

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

Автор - консультант по проектному
планированию и маркетингу

**ЮЛИЯ ВАЛЕНТИНОВНА
ШИШАКОВА**

К.Э.Н., ДОЦЕНТ УдГУ

Стратегическое ПЛАНИРОВАНИЕ

- Осуществляется после и на основании результатов прогнозирования
- Для управления организациями в условиях высокой нестабильности и неопределенности внешней среды



СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ЭТО

- Процесс формулирования миссии и целей организации, выбора стратегий, с целью обеспечения эффективной работы организации в будущем

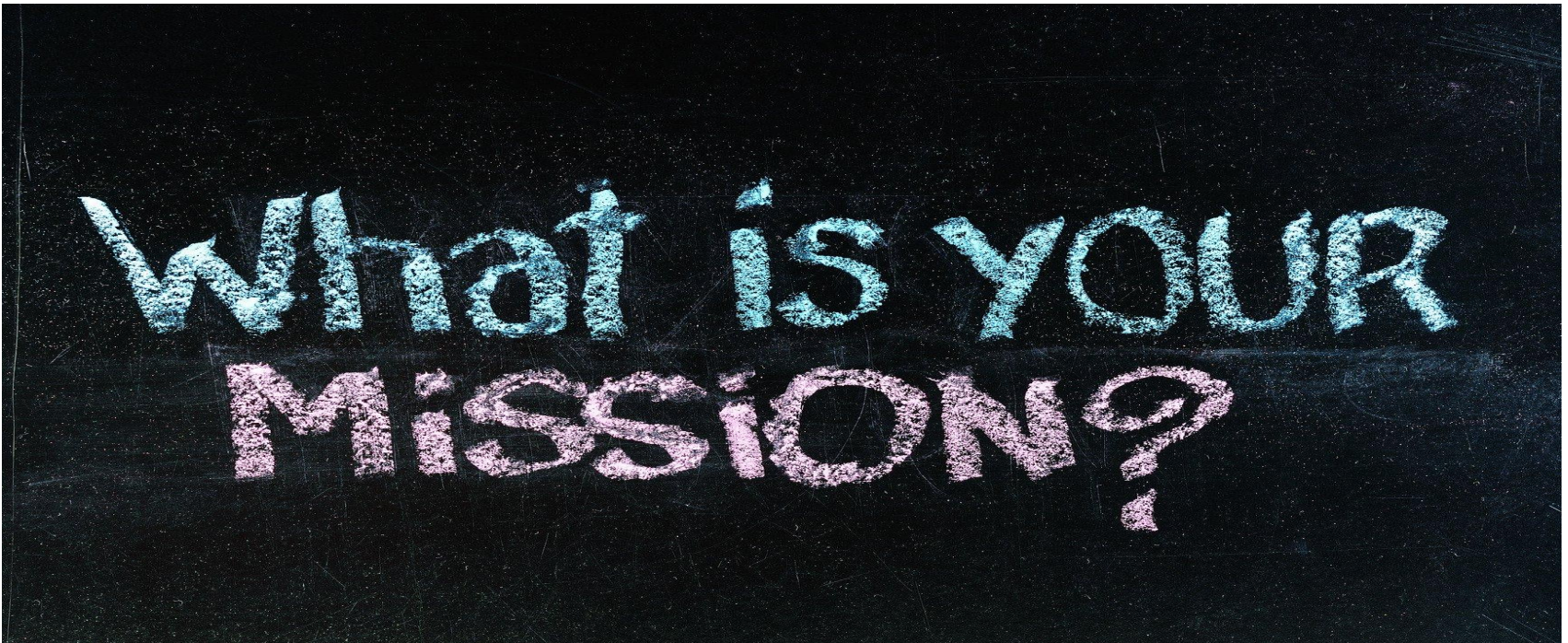


АЛГОРИТМ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

- ВЫБОР МИССИИ ОРГАНИЗАЦИИ**
- АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ**
- АНАЛИЗ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ**
- АНАЛИЗ СТРАТЕГИЧЕСКИХ
АЛЬТЕРНАТИВ**
- ВЫБОР СТРАТЕГИИ**
- РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ**
- ОЦЕНКА СТРАТЕГИИ И
КОРРЕКТИРОВКА**

МИССИЯ организации

- Качественное направление развития
- КТО МЫ?
- ЧТО МЫ ДЕЛАЕМ??



