

**Планирование
деятельности
предприятия.**

Группа РЭНГМ-21

Медеян Д.Ю.

Общая деловая политика предприятия.

Под общей деловой политикой предприятия следует понимать цели, на которые направлена его деятельность, и то, как конкретно достигаются эти цели.

Предприятия в процессе своей производственной деятельности должны принимать ряд решений:

- какой товар или номенклатуру товаров, работы и услуги следует производить, продавать и оказывать;
- на какие рынки надо выходить с этим товаром и как необходимо укреплять свои позиции;
- как выбрать оптимальную технологию производства;
- как распределить имеющиеся людские и финансовые ресурсы;
- каких показателей в своей деятельности предприятию необходимо достигнуть, особенно в отношении технических характеристик выпускаемого товара, его качества, эффективности производства.

Стратегические направления деятельности.

Стратегическая деятельность предприятия состоит в определении направлений его работы в нескольких областях, наиболее важными из которых являются:

- Определение стратегии предприятия на рынке.

Рыночная стратегия включает в частности определение соотношения между продажами на экспорт и на внутреннем рынке, установление первоочередных задач по завоеванию потребителей (покупателей), требований сети по продаже и технологическому обслуживанию, разработку программы по модернизации товара.

- Определение направлений, в которых предприятию предстоит расти и развиваться. Основной частью работы по общему планированию является установление контрольных цифр по росту масштабов работы предприятия на долгосрочную перспективу. В рамках данной работы должны быть подвергнуты детальному анализу и оценке такие вопросы, как дальнейшее совершенствование самого товара и системы сбыта, возможности приобретения и распределения необходимых ресурсов, показатели роста деятельности предприятия.

Определение сущности планирования.

Планирование – это деятельность, заключающаяся в разработке и практическом осуществлении планов, определяющих будущее состояние экономической системы, путей способов и средств его достижения.

Существует две формы планирования деятельности предприятия:

1. планирование деятельности предприятия (фирмы) на рынке;
2. внутрифирменное планирование.

- Определение ресурсов, которые предприятие стремится приобрести или сохранить, и разработка политики в отношении использования этих ресурсов. Это относится ко всем основным сырьевым, людским и финансовым ресурсам, которые могут понадобиться предприятию.
 - Определение сильных сторон предприятия, которые должны быть использованы в процессе работы, например, ее технологических, управленческих, коммерческих, исследовательских и прочих возможностей или связей, а также преимущества географического характера и материально-технической базы.
 - Определение слабых сторон предприятия в том, что касается различных его возможностей и связей, а также оказывающих отрицательное влияние внешних факторов и разработка соответствующих программ и направлений работы, обеспечивающих их преодоление или устранение.
- На практике анализ этих важнейших сторон деятельности предприятия может быть успешно осуществлен в двух направлениях:
- а) стратегическая оценка всех внешних факторов, которые могут оказать воздействие на деятельность предприятия;
 - б) перспективная оценка основных возможностей предприятия, сильных и слабых сторон ее деятельности.

Задачи и функции бизнес-планирования.

-Планирование – это деятельность, заключающаяся в разработке и практическом осуществлении планов, определяющих будущее состояние экономической системы, путей, способов и средств его достижения.

-С точки зрения предприятия, на микроэкономическом уровне, планирование – это способ осуществления действия, основанный на сознательных, волевых решениях субъектов микроэкономики, механизм, который заменяет цены и рынок.

-Планирование деятельности предприятия позволяет:

1. осуществить четкую координацию предпринимаемых усилий по достижению поставленных целей;
2. конкретно определять свои цели и пути их достижения;
3. определить показатели деятельности предприятия, необходимые для последующего контроля;
4. подготовить предприятие к внезапным изменениям рыночной конъюнктуры;

четко формализовать обязанности и ответственность всех менеджеров предприятия.

-Основным инструментом планирования предприятия является бизнес-план финансово-хозяйственной деятельности.

-Бизнес-план – это план осуществления бизнес-операции, действий предприятия, содержащий сведения о товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности.

