

СИСТЕМА ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ: ЕКСПЕРНА ОЦІНКА СТАНУ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ЇЇ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ

Розглянуті основні проблеми розвитку підприємств харчової промисловості, проведена експертна оцінка впливу ефективності планування на результати їх діяльності, визначені основні напрями удосконалення планової діяльності на підприємствах

Постановка проблеми. В ринкових умовах господарювання основною метою діяльності підприємств є одержання прибутку та задоволення інтересів усіх зацікавлених сторін у діяльності підприємства. Щодо харчових підприємств, то головним їх призначенням є виробництво продуктів харчування та задоволення потреб в них населення. Крім того, підприємства виконують важливу соціальну функцію. Вони надають робочі місця, виплачують заробітну плату, яка для більшості працівників є основним джерелом доходу, сплачують податки до державного бюджету, приймають участь в реалізації державних програм тощо.

Проте, у розвитку підприємств харчової промисловості існують певні проблеми, які вимагають негайного вирішення. Однією з головних проблем розвитку підприємств галузі є відсутність або ж недосконалість системи планування їх діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам розвитку підприємств харчової промисловості присвячено багато праць відомих вчених: П.П. Борщевського, В.В. Вітвіцького, М.Я. Дем'яненка, Л.В. Дейнеко, А.О. Заїнчовського, Т.Л. Мостенської, П.Т. Саблука, М.П. Сичевського, О.О. Орлова, М.Г. Чумаченка та багатьох інших. Незважаючи на значну кількість робіт, проблеми розвитку

підприємств харчової промисловості та питання вдосконалення теоретико-методичних основ планування їх діяльності залишаються актуальними.

Метою дослідження є визначення основних проблем розвитку підприємств харчової промисловості на сучасному етапі та визначення впливу ефективності системи планування на результати їх діяльності.

Викладення основного матеріалу дослідження. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємств харчової промисловості за 2002-2006 роки показує, що загальний показник чистого прибутку по галузі зростає. Але в 2007 році спостерігається зменшення на третину порівняно із 2006 роком. Кількість збиткових підприємств за останні п'ять років перебуває на рівні 46,4 % у 2002 і 33,9 % у 2007 році. У 2007 році загальна сума збитку становила 2484,4 млн.грн. Чистий прибуток підприємств у 2007 році, які склали 66,1 % усіх підприємств галузі становила 4581,2 млн.грн. Можна припускати, що прибуток по промисловості, так як і по народному господарству в цілому, формує невелика кількість успішних підприємств. Основну частину фінансового результату підприємства одержують від операційної діяльності. Рівень рентабельності від операційної діяльності залишається низьким (рис. 1).

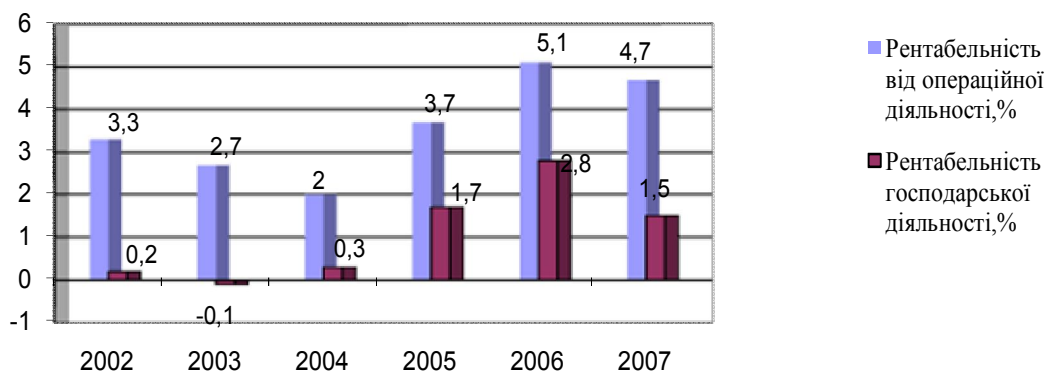


Рис. 1. Динаміка рентабельності від операційної діяльності та рентабельності господарської діяльності підприємств з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів України за 2002-2007 роки, % [1, с.135,146]

Подібний стан характеризує нерівномірний фінансові результати як від операційної розвитку підприємств, про що свідчать діяльності так і від усієї діяльності (табл.1).