МИССИЯ должна отражать

- **Предмет** деятельности организации
- **Отличительные особенности** деятельности
- На каких **потребителей** ориентирована деятельность
- **Ценности**, которых придерживается организация

На основе **МИССИИ** формируются **ЦЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ**



ТРЕБОВАНИЯ К ЦЕЛЯМ

S

- Specific

M

- Measurable

A

- Achievable

R

- Realistic

T

- Timely

Цели. Система SMART

1. КОНКРЕТНАЯ	→	что	когда	сколько
2. ИЗМЕРИМАЯ	→	процент	сумма	килограмм
3. ДОСТИЖИМАЯ	→	ближе на шаг	зависеть только от Вас	экологичная
4. ВАЖНАЯ	→	конечный результат (для чего это надо)	осязаемая (что увижу, услышу, почувствую)	ценная
5. ОГРАНИЧЕНА ВО ВРЕМЕНИ	→	начало	конец	интервал действия

СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Это программа действий,
определяющая развитие организации и
соответствующее ему управление.

Стратегия дает ответ на вопрос – **каким
способом, с помощью каких действий**
организация сумеет **достичь целей** в
условиях быстро изменяющегося и
конкурентного окружения

ОТМЕТИМ!

- **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ**
реализуется через
- **РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РЕСУРСОВ**
- **АДАПТАЦИЮ КО ВНЕШНЕЙ СРЕДЕ**
- **ВНУТРЕННЮЮ КООРДИНАЦИЮ**
- **ОРГАНИЗАЦИОННОЕ
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПРЕДВИДЕНИЕ**

