

ДӘРІС 4

ӨНДІРІСТІК ЖОСПАРЛАУ, АЛДЫН-АЛА ЖОСПАРЛАУ ЖӘНЕ КӘСІПОРЫННЫҢ АЙНАЛЫСАТЫН ІСІ.

1. МАҚСАТЫ: Нарықтық экономикада жоспарлау бұл - әртүрлі экономикалық ұйымдастырушылық, басқарушылық, әлеуметтік және қазіргі заманғы өндірістің даму дәрежесін сипаттайтын көптеген қызметтерді жүзеге асыру негізі болып саналады. Олардың өзара әрекет ету механизмі бір кешенді жоспар немесе оған жетуге сәйкес мақсаттар мен құралдың біртұтас жоспарлы жүйесін талап етеді.

2. ДӘРІС ТЕЗИСТЕРІ:

1. Бизнес – жоспарлаудың мәні, мақсаттары мен есептері
2. Кәсіпорынның өндірістік жоспарының мазмұны. Өндірістік жоспардың көрсеткіштері
3. Кәсіпорынның өндірістік қуатын жоспарлау. Тауарлар мен қызметтерді сату жоспарын құру
4. Кәсіпорынның өндірістік бағдарламасын құру

Кәсіпорынның перспективті қызмет етуінің әртүрлі экономикалық көрсеткіштерін жоспарлауда прогрессивті нормативтер, алдыңғы қатарлы стандарттар, ғылыми ережелер және экономикалық мақсаттар жүйесін толық пайдалану қажет. Бұл мақсаттарды келесі түрлерге бөлуге болады:

- 1) экономикалық өсім
- 2) толық жұмыс бастылық
- 3) экономикалық тиімділік
- 4) бағаның тұрақты деңгейі
- 5) экономикалық еркіндік
- 6) табыстардың әділ бөлінуі

Фирма ішілік жоспарлау – фирмалар мен кәсіпорының жоспарлы қызметіне тікелей қатысты ұйымдастырушылық басқарушылық қызметтер. Ол қызметтерге: мақсатты негіздеу, стратегия құру, жұмыстарды жоспарлау, белгілі операцияларды жобалау, процесті ұйымдастыру, жұмыстармен қызметтерді үйлестіру, олардың атқаруын бақылау, нәтижелерді бағалау, мақсатқа түзету енгізу, жоспарлауды өзгерту. Фирма ішілік жоспарлау адамдардың өзара байланысты ғылыми тәжірибелік қызметі, оны зерттеу пәні болып – материалдық және рухани құндылықтарды өндіру, бөлу және тұтыну кезіндегі еңбек пен капитал арасындағы еркін нарықтық қарым қатынастар жүйесі табылады.

Жоспарлау түрлері.

Мерзіміне байланысты жоспарлау 3-ке бөлінеді:

1. Ұзақ мерзімді - бұл кәсіпорынның компаниясының ұзақ мерзімді даму стратегиясы 5 жылдан жоғары.
 2. Орта мерзімді – 2-5 жыл арасын қамтиды.
 3. Қысқа мерзімді - айлық, тоқсандық, жылдық жоспарлау.
- Бір жылдық жоспарлау - өнім өндіруді өткізу жоспары, еңбек ресурстары,

еңбек ақы жоспары, материалдық-техникалық жабдықтау жоспары.

Жоспарлау процесі көп жағдайда бірнеше сатылардан өтеді. Европалық бизнесте жоспарлаудың 4 кезеңі бөліп қарастырылған:

- жалпы мақсаттар құру
- нақты мәселелерді анықтау
- оған жетудің негізгі жолдары және құралдарын таңдау
- орындалуына бақылау жасау

Жоспарлау процесі әрдайым қазіргі және өткен кезеңдегі нақты (фактілік) және нормативтік мәліметтерге сүйенеді, кәсіпорынның келешектегі, қазіргі уақыттағы даму процесін анықтауға және бақылауға талпынады. Нарықтық жоспарлаудың күрделілігі макроэкономикалық процестер (дағдарыстар) және микроэкономикалық процестерге болады. Бұл негізінен жоспарлаудың орындалуына қатаң бақылаудың қажеттілігін және көрсеткіштерін түзету мүмкіншілігін білдіреді.

Норма – қандай да бір өнімде шығаруға қажетті шикізаттар, материалдар, отын энергиясының ең көп жұмсалған мөлшері, оны – абсолюттік шама деп атаймыз.

Норматив – салыстырмалы шама, еңбек құрал жабдықтарының қолданылуын көрететін көрсеткіш.

Жоспарлар мынадай көрсеткіш қолдану арқылы жасалады:

1. Сандық – жалпы өнім мен тауар өнім көлемі, сату көлемі, жұмысшылардың саны, жалақы қоры, пайда көлемі, әртүрлі өндірістік шығындардың мөлшері жатады.

