

УДК 631.153

ТРЕБОВАНИЯ К СИСТЕМЕ ПЛАНИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Валиуллина И. О

студентка 3 курса,

Казанский государственный аграрный университет,

Казань, Россия

Михайлова Л. В.

старший преподаватель,

Казанский государственный аграрный университет,

Казань, Россия

Аннотация

Процесс планирования представляет собой целенаправленную деятельность, стремящуюся к выявлению основополагающих параметров экономики в будущем и достижение их с наименьшими затратами труда. Как и к любой деятельности, к планированию предъявляются определенные требования, зависящие от множества факторов. В данной статье рассмотрим, какие требования предъявляются к процессу планирования в условиях рынка.

Ключевые слова: планирование, рынок, система, стратегическое планирование, требования.

REQUIREMENTS FOR THE PLANNING SYSTEM IN MARKET CONDITIONS

Valiullina I. O.

3rd year student,

Kazan state agrarian University,

Kazan, Russia

Mikhajlova L.V.

senior lecturer,

Kazan state agrarian University,

Kazan, Russia

Annotation

The planning process is a purposeful activity aimed at identifying the fundamental parameters of the economy in the future and achieving them with the least labor costs. As with any activity, there are certain requirements for planning that depend on

many factors. In this article, we will look at the requirements for the planning process in the market.

Keyword: planning, market, system, strategic planning, requirements.

На сегодняшний день при рыночных условиях залогом успешной деятельности товаропроизводителей является эффективность реализации продукции. Таким образом, среди широкого ряда задач, стоящих перед любым предприятием, можно выделить главную - правильно спланировать продажи и определить наиболее выгодные каналы сбыта.

Любое предприятие, принимая участие в рыночной системе, обязано подчиняться механизмам цен, а также законам спроса и предложения [2]. Однако, внутренняя среда предприятия так или иначе заменяет упомянутые механизмы действиями и решениями учредителей самого предприятия. Руководители сами обдумывают и определяют основные направления деятельности компании, а также, учитывая характер внутренней среды предприятия, принимают требуемые плановые решения.

Планирование на уровне хозяйствующих субъектов является процессом организации наиболее подходящих пропорций для распределения доходов предприятия, а также процессом, который позволяет предполагать поступления финансовых ресурсов и их использование.

Рассматривая планирование как общеэкономический термин, можно сказать, что оно является неким механизмом, который может заменять цены и сам рынок. Цены в рамках системы рынка – это то, на что его участники должны ориентироваться, принимая те или иные решения. Такая значимая роль цен объясняется их способностью устанавливать выгодные и для потребителя, и для производителя варианты реализации товаров и их объем.

В условиях рыночной экономики усовершенствование микроэкономического планирования происходит непрерывно [6]. Более того, Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

планирование в условиях рыночной экономики имеет более важную роль, чем это было при плановой экономике.

Не применяя планирование невозможно достигнуть тот желаемый уровень управления производственно-хозяйственной деятельностью предприятия, который обеспечил бы ему успех на рынке, непрерывное совершенствование материальной базы, а также социальное развитие коллектива [4].

Для более подробного изучения вопроса необходимо рассмотреть, что выходит в понятие «система планирования на предприятии».

Прежде всего, нужно отметить, что общее планирование в условиях рынка в обязательном порядке должно предполагать разработку концепции предприятия. Сюда можно отнести планирование наиболее значимых для предприятия целей, а именно:

- материальных (достижение желаемых результатов);
- социальных (имидж предприятия, его социальное положение);
- стоимостных (финансовые результаты и ликвидность).

Производство можно назвать комплексной задачей предприятия. Одна часть товаропроизводителей выпускает довольно ограниченный выбор продукции, другая же наоборот – более широкий ассортимент товаров. Отсюда очевидно, что каждое предприятие руководствуется различными механизмами, процессами, имеет в распоряжении разное оборудование и материалы

Для получения прибыли любое предприятие, будь оно маленькое или же довольно масштабное, должно упорядочить и организовать вышеуказанные составляющие так, чтобы иметь возможность производить необходимые товары соответствующего качества в определенное время, сводя при этом затраты к минимуму.

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

Ситуация обостряется в условиях рыночной экономики, ведь нужно учитывать наличие конкурентов и производить товар высокого качества по максимально «удобной» для потребителя цене, причем эта цена должна в то же время удовлетворять и самого товаропроизводителя.

Все это подтверждает, что любое предприятие для своей успешной деятельности должно обеспечить эффективную систему планирования.

Содержание правильной системы планирования должно давать ответы на вопросы: что производить? Что для этого потребуется? Есть ли что-то из необходимого в наличии? Что и в каких количествах еще нужно будет приобрести? [1].

Анализируя модель системы планирования исходя из ее предмета, будет очевидно, что в ее состав будут включены следующие виды:

- генеральное планирование, которое предполагает разработку концепции предприятия;
- стратегическое планирование, которое предполагает развитие предприятия на долгосрочный период;
- тактическое планирование, включающее в себя планирование всевозможных условий хозяйственных операций;
- оперативное планирование, предполагающее краткосрочное планирование определенного перечня действий.

Общая цель компании формируется в виде общих директив, в роли которой выступает глобальная цель - максимизация прибыли и достижение ликвидности.

Нужно сказать, что в качестве основного элемента процесса планирования в условиях рынка выделяют стратегические цели [3]. Таким образом, ошибки в стратегическом планировании представляют угрозу для деятельности компании. Рассмотрим подробнее данный вид планирования, ведь

как показывает практика, именно он наиболее актуален в условиях рыночной экономики.

