

# MANAGEMENT

*Prof. dr. ing. Gabriela PROȘTEAN*

[gabriela.prostean@mpt.upt.ro](mailto:gabriela.prostean@mpt.upt.ro)

[g.prostean@eng.upt.ro](mailto:g.prostean@eng.upt.ro)

**BIROU 222D - SPM**

# **FUNCȚIA DE PLANIFICARE**

**Planificarea procesul de**

**stabilire**

**aranjare**

**combinare**

**aranjare logica**

**a obiectivelor,**

**a activităților necesare, precum și**

**a mijloacelor disponibile,**

**pentru atingerea scopului propus.**

# PLANIFICARE

Firmă → scopul → maximizare a profitului

Funcția de planificare → proces rațional de

**optimizare a tuturor resurselor  
disponibile în funcție de  
variantele posibile.**

# Strategie

stabilirea **scopurilor și obiectivelor**, care determină un **comportament competitiv** pentru firmă pe termen lung, luându-se în considerare provocările mediului înconjurător.

# Plan strategic

Stabilește **tipul afacerii** în **prezent** și **viitor**, îl ajută pe proprietarul firmei să-și înțeleagă mai bine afacerea, pregătindu-l pentru provocările competiționale pe care le va avea în momentul lansării sale pe piață.

# **Plan strategic - continut**

- 1. Stabilirea scenariului pentru “misiunea firmei”;**
- 2. Identificarea sectorului de piață în care se situează firma;**
- 3. Analiza SWOT (puncte “tari” și puncte “slabe” ale firmei, oportunități și amenințări);**
- 4. Stabilirea factorilor cheie pentru succesul firmei;**
- 5. Studiul asupra concurenței;**
- 6. Identificarea strategiilor potrivite;**
- 7. Identificarea planurilor operaționale;**
- 8. Identificarea metodelor și tehnicilor potrivite de control.**

# 1. Stabilirea scenariului pentru “misiunea firmei”

Se obține

**luciditate,**

**echilibru și**

**armonie**

pe parcursul derulării activităților.

# Misiunea firmei

axată pe explicitarea detaliată a raporturilor  
dintre  
management,  
salariați și  
context.



## Scenariului pentru “misiunea firmei”

Scenariul pentru “misiunea firmei” poate fi considerat **punctul de sprijin** al evoluției firmei.

⇒ **desemnarea posturilor,  
stabilirea structurii firmei,  
identificarea un plan  
strategic de învingere  
a concurenței.**

## **2. Identificarea sectorului de piață în care se situează firma**

Se stabilește:

- Tipul produsului/serviciului oferit (dacă este unic sau nu);
- Numărul competitorilor firmei;
- Dimensiunea posibilei clientele.