ПРЕЖДЕ ЧЕМ ВЫБРАТЬ СТРАТЕГИЮ

- НЕОБХОДИМ АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ



МЕТОДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА - SWOT-анализ



МЕТОД СЦЕНАРИЕВ

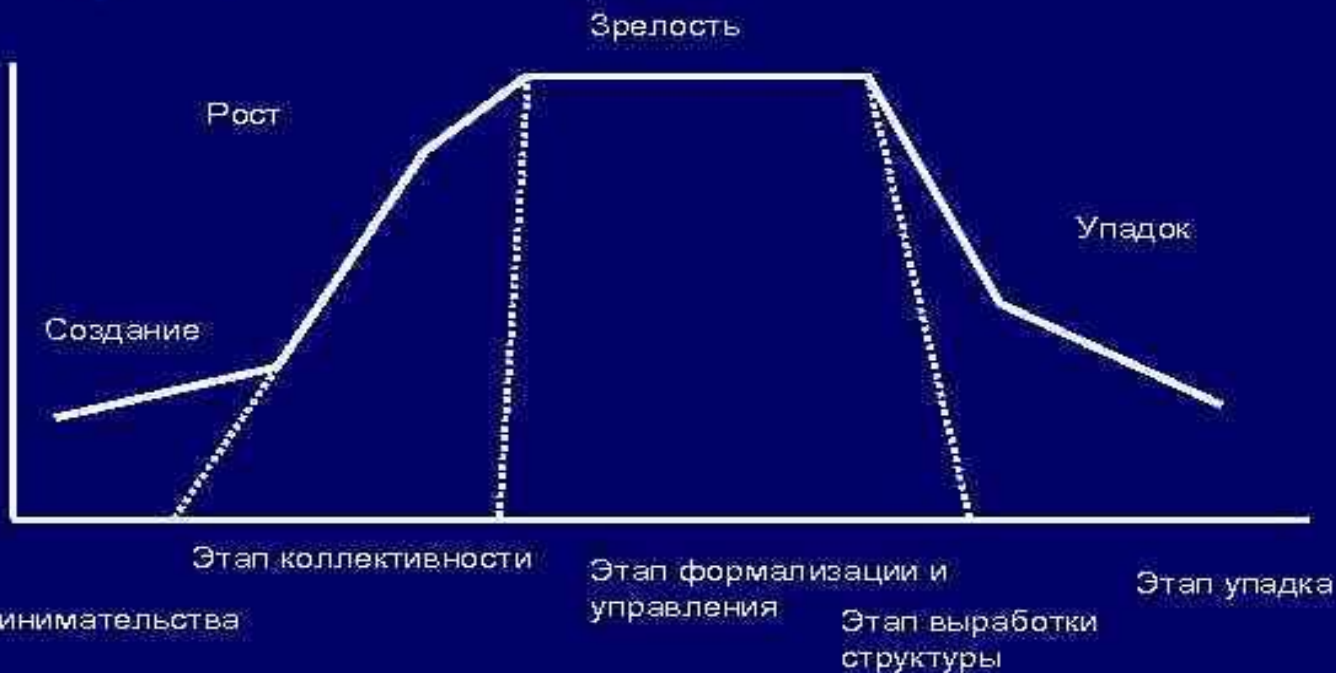


Морфологический анализ

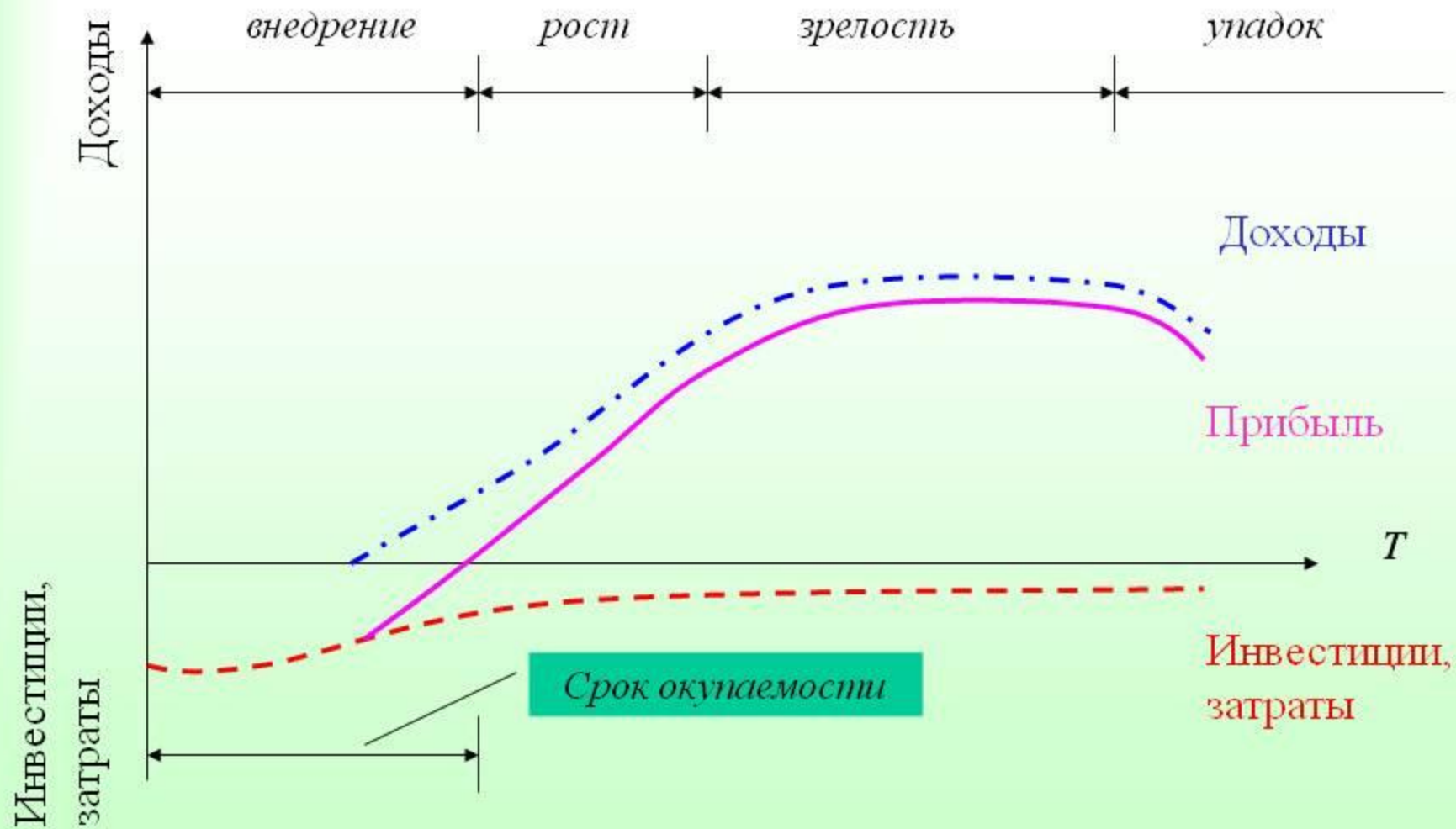
Цель: осуществлять мыслительные операции комбинаторного характера с помощью таблицы, где по вертикали и горизонтали выставляются какие-либо показатели. Пересечение значений этих показателей и являются основой аналитической деятельности.

