

ЭТАПЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Подготовили: Шунайлова Жанна,
Елифанова Евгения

Понятие

- **Стратегическое планирование** - это одна из функций стратегического управления, которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения.
- Процесс стратегического планирования обеспечивает основу для управления членами организации.



- **Система стратегического планирования** дает возможность акционерам и менеджменту компаний:
- определить с направлением и темпом развития бизнеса,
- очертить глобальные тенденции рынка,
- понять, какие организационные и структурные изменения должны произойти в компании, чтобы она стала конкурентоспособной,
- в чем ее преимущество,
- какие инструменты необходимы ей для успешного развития.



Этапы стратегического планирования:

- Определение миссии и целей организации.
- Анализ среды, включающий в себя сбор информации, анализ сильных и слабых сторон фирмы, ее потенциальных возможностей
- Выбор стратегии.
- Реализация стратегии.
- Оценка и контроль выполнения.

Определение миссии и целей организации

- **Миссия** – это концептуальное намерение двигаться в определенном направлении. Обычно в ней детализируется статус предприятия, описываются основные принципы его работы, действительные намерения руководства.
- **Цель** – это конкретизация миссии в организации в форме, доступной для управления процессом их реализации. Основные характеристики **цели стратегического планирования** заключается в следующем:
 - четкая ориентация на определенный интервал времени;
 - конкретность и измеримость;
 - непротиворечивость и согласованность с другими миссиями и ресурсами;
 - адресность и контролируемость.



Анализ среды

- **Стратегический анализ** окружающей среды предполагает изучение *трех* ее составляющих:
- **внешней среды** (изучение влияния экономики, правового регулирования и управления, политических процессов, природной среды и ресурсов, социальной и культурной составляющих общества,);
- **непосредственного окружения** (покупатели, поставщики, конкуренты, рынок рабочей силы);
- **внутренней среды организации** (те возможности, тот потенциал, на который может рассчитывать фирма в конкурентной борьбе в процессе достижения своих целей).



Выбор стратегии

- Стратегия – это долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде, приводящее организацию к ее целям.

Стратегия выбирается с учетом:

- конкурентной позиции фирмы в данной стратегической зоне хозяйствования;
- перспектив развития самой стратегической зоны хозяйствования;
- в некоторых случаях с учетом технологии, которой располагает фирма.



Реализация стратегии

Реализация стратегии является критическим процессом, так как именно он в случае успешного осуществления приводит предприятие к достижению поставленных целей.

Основные составляющие успешного выполнения стратегии:

- цели стратегии и планы доводятся до работников с тем, чтобы достичь с их стороны понимания того, к чему стремится организация, и вовлечь в процесс реализации стратегии;
- руководство своевременно обеспечивает поступление всех необходимых для реализации стратегии ресурсов, формирует план осуществления стратегии в виде целевых установок;
- в процессе реализации стратегии каждый уровень руководства решает свои задачи и осуществляет закрепленные за ним функции.



Оценка выбранной (реализуемой) стратегии

Оценка выбранной (реализуемой) стратегии

заключается в ответе на вопрос: приведет ли выбранная стратегия к достижению фирмой своих целей?

Если стратегия соответствует целям фирмы, то дальнейшая ее оценка проводится по следующим направлениям:

- соответствие выбранной стратегии состоянию и требованиям окружения;
- соответствие выбранной стратегии потенциалу и возможностям фирмы;
- приемлемость риска, заложенного в стратегии.



Контроль деятельности организации

- Результаты реализации стратегии оцениваются, и с помощью системы обратной связи осуществляется **контроль деятельности организации**, в ходе которого может происходить корректировка предыдущих этапов.
- И. Ансофф в своей книге «Стратегическое управление» формулирует следующие принципы стратегического контроля:
- *Из-за неопределенности и неточности расчетов стратегический проект может легко превратиться в пустую затею. Допускать этого нельзя, расходы должны приводить к запланированным результатам. Но в отличие от обычной практики производственного контроля внимание должно быть сконцентрировано на окупаемости расходов, а не на контроле за бюджетом.*
- *В каждой контрольной точке необходимо сделать оценку окупаемости расходов в течении жизненного цикла нового товара. До тех пор пока окупаемость превышает контрольный уровень, реализацию проекта следует продолжать. Когда она окажется ниже этого уровня, следует рассмотреть и другие возможности, в том числе прекращение проекта.*

