

Сенишин О. С., Васютик Н. М.

НЕОБХІДНІСТЬ ПРОГНОЗУВАННЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У період розвитку ринкових відносин прогнозування набуває значення через те, що точними прогнозами користується велика частина суб'єктів економічної діяльності.

З наукової точки зору, прогноз – це науково обґрунтоване судження стосовно можливих станів об'єкта в майбутньому, альтернативні шляхи й терміни їх здійснення [2, с. 7]. Прогноз має випадковий характер, оскільки він будується на підставі аргументованих наукових уявлень про стан і розвиток об'єкта, здійснення його є доволі ймовірним. Самі розробники прогнозу оцінюють його як очікуваний, ймовірний стан об'єкта в майбутньому. Процес розроблення прогнозів називають прогнозуванням.

Згідно тверджень відомих вчених у галузі управління та прогнозування М. Т. Пашути та А. В. Калини, економічне прогнозування визначається як система наукових досліджень про можливі напрями майбутнього розвитку економіки та її окремих галузей. У макроекономічному плануванні таке поняття відіграє особливу роль, оскільки дає можливість імовірного бачення досліджуваного об'єкта в майбутньому. Наукове прогнозування є формою наукового передбачення, оскільки передуює розробці соціально-економічних і науково-технічних програм розвитку.

Етимологічно термін “прогноз” (від гр. *prognōsis* – передбачення) – це спроба визначити стан якогось явища чи процесу в майбутньому. Прогнозування розвитку (стану) підприємства або організації – це наукове обґрунтування можливих кількісних та якісних змін його стану, а також альтернативних способів і строків досягнення очікуваного стану.

Метою будь-якого прогнозу прийнято вважати процеси, що передбачають розвиток подій у майбутньому. Передбачене майбутнє дає змогу підготуватися як до позитивних, так і до негативних тенденцій, максимізувати результати та мінімізувати збитки.

З іншого боку категорію “прогноз” можна розглядати як передбачення напрямків та тенденцій розвитку процесу, об'єкта чи явища.

Особливостями прогнозів, складених за найновішими методиками, полягають у тому, що вони містять як бажані, так і можливі але небажані характеристики стану зовнішнього, проміжного та внутрішнього середовища підприємства, а також позитивні та негативні тенденції у взаємовпливі факторів цих трьох складових середовища.

Варто зауважити, прогнозування є також необхідною основою для стратегічного планування та аналізу. Наявність прогнозів підвищує обґрунтованість планів, дає можливість отримувати альтернативні плани.

Зазначимо також і найважливіші функції прогнозування в системі стратегі-

чного планування, до яких варто віднести [4, с. 153]:

- визначення можливих цілей і напрямків розвитку об'єкта прогнозування;
- оцінювання соціальних, економічних, наукових, технічних та екологічних наслідків реалізації кожного з можливих варіантів розвитку об'єктів прогнозування;
- попереднє визначення змісту заходів щодо забезпечення реалізації можливостей та послаблення загроз кожного з імовірних варіантів розвитку прогнозованих подій та інші.

Підсумовуючи усе вищезазначене, можна говорити про те, що прогнозування є одним із найважливіших завдань діяльності будь-якої організації. Хороший прогноз висвітлює економічну діяльність підприємства у майбутньому й допомагає керівникам різних рівнів пристосувати свої дії до нових економічних умов.

Тому, на нашу думку, прогнозування слід розглядати у широкому розумінні як процес передбачення майбутнього стану предмета чи явища на основі аналізу його минулого і сучасного, систематичну інформацію про якісні й кількісні характеристики розвитку цього предмета чи явища у перспективі.

Література

1. Геєць В. М., Клебанова Т. С., Черняк О. І., Іванов В. В., Дубровіна Н. А., Ставицький А. В. Моделі і методи соціально-економічного прогнозування: Підручник. – Х.: ІНЖЕК, 2005. – 396 с.
2. Глівенко С. В., Соколов М. О., Теліженко О. М. Економічне прогнозування: Навч. посібник. – 3-тє вид., доп. – Суми: Університетська книга, 2004. – 207 с.
3. Пашута М. Т., Калина А. В. Прогнозування та макроекономічне планування: Навч. посібник. – К.: МАУП, 1998. – 192 с.
4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

Сенишин О.С., Харковець Ю. П.

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОНЯТЬ “ЗБУТ” ТА “ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ”

Ринкова трансформація економіки України зумовила зміни в системі управління підприємствами різних галузей. Ці зміни передусім торкнулися системи постачання сировини і матеріалів, а також збуту продукції. Зокрема, необхідний пошук таких методів управління збутовою діяльністю, які допомагали б підприємствам враховувати потреби ринку і вести конкурентну боротьбу. Зауважимо також, що задовольняючи потреби споживачів на сьогоднішній час, недостатньо виготовити товар, який потрібен споживачеві, але й потрібно правильно оцінити його та реалізувати споживачеві.

Розглянемо різні твердження вчених-науковців стосовно категорії “збут”. З