РАЗДЕЛ XII. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Анафиева Р.Р., Галстян А.С.
Разработка стратегического плана

*Институт педагогического образования и менеджмента (филиал) ФГАОУ ВО Крымский
федеральный университет имени В.И. Вернадского»
(Россия, Армянск)*

doi: 10.18411/trnio-09-2021-31

Аннотация

Компания, не имеющая стратегических целей развития и конкретных планов по их достижению, обречена следовать за текущими событиями с весьма туманными перспективами на будущее. Но разработка корректного стратегического плана развития требует от менеджмента высоких компетенций и навыков, поскольку он предполагает не столько расчет показателей хозяйственной деятельности, сколько прогноз динамики бизнеса с учетом рисков и возможностей, связанных как с внешним, так и с внутренним контекстом организации. В данной статье дается определение стратегическому плану, выявлены 3 фазы для разработки стратегического плана.

Ключевые слова: стратегический план, разработка, организация менеджер.

Abstract

A company that does not have strategic development goals and specific plans to achieve them is doomed to follow current events with very vague prospects for the future. But the development of a correct strategic development plan requires high competencies and skills from the management, since it involves not so much the calculation of economic performance indicators, but the forecast of business dynamics, taking into account the risks and opportunities associated with both the external and internal context of the organization. This article defines the strategic plan and identifies 3 phases for the development of the strategic plan.

Keywords: strategic plan, development, organization manager.

Постановка проблемы и анализа исследования. По мнению многих руководителей долгосрочные стратегические планы успешно можно заменить планами продаж. Компании, возглавляемыми директорами с такой точкой зрения, развиваются довольно медленно, поскольку топ-менеджеры не понимают целей бизнеса и, соответственно, не используют средства для их достижения. Вопросами стратегического планирования занимались такие ученые, как: Литвак Б.Г., Малюк В.И., Мардас А.Н, Отварухина Н.С., Сидоров М.Н.

Цель. Дать определение стратегическому плану, выявить 3 фазы разработки стратегического плана.

Изложение основного материала. Рассмотрим понятие стратегического плана. Стратегический план — это управленческая конструкция, содержащая мероприятия, необходимые для достижения поставленных стратегических целей, последовательность, исполнителей и сроки их выполнения, необходимое ресурсное обеспечение. Не нужно тратить время на создание стратегического плана, чтобы затем положить его на полку [1]. Также не следует забывать, регулярно обновлять свой стратегический план. Как часто менеджер должен обновлять свой стратегический план, зависит от того, как работает организация.

Если организация работает в быстро развивающейся отрасли и может быть подвержена влиянию изменяющихся внешних факторов, руководителю следует чаще пересматривать и обновлять свой стратегический план. Например, если организация

работает в постоянно развивающейся технологической индустрии, менеджер, вероятно, захочет проверять свой стратегический план после каждого квартала.

По крайней мере, руководитель должен пересматривать свой стратегический план каждый год. Когда менеджер пересматривает свой стратегический план, он смотрит на сделанные предположения и проверяет, где находится предприятие по отношению к этим предположениям. То, что управленец считал возможностями и угрозами для организации год назад, может оказаться не таким, как сейчас [3]. Менеджеру не нужно бояться изменить какую-либо часть стратегического плана. Если внешние факторы оказывают большее влияние на организацию, чем изначально предполагалось, то возможно, придется изменить свои цели или задачи.

Когда дело доходит до процесса стратегического планирования, можно разделить его на три фазы: обсуждение, разработка, обзор и обновление. Цель процесса стратегического планирования состоит в том, чтобы обеспечить соответствие всей организационной структуры целям и задачам предприятия, а также создать официальный документ стратегического плана.

Фаза обсуждения призвана собрать как можно больше информации, мнений и материалов. Менеджеру нужно организовать регулярные встречи с сотрудниками, для разработки или корректировки стратегического плана. Также управленцу необходимо убедиться, что у него есть повестка дня и четкие ожидания того, чего он хочет достичь на каждой встрече. Это позволит поддерживать дискуссию в нужном русле и поможет предотвратить отвлекающие факторы. На первых встречах менеджеру необходимо постараться ответить на вопросы, которые помогут определить текущее состояние бизнеса, например: «Где организация сейчас?» и «Где ее конкуренты?» [2]. Как только у руководителя будет хорошее представление о том, где находится предприятие, он сможет сосредоточиться на конкретных деталях на будущих встречах.

В дополнение к регулярным встречам с сотрудниками в организации менеджер также может обратиться к поставщикам, инвесторам, аналитикам и другим людям за пределами предприятия для сбора информации. Люди извне будут иметь уникальный взгляд не только на организацию, но и на отрасль, в которой она работает. Получение их мнения о том, куда движется отрасль и что, по их мнению, изменится в будущем, может помочь менеджеру составить свой стратегический план и определить, где управленец хочет, чтобы организация находилась в будущем.

Менеджер также может провести SWOT-анализ. SWOT означает Сильные и Слабые стороны, Возможности и Угрозы. Когда управленец проводит SWOT-анализ, он и его сотрудники изучают, что предприятие делает хорошо, где оно может улучшиться, какие будущие возможности для развития могут способствовать росту и успеху, а также какие конкуренты или внешние факторы, могут помешать организации преуспеть.

Сильные стороны организации довольно легко определить. А вот когда менеджер обсуждает слабые стороны предприятия, не нужно бояться быть откровенным. У каждого предприятия есть слабые стороны и вещи, над которыми нужно работать [5]. Любая слабость, которую управленец и его сотрудники замечают, означает, что они