### 3. Analiza SWOT a firmei

#### SWOT

**S**trengths = Tari,

**W**eaknesses = Slabe,

**O**pportunities = Oportunități,

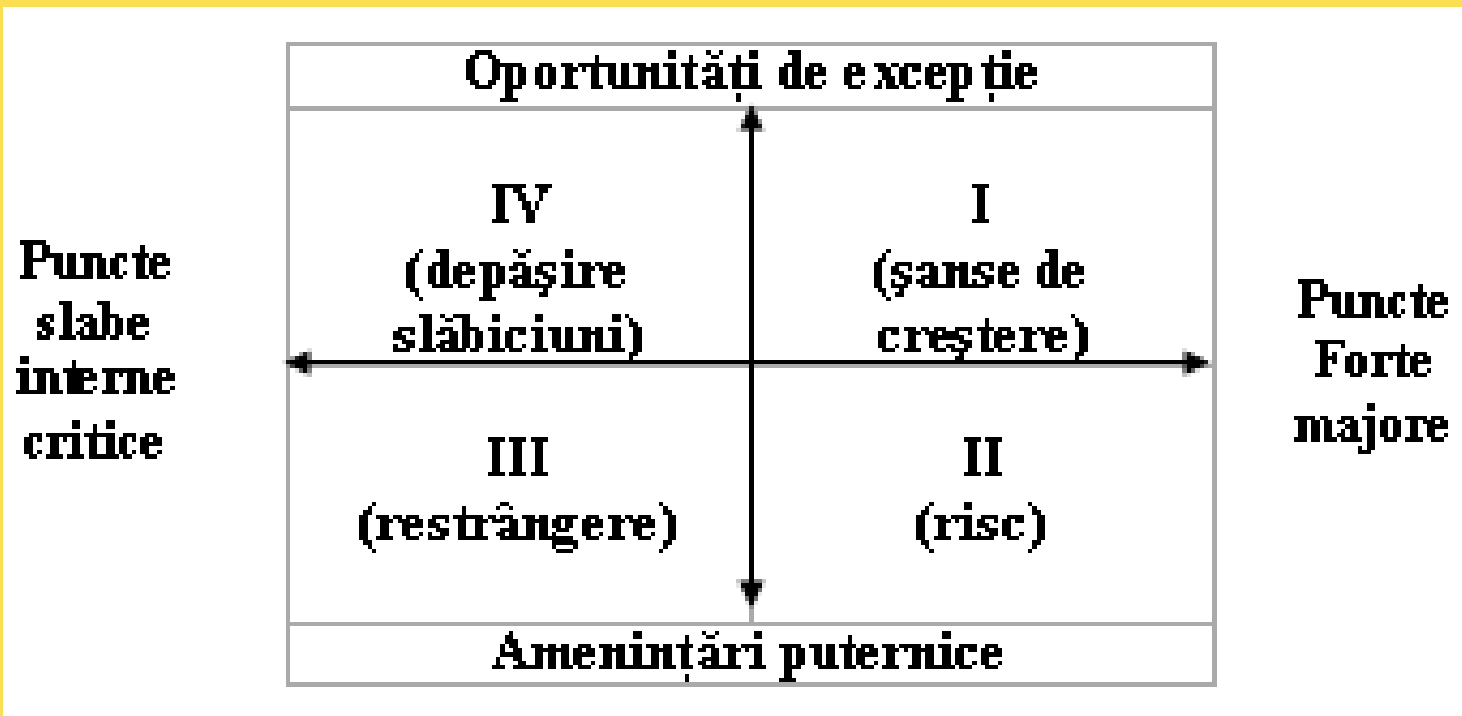
**T**hreats = Amenințări

a fost concepută în urma cercetărilor realizate de către

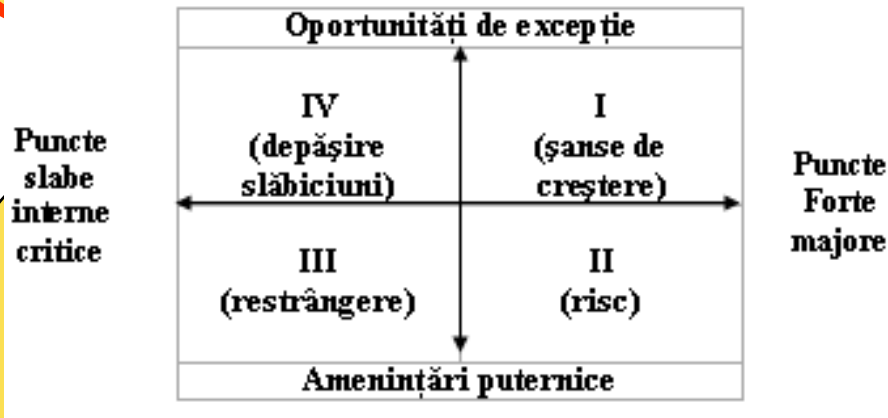
**Stanford Research Institute USA**

în anii '60

# SWOT identificarea unei strategii de dezvoltare a afacerii

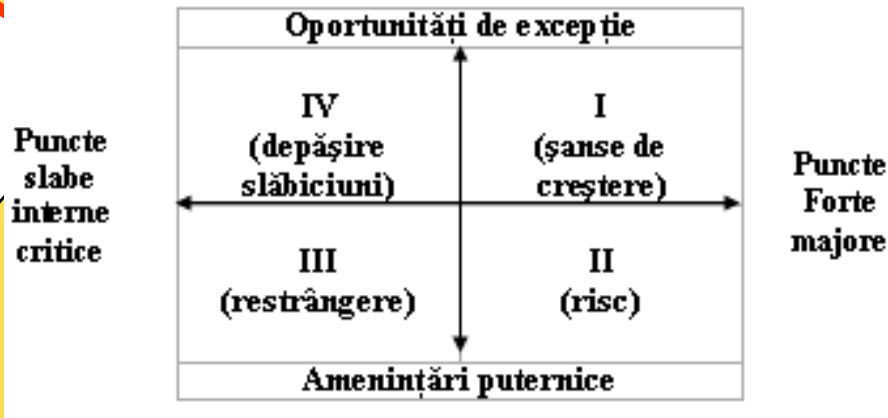


# SWOT



- I – strategii de creștere  
***fuzionări și achiziții de firme***  
***dezvoltarea, diversificarea***  
***productiei***