Стратегическое планирование включает в себя определение целей, задач, масштабов на качественном уровне, либо в виде условных количественных ориентиров, при этом оно реализуется на долгосрочную перспективу. В составе данного вида планирования отмечают программное и потенциальное планирование, в задачи которых входит определение будущей структуры персонала, а также видов и объема средств производства.

Отметим структуру стратегического плана:

1. Значение и цели функционирования предприятия. Определяется назначение и намечается стратегия деятельности компании, описывается масштаб, тактические задачи предприятия.

2. Составление прогноза и выявление ориентиров. Изучается рынок продукции, трудовой рынок и рынок капитала, а также их экономический прогноз. На основе перечисленного намечаются проекционные ориентиры по основным показателям.

3. Прогнозы и планы специального назначения. К этому уровню структуры относится организация производства и деятельности маркетинга, формирование финансового плана, а также расширение рынка сбыта и ассортимента продукции.

Отсутствие организации стратегического подхода предопределяет поражения в конкурентной борьбе на рынке. Но не только это может помешать эффективной деятельности предприятия. Организация стратегического подхода, не соответствующая требованиям конкретного предприятия, также оказывает негативное воздействие на его деятельность.

Реализацию стратегического планирования лучше всего проводить не по подразделениям компании, а по отдельным проектам, предполагаемым направлениям деятельности.

Далее рассмотрим требования, необходимые к выполнению системе планирования в условиях рынка.

1. Целевое направление системы.

В качестве исходной позиции всего процесса планирования, которая в последующем определяет его результат, принято считать главные цели предприятия. Формирование отдельных частей генерального или частичного плана должно следовать целям верхнего уровня предприятия, и, наоборот, после проверки возможностей достижения этих целей планы редактируются с учетом их достижения. В целом, планы должны способствовать повышению ответственности за конечный результат деятельности всех подразделений предприятия.

2. Общность и полнота.

Грамотно организованная система планирования предоставляет всю необходимую информацию об экономических процессах и состоянии рынка руководящему составу предприятия. Систематическое представление этих процессов и событий способна обеспечивать лишь пересекающаяся совокупность планов. Полные выводы будет возможно сделать исключительно в том случае, если система планов будет полностью завершена.

3. Построение планов согласно их содержанию, масштабам и временным параметрам.

Содержание плана должно быть ориентировано на проблемы предприятия. С точки зрения масштаба и детализации предоставленной информации, планы, в зависимости от целей программы и потребностей менеджера, бывают расширенные и детализированные. С точки зрения

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

временных параметров существуют планы, рассчитанные на краткосрочную (год или меньше), среднесрочную (3-5 лет) и долгосрочную (10-15 лет) перспективу. Планируя инвестиционные проекты, нужно учитывать, что период планирования зачастую учитывают за подготовительный период и период реализации проекта.

4. Объединение разделов планов.

Процессы и планы, составляющие основу планирования, должны быть содержательно связаны.

Содержательное объединение плановых задач реализуется в рамках структуры организации. Система планирования и структура организации образуют структурные и плановые пирамиды, при совмещении которых должны совпадать их структура и контур.

Подготавливаемая менеджерами плановая информация необходима для выполнения задач соответствующих блоков. Отсюда прослеживается необходимость содержательного согласования планов с вертикальным и горизонтальным соотношением с проблемами. Система планирования предполагает, что разделы плана своим согласованием должны отражать взаимосвязанный информационный продукт.

Определим, какие бывают процессы планирования, в зависимости от степени регулярности их выполнения:

- неперiodическое (от случая к случаю);
- периодическое.

Выполнение согласования плана, а также всех его разделов по различным показателям, возможно проводить как одновременно, так и поочередно. Это значит, что есть возможность синхронно определять содержание нескольких планов в процессе принятия решений, либо можно составить план на основе другого плана.

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

Согласование планов реализует увязка всех подразделений компании. Обычно оно ведется по очереди, соблюдая ступени управления.

5. Гибкость, актуальность, эффективность.

Систему планирования можно назвать гибкой лишь в случае ее способности адаптироваться к любым изменениям внешней и внутренней среды предприятия [5]. При проведении значительных модификаций, системе планирования в любом случае придется приспособиться к новой структуре организации.

Для того, чтобы повысить уровень гибкости, необходимо разработать альтернативные планы. Учет требований не должен сводиться к формулировке такой системы, согласно которой издержки, связанные с планированием будут выше эффекта, полученного от его внедрения. Помимо этого, нужно учитывать, что при формировании системы планирования не рекомендуется переходить границы, за которыми следует его избыток, а в последующем - снижение мотивации работников.

Библиографический список

- 1 Афитов Э.А. Планирование на предприятии. - М.: Высшая школа, 2017 г. 302 с.;
2. Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие. - М.: Издательский дом «Дашков и К», 2015 г.;
3. Гальчинский А. С., Ещенко П. С., Палкин Ю. И. Основы экономической теории. Учебник. - К: Высш. шк., 2016. 471 с;
4. Михайлова Л.В. Общий порядок анализа бизнес-проектов для малых форм хозяйствования / Л.В. Михайлова // В сборнике: Устойчивое развитие сельского хозяйства в условиях глобальных рисков Материалы научно-

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

практической конференции. - Казань: Издательство Казанского ГАУ, 2016. С. 442-446.;

5. Рухалков М.И. Внутрифирменное планирование. - М.: ИНФРА-М, 2018. – 290 с.;

6. Черныш Е.А. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие. – М.: ПРИОР, 2017.

Оригинальность 96%