Таблиця 1. Рентабельність діяльності підприємств з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів за 2002-2007 роки [1, с. 135,146]

Рік	Результат діяльності (прибуток, збиток), млн.грн		Витрати діяльності, млн.грн		Рівень рентабельності (збитковості), %	
	операційної	усієї	операційної	усієї	операційної	усієї
2002	1519,3	85,4	45647,5	48257,7	3,3	0,2
2003	1608,0	-39,5	58623,7	62353,3	2,7	-0,1
2004	1441,5	259,5	73824,6	78302,4	2,0	0,3
2005	3126,6	1487,5	84318,0	89963,0	3,7	1,7
2006	5376,1	3118,5	104740,6	111542,2	5,1	2,8
2007	6207,7	2096,8	132230,8	141541,6	4,7	1,5

Такий рівень рентабельності не забезпечує розвитку підприємств.

Для більш повного аналізу стану розвитку підприємств харчової промисловості, оцінки рівня системи планування та управління плануванням на підприємствах, об'єктом дослідження були вибрані підприємства харчової промисловості Житомирської області, на яких автором було проведено анкетування з керівниками цих підприємств. В опитуванні брало участь 41 підприємство різних видів економічної діяльності харчової промисловості Житомирської області. Підприємств з чисельністю більше 100 осіб – 61 % (25 підприємств), з чисельністю 25-100 осіб – 11 підприємств або 27 % і невелика частка відносно невеликих підприємств до 25 осіб – 5 підприємств. У більшості вік підприємства складає більше 5 років, лише 8 з них віком від 1 до 5 років. На запитання “як ви оцінюєте поточний обсяг виробництва на

своєму підприємстві?”, лише 9 респондентів (22 %), зазначили, що він є високим, 23 (56 %) – задовільний і 9 керівників підприємств – респондентів (22 %) – низький. Виробнича потужність підприємств – респондентів, за результатами їх відповіді, використовується в середньому на 50-70 % (16 підприємств), більше 70 % – 23 підприємства і на 2 підприємствах – менше 50 % усіх виробничих потужностей. 88 % підприємств-респондентів відмічають про високий ступінь динамічності змін у зовнішньому середовищі. Разом з тим, всі підприємства відмітили про наявність різких змін, які вплинули на діяльність підприємства, серед них: щодо змін в законодавстві – 29 підприємств відмічають, що вони вплинули частково, не вплинули зовсім лише – 2 підприємства; щодо змін в діях адміністративних органів – всі 100 % зазначили, що вони вплинули частково; дії

конкурентів – 20 підприємств (49 %) відмічають про те, що вони повпливали на діяльність підприємств і 21 відмітили, що ці зміни частково вплинули на їх діяльність.

Результати опитування керівників підприємств, які стосуються питань організації планування на підприємствах, свідчать про розуміння необхідності планування діяльності підприємства, однак ставлять під сумнів реальність його впровадження в практичну діяльність. Так, лише 39 % керівників – респондентів відмічають що передбачені зміни основних показників діяльності підтверджуються планом діяльності підприємства, і 61 % опитуваних підприємств, стверджують про частковість відображення планових змін. Щодо управління плануванням на підприємстві, то лише на 17 підприємствах за даними респондентів воно існує частково, про відсутність його та потребу в ньому зазначають 59 % керівників опитуваних підприємств. Можливо, така відповідь викликана не повним розумінням респондентами сутності управління плануванням діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання взагалі. Разом з тим, 15 респондентів відмічають про відсутність стратегії на підприємстві. Лише на 7 підприємствах з опитуваних (в основному це підприємства молочної промисловості, підприємства з виробництва кондитерських виробів та підприємства з виробництва напоїв) розробляють стратегічні плани, на 13 підприємствах вони розробляються частково (підприємства м'ясної промисловості, виробництво хліба та хлібобулочних виробів) і 21 підприємство їх не розробляє. Щодо поточних планів, то ситуація виявилась трохи кращою, оскільки 71 % підприємств тією чи іншою мірою розробляють поточні плани і 29 % розробляють їх частково, за окремими напрямками (підприємства з перероблення та консервування овочів та фруктів, виробництво цукру). Та ж ситуація і з оперативно-календарним плануванням, на 14 підприємствах розробляються бюджети