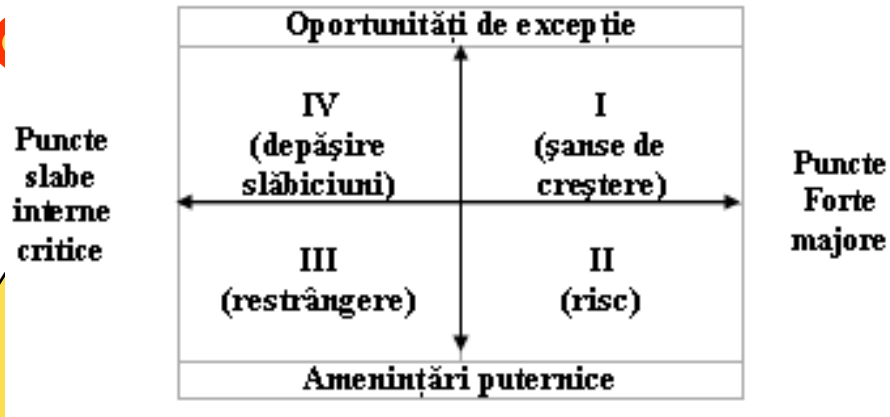
# SWOT



II – strategii propulsive în condiții de risc

- **diversificare orizontală** în branșă (ramură)
- **fuzionări și achiziții de firme**

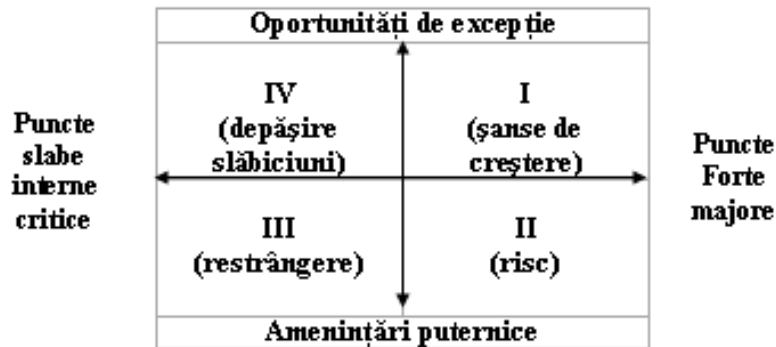
# SWOT



## III strategii de restrângere

**restructurare** reprofilare, vânzare active, închidere firmă

**falimentare** - oprire temporară a restructurării,  
- lichidare forțată



**SWOT**

## **IV** strategii de depășire a slăbiciunilor *joint venture* în plan național în plan internațional

Metoda de reducere a riscurilor in care doua firme isi combina fortele de productie sau promoveaza impreuna un produs; metoda de penetrare a unei pieti straine in care firma colaboreaza cu o companie locala sub forma unui parteneriat, cu scopul producerii si promovarii produsului pe piata respectiva.

### **fuzionare**

*consolidare pașnică cu alte firme de același profil*



## Evaluarea factorilor interni (**EFI**) și externi (**EFE**).

se alcătuiesc două liste cu factorii j,

- prima conținând puncte **tari** și **slabe** (5-10 factori interni), respectiv,
- a doua conținând **oportunități** și **amenințări** (5-10 factori externi)

## Evaluarea factorilor interni (EFI) și externi (EFE).

se atribuie **coeficienți de importanță** pentru fiecare factor identificat în cele două liste, în funcție de ponderea lor în cadrul analizei,

pentru fiecare listă să fie valabilă relația:

$$\gamma_j \in [0, 1]; \sum \gamma_j = 1$$

# Evaluarea factorilor interni (EFI) și externi (EFE).

fiecărui factor  $i$  se stabilește impactul prin intermediul  
notei  $N_j \in [1, 4]$ ,

$N_j \in \mathbb{N}$ , având următoarele semnificații:

