

Цифровой маркетинг позволяет охватить и онлайн-, и офлайн-потребителей, которые используют планшеты и мобильные телефоны, играют в игры, загружают приложения. Так бренд может обратиться к более широкой аудитории, не ограничиваясь Интернетом. Почти все действия пользователя в цифровой среде фиксируются аналитическими системами, что позволяет делать точные выводы об эффективности различных каналов продвижения, а также составить точный портрет покупателя. Диджитал-маркетинг позволяет привлечь на онлайн-рынок оффлайн-аудиторию и наоборот. Цифровой маркетинг – это комплексное продвижение, которое включает в себя множество каналов. Почти все опрошенные эксперты считают, что универсальных решений не существует, а инструменты нужно выбирать под конкретную компанию [5].

К одному из современных методов планирования бизнеса можно отнести digital-стратегию. Когда агентство предлагает digital-стратегию, это предполагает такой подход, как дополнительные исследования (анализ конкурентов, целевой аудитории, источников роста бизнеса). Рассматриваются проблемы бизнеса и поведение целевой аудитории, связанной с конкретным брендом или товарной категорией с целью найти инсайт (скрытую правду о потребителях), на чем можно построить кампанию [6].

Итак, в бизнесе следует использовать digital-технологии для того, чтобы оставаться конкурентоспособным на современном рынке. Существует много инструментов, которые позволяют модернизировать бизнес и не только оптимизировать бизнес-процессы, но и вывести взаимоотношения с клиентом на новый уровень. Сложные вычислительные технологии, которые ранее использовались в научных целях, все чаще адаптируют для обычного пользователя, что позволяет выполнять сложные задачи, прилагая минимум усилий.

#### Литература

1. Взгляд на будущее бизнеса: пять тенденций пост цифровой эпохи. – Режим доступа: <http://www.management.com.ua/tend/tend1134.html>. – Дата доступа: 20.09.2019.
2. Paul D. The Post-Digital Era is Upon Us: Are you ready for what's next? Science Magazine. – 2019. – № 1. – P. 87. – URL: [https://www.accenture.com/t00010101t000000z\\_w\\_/gben/\\_acnmedia/pdf-94/accenture-techvision-2019-tech-trends-report.pdf](https://www.accenture.com/t00010101t000000z_w_/gben/_acnmedia/pdf-94/accenture-techvision-2019-tech-trends-report.pdf). – Date of the application: 20.09.2019.
3. О массовой диджитализации пока рано говорить. Бизнес к ней еще не готов. Режим доступа: <https://l-a-b-a.com/blog/show/499>. – Дата доступа: 22.09.2019.
4. Цифровые технологии – Интернет вещей. – Режим доступа: [http://koptelov.info/publikatsii/digital\\_technology](http://koptelov.info/publikatsii/digital_technology). – Дата доступа: 22.09.2019.
5. Digital-маркетинг – что это? – Режим доступа: <https://blog.ringostat.com/ru/digital-marketingchto-eto>. – Дата доступа: 22.09.2019.
6. Бизнес-фреш: что такое digital и чем это отличается от SMM. – Режим доступа: <https://netpeak.net/ru/blog/biznes-fresh-chto-takoe-digital-i-chem-eto-otlachaetsya-ot-smmprodvizheniya-v-sotsialnyh-setyah>. – Дата доступа: 22.09.2019.

## ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

**В. В. Маленко**

*Восточноевропейский университет экономики и менеджмента,  
г. Черкассы, Украина*

Научный руководитель Л. А. Сарана

Экономическая среда Украины на данном этапе характеризуется нестабильностью. Для длительного существования предприятий на рынке нужно применять стратегическое планирование. Стратегия развития предприятия должна учитывать

условия внешней среды и вероятность их изменения. Нестабильный курс валют, переориентация производств из России на европейские страны, нестабильная политическая ситуация – это факторы, которые влияют на состояние украинской экономики. Стратегическое планирование может описать влияние этих факторов на предприятие в перспективе и выбрать вектор развития. Долгосрочные стратегии развития отечественных предприятий часто терпят крах, а иногда вообще не применяются.

