

УДК 338.48

Амаев Асланбек Ахмедович

Студент

2 курс магистратуры, Институт цифровой экономики

Югорский государственный университет

Россия г. Ханты-Мансийск

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Аннотация. В статье приведены теоретические основы планирования, также были раскрыты общие понятия планирования и стратегического планирования. Были обозначены цели, задачи, функции стратегического планирования, определена миссия стратегического планирования на предприятии.

Ключевые слова: определяется, сущность стратегического планирования, цель планирования, функции управления, понятие планирования, миссия предприятия, долгосрочный стратегический план, задачи стратегического планирования.

Amaev Aslanbek Akhmedovich

Student

2 courses of a magistrac, Institute of Digital Economy

Ugra State University

Russia, Khanty-Mansiysk

Theoretical foundations of strategic planning

Annotation. *The article provides the theoretical foundations of planning, and also revealed the general concepts of planning and strategic planning. The goals, objectives, functions of strategic planning were identified, the mission of strategic planning at the enterprise was determined.*

Keywords: defines the essence of strategic planning, the purpose of planning, management functions, the concept of planning, the mission of the enterprise, a long-term strategic plan, tasks of strategic planning.

Термин «стратегическое планирование» появился на стыке 1960–70-х гг. для того, чтобы внести различия между текущим планированием на уровне производства и планированием, осуществляемом на высшем уровне. Необходимость такого различия диктовалась переходом к новой модели развития организации в условиях меняющейся среды, обеспечения ее эффективной и устойчивой работы [2].

Стратегическое планирование сменило долгосрочное. Стратегическое планирование организации стало включать в себя следующие аспекты: экономические, политические и социальные факторы, потребности покупателей, действия конкурентов, научно-технологические изменения и т.д. Как отмечал И. Анофф: «Стратегическое планирование как логический, аналитический процесс определения будущего положения фирмы в зависимости от внешних условий деятельности было разработано фирмами, которые стремились повернуть вспять процесс замедления роста и морального устаревания техники и технологии.

Само по себе оно не гарантирует успеха. Его задача состоит в обеспечении нововведений и изменений для адекватной реакции на изменения во внешней среде» [1].

План предприятия – комплекс, модель системы мероприятияй, которые предусматривают сбалансированное управление, грамотное взаимодействие всех видов ресурсов, объемов, сроков, последовательность выполнения и методы работ по производству и реализации продукции. Планирование — это умение предвидеть цели организации, результаты ее деятельности и ресурсы, необходимые для достижения определенных целей.

Стратегическое планирование можно рассматривать как динамическую совокупность шести взаимосвязанных управленческих процессов, логически вытекающих один из другого. В то же время существует устойчивая обратная

связь и влияние каждого процесса на остальные. На рис. 1. представлена принципиальная схема процесса стратегического планирования.



Рисунок 1 – Процесс стратегического планирования на предприятии
 Примечание – Составлено автором

Процесс планирования помогает переосмыслить собственный бизнес. Процесс стратегического планирования состоит из восьми взаимосвязанных этапов. Этот процесс является непрерывным. Ключевую роль в решении стратегических задач организации играет стратегическое планирование, под которым понимается процесс разработки и поддержания стратегического равновесия между целями и возможностями организации в изменяющихся рыночных условиях [4].

Цель стратегического планирования — определить наиболее перспективные направления деятельности организации, обеспечивающие ее рост и процветание. За рубежом этот термин был введен, чтобы отличить данное понятие от долгосрочного планирования и отразить отличие планирования, осуществляемого на уровне управления организацией в целом или ее самостоятельных хозяйственных единиц, от планирования на более низких уровнях управления. Стратегическое планирование является составной частью более широкого понятия «стратегическое управление». В управлении обычно выделяют четыре его обобщенные функции — планирование, организацию, мотивацию и контроль. В каждой из них, когда речь идет о стратегическом управлении, в большей или меньшей степени представлена стратегическая ориентация. Но в наибольшей степени это касается планирования, в котором выделяют особый его вид — стратегическое планирование.