2. Сапалық - өндірістің экономикалық тиімділік көрсеткіші, еңбек өнімділігінің өсуі, өзіндік құнды төмендету, өндірістің тұрақтылығы, қор сиымдылығы, өнімнің сапасы жатады.

3. Көлемдік - өндірістің жалпы көлемі, жеке процестер мен факторлардың көлемі жатады.

4. Үлестік – бір-бірімен байланысты бірнеше көрсеткіштердің ара қатынасы жатады. Мысалы: 1 өнімді шығаруға кеткен металл шығыны.

Өнеркәсіптің жоспарлы көрсеткішін есептеу-табиғи, еңбек және құндық өлшемдерді қолдану арқылы жүргізіледі.

Табиғи өлшемдер - өндірістің көлемін, материалды ресурстарды жоспарлағанда қолданылады (сапалық, сандық көрсеткіш кіреді)

Еңбек өлшемдері – оны есептегенде жалақы мөлшерін, өнім нормасын есептегенде қолданады. Әдетте норма – сағатпен белгіленеді.

Құндық өлшем – көрсеткіштердің құнын көрсетеді. Құн өлшемі арқылы өнімді сату көлемі, тауар және жалпы өнім жоспарланады.

Жоспар – кәсіпорын мен оның барлық бөлімшелерін, әлеуметтік-экономикалық даму бағдарламасы (болжам) жоспарлаудың жалпы қағидаларын алғаш шетел ғалымы **Файел** ұсынған. Оның пікірінше 4 қағидасы бар:

- 1) біртұтастылық
- 2) үздіксіздік
- 3) иілгіштік (бейімделгіш)

4) дәлдік

Біртұтастық – кәсіпорынның әлеуметтік экономикалық дамуының жалпы және жиынтықтық жоспарын қарастырады.

Үздіксіздік - әрбір кәсіпорындарда жоспарлау, ұйымдастыру және өндірісті басқару процесі, еңбек қызметі сияқты өзара тығыз байланысты болады, әрдайым тоқтаусыз жүргізілуі тиіс. Бұл принцип бойынша стратегияның жоспардан тактикалық жоспарға, одан оперативті жоспарға біртіндеп көшу және қысқа мерзімді жоспарлар мен ұзақ мерзімді жоспарлау өзара тығыз байланыста болуы шарт.

Иілгіштік – жоспарлаудың үздіксіздігімен тығыз байланысты, және жоспарда көрсетілген көрсеткіштерді түзету мүмкінділігін кәсіпорынның жоспарлы экономикалық қызметінің үйлесімділігін білдіреді.

Дәлдік – көптеген фирма ішілік факторлар мен оның сыртқы ортасымен анықталады. Әрбір жоспар кәсіпорынның қаржылық жағдайымен оның нарықтағы орнын ескере отырып, кәсіпорынның қандай жетістікке жетуге талпынатын нақты дәлдікпен құруы шарт. Кейінірек Акофф Р. – Файольдің жоспарлау қағидасына – **Қатысу қағидасын** қосқан.

Қатысу – біртұтастықпен тығыз байланысты, қатысу бойынша ұйымның әрбір мүшесі қызметі мен атқаратын жұмысына байланыссыз жоспарлау қызметінің қатысушысы бола алады.

Әрбір кәсіпорынның басты мақсаты - шығындардың минимумымен пайданың максимумына жету.

Фирманың жоспары бұл есептің шешілуіне жағдай жасайды, яғни қаржыландырудың ең тиімді көздерін анықтап, нарықта кәсіпорынның тұрақты жағдайын қамтамасыз етеді.

Бизнесті жүзеге асыру барысында, әрине, көптеген сұрақтарға бизнес – жоспарда жауап табыла бермейді, бұл жағдайда әрбір бизнесмен, кәсіпкер туындаған мәселені терең зерттеп, талдап ең тиімді және қолайлы вариантты (шешімді) өзі тандап табу керек. Бірақ бизнес – жоспар ең тиімді шешімді іздестіруде, табуда және қолдану кезінде көмекші құрал болып табылады, сонымен қатар бизнесті ұйымдастыруда қателерді жіберуге жол бермейді.

Бизнес – жоспар курсының негізгі мақсаты – шаруашылық субъектілердің қызметін нарық жағдайында жоспарлаудың теориялық негіздерін зерттеу және бизнес – жоспарды құру әдістемесін игеру. Бұл мақсатты мына мәселелер арқылы жүзеге асырылады:

- қазіргі кезде бизнесті жоспарлау аппаратының категориялық түсініктемесін зерттеу;
- кәсіпорынның түрлі шаруашылық қызмет аспектілерінің барлық ара байланыстылығын ескере жоспарлау;
- бизнес – жоспарды дайындау әдістемесін біртұтас, логикалық негізделген құжат ретінде игеру.