(підприємства з виробництва молочних продуктів, підприємства кондитерської галузі, підприємства з виробництва хліба та хлібобулочних виробів) і на 18 – вони існують частково (підприємства по виробництву напоїв, цукрові підприємства, підприємства борошномельно-круп'яної промисловості). 25 керівників відмітили, що в наглядовій раді не існує комітету зі стратегічного планування, 16 – зовсім не дали відповідь, або з причин відсутності наглядової ради або ж відсутності того ж комітету. 27 респондентів зазначили, що питанням стратегічного планування наглядова рада приділяє приблизно до 5 % всього часу і 14 не дали зовсім відповіді.

На питання “Ким розробляються на Вашому підприємстві плани розвитку?”, 7 респондентів відмітили, що вищим керівництвом та планово-економічним відділом, 10 – планово-економічним відділом, не розробляються ніким – 4 і не дали відповіді 10 респондентів. Разом з тим, 7 респондентів відмітили про організацію планування “зверху – вниз”, 12 – “знизу – вгору”, 10 – використовують метод “зустрічного планування”, 12 респондентів не дали відповідь. План має форму затвердженого документа у 19 підприємств-респондентів, у 10 – частково, і у 12 – ні.

Наступний блок питань стосувався питання доцільності планування потенціалу на підприємстві. Так 80 % респондентів, вважають, що все-таки стратегічний план розвитку підприємства, при його наявності, повинен бути деталізований поточними планами за складовими його потенціалу, 20 % від відповіді утримались. Саме ці підприємства-респонденти у тій же пропорції мають потребу в такому плануванні. 49 % підприємств-респондентів, в тій чи іншій мірі розуміючи або не розуміючи сутність планування за складовими потенціалу, погодились із запропонованими складовими такого плану, а 51 % керівників – взагалі відповіді не дали. Лише на 7 підприємствах з опитуваних існує система мотивації планової діяльності у вигляді матеріальних стимулів (в

основному підприємства, які в тій чи іншій мірі розробляють стратегічні плани), 9 керівників підприємств вважають, що взагалі немає потреби в ній, і 25 керівників, або ж 61 % опитуваних керівників зізнаються, що такої мотивації немає, але є потреба в ній.

Щодо існування контролю та оцінки якості планів, то стан контролю планової діяльності є аналогічним стану планування. Так, 12 керівників підприємств зазначили про існування контролю за виконанням планів і 29 відмітили, що в певній мірі існує контроль за виконанням завдань, але на їх думку цю систему потрібно удосконалювати. 29 керівників підприємств харчової промисловості області відмітили, що контроль за виконанням планів на їх підприємстві – це порівняння отриманих результатів із запланованими в кінці планового періоду, жоден із опитуваних не визначив, що контроль за виконанням планів – це системний процес від початку до завершення планового періоду із внесенням поточних коригувань. 12 керівників-респондентів не дали відповідь на дане запитання. Разом з тим саме ті ж 29 керівників відмітили, що цей контроль здійснює вищий менеджмент, менеджери середньої ланки та спеціальні контролюючі органи підприємства. За визначенням 7 респондентів точність планів (за % виконання) у них зростає,

залишилась без змін на 11 підприємствах і на 23 – зменшилась. 24 респонденти відповіли, що вони частково проводять оцінку якості планів, які вони складають і 7 дали позитивну відповідь.

Усвідомлюючи важливість планування на підприємстві, керівники 29 підприємств, все-таки, зазначили, що результати діяльності підприємства залежать від якості розроблених планів. Власна оцінка керівниками підприємств – респондентів існуючого рівня планування на підприємстві в балах представлена на рис. 2.

“Які ж фактори найбільше стримують або ж впливають на розвиток Вашого підприємства?” – це останнє запитання анкети. Результати опитування представлені на рис. 3. За результатами ми бачимо, що найбільш впливовими факторами на розвиток підприємств харчової промисловості є: нестача сировини та матеріалів (88 %), низький рівень розвитку аграрної сфери (95 %), висока конкуренція з боку вітчизняних виробників аналогічної продукції (95 %), недосконалість податкової системи (98 %), відсутність або недосконалість системи планування на підприємстві (71 %); відсутність державної підтримки розвитку агропромислового комплексу (83 %). А на сьогодні, це і вплив світової фінансової кризи тощо.

