

СУЩНОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Аннотация: в данной статье рассматривается сущность стратегического планирования, его важность для международных компаний. Также приведены основные этапы планирования и выявлена их суть.

Ключевые слова: стратегический, планирование, международная компания, внешняя среда, внутренняя среда, стратегия

THE ESSENCE OF STRATEGIC PLANNING

Abstract: This article discusses the essence of strategic planning and its importance for international companies. The main stages of planning are also presented and their essence is revealed.

Keywords: strategic, planning, international company, external environment, internal environment, strategy

В экономической литературе даются разные определения стратегического планирования, что обусловлено различными объектами анализа и аспектами рассмотрения, хотя принципиальных различий между определениями нет.

В основе определения сущности стратегического планирования лежит понятие стратегии предприятия. «Стратегия» в переводе с древнегреческого означает «искусство полководца находить правильные пути достижения победы». Стратегия предприятия - это сочетание ее основных целей и основных способов их достижения. Другими словами, установить корпоративную стратегию означает сформировать общее направление ее деятельности, ориентированное на будущее развитие и основанное на объективной оценке реальных возможностей компании [11, с. 89].

Необходимость стратегического планирования в условиях рыночной экономики обусловлена следующими обстоятельствами.

Во-первых, стратегическое планирование формирует перспективные направления развития предприятия, определяет основные виды его деятельности, позволяет увязать в единую систему маркетинговую, проектную, производственную и финансовую деятельность, а также лучше понять структуру потребностей в продукции предприятия, процессы ее планирования, продвижения и сбыта, механизм формирования рыночных цен.

Во-вторых, оно устанавливает каждому подразделению предприятия конкретные и реальные цели, которые согласуются с общей стратегией развития предприятия, и координирует усилия всех его функциональных служб.

В-третьих, стратегический подход к развитию предприятия стимулирует управленческий персонал правильно и объективно оценивать сильные и слабые стороны предприятия с точки зрения конкурентоспособности продукции, возможностей, ограничений и изменений окружающей среды.

В-четвертых, стратегическое планирование позволяет определить альтернативные действия предприятия на длительный срок и создать основу для рационального распределения необходимых экономических ресурсов.

В-пятых, оно объединяет основные функции планирования, организации, регулирования, контроля и оценки работы предприятия в единую систему современного управления, дееспособную в течение длительного срока.

Сущность стратегического планирования раскрывается в его функциях, к которым относятся¹:

- распределение ресурсов;
- адаптация к внешней среде;

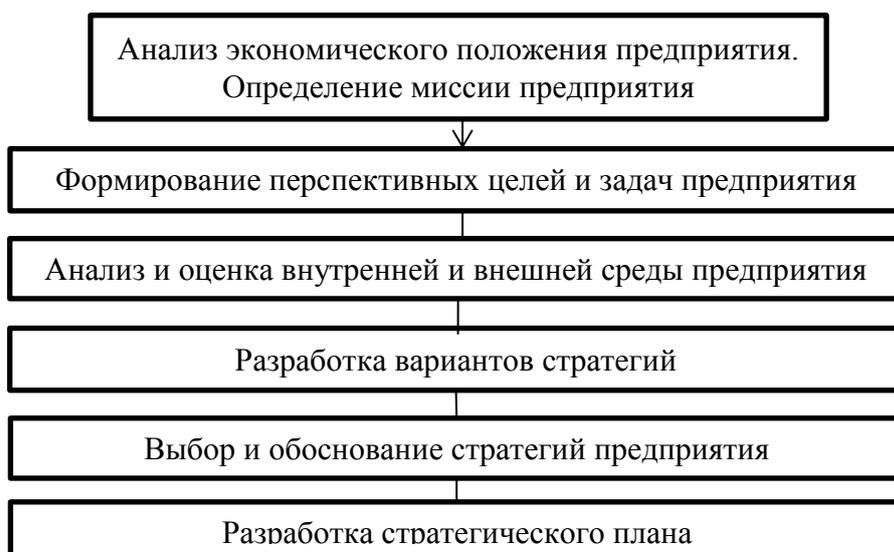
¹ Глушкова, Ю.О. Формирование и управление потоками ВЭД предприятия / Ю.О. Глушкова // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2018. – №8. – С. 136–141.

