

УДК 338

ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Куликов Д.Е., студент гр. ССБ-221, 2 курс

Научный руководитель: Савосин И.В., к.э.н., доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
г. Кемерово

Аннотация: В данной статье будут рассмотрены основные понятия, принципы, методы и инструменты планирования на предприятии, актуальность и ее роль в управлении современным предприятием в условиях быстро меняющегося рынка, модель процессов стратегического планирования по Майклу Мескону, оперативное и тактическое планирование.

Ключевые слова: Планирование, система планирования, предприятие, стратегическое, оперативное и тактическое планирование, система планирования, модель процессов планирования, Майкл Мескон.

В условиях современного бизнеса система планирование является неотъемлемой частью и одним из ключевых элементов успешного, а так-же эффективного управления предприятием малого или среднего бизнеса. Оно обеспечивает стратегическое направление, координацию и контроль над процессами. В современной динамичной бизнес-среде правильная стратегия планирования может стать определяющим фактором успеха любой организации, планирование позволяет им адаптироваться к изменяющимся условиям рынка, управлять ресурсами, оптимизировать производственные процессы.

У понятия планирование существует множество определений, и все они верные, например планирование – это процесс определения целей, разработки стратегий и планов действий для их достижения. Основными принципами планирования являются системность, гибкость, реальность и стратегическая направленность. Планирование должно быть интегрированным и учитывать взаимосвязь всех процессов на предприятии.

Планирование играет важную роль в управлении предприятием, обеспечивая определение стратегических целей, контроль за исполнением планов и корректировку в случае необходимости. Кроме того, планирование способствует оптимизации использования ресурсов и повышению эффективности деятельности предприятия.

Для эффективного планирования предприятие может использовать различные методы и инструменты, такие как: ABC-анализ, прогнозирование, балансирующие карты, диаграммы Ганта, бенчмаркинг, PESTEL анализ, SWOT-анализ и другие.

Аббревиатура SWOT расшифровывается как Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats (сила-слабость; возможности-угрозы) и представляет собой метод стратегического планирования, который так-же используется предприятиями малого и среднего бизнеса для анализа и оценки внутренних и внешних факторов, оказывающих влияние на деятельность компании.

Элемент сильной стороны характеризует внутренние положительные аспекты и преимущества предприятия. В контексте малого и среднего бизнеса это могут быть уникальные продукты или услуги, хорошо обученный персонал, доступ к технологическим инновациям, хорошие отношения с клиентами и т.д.

Элемент слабой стороны характеризует внутренние недостатки и ограничения предприятия. Это могут быть недостаточные финансовые ресурсы, неэффективные процессы производства, отсутствие маркетинговой стратегии, высокая зависимость от определенных поставщиков и т.д.

Возможности характеризуют внешние факторах, которые могут быть использованы для достижения целей и роста предприятия. Это могут быть новые рыночные возможности, изменения в потребительском спросе, развитие новых технологий, изменения законодательства и поддержка государства.

Угрозы характеризуют внешние факторы, которые могут негативно повлиять на деятельность предприятия. Это могут быть конкуренция на рынке, изменения в экономической среде, отсутствие доступа к необходимым ресурсам, изменения в законодательстве и т.д.

Комбинирование различных инструментов, в том числе SWOT анализа помогает принимать обоснованные решения и оптимизировать деятельность предприятия малого и среднего бизнеса. Сегодня предприятия все чаще обращают внимание на планирование сервиса как важный элемент бизнеса. Современные подходы включают в себя разработку гибких стратегий, использование цифровых технологий и аналитики для улучшения обслуживания клиентов, а также персонализацию услуг с учетом потребностей потребителя. Существуют различные виды планирования на предприятии сервиса, разберем основные из них:

Стратегическое планирование является ключевым этапом в управлении предприятием, поскольку оно направлено на определение долгосрочных целей организации и путей их достижения.

Существует модель стратегического планирования Майкла Мескона, которая включает в себя 9 этапов, каждый из которых играет важную роль в формировании стратегии предприятия.

Модель процессов стратегического планирования по М. Мескону представлена на рисунке 1.

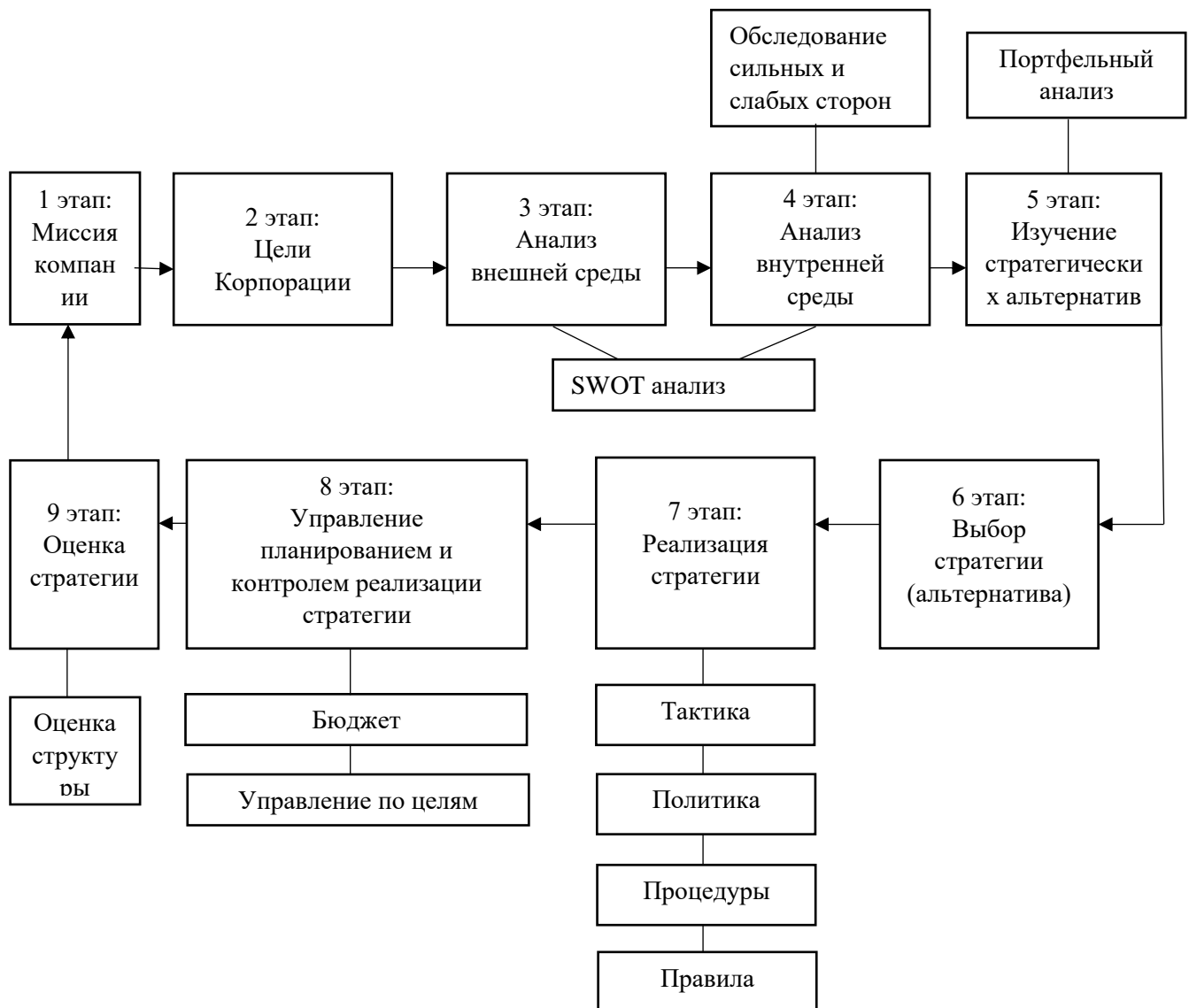


Рис. 1 Модель процесса стратегического планирования

Для того чтобы лучше понять его модель, нужно разобрать каждый из 9 этапов:

1. Миссия корпорации: На данном этапе определяется миссия организации, которая отражает ее основные принципы, философию, ценности и социальную ответственность. Миссия является основой для выработки стратегии и направляет деятельность компании. Она помогает стейкхолдерам понять цели и ценности организации.

2. Формирование целей организации: На этом этапе проводится анализ текущих целей и стратегий предприятия, определяются их соответствие среднесрочным и долгосрочным планам развития. Анализ внешней среды:

Оцениваются внешние факторы, такие как экономические, социокультурные, политические, технологические, которые могут повлиять на деятельность организации.

3. Анализ внутренней среды организации: Исследуются сильные и слабые стороны предприятия, его ресурсы, процессы и возможности для улучшения эффективности.

4. Изучение стратегических альтернатив: На основе анализа разрабатываются различные стратегические альтернативы, возможные направления развития и действия организации. Каждая стратегическая альтернатива анализируется с учетом их потенциальных рисков, выгод способности реализации. Формируются матрицы SWOT анализа.

5. Выбор стратегии (альтернатива): Из предложенных стратегических альтернатив выбирается наиболее подходящая, учитывая цели и задачи организации, ее ресурсы и среды внешней и внутренней.

6. Реализация стратегии: На этом этапе осуществляется практическая реализация выбранной стратегии. Это включает в себя распределение ресурсов, делегирование ответственности, проведение изменений в процессах и структуре организации для достижения поставленных стратегических целей.

7. Управление планированием и контролем реализации стратегии: На этом этапе осуществляется непрерывный мониторинг и контроль за выполнением стратегии. Важно своевременно выявлять отклонения от плана, а также корректировать стратегию и планы действий в соответствии с изменяющимися условиями и ситуацией.

8. Оценка выполнения стратегии: После реализации стратегии проводится оценка выполнения поставленных стратегических целей и программ. Анализируются достигнутые результаты, их соответствие заданным критериям успеха, а также выявляются причины успешности или провала стратегии. На основе этой оценки предпринимаются меры для оптимизации стратегического планирования в будущем.

Стратегическое планирование позволяет предприятию ориентироваться на будущее, выстраивать систему целей и задач, а также обеспечивать эффективное управление ресурсами и процессами с учетом изменяющихся внешних условий и внутренних возможностей организации.

Следующая, немаловажная это тактическое планирование направлено на разработку конкретных планов действий для достижения стратегических целей предприятия. Здесь учитывается более короткий период времени и конкретные шаги, необходимые для реализации стратегии.

Оперативное планирование – это планирование на более краткосрочный период, обычно в рамках текущего года или даже квартала. Оно включает в себя разработку планов по конкретным процессам, задачам и ресурсам на каждом этапе работы предприятия.

Таким образом, планирование деятельности предприятия играет ключевую роль в его успешности и конкурентоспособности. Сочетание правильных методов, инструментов и подходов помогает предприятию

адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и достигать поставленных стратегических целей. Тщательное планирование на всех уровнях – от стратегического до оперативного – является основой эффективного управления и достижения успеха организаций малого и среднего бизнеса.

Список литературы:

1. Басовский, Л. Е. Стратегический менеджмент: Учебник / Л. Е. Басовский. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 365 с.
2. Плешкова, Н. А. Менеджмент в сервисе: учебное пособие: / Н. А. Плешкова, Г. А. Подзорова, А. Н. Кирюхина ; Кемеровский государственный университет. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2021 – 110 с.
3. А.А. Скоморощенко, Е.Н. Белкина, А.Н. Герасимов. Планирование на предприятии. Учебное пособие. – СПб.: Лань, 2018. – 280 с.
4. Мескон М. Х. Основы менеджмента: пер. с англ. / Альберт М., Хедоури Ф., Мескон М. – 4-е издание. – М: ООО И.Д. Вильямс, 2008 – 672 с
5. Балашов, А.П. Основы менеджмента: Учебное пособие / А.П. Балашов. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2019. - 288 с.