-Цель разработки бизнес-плана – спланировать хозяйственную деятельность предприятия на ближайший и отдаленный периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.

Особенности и этапы разработки бизнес-плана.

- Разработка и осуществление бизнес-плана требует учета некоторых особенностей:
 - кризисная ситуация и постоянно меняющиеся экономические отношения ставят руководителя предприятия перед необходимостью самим просчитывать будущие шаги и учиться вести борьбу с конкурентами;
 - появляется новое поколение руководителей, которые не были руководителями коммерческих организаций и плохо представляют весь круг ожидающих их экономических проблем. В стране не организована система повышения квалификации предпринимателей и специалистов;
 - в бизнес-планах предприниматели должны научиться обосновывать свои заявки, доказывая инвесторам, что могут просчитывать все аспекты использования инвестиций не хуже бизнесменов других стран;

– условия функционирования предприятий являются весьма сложными – отсутствует необходимая для управления деятельностью предприятия информация, нет возможности из-за различий в учете и отчетности использовать эффективные методики анализа и планирования показателей и т. д.

- Отличительной особенностью бизнес-плана промышленного предприятия является не только его комплексный характер (в нем взаимосвязаны показатели, характеризующие экономическое состояние предприятия, их ресурсное и в том числе финансовое обеспечение, приведены расчеты финансовых результатов и дана оценка каким будет, после выполнения бизнес-плана, финансовое состояние предприятия), но и то, что имеет исключительное значение: его нацеленность на существующий рынок и новые товарные рынки или отдельные его сегменты.

Разработка бизнес-плана проходит три этапа:

1. Проведение маркетингового изучения рынка (определение его потенциальной емкости, условий конкуренции, степени риска и т. д.).
2. Формирование целей и задач производственной и коммерческой деятельности с учетом результатов маркетингового исследования рынка.
3. Разработка основных разделов плана с конкретной оценкой эффективности конечных результатов, фиксируемых в сводном финансовом плане.

Основные разделы бизнес-плана предприятия.

В первом разделе «Общие сведения по проекту бизнес-плана» раскрывается наименование и сущность проекта, дается понятие «финансовые ресурсы», необходимые для осуществления проекта, в том числе имеющиеся в наличии у инициатора проекта и дополнительно требуемые, а также ожидаемая прибыль.

Раскрывается срок окупаемости проекта, включая время на освоение капвложений. Указывается максимальная доля, предоставляемая инвестору в акционерном капитале.

Во втором разделе рассматривается описание инвестиционного проекта, включающее, в частности, для соответствующих типов проектов характеристику товара (продукции, услуг). Дается краткое описание товара, его назначение и область применения с указанием возможного спектра модификаций. Приводятся технические характеристики в сопоставлении с аналогами (желательно привести оценки в интервальном виде: оптимистическая – пессимистическая, а также ссылки на источник информации о налогах).

В третьем разделе дается оценка рынка и конкурентноспособности продукции. Здесь раскрывается емкость рынка, потенциальный платежеспособный спрос на внутреннем и внешнем рынках, степень его удовлетворения в настоящее время.

О состоянии работ по проекту и возможностях (плане) производства изложено в **четвертом разделе**. В данном разделе дается степень освоения предполагаемой к производству продукции (научно-техническая разработка, лабораторный, опытный, опытно-промышленный образец, рабочее проектирование, мелкосерийное производство и т. п.). Наличие документации по проекту (прединвестиционного технико-экономического исследования, бизнес-плана, проектно-конструкторской, проектно-сметной документации, договоров, других юридических документов).

В пятом разделе изложен финансовый план. Дана себестоимость товара (расчет с разбивкой по статьям расходов и календарный график ее изменения). Предприятие на основе изучения конъюнктуры рынка, возможностей потенциальных партнеров предоставляет информацию о движении цен, организует материально-техническое обеспечение собственного производства и капитального строительства путем приобретения ресурсов на рынке товаров и услуг (на внутреннем и внешнем рынках на фиксированную дату).