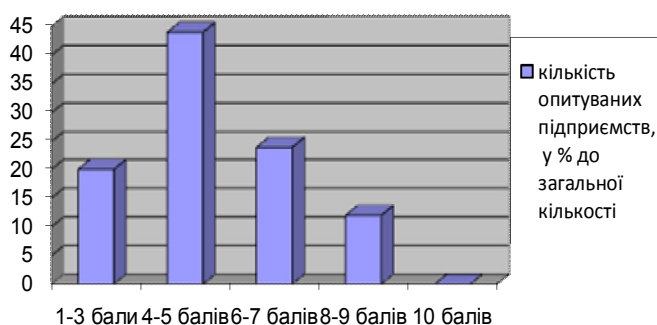
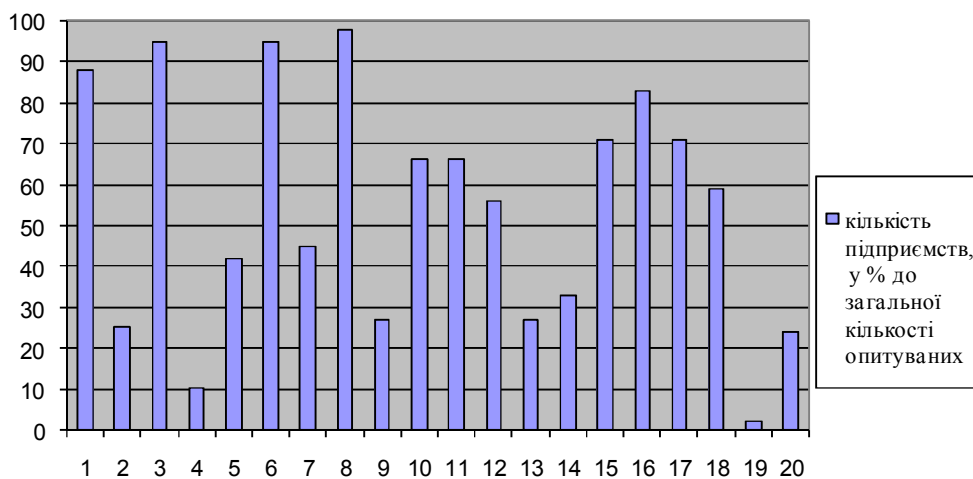


Рис. 2. Оцінка рівня планування на підприємствах харчової промисловості Житомирської області керівниками підприємств-респондентів за результатами проведеного анкетування



1 – нестача сировини та матеріалів; 2 – відсутність налагодженої системи закупівлі сировини та матеріалів; 3 – низький рівень розвитку аграрної сфери; 4 – відсутність налагодженої системи збуту; 5 – висока конкуренція з боку імпоротної аналогічної продукції; 6 – висока конкуренція з боку вітчизняних виробників аналогічної продукції; 7 – низький рівень купівельної спроможності споживачів; 8 – недосконалість податкової системи; 9 – нестача устаткування; 10 – застаріле обладнання; 11 – нестача оборотних коштів; 12 – нестача кваліфікованих кадрів; 13 – надто високі тарифи природних монополій; 14 – не досить реальних прав і повноважень у керівництва підприємства; 15 – відсутність або не досконалість системи планування на підприємстві; 16 – відсутність державної підтримки розвитку агропромислового комплексу; 17 – недосконала система кредитування; 18 – недосконале державне регулювання розвитку харчової промисловості; 19 – відсутність інноваційного менеджменту на підприємстві; 20 – недостатність інвестицій.