Бизнес – бұл кәсіпкерлердің көптеген ойларының (инициативаларының) ортасы. Олардың мақсаты: инвесторларды өз ойларын (бизнес - идеяларын) жүзеге асыруға тарту, яғни бұл бизнес – ойлар жеткілікті табыс әкелетіндігіне инвесторларды сендіру. Бірақ бұл ойларды жүзеге асырудың өзі тәуекелді іс -

әрекет, яғни бизнесті жүзеге асыруға салынған капитал қаншалыққа және қашан қайтарылады белгісіз. Бұл жағдайда кәсіпкер мен инвестордың мәселесін шешуші құралы ретінде бизнес – жоспар болып табылады.

Қазіргі жағдайға байланысты - өндіріс көлеміне, өнім түрлеріне (қызмет түрлеріне), оның жаңалық ерекшелігіне байланысты жоспар құрылымы әртүрлі болуы мүмкін, ал оның мазмұны бірдей болу керек. Бизнес – жоспардың құрылымы:

- бизнес – жоспардың түйіні немесе жоспарды баяндау;
- кәсіпорынның (фирманың) сипаттамасы;
- кәсіпорынды басқару немесе менеджмент;
- кәсіпорын мақсаттары;
- ұымдастырулық жоспар;
- маркетингтік шаралар;
- өндірістік жоспар;
- қаржылық жоспар;
- заңдылық жоспар;
- тәуекелділікті бағалау және қауіпсіздендіру.

Бизнес – жоспар – дәстүрлі жоспарлаудың барлық талаптарына сүйенетін кәсіпорын әрекетінің моделі болып табылады.

Кәсіпкер әрбір қадамының бағдарламасын жасаған кезде тактикалық және стратегиялық келешегінде бөлшектеудің әртүрлі дәрежесін қарастырады.

Жоспарлау процесі кәсіпорын басшысының болашақ істерінің барлық жиынтықтарын қарастырады. Себебі, менеджер өз кәсіпорынның бәсекелестік артықшылығын білген жөн және тәжірибелік іс - әрекетінде жүзеге асыру керек.

Жоспарлау – бұл басқарылатын объектінің даму мақсаттарын және әдістердің, тәсілдердің, мақсатқа жету құралдарын анқытау процесі.

Бизнес – жоспар – бұл кәсіпкер алдында туындайтын мәселелерді қарастыратын және бизнес мүмкіндіктерін біріктіретін құжат.

Бизнес – жоспардың құрамы - өткізу нарығының мөлшеріне, бәсекелестердің санына, құрылатын кәсіпорынның өсу келешегіне және басқа шарттарға тәуелді болады.

Өнімнің өндірісі және оны сатуды жоспарлау, кәсіпорынның әлеуметтік экономикалық дамуының кешенді жоспарының басты мәселесі болып табылады. Өнім, тауар, қызмет, өндірістік жоспарлау, тұтынушылардың нақты қажеттіліктерін қанағаттандыру фирма дамуының стратегиясын құру мен маркетингтік зерттеулер жүргізу мен басқа қажетті өнімді жобалаумен өнімді өндіру мен өткізуді ұйымдастырудың басқа ішкі шаруашылық қызметтермен тығыз байланысты болуы қажет. Кәсіпорын бөлімшелері өздерінің атқаратын функцияларына байланысты жұмыстарды жоспарлау кезінде келесі стратегиялық және тактикалық мәселелерге жетуге бағытталуы тиіс.

1. маркетинг (тауар, өткізу, жарнама)
2. өндіріс қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін қолдағы өндірістік мүмкіндіктерді толық пайдалану, тауарлардың жоғарғы сапасын қамтамасыз

ету және белгілі бір өнімді дайындау және сатуға кететін шығындардың төмендеуі.

3. жобалау – б.қ. өнім құру, жаңалық ашу, еңгізу, технологиялық процестерді жетілдіру, өнім және жұмыс сапасының көрсеткіштерін жақсарту.

4. ресурстардың едәуір қорларын сақтау. Материалдарды жоғары сапасымен, төмендету бағамен, көптеген партиямен атын алу.

5. қаржы, жоспарланған бюджет шегінде кәсіпорынның қызмет етуі, пайдалы өнімге бағытталуы, несиені бақылау, фирма үшін қарыз, заем құнын төмендету.

6. кәсіпорынның барлық қызметі бойынша есептілікті стандарттау, өндіріс шығындарын детальдау, коммерциялық мәмілелердің унификациясы

7. кәсіпорынның сандық және ресурстарды жабдықтаушылау, және тауарды тұтынушылардың теріс әрекеттерінен стратегияны қорғауды қамтамасыз ету.