Стратегическое планирование задает перспективные направления развития предприятия, определяет основные виды его деятельности, позволяет увязать в единую систему маркетинговую, проектную, производственную и финансовую деятельность. Стратегический план обеспечивает адаптацию предприятия к внешней среде, к распределению ресурсов и внутреннюю координацию деятельности с целью выявления сильных и слабых сторон. Стратегический план на крупных предприятиях, как правило, долгосрочный. Но временной период стратегического плана для разных предприятий может быть различным и то, что является долгосрочным для одного предприятия, может быть краткосрочным для другого. Стратегическое планирование на предприятиях должно быть направлено на их долгосрочное развитие, достижение высоких темпов экономического роста. Развитие – это процесс, в котором увеличиваются возможности и желания предприятия удовлетворять свои желания и потребности потребителей. Таким образом, стратегическое планирование призвано обеспечить необходимый экономический рост и желаемый уровень развития предприятия на предстоящий долгосрочный период [5].

В стратегическом планировании важную роль играет государственное регулирование экономической политики, обоснование перспективных направлений развития всей рыночной системы. Первым и самым ответственным решением при стратегическом планировании является выбор миссии и целей предприятия. Миссия раскрывает смысл существования предприятия, в котором проявляются отличия данного предприятия от ему подобных. Другими словами, миссия – это главная цель предприятия. Миссия и цели – служат ориентиром для всех последующих этапов планирования и одновременно накладывают определенные ограничения на направление деятельности предприятия при анализе альтернатив развития. Миссия предприятия может состоять в завоевании рынка сбыта продукции, в географическом или продуктовом расширении рынка, в повышении качества продукции при снижении цен на нее и т.д. Цели бывают долгосрочными,

среднесрочными и краткосрочными. Они формируются и устанавливаются в рамках миссии и в ее развитии. При этом цели являются задающей частью стратегического планирования.

Процесс стратегического планирования на предприятии включает в себя осуществление следующих взаимосвязанных функций: 1) определение долгосрочной стратегии, основных целей и задач развития предприятия; 2) создание стратегических хозяйственных подразделений на предприятии; 3) обоснование и уточнение основных целей проведения маркетинговых исследований рынка; 4) осуществление ситуационного анализа и выбор направления экономического развития предприятия; 5) разработка основной стратегии маркетинга и укрупненное планирование производства продукции; 6) выбор тактики и уточненное планирование способов и средств достижения поставленных задач [6].

Плановые службы предлагают каждому подразделению варианты первоначальных показателей валовой и нераспределенной (чистой) прибыли на долгосрочный период. После их рассмотрения подразделения выдвигают свои предложения и, тем самым, создаются необходимые предпосылки для выработки общих целей стратегического планирования.

В утвержденных планах предусматриваются общие цели предприятия, его место на рынке, организационная структура управления, финансовые результаты и т.д. Таким образом, основная задача стратегического планирования на предприятиях состоит в обосновании важнейших целей и выработке правильной стратегии долгосрочного развития [3].

В современной теории планирования принято выделять восемь основных сфер деятельности, в границах которых каждое предприятие определяет свои главные цели. Этими сферами являются положение предприятия на рынке, инновационная деятельность, уровень производительности, наличие производственных ресурсов, степень стабильности, система управления, профессионализм персонала и социальная ответственность.

Список литературы

1. Отварухина, Н. С. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 336 с. – ISBN 978-5-782-9239-6. – Текст : непосредственный.
2. Плотников, С. Л., Брук, В. А., Яцук, К. В. Планирование как функция управления /Плотников, С. Л., Брук, В. А., Яцук, К. В. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — №21. — С. 910-913.
3. Родионова, В. Н. Стратегический менеджмент : учебное пособие / В. Н. Родионова. – 3-е изд., испр. и перераб. – Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. – 106 с. – ISBN 938-5-932-9539-6. – Текст : непосредственный.
4. Розанова, Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы : учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 343 с. – ISBN 978-5-972-9589-3. – Текст : непосредственный.
5. Ружанская, Л. С. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Л. С. Ружанская, Е. А. Якимова, Д. А. Зубакина ; [под общ. ред. д-ра экон. наук Л. С. Ружанской] ; Мин-во науки и высш. образования РФ. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. – 112 с. – ISBN 998-5-972-5589-6. – Текст : непосредственный.
6. Саакян, В. А. Сущность и типология стратегий предприятий / Саакян, В. А. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — №15. — С. 415-419.