Рис. 3. Фактори, які стримують або ж впливають на розвиток підприємства (за результатами опитування керівників підприємств харчової промисловості Житомирської області у 2007 році)

Для підтвердження результатів анкетування, в якості експерименту автором проведено аналіз діяльності підприємств харчової промисловості Житомирської області на предмет наявності стратегії та планів їх діяльності. Інформаційними ресурсами для проведення експерименту стали дані оприлюдненої фінансової звітності акціонерних товариств [2]. В якості основних характеристик корпоративного управління акціонерними товариствами доцільно, на нашу думку, вибрати найбільш інформативні показники: дохід (виручка) від реалізації продукції (Д), фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування (прибуток або збиток) (ФРо(П), ФРо(З)),

чистий прибуток (збиток) (ЧП, ЧЗ), чисельність персоналу (Ч), власний капітал (ВК). Ці показники можуть використовуватись і для оцінки діяльності найманих менеджерів. По-перше, ці показники відповідають принципу діючого підприємства. По-друге, вони в повній мірі відображають розвиток підприємства, його ріст, являються результативними показниками, і їх зміна показує здатність підприємства адаптуватись до змін зовнішнього середовища. Трансформація в складі корпоративних об'єднань в кінцевому результаті також виражається в зміні представлених характеристик. По-третє, при обмеженості інформації, що властиво для

корпоративного управління, ці показники являються найбільш доступними в силу того, що вони є обов'язковими до опублікування в засобах масової інформації та інтернет – мережі і навіть в деяких економічних виданнях входять в склад рейтингів підприємств. По-четверте, вони відображають найважливіші фінансові характеристики для теперішніх і потенційних акціонерів: економічне зростання і розмір корпорації – дохід (виручка) від реалізації продукції; віддача від вкладеного капіталу – фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування, чистий прибуток; ефективність використання ресурсів і продуктивність – чисельність працівників; рівень добробуту власників – власний капітал, чистий прибуток. По-п'яте, ці показники легко піддаються упорядкуванню та аналізу в динаміці. Відповідно на основі представлених показників можна отримати інформативні аналітичні висновки щодо діяльності підприємства, наявності стратегічного напрямку їх розвитку через співставлення темпів змін визначених характеристик.

Так, узагальнене “золоте правило економіки” має вигляд: $1 < T(Ч) < T(Д) < T(ФРо) < T(ЧП) < T(ВК)$, де T – темпи росту показників.

Нерівності мають відповідну інтерпретацію. Так відомо, що нерівність $T(Ч) < T(Д)$ витікає із вимоги росту продуктивності праці. Нерівність $T(ФРо) < T(ЧП)$ також пояснюється. Чистий прибуток, на відміну від прибутку до оподаткування, повністю надходить в розпорядження акціонерів. Зрозуміло, що акціонери підприємства будуть вимагати більш швидкого зростання чистого прибутку порівняно з прибутком до оподаткування. При цьому в управлінні потрібно використовувати методи податкового планування та оптимізації оподаткування для зниження податкового тягаря.

Домінування темпів зростання власного капіталу над темпами інших характеристик означає, що для акціонерів підприємства,

важливим є збільшення власного капіталу підприємства. Оскільки власний капітал виконує функції: довгострокового фінансування господарської діяльності, відповідальності за підприємницьку діяльність та захисту прав кредиторів, компенсації понесених збитків, кредитоспроможності, фінансування ризиків самостійності та влади, розподілу доходів та активів. Відповідно сума власного капіталу може зменшуватись внаслідок збиткової господарської діяльності, уцінки вартості активів, надання безповоротної фінансової допомоги, виплати частки активів учасникам, що виходять із складу власників тощо.

Сформульоване правило виражає умову еталонної динаміки розвитку підприємства і являється основою його майбутньої діяльності. Ступінь наближення реальної динаміки до еталонної буде характеризувати рівень менеджменту та присутність стратегічного напрямку розвитку.

Виміряти ступінь наближення до нормативного порядку можна за допомогою різних методів, наприклад за допомогою коефіцієнта рангової кореляції Спірмена. Розрахунок із застосуванням коефіцієнта Спірмена являється наглядним і легко інтерпретованим. Так, якщо коефіцієнт позитивний, то розвиток проходить в потрібному напрямку. Чим ближче його значення до 1, тим в більшій мірі управлінські рішення відповідають інтересам акціонерів в напрямку виконання завдань. Еталонний порядок реалізується при значенні коефіцієнта, рівному 1. Якщо ж розрахований коефіцієнт Спірмена від'ємний, динаміка корпоративних систем являється зворотно рекомендованою, і при його значенні – 1 являється абсолютно протилежною еталонній.