Положительным изменением общественного развития Украины является увеличение внимания к проблеме формирования и достижения стратегических приоритетов и постоянной стратегии развития. Чтобы понять, что такое стратегическое планирование, нужно выяснить суть понятия «стратегия». Обратимся к определению стратегии известного современного профессора Гарвардской школы бизнеса Ричарда Румельта [7, с. 18]: стратегия представляет собой набор последовательных аналитических мероприятий, концепций, методик, аргументов и действий, которые призваны найти такое решение проблемы, которое позволит серьезно повлиять на ситуацию и исправить ее.

Процесс стратегического планирования является главным в системе стратегического управления. Стратегическое планирование – это систематизированные и более или менее формализованные усилия всего предприятия, направленные на разработку и организацию выполнения стратегических планов, проектов и программ [1, с. 48]. Для разработки стратегического плана необходимо выполнить ряд задач. Сначала нужно определить миссию организации и установить цели существования. Следующей задачей является определение стратегии и долгосрочный план действий, который подкреплен конкретными официальными документами компании. Завершающей стадией стратегического плана является выполнение поставленных задач, контроль и анализ эффективности их выполнения. Причиной использования стратегического планирования в менеджменте является сложившийся порядок действий для существования предприятия в условиях конкуренции.

В зависимости от отрасли, специфики предприятия и состояния экономики государства стратегическое планирование применяется на разные сроки. Наименее долгосрочное стратегическое планирование применяется в области легкой промышленности. Среднесрочное планирование применяется в отраслях химической и электротехнической промышленности. Долгосрочное стратегическое планирование применяется в лесотехнических хозяйствах, транспортном машиностроении и автомобилестроении. Это обусловлено стабильностью данных отраслей и государственных планах вырубке лесов на длительный срок. Однако увеличение продолжительности стратегического плана не всегда влияет на эффективность предприятия. В современных условиях наиболее эффективные стратегические планы с возможностью корректировки в условиях конкурентной среды.

Стратегическое планирование эффективно лишь в случае понимания преимуществ и проблем, которые его сопровождают. Их исследование поможет эффективнее разрабатывать долгосрочные планы. Описание проблем и способы их преодоления в будущем помогут многим специалистам избежать ошибок в составлении стратегических планов.

В посткоммунистических странах понятие «стратегическое планирование» часто вызывает ассоциации с неэффективным директивным планированием. После распада СССР отечественные предприятия отказались от директивного планирования, но придумать замену во многих случаях так и не смогли. Эта проблема начала решаться после подписания Соглашения об ассоциации между Украиной и Европей-

ским Союзом, когда экономика Украины переориентировалась на западные рынки сбыта и стала внедряться эффективнее в звено управления предприятиями. Большинство предприятий, экспортирующих товары в высокоразвитые страны, должны применять эффективную логистику и стратегическое планирование, чтобы развиваться в условиях жесткой конкуренции.

Во многих странах проблемой является неразвитость теории и методов планирования. К ним также относится Украина. Проблемы отечественных предприятий слишком специфическими: коррупция, занижение доходов для уклонения от уплаты налогов, мошенничество. Эти факторы невозможно включить в стратегический план и финансовые отчеты крупных корпораций, поэтому многие всемирно известных брендов отказывается работать на украинском рынке. Опыт высокоразвитых стран не дает ответов как работать в таких условиях. Действия настоящего правительства и принятия законодательных инициатив президента Владимира Зеленского в сфере налоговой и таможенной политики могут частично или полностью перевести теневую часть украинской экономики в легальную. Кассовые аппараты и борьба налоговой службы с занижением доходов позволит вести честную конкуренцию между предприятиями одной отрасли.

Одной из основных проблем стратегического планирования в Украине является неблагоприятная экономическая среда. Отечественная экономика характеризуется нестабильностью и неопределенностью. Быстрые изменения курса валют, постоянные изменения нормативов и законодательной базы, повышение конкуренции, а также влияние многих других факторов создает впечатление невозможности составления стратегического плана. В международных рейтингах Украина имеет одни из самых низких оценок по показателям внешней среды, связанных с борьбой с коррупцией, защитой права собственности. В лучшую сторону изменился только рейтинг легкости ведения бизнеса благодаря введению временного моратория на проверки. Введение приватизации государственных предприятий, сельскохозяйственных земель и независимость правоохранительных институтов друг от друга может помочь Украине улучшить состояние своей экономической среды.