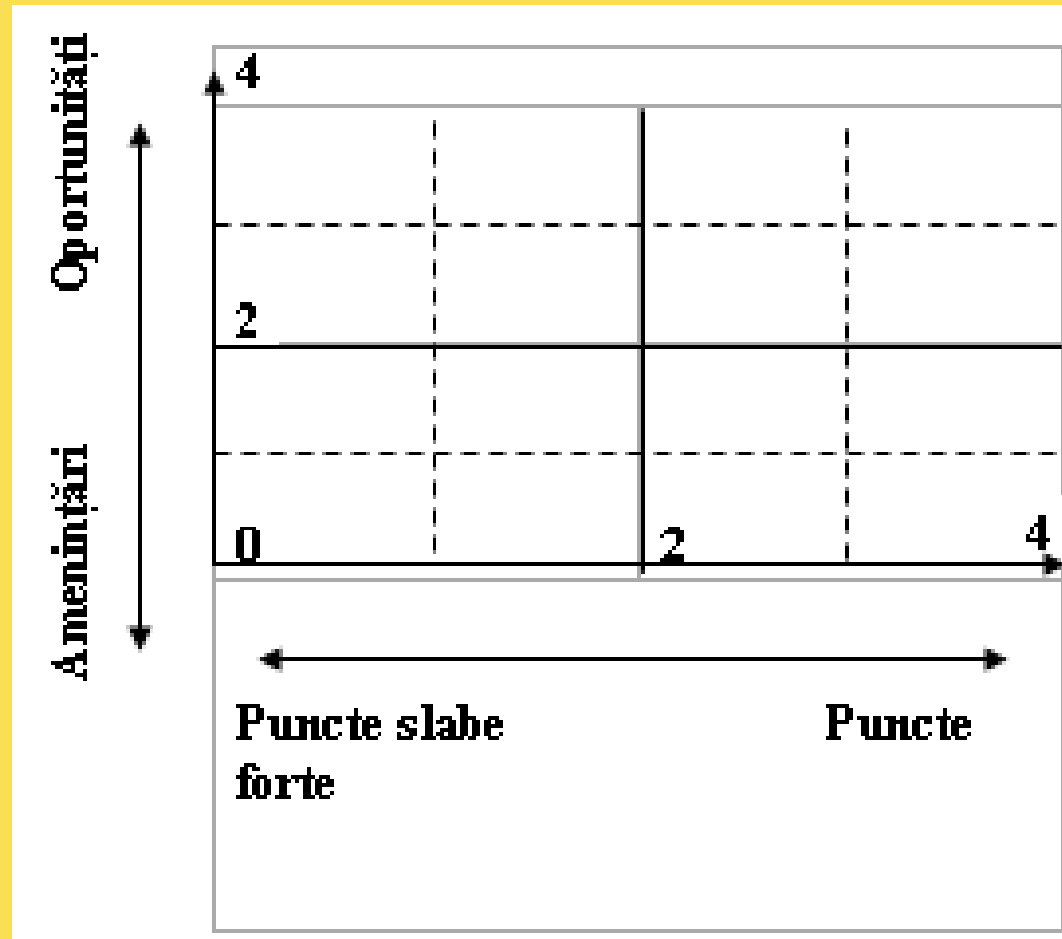
$N_j=1$  - foarte slab

$N_j=2$  - slab

$N_j=3$  - forte

$N_j=4$  - excepțional (remarcabil)

# Identificarea cadranelor SWOT



## **4. Stabilirea factorilor cheie pentru succesul firmei**

Variabilele afacerii care pot fi ajustate.

- 1. Costul unitar al producției;**
- 2. Capacitatea de producție;**
- 3. Potențialul vânzărilor;**
- 4. Cheltuieli promoționale;**
- 5. Calitatea producției;**
- 6. Încrederea clientului.**

## **5. Studiul asupra concurenței**

- 1. Care sunt firmele concurente?**
- 2. Care este imaginea acestora pe piață, cu ce se disting fiecare?**
- 3. Care sunt costurile practicate de firmele concurente?**
- 4. Care sunt politicile și strategiile firmelor concurente?**
- 5. Care sunt punctele “tari” și punctele “slabe” ale firmelor concurente, care sunt posibilitățile de exploatare a punctelor slabe ale concurenței?**
- 6. Care sunt șansele firmei de penetrare pe piață vis-à-vis de firmele concurente?**

## 6. Identificarea strategiilor potrivite de „creștere”

Strategia de firmă poate fi definită, ca un ansamblu al deciziilor luate de manager pentru **atingerea misiunii firmei**, evidențiindu-se **obiectivele urmărite** și **mijloacele folosite**.

## **7. Identificarea planurilor operaționale**

Planul strategic va trebui în continuare divizat în proiecte, care să-și definească și urmărească scopul propriu.

Proiectele trebuie să se încadreze în:

**-timp,**

**-buget,**

**-necesar de resurse.**



## 8. Identificarea metodelor și tehnicilor potrivite de control

Pe parcursul evoluției afacerilor, apar în mod continuu abateri de la obiectivele elaborate.

⇒ se impune un sistem potrivit de **control** și **evaluare** a afacerii în comparație cu programele stabilite,

⇒ **strategiile de corecții potrivite.**