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ОРГАНИЗАЦИИ

Жизненный цикл организации



Жизненный цикл продукции



БАЗОВЫЕ СТРАТЕГИИ

- **ОГРАНИЧЕННЫЙ РОСТ**
 - **РОСТ**
 - **СОКРАЩЕНИЕ**
 - **СОЧЕТАНИЕ**

ГЛОБАЛЬНЫЕ СТРАТЕГИИ

- МИНИМИЗАЦИИ ИЗДЕРЖЕК;
- ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ;
- ФОКУСИРОВАНИЯ;
- ИННОВАЦИЙ;
- ОПЕРАТИВНОГО РЕАГИРОВАНИЯ
(СТАТЬ ПЕРВЫМ ПРИ НОВЫХ
УСЛОВИЯХ)

Матрица Ансоффа

Товары

Существующие

Новые

Существующие

Рынки

Новые

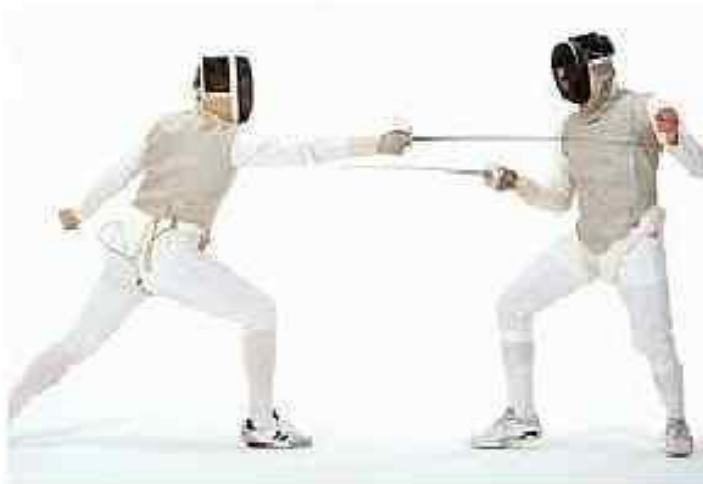
«Проникновение на рынок»	«Развитие продукции»
«Развитие рынка»	«Диверсификация»

КОРПОРАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ

- СВЯЗАННОЙ ДИВЕРСИФИКАЦИИ;
- НЕСВЯЗАННОЙ ДИВЕРСИФИКАЦИИ;
- ОТКАЧКИ КАПИТАЛА И ЛИКВИДАЦИИ;
 - ИЗМЕНЕНИЯ КУРСА И РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ;
- МЕЖДУНАРОДНОЙ ДИВЕРСИФИКАЦИИ