Ограничения являются проблемой внедрения стратегического плана в практическую плоскость. К ним относятся новые экологические нормы, отток капитала и высококвалифицированных человеческих ресурсов из страны, правительственное регулирование определенных отраслей экономики, нехватка определенных видов ресурсов. Эти факторы существенно могут повлиять на стратегический план и предотвратить его выполнение. Предприятия должны учитывать эти ограничения еще в процессе планирования, а не в процессе выполнения.

Преодоление проблем является важным шагом при работе над стратегическим планом. Этот процесс прежде всего должен начинаться с руководства. Каждый руководитель должен осознать важность планирования и планового развития управляемой им системы [1, с. 50]. Также эффективный стратегический план должен подстраиваться к существующей законодательной системе и быть готовым к изменениям законов и норм, которые непосредственно влияют на деятельность предприятия. Чтобы избежать саботажа и сопротивления коллектива, необходимо участие всех подсистем предприятия и их эффективный диалог между собой.

Эффективный стратегический план должен иметь возможности для корректировки. Неблагоприятная среда украинской экономики не имеет стабильности, поэтому корректировки стратегических планов применяет большинство отечественных предприятий. Колебания курсов валют, повышение цен на энергоносители и отток

квалифицированных кадров в другие страны заставляют предприятия менять собственные планы. В такой среде иногда одних корректировок недостаточно, поэтому многие предприятия при разработке стратегического плана готовят альтернативные. Это позволяет им быть конкурентными на рынке при нестабильных ситуациях.

Литература

1. Гевко, О. Б. Стратегическое управление : учеб. пособие. – Тернополь : ЧП Каравай В. А., 2016. – 152 с.
2. Герасимьяк, Н. В. Административный менеджмент как одно из направлений современного менеджмента // Н. В. Герасимьяк, Ю. В. Вольнчук // Экономика и общество. – 2016. – № 4. – С. 127–131.
3. Иващенко, А. Информационно-аналитическое обеспечение принятия управленческих решений на предприятии / А. Иващенко, А. С. Скрипай // Экономический анализ : сб. науч. тр. – Тернополь : Экон. мысль, 2015. – Т. 21, № 2. – С. 86–92.
4. Коробов, М. Я. Финансово-экономический анализ деятельности предприятий : учеб. пособие / М. Я. Коробов. – Киев : Знание, 2000. – 378 с.
5. Миненко, Н. А. Современные подходы к построению эффективной системы административного менеджмента предприятия / Н. А. Миненко // Инновации. – 2012. – № 12. – С. 4–7.
6. Подольчак, Н. Ю. Стратегический менеджмент : учеб. пособие. – Львов : Изд-во Львов. политехники, 2012. – 400 с.
7. Румельт, Р. Хорошая стратегия, плохая стратегия. В чем отличие и почему это важно / Р. Румбельт. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 448 с.

**ПОКАЗАТЕЛЬ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ В ОЦЕНКЕ  
ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

**Е. А. Аввакумова**

*Учреждение образования «Витебский государственный технологический университет», Республика Беларусь*

Научный руководитель Е. В. Ванкевич

В современных условиях работы для большинства организаций Республики Беларусь актуальной является всесторонняя оптимизация производственного процесса. Основная задача – получение продукции более высоких потребительских свойств при одновременном снижении затрат материалов, комплектующих, времени, сокращении общей продолжительности производственного цикла и т. д. Для этого необходимо выбрать критерий оценки выполненной работы, значение которого в понятной форме могло бы показывать эффективность производственного процесса всем заинтересованным субъектам экономической деятельности, в котором все участники видели бы отражение своих интересов.

В качестве основного критерия оценки эффективности при управлении производственными процессами в промышленных организациях предлагается выбрать показатель добавленной стоимости.

Значимость добавленной стоимости объясняется тем, что данная категория находится в прямой зависимости от степени эффективности результатов работы организации и тем, что добавленная стоимость выступает базовым источником формирования доходных статей государственного бюджета, в результате чего в ее росте потенциально заинтересованы одновременно и государство, и экономические субъекты.

В Постановлениях Министерства экономики Республики Беларусь и Министерства труда Республики Беларусь от 31 мая 2012 г. № 48/71 отмечается, что добавленная стоимость по организации исчисляется по всем осуществляемым видам экономической деятельности.