Коефіцієнт кореляції рангів Спірмена (ρ) визначається наступним чином:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}, \quad (1)$$

де $d = r_x - r_y$ – різниця рангів факторного та результативного показників.

При цьому під рангом розуміють порядковий номер значення показника у порядку зростання або зменшення. Коефіцієнт кореляції рангів також змінюється від -1 до $+1$. При $\rho > 0$ зв'язок між показниками прямий, а при $\rho < 0$ – обернений. Якщо $|\rho|$ наближається до 1, між показниками існує тісний (сильний) зв'язок, якщо $|\rho| < 0,3$ вважається, що взаємозв'язок практично відсутній.

За результатами вибіркового дослідження основних показників діяльності підприємств харчової промисловості Житомирської області [2] та проведеними розрахунками темпів зростання показників нормативного ряду для кожного підприємства визначені коефіцієнти кореляції рангів Спірмена. Основні результати узагальнені в таблиці 2.

Таблиця 2. Коефіцієнт кореляції рангів Спірмена на підприємствах харчової промисловості Житомирської області за 2002-2007 роки*

Назва підприємства	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.
1	2	3	4	5	6
<i>М'ясна промисловість</i>					
ЗАТ “Житомирський м'ясокомбінат”	-0,71	1,0	0,2	-0,53	-0,53
ВАТ “Коростенський м'ясокомбінат”	-0,4	-0,4	-0,25	-0,7	0,1
ВАТ “Новоград-Волинський м'ясокомбінат”	-0,2	0,7	-0,7	-0,1	0,2
ВАТ “Бердичівський м'ясокомбінат”	х	х	х	-1,0	0,1
<i>Промислова переробка овочів та фруктів</i>					
ВАТ “Житомирський консервний завод”	-0,5	0	0,7	-0,4	0,7
<i>Виробництво молочних продуктів</i>					
ВАТ “Житомирський маслозавод”	0,3	0,3	-0,4	0,3	0,3
ВАТ “Овруцький молочноконсервний завод”	-0,7	0,2	-0,5	-0,1	0,9
ВАТ “Бердичівський молокозавод”	0,8	0,1	0	0,1	х
ВАТ “Галіївський маслозавод ім. В.Ф.Мазуркевича”	х	х	-0,4	0,6	0,9
ВАТ “Молочник”	1,0	0	0,2	-0,3	-0,2
ВАТ “Житомирмолоко”	0,3	-0,1	-0,1	0,2	0,15
ВАТ “Бердичів-Холод”	0,6	-0,5	-0,5	0,6	х
<i>Оброблення зерна, виробництво крохмалю</i>					
ВАТ “Кремнянський крохмальний завод”	-0,8	-0,5	-0,3	0,1	0,6
ВАТ “Бердичівський комбінат хлібопродуктів”	х	-0,3	-0,6	-0,1	-0,1
ВАТ “Житомирський комбінат хлібопродуктів”	-0,5	-0,5	-0,1	-0,4	0
<i>Виробництво готових кормів для тварин</i>					
ЗАТ “Попільнянський комбікормовий завод”	-0,2	-0,1	-0,5	0	1,0
ВАТ “Коростенський комбінат хлібопродуктів”	0,4	0,4	0,1	0,1	0,4

Продовження табл. 2.