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ СТРАТЕГИИ

Наступательные стратегии



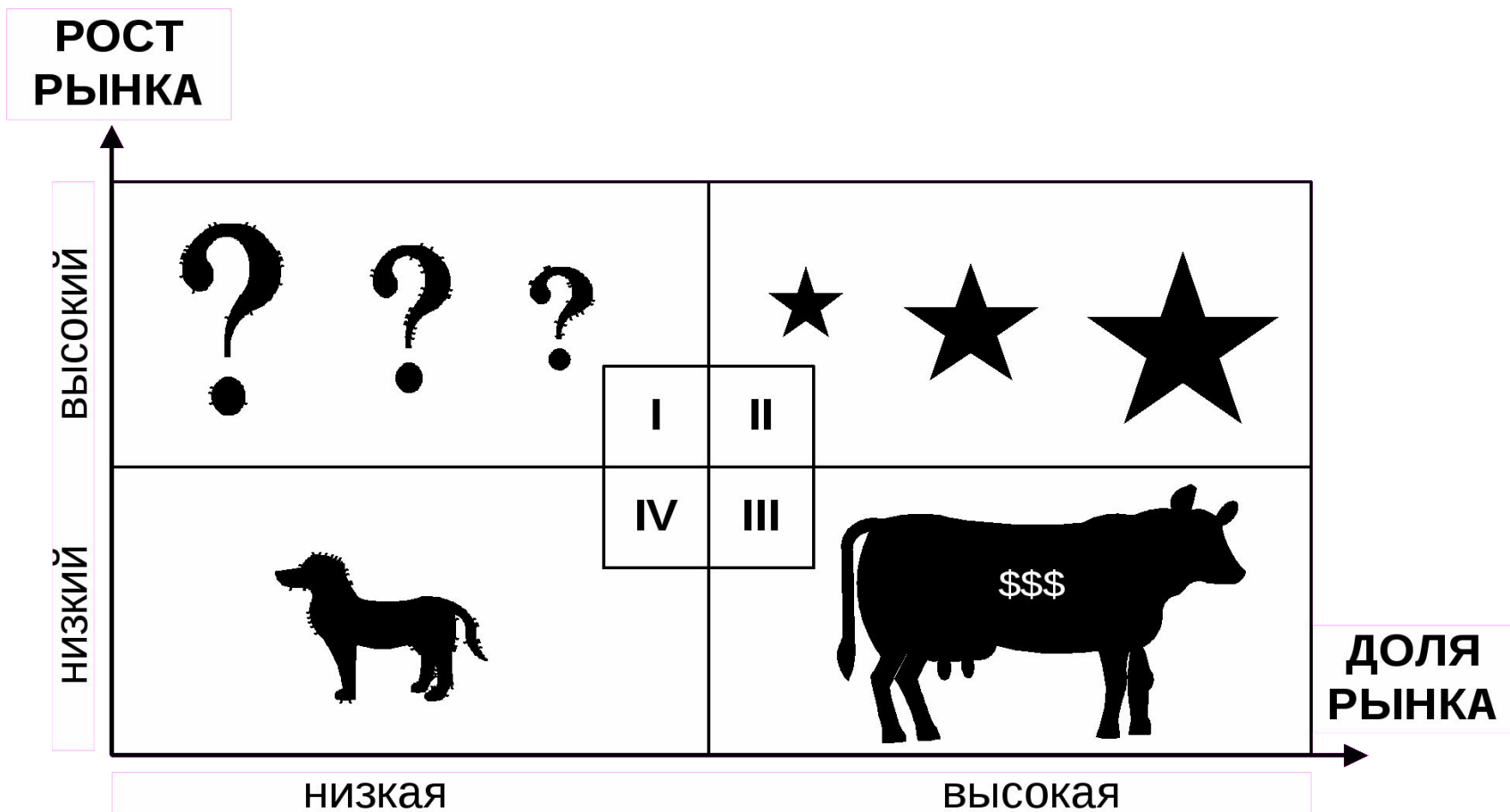
Направлены на развитие
имеющихся и создание
новых конкурентных
преимуществ

Оборонительные стратегии



Направлены на сохранение
конкурентных преимуществ

МАТРИЦА БКГ



СФОРМИРУЙТЕ СВОЙ ПОРТФЕЛЬ СТРАТЕГИЙ



ДЛЯ НОВЫХ УСПЕШНЫХ ПРОЕКТОВ

Выбираем роли:

МЫ-ИСТОРИКИ

МЫ-ХУДОЖНИКИ

Учусь создавать проект



1-Й ЭТАП. РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА	
Для чего делаем проект?	Выступить с сообщением перед учащимися, выступить с сообщением перед взрослыми. Что-то другое.
Что будем делать?	1. Обсуждаем и выбираем тему(-ы). 2. Определим форму подачи информации (сообщение, доклад, альбом, стенгазета, компьютерная презентация). 3. Выполним зарисовки, схемы, эскизы оформления. 4. Выбираем лучший вариант.
Как делать?	1. Решаем, где искать информацию. 2. Прогнозируем возможные проблемы и их решение. 3. Подбираем материалы, инструменты, технические средства.
2-Й ЭТАП. ВЫПОЛНЕНИЕ ПРОЕКТА	
Воплощаем замысел	1. Распределим роли или обязанности (в коллективном или групповом проекте). 2. Ищем и собираем нужную информацию (журналы, книги, энциклопедии, Интернет). 3. Оформим информационный проект. 4. Вносим необходимые дополнения, исправления (в содержание, оформление).
3-Й ЭТАП. ЗАЩИТА ПРОЕКТА	
Как защитим проект?	1. Что решили делать и для чего? 2. Как работали над замыслом? 3. Какие проблемы возникли? 4. Как решились проблемы? 5. Что получилось.

Выбираем роли:

МЫ-ИССЛЕДОВАТЕЛИ

МЫ-ЛИТЕРАТУРОВЕДЫ



БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ

