

БИЗНЕС ПЛАНИРАНЕ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО. СЪЩНОСТ И ОСНОВНИ ЕЛЕМЕНТИ НА ПРОЦЕСА НА ПЛАНИРАНЕ В СЪВРЕМЕННИ УСЛОВИЯ. БИЗНЕС-ПЛАН НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

- Чрез системата от планове – стратегически, текущи и оперативни, планирането обхваща всички равнища на управлението и създава необходимите предпоставки за осигуряване в предприятието на точно съответствие между предприеманите действия и изискваните от общите цели.
- Смисълът на планирането вътре в предприятието се изразява в подготовката и вземането на решения, които взети днес, осигуряват ефективната дейност на предприятието в бъдеще – определя се бъдещият курс на действие на висшите мениджъри на предприятието. С помощта на процеса на планиране се осъществяват механизмите за стимулиране на ефективността на предприятието.

Процесът на планиране включва:

- разкриване на перспективите за развитие на външната среда
- определяне на целите и вероятните стратегии
- установяване на задачите – от първостепенна важност и направлението на действията за тяхното постигане.

Фирменото планиране ориентирано към целите, се опира на 3 основни принципа:

- принцип на участие – този принцип изисква в процеса на планиране да участват всички, които то непосредствено засяга, така планът става по-качествен
- принцип на непрекъснатост – така се постига необходимата гъвкавост и адаптивност на плана към непрекъснато изменящите се външни условия
- принцип на холизма – подчиняване на отделните части на общия план – координация по вертикала и по хоризонтала

Видове планове

- стратегически – над 5 години
- средносрочни – 2 – 3 години
- краткосрочни – 1 година
- оперативни – до 1 година

БИЗНЕС-ПЛАН НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

Бизнес-планът е ръководство за развитие на предприятието в условията на пазарната икономика, той е мислене преди действие, проект на желано бъдеще и виждания за ефективните начини за неговото достигане.

Изисквания за съставяне

- да бъде съобразен максимално с характеристиките на средата, в която се осъществява конкретният бизнес
- да съдържа ясно дефинираната цел на ограниченията, която следва да е максимално обективна
- да е точен, разбираем и практически осъществим
- да позволява сравнимост на предприятието с конкурентите му
- да бъде гъвкав, да дава увереност
- акцентът да е поставен върху стратегическия проблем, като се набелязват мерки за постигането на целите в рамките на ограничените ресурси

Части на бизнес-плана

- въведение – дават се кратки сведения за предприятието – история, постижения, преимущества, достигнати пазарни позиции, равнища на достигнат сервиз
- предмет на дейност

Този учебен материал е публикуван от потребител в www.referati.org

- информация за външната среда – пазарни, характеристики, тенденции, прогнози, демография
- връзка на производителя с пазара – маркетинговата информация за предприятието – позициониране на продукта, описание на каналите за реализация, ценовата стратегия, рекламата
- поведение на фирмата на пазара
- технологии
- производство
- мениджмънт
- финанси
- капитал