- координация и регулирование хозяйственных процессов;
- организационные изменения.

Стратегическое планирование призвано обеспечить необходимый экономический рост и желаемый уровень развития предприятия на предстоящий долгосрочный период. Оно является основой взаимодействия многочисленных внутренних и внешних экономических процессов, факторов и явлений². Процесс стратегического планирования в компании может быть представлен в виде алгоритма, состоящего из последовательных этапов разработки стратегических решений (рисунок 1).

На первом этапе стратегического планирования проводится общий анализ экономической ситуации компании и определяется ее миссия. Этот процесс заключается в выяснении важности существования компании, ее цели, роли и места в рыночной экономике.

Миссия описывает направление бизнеса, на которое компания ориентируется исходя из потребностей рынка, характера потребителей, характеристик товаров (услуг) и наличия конкурентных преимуществ и барьеров.



² Воропаев, С.Н. Менеджмент: учебник / С.Н. Воропаев. – М.: КолосС, 2017. – с.144

Рисунок 1 – Схема стратегического планирования на предприятии³

Второй этап стратегического планирования заключается в формировании целей и задач перспективной деятельности предприятия. Цели и задачи должны отражать тот уровень, на который необходимо вывести деятельность предприятия по производству продукции, обслуживанию потребителей. Цели предприятия характеризуют конкретные направления его деятельности и подразделяются на экономические и неэкономические⁴.

На третьем этапе проводится анализ и оценка внешней и внутренней среды. Анализ окружающей среды - это процесс выявления его наиболее важных элементов, которые могут оказать решающее влияние на достижение целей⁵. Целью данного анализа является выявление и учет наиболее важных факторов, которые могут повлиять на развитие компании в будущем. Процесс анализа начинается с выявления основных элементов внешней и внутренней среды компании, из которых выбираются наиболее важные элементы, так называемые критические точки. Необходимая информация затем собирается, обрабатывается и оценивается.

Четвертый этап предполагает проведение стратегического анализа и разработку стратегических вариантов. Этот этап по праву считается ядром стратегического планирования, поскольку именно на этом этапе принимаются решения о том, как компания достигнет своих целей и выполнит свою миссию.

На пятом этапе из всех рассмотренных вариантов стратегии должен быть выбран тот, который наиболее соответствует потребностям компании и обеспечивает реализацию ее стратегических целей.

³ Воронкова, О.Н. Внешнеэкономическая деятельность: организация и управление: учебник / О.Н. Воронкова, Е.П. Пузакова. – М.: Экономистъ, 2016. – с.200

⁴ Буров, А.С. Международный маркетинг: учебник / А.С. Буров. – М.: Дашков и К, 2017. – 284 с.

⁵ Глухов, В.В. Менеджмент: учебник / В.В. Глухов. – СПб.: Питер, 2018. – с.188

Литература:

1. Буров, А.С. Международный маркетинг: учебник / А.С. Буров. – М.: Дашков и К, 2017. – 284 с.
2. Воронкова, О.Н. Внешнеэкономическая деятельность: организация и управление: учебник / О.Н. Воронкова, Е.П. Пузакова. – М.: Экономистъ, 2016. – 495 с.
3. Воропаев, С.Н. Менеджмент: учебник / С.Н. Воропаев. – М.: КолосС, 2017. – 246 с.
4. Глухов, В.В. Менеджмент: учебник / В.В. Глухов. – СПб.: Питер, 2018. – 600 с.
5. Глушкова, Ю.О. Формирование и управление потоками ВЭД предприятия / Ю.О. Глушкова // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2018. – №8. – С. 136–141.