

Планирование деятельности IT-предприятия

Главной целью планирования как функции управления является обоснование и разработка направлений деятельности фирмы, обеспечивающих желаемый уровень развития предприятия в долгосрочной и краткосрочной перспективе с учётом имеющихся ресурсов.

Задачи планирования:

1. Анализ внешней среды фирмы;
2. Анализ внутренней среды фирмы;
3. Анализ ресурсного обеспечения поставленных целей;
4. Разработка альтернативных методов достижения целей и выбор наиболее рациональных с учётом возможных внешних ограничений и ресурсов.

Вход → Процесс → Выход

Вход → Информация → Процесс → Рынок сбыта (обратная связь к информации) → Выход

Основной капитал – это основные фонды, которые участвуют в производственном процессе многократно и переносят свою стоимость на готовую продукцию по мере износа в виде амортизационных отчислений и при этом не меняют свою натуральную вещественную форму.

Оборотный капитал – это оборотные средства, которые делятся на оборотные и производственные фонды.

Оборотные и производственные фонды – это предметы труда, которые участвуют в производственном процессе однократно и переносят свою стоимость сразу на готовый продукт.

На предприятие влияют: конкуренты (партнёры), государство (законы), рынок (потребитель), поставщики.

Конкурентное преимущество – это система обладающая какой-либо эксклюзивной ценностью, дающей ей превосходство над конкурентами и дающая возможность более эффективно распоряжаться имеющимся ресурсом.

1. Производитель → Покупатель
2. Производитель → Дистрибьютор → Покупатель
3. Производитель → Импортёр → Дистрибьютор → Покупатель

Факторы косвенного воздействия:

1. Экология
2. Политика
3. Научно-Технический Прогресс (НТП)
4. Экономика страны/региона
5. Социально-культурный уровень

Внутренние факторы, которые влияют на предприятие:

1. Технические
2. Организационно-управленческие
3. Экономические
4. Социальные

Планирование

1. Установление общих целей
2. Детализация целей
3. Определение путей и средств достижения целей
4. Контроль

Планы бывают:

1. Стратегические
2. Фактические

3. Оперативные

По времени:

1. Краткосрочные – до 1 года
2. Среднесрочные – от 1 года до 5 лет
3. Долгосрочные – от 5 лет

Стратегии планирования:

1. Расширение активности предприятия «вглубь»
2. Расширение активности предприятия «вширь»
3. Расширение активности «через границы» – захват новых рынков
4. Количественный рост

Принципы планирования:

1. Объективность
2. Чёткие временные границы (сроки)
3. Все измерения должны быть реалистичными и обоснованными
4. Гибкость
5. Комплексность
6. Должна быть альтернатива