

на тему:

Планирование предпринимательской деятельности

Содержание



Планирование предпринимательской деятельности

Бизнес-план

**Зарубежный опыт предпринимательства
малого и среднего бизнеса (Америка, Япония)**

Планирование предпринимательской деятельности

Планирование - важнейшая функция управления предпринимательской деятельностью, заключающаяся в составлении планов достижения целей фирмы в пространстве и во времени на основе эффективного использования ресурсов-затрат и ресурсов-результатов и учитывающая тенденции развития внешней и внутренней среды предпринимательства.

Отвечает на вопросы:

- Что делать и для кого (товар)?
- Как делать (технология, программа действий)?
- Когда делать?
- Сколько делать?



PLAN



PLAN



PLAN

Планирование предпринимательской деятельности

Цели планирования:

- оптимизация всех видов затрат;
- координация действий коллектива;
- предвидение событий с целью снижения риска и необоснованных потерь;
- готовность к быстрому реагированию на изменение окружающей среды.



Может быть:

- долгосрочным – 5–10 лет;
- среднесрочным – 2–5 лет;
- краткосрочным – до 2 лет.

ПЛАНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Планирование предпринимательской деятельности

Принципы планирования:

1. Непрерывность;
2. Координация и интеграция;
3. Системность;
4. Научность.



Этапы планирования:

1. Определение миссии;
2. Прогнозирование;
3. формулирование целей;
4. Программирование;
5. Бюджетирование;
6. Формирование политики предприятия;
7. Формирование процедур действий.

Бизнес-план

Это документ, в котором описываются все основные аспекты предпринимательской деятельности, анализируются главные проблемы, с которыми может столкнуться предприниматель, и определяются основные способы решения этих проблем.



Бизнес-план



Основная структура бизнес-плана состоит из

- ❖ Обложки;
- ❖ Резюме;
- ❖ Местонахождение фирмы;
- ❖ Цель бизнеса;
- ❖ Отрасль и создаваемая фирма;
- ❖ Описание вида деятельности;
- ❖ Описание продукта и вид услуг.
Уникальность продукта или услуг;
- ❖ Анализ рынка;
- ❖ Конкуренция
- ❖ Стратегия маркетинга;
- ❖ Реклама;
- ❖ План производства;
- ❖ Менеджмент;
- ❖ Финансовый план;
- ❖ Балансовый отчет;
- ❖ Деловое расписание;
- ❖ Приложения.

SWOT-анализ

№№ рангов	Наименование характеристик анализа	
	Сильные стороны	Слабые стороны
1	Лидер рынка	Высокая цена
2	Высокое качество продукции предприятия	Практически нет внедрения новых услуг и технологий
3	Имидж марки	Просрочка сдачи продукции клиентам
	Возможности внешней среды	Угрозы внешней среды
1	Продукция марки зарекомендовала себя во многих странах	Снижение цены у конкурентов
2	Улучшение экономического положения страны	Несоответствие требованиям качества продукции
3	Внедрение диверсификации продукции на предприятии	Низкий темп роста рынка

Зарубежный опыт предпринимательства малого и среднего бизнеса (Америка, Япония)



США



Устойчивая государственная система регулирования и поддержки предприятий МСБ; есть развитая система гос. заказов; предоставление гос. гарантий по обеспечению кредитов для МСП; инвестиционное кредитование МСП.

Согласно «Закону о малом бизнесе», для МСБ предоставляется доступ к финансовым ресурсам, размещение в секторе не менее 23% государственного заказа, оказание финансовой, консультационной, технической и организационной помощи.

Зарубежный опыт предпринимательства малого и среднего бизнеса (Америка, Япония)

ЯПАН

ЯПОНИЯ



Обеспечение выполнения антимонопольного законодательства; установление различных льгот для МСП; регулирования цен на выпускаемую продукцию; оказание финансовой и консультативной поддержки МСП на всех уровнях их развития.

- Функционируют правительственные организации поддержки МСП.
- Законодательно установлен статус предприятий МСБ и размер льгот для них в соответствии с видом деятельности, регулируется рыночная стоимость выпускаемой продукции, предусмотрена система государственных гарантий по кредитам.
- Государство поддерживает МСП, предоставляя услуги в сфере консалтинга, рекламы, подбора кадров, оказывая организационную помощь.

На этом всё!

