визначає кінцеві результати виробничо-збутової, економічної, фінансової й інвестиційної діяльності. У процесі планування визначаються основні напрямки розвитку підприємства. На основі маркетингових досліджень підприємство визначає види й обсяги продукції, що планує випускати, потребу в ресурсах та ефективність їх використання.

Планування – це процес визначення цілей і завдань підприємства на певну перспективу та вибір оптимального шляху їх досягнення й ресурсного забезпечення. Результатом процесу планування є план, який завдяки використанню певних ресурсів та виконанню певних дій повинен забезпечити досягнення бажаної мети.

Планування є найважливішою функцією забезпечення безпеки, яка повинна забезпечити підприємству нормальне функціонування. Вдосконалення системи управління вимагає нових підходів до самого процесу планування. Вони визначаються такими чинниками: 1) підприємство повинне розглядатися як відкрита система, тобто пристосувати всю діяльність підприємства до змін у довкіллі (політиці, економіці, суспільстві, технології, екології); 2) плануванню повинен бути властивий дух підприємництва, тобто здатність ризикувати, без чого неможливо виробити стратегію виживання, розвитку і зростання; 3) планування слід розглядати як процес.

Стратегічне планування – це процес моделювання ефективної діяльності підприємства на певний період функціонування з визначенням його цілей і їх змін в умовах нестабільності ринкового середовища, а також знаходження способу реалізації цих цілей і задач відповідно до його можливостей [3].

Слід зазначити, що ще й досі на багатьох підприємствах України у плануванні забезпечення безпеки діяльності окремих виробничих підрозділів відсутня ув'язка із загальною стратегією всього підприємства в цілому. Таким чином, планування йде, з одного боку, по старій доріжці, з іншого – кожен підрозділ намагається знайти свій бізнес. І виходить, що загальної стратегії розвитку немає, як немає і єдиного плану. Це спричиняє виникнення негативних наслідків, таких як заборгованість до бюджету та інше. Також дуже часто планові рішення ухвалюються тільки з урахуванням внутрішнього середовища і майже не враховується зовнішнє. При дослідженні ж зовнішнього середовища зазвичай виділяють два її рівня: народногосподарський та галузевий. До чинників народногосподарського рівня відноситься: політична стабільність, економічна політика держави, природне середовище та стан ресурсів, загальний стан економіки, соціальний розвиток суспільства та інш.; на галузевому рівні аналізується: попит на товари чи послуги, пропозиція товарів чи послуг, конкуренти та інше [1]. Слід визначити, що підприємства, які в належній мірі не використовують ринкові підходи і методи стратегічного планування, не можуть не тільки впливати на ринок, але й адаптувати свої можливості до постійно змінного середовища.

Стратегічне планування забезпечення вирізняється своєю адаптивністю до зміни умов. Особливістю стратегічного планування забезпечення безпеки є зростаючий рівень участі в ньому керівника підприємства. Також очевидним є те, що коли обирається конкурентна стратегія, керівництво повинне чітко усвідомлювати, до якого типу прагне підприємство, оскільки стратегії зростання для малих, середніх та великих підприємств відрізняються.

Малі підприємства мають таку перевагу, як гнучкість, що дає їм змогу зазвичай оперативно перебудувати свою діяльність, тому вони мають ринкові перспективи. До основних видів стратегій малого підприємства відносять стратегію копіювання, стратегію оптимального розміру, стратегію участі в продукті великого підприємства, стратегію використання переваг великого підприємства. Спрямованість цих стратегій – зведення до мінімуму гостроти конкуренції з великими підприємствами та якнайкраще використання їх гнучкості.

Середні підприємства для забезпечення життєдіяльності мають дотримуватися спеціалізації на ринковій ніші. Середні підприємства можуть вибрати один із чотирьох видів стратегій зростання залежно від темпів їх зростання та темпів зростання ринкової ніші, в якій функціонують підприємства: стратегія збереження, стратегія пошуку загарбника, стратегія лідерства у ніші, стратегія виходу за межі ніші. Ринкова ніша для середніх підприємств – це засіб конкурентної боротьби з великими підприємствами.

Стратегії для великих підприємств слід вибирати на основі аналізу ключових чинників, що характеризують їхній стан з урахуванням результатів аналізу портфеля різних видів бізнесу, а також характеру і сутності реалізованих стратегій [2].

Отже, можна зробити висновок, що стратегічне планування – це планування від майбутнього до теперішнього виходячи з глобальних ідей та поставлених цілей підприємства. Стратегія не функція часу, а функція поставленої мети розвитку, специфічний, орієнтований на майбутнє напрям розвитку [1].

Завжди треба пам'ятати, що застосування стратегічного планування створює найважливіші 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.

Література:

- 1.Афитов Е.А. Планирование на предприятии. – Минск: Высшая школа, 2001. –284 с.
- 2.Балабанова Л.В. Маркетинговый менеджмент. – К.: „Знання”, 2004. – 354 с.
- 3.Циба Т.Є. Особливості і механізм стратегічного планування // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №2(56). – С. 159 – 172.

Міжнародно-правове забезпечення стабільності та безпеки суспільства: матеріали науково-теоретичної конференції викладачів, аспірантів та студ. юридичного фак-ту, м. Суми, 25 травня 2013 р. / Ред.кол.: А.М. Куліш, М.М. Бурбика, М.І. Логвиненко, В.М. Семенов, А.В. Баранова. — Суми : СумДУ, 2013. — С. 149-150.