1	2	3	4	5	6
<i>Виробництво інших харчових продуктів</i>					
ВАТ “Олевський хлібо завод”	0,05	0,4	-0,2	-0,5	0,5
ВАТ “Смільчинський хлібо завод”	0,2	0,3	-0,5	0	-0,7
ВАТ “Бердичівський завод безалкогольних напоїв”	0	-0,5	0,6	-0,2	x
ВАТ “Овруцький хлібо завод”	-0,6	0,6	-0,4	0,43	-0,5
ВАТ “Новоград-Волинський хлібо завод”	-0,1	0,4	0,6	-0,8	-0,2
ВАТ “Коростенський хлібо завод”	-0,5	0,3	0	-0,6	-0,25
ВАТ “Лугинський хлібо завод”	0,7	0,3	-0,1	-0,5	-0,45
ВАТ “Малинський хлібо завод”	0,1	0,4	0,6	-0,4	-0,5
ВАТ “Бердичівський завод безалкогольних напоїв”	-0,3	0,1	-0,1	0,2	0
ВАТ “Житомирський завод продовольчих товарів”	x	x	0,15	0,4	x
ВАТ “Коростишівський завод продтоварів”	0,44	0	0,6	0,14	0
ВАТ “Корнинський цукровий завод”	x	x	0,2	0,27	0,07
ВАТ “Цукровий завод ім.Цюрупі”	0,6	-0,2	0,6	0,3	-0,2
ВАТ “Червонський цукровик”	-0,4	-0,5	-0,8	-0,9	-0,1
ВАТ “Івано-Пільський цукровий завод”	0,6	-0,5	-0,3	0,1	0,13
ЗАТ “Житомирські ласощі”	0,3	0,7	0,5	0,9	0,05
ВАТ “Цикорій”	x	-0,4	-0,1	-0,6	-0,5
<i>Виробництво напоїв</i>					
ВАТ “Житомирпиво”	x	-0,5	0,15	-0,6	-0,1
ВАТ “Бердичівський пивоварний завод”	0,2	0,6	x	x	x
ВАТ “Новоград-Волинський пивоварний завод”	0,1	-0,7	0,3	-0,6	-0,5
ВАТ “Пиво-безалкогольний комбінат “Радомишль”	0	-0,5	-0,25	0,1	x

* Розраховано автором за даними оприлюдненої фінансової звітності акціонерних товариств Житомирської області

Варто відмітити те, що значення цього коефіцієнта на всіх підприємствах помітно відрізняються і значення цього показника, на переважній більшості підприємств, свідчить про відсутність стратегічного напрямку розвитку, в управлінні підприємством в кращому випадку переважають поточні та оперативні рішення. Хвилеподібний характер динаміки розрахованого показника свідчить про нецільність вибраної стратегії або її відсутність зовсім, і як наслідок – неефективна діяльність переважної більшості

підприємств. На жодному із досліджуваних підприємств, за даними тієї ж оприлюдненої звітності [2], в складі спостережної ради не створено і ніколи не створювався комітет по стратегічному плануванню. І відповідно відсутня система контролю та система мотивації планової діяльності. На жодному із досліджуваних підприємств не існує і не існувало положення по плануванню, про здійснення планової діяльності тощо.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, можна зробити висновок, що не дивлячись на усвідомлення та розуміння керівниками підприємства важливості здійснення планування, на переважній більшості підприємств харчової промисловості Житомирської області воно практично відсутнє або ж є недосконалим, що привело до неефективної роботи підприємств та негативних загальних результатів діяльності. Результатом фрагментарного застосування планування на рівні підприємств є відсутність системного поєднання процесів стратегічного планування, планування потенціалу та поточного планування на підприємстві, відсутність системи управління ним на підприємстві. Тому, важливими пріоритетними напрямками удосконалення планової діяльності на підприємствах повинні стати: впровадження системи управління плануванням діяльності як системного процесу, впровадження стратегічного планування на підприємстві, планування потенціалу підприємства на основі удосконаленої системи норм та нормативів, створення комітету зі стратегічного планування (або планового центру розвитку підприємства), розробка та впровадження положення по плануванню, постійне підвищення кваліфікації працівників, які займаються плануванням, посилення мотиваційного фактору здійснення планування на підприємстві тощо.

Всі ці заходи повинні бути направлені на вирішення стратегічної цілі розвитку харчової промисловості – формування оптимальної структури випуску конкурентоспроможної харчової продукції, яка максимально б відповідала потребам споживачів і вимогам ринку.

Список використаної літератури:

1. Статистичний збірник “Діяльність підприємств – суб’єктів підприємницької діяльності, 2007” , Частина I //За ред. Жук І.М. – Державний комітет статистики України, 2008. – С. 135,146.

2. <http://www.smida.gov.ua/> – система розкриття інформації на фондовому ринку України.

ТАРАСЮК Галина Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки Житомирського державного технологічного університету, докторант Національного університету харчових технологій (м. Київ)

Наукові інтереси:

- управління розвитком підприємств харчової промисловості України;
- теорія та практика планування діяльності суб’єктів господарювання.