

Міністерство освіти і науки України
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права
Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(Україна)

Варненський вільний університет Чорноризця Храбра (Болгарія)

Гентський університет (Бельгія)

Сучавський університет ім. Стефана чел Маре (Румунія)

Міжнародний науково-освітній та навчальний центр (Естонія)

Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (Україна)

Київський національний університет будівництва і архітектури (Україна)

Сумський державний університет (Україна)

Сумський національний аграрний університет (Україна)

Національний університет «Запорізька політехніка» (Україна)

Державна установа

«Інститут економіки та прогнозування НАН України» (Україна)

Державна установа

«Інститут демографії та проблем якості життя НАН України» (Україна)

Державна податкова інспекція у м. Полтава Головного управління Державної

податкової служби у Полтавській області (Україна)

Полтавське територіальне відділення Всеукраїнської професійної громадської

організації «Спілка аудиторів України» (Україна)

Торгово-промислова палата України (Україна)

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА



ЗБІРНИК

II Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції
«СТАЛІЙ РОЗВИТОК: ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ В
УМОВАХ СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ»



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

06 червня 2024 року

ПОЛТАВА

References

1. Интернет- ресурс: The Role of Logistics Controlling ERP-Integrated Supply Chains <https://www.desjardin.fr/en/blog/the-role-of-logistics-controlling-erp-integrated-supply-chains>
2. BORUT J., ROSAK-SZYROCKA J. 2014. Quality of investments in logistic, Production Engineering Archives, Vol 2, No.1

UDC 658. 351

Gryshko V.V., PhD in Economics, Associate professor; Rabokul K.R., student
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic» (Poltava, Ukraine)

HOW TO SUCCEED WITH PLANNING IN MANAGEMENT

Planning is considered a basic function of management. It means that a plan is necessary for any other managerial function, be it organising, directing, staffing, or controlling:

- Planning dictates how to effectively organise a business. It encompasses determining necessary future activities, assigning them to the right personnel, delegating authority, providing tools and raw material, etc.
- Having a plan of action facilitates directing as it makes instructions, guidance, and motivation grounded in a brand strategy.
- Planning informs staffing, as it shows what work-force a company will need.
- Establishment of standards and measurement of actual performance – controlling – is done against the expectations that planning sets

Informal planning gives a short term focus, which might be necessary for the business to operate. In an organisation, various units can have their own informal plans. However, if the company wants to grow and reach ambitious goals, the process of planning should be formal, written, specific, and involve common organisational goals[1].

Planning is important both for small and medium-sized businesses and large enterprises with complex structures. Here are several compelling reasons that prove this:

1. It Helps to Set the Right Goals. While a plan is a course of action towards the realisation of the goal, it also supports SMART goal setting. In particular, planning helps to critically assess the goal to see if it's realistic. It facilitates decision making and allows setting a time frame by predicting when the company can achieve its goal. It also defines how to measure performance against the set goals and whose responsibility it will be.

2. It Sets Objectives and Standards for Controlling. A primary function of strategic formal planning is providing direction to lower-level managers, allowing the development of tactical goals. Planning shows objectives for each organisational department and helps managers to prioritise activities depending on their relevance to the goal. Planning also sets the standards for assessing performance. Without such standards, managers wouldn't be able to intervene and take corrective actions to stay on track, which would also threaten the goal.

3. It Reduces Uncertainty. The uncertainty of the future puts the great risk on business sustainability, for it is always difficult to manage through change. No organisation can control the economic and competitive environment; thus, the ability to anticipate challenges and have contingency plans in place is the best alternative.

Planning involves an intentional critical evaluation of the available data and experts' predictions. This makes planning in management very helpful in terms of reducing the uncertainty of the future and avoiding the risks.

4. It Ensures Efficient use of Resources. Planning makes the use of human and material resources as efficient as possible. By starting the management process with a good plan that focuses on the ultimate goal and considers available capabilities, you can see many opportunities to cut expenses. Without such a plan, it is easy to fall for appealing B2B offers. This can waste organisational resources on the raw materials that the employees cannot process in a due time,

expensive robotics, or online software that speeds up only one aspect of the process not affecting the overall result.

5. It Improves Decision Making. Planning improves decision-making processes and time management in two ways. First, it helps managers to keep the focus on a goal and thus ask themselves how alternative courses of action might facilitate or delay reach it. Second, the plan allows managers to be more farsighted: having a clear road map, they can think what effect an adopted decision will have on some long-term tasks and activities.

6. It Helps to Earn Credibility and Trust of Stakeholders. All managers understand that a solid plan is needed to persuade creditors and investors to help. However, sometimes they forget that the turbulent market environment can drive the need to engage them without planning to do so. Having a formal business plan readily available will have a great impact if you need to find and engage new investors in a short period of time. The availability of clear goals and a formal plan also shows your social responsibility and increases the trust of employees and clients.

