

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному світі кожного дня з'являються нові підприємства, які повинні швидко адаптуватися до мінливих умов ринку. Це зумовлює появі необхідних дій, спрямованих на знаходження зваженого рішення, щодо організації планування підприємства. Так існують основні методи планування для його розвитку як у перспективі, так і в поточний період. На сьогоднішній день маркетинг є один з важливих процесів планування виробничо-збутової діяльності в умовах конкуренції. Усе вищезначене обумовлює актуальність досліджуваної теми.

Об'єктом дослідження є процес планування діяльності підприємства.

Предметом дослідження є різні методи та підходи до планування діяльності підприємства.

Метою роботи є наведення особливостей методів планування діяльності підприємства, дослідження за допомогою яких методів підприємство підтримуватиме свій розвиток у перспективі, виявлення головних помилок підприємця-початківця при плануванні бізнесу.

Управління виробничою та господарською діяльністю створюється за допомогою контролю виробництва та виробничого планування. За допомогою останнього вирішується певна проблема планування, створюються стратегічні програми та плани задля функціонування підприємства у поточний період та у перспективі.

Існує декілька методів планування, які дають нам зрозуміти основні аспекти діяльності підприємства:

- балансовий метод пов'язує виробничу програму з виробничою потужністю, трудомісткість виробничої програми з чисельністю тих, хто працює;

- розрахунково-аналітичний метод визначає базисний рівень основних показників плану та їх зміни в плановому періоді за рахунок кількісного впливу основних факторів;

- економіко-математичні методи дають змогу розробити економічні моделі залежності показників та обрати оптимальний варіант планування;

- графоаналітичний метод дає можливість подати результати економічного аналізу графічними засобами;

-програмно-цільові методи дозволяють складати комплекси завдань і заходів задля досягнення кінцевих результатів [1, с.92].

Потрібно розуміти, що бізнес-планування складають на всіх етапах існування підприємства: становлення, зростання та «зрілості». Його метою є також вибір та розробка однієї з трьох головних маркетингових стратегій (лідерства в області затрат, диференціації або вузької спеціалізації). Маркетинг необхідний за умови повної самостійності підприємства, гострої конкуренції або перенасичення ринку товарами [2].

Безумовно, можна виділити типові помилки, які здійснюють підприємці-початківці:

- невміння дотримуватися основних правил управління фінансами;
- не сплановані терміни окупності проекту та прогнози прибутку;
- нерозуміння основ маркетингу, неправильно визначений портрет споживача і канал продажів;
- відсутність розуміння того факту, що головним активом бізнесу є працівники[3].

Отже, перерахувавши особливості методів планування, можна зробити висновок, що будь-яке підприємство може поставити собі за мету обрати власну стратегію, яка в кінцевому підсумку призведе до подальшого його розвитку. Сьогодні майже всі фірми використовують змішану методологію планування, не обмежуючись однією. На ряду з цим, якість бізнес-процесів на пряму залежить від робітників, а непродумана система їхньої мотивації може зруйнувати реалізацію бізнес-ідеї.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. В.І. Гринчуцький. Економіка підприємства: навч. посіб./В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погріщук.–Київ: «Центр учбової літератури», 2010.–304 с.
2. Пол Барроу. Бізнес-план, який працює/Пол Барроу; [Пер. з англ.]–2 видан.–М.: Альпіна Бізнес Букс, 2007.–288 с.
3. Н. Котельнікова. Як підготувати бізнес-план/Н. Котельнікова.–Літагент, 2017.–94 с.