Although planning is a basic function of management, in practice, many managers neglect it. You may think that they don't need formal types of planning, as they can use their strategic vision and gut instinct to keep the organisation on track even without it. However, this is not true. Here are the key reasons why managers fail to create a strategic plan:

- they underestimate the importance of planning (Many managers hold a get-things-done attitude, failing to stop and analyse the right things they need to do. They don't understand how planning can affect performance and are not willing to change anything);

- they lack time for planning (Planning takes a lot of time and managers have too many responsibilities. As a result, it is common that managers only think about strategic plans at home or when commuting to work. This can result in a failure to plan. Managers should specifically schedule planning. If it is difficult to find time for this role, a manager should delegate more responsibilities and avoid micromanaging);

- they don't have the necessary knowledge (There are many tools used in planning such as SWOT analysis, PESTLE Analysis, VRIO Framework, environmental scanning, resource analysis, etc. If a manager didn't get good training in management, he/she may fail to plan effectively and thus see no sense in it. It may also be that they lack experience in certain areas – creating a marketing plan is very different from operational planning);

- they lack self-discipline (Setting and pursuing goals, either personal or organisational requires dedication and discipline. Often, managers need to develop their personal strengths and skills for effective planning in management)[2]

If you understand the importance of planning in management and want to grasp all the benefits of this function, consider the main two following factors that determine the effectiveness of planning.

A) Communication

It is important to clearly communicate the desired results and the strategic plan to the employees. Nurture open communication encouraging everyone to give feedback and suggest improvements to the plan. Note that some benefits of planning, such as innovation in particular, depend on how eager employees are to voice their ideas and whether they feel heard and appreciated for giving them.

B) Commitment to change

Effective planning requires letting go of outdated processes, revision of strategies, innovation, hiring and firing. All this means change, which is difficult to manage. Still, to truly benefit from the advantages of planning, a manager should be ready to go beyond the cosmetic changes and face the possible resentment of the team. In this respect, planning in management is a function that requires much courage and commitment.

Planning is a long and complicated process at every organization. It requires a lot of communication and excellent coordination. This communication and coordination across teams and departments often takes much time and negotiation.

References

1. Інтернет- ресурс: A New Look at Strategic Planning: Practical Strategizing for Successful Plans. URL: <https://meisterplan.com/blog/project-portfolio-management/strategic-planning/>
2. Інтернет- ресурс: Modern Planning Approaches. URL: <https://www.avantum.de/en/consulting-services/planning-forecasting/modern-planning-approaches/>

УДК 330

Андрущенко С.М., студент
*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)*

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Управління збутовою політикою підприємства є критично важливим елементом бізнес-стратегії, який забезпечує ефективне просування товарів на ринок, максимізацію прибутку та задоволення потреб споживачів. Збутова політика охоплює комплекс заходів, включаючи аналіз ринку, вибір каналів збуту, встановлення цінової стратегії та проведення рекламних кампаній. Ефективне управління збутовою політикою дозволяє підприємству адаптуватися до змін зовнішнього середовища, підтримувати конкурентоспроможність і забезпечувати стабільне зростання.

Основні аспекти управління збутовою політикою підприємства:

розуміння ринкових тенденцій, поведінки споживачів та діяльності конкурентів є фундаментальним для розробки ефективної збутової стратегії. Регулярний моніторинг ринку допомагає виявляти нові можливості та уникати потенційних загроз;

визначення оптимальних каналів для розподілу продукції є ключовим для досягнення споживачів. Це можуть бути прямі продажі, використання посередників, електронна комерція або інші методи, які найкраще відповідають специфіці продукту та ринку;

встановлення цін повинно враховувати собівартість продукції, конкурентне середовище, еластичність попиту та сприйняття вартості споживачами. Гнучка цінова політика дозволяє підприємству швидко реагувати на ринкові зміни та підтримувати свою конкурентоспроможність;

ефективна маркетингова комунікація є невід'ємною частиною збутової політики. Використання різноманітних інструментів реклами, просування у соціальних медіа, участь у виставках та інших маркетингових заходах допомагає залучати нових клієнтів та утримувати існуючих;

забезпечення високого рівня обслуговування, оперативне реагування на запити та скарги клієнтів, а також побудова довгострокових відносин з ними сприяють підвищенню лояльності та повторних покупок;

постійне вдосконалення продукції та процесів збуту, впровадження нових технологій та адаптація до змінних ринкових умов є необхідними для підтримання конкурентоспроможності підприємства.

Управління збутовою політикою підприємства є багатогранним процесом, що вимагає системного підходу та стратегічного планування. Успіх у цій сфері залежить від здатності підприємства аналізувати ринок, вибирати ефективні канали збуту, встановлювати конкурентоспроможні ціни, здійснювати ефективні рекламні заходи та підтримувати високий рівень обслуговування клієнтів. Такий підхід дозволяє підприємству забезпечувати стабільний ріст та розвиток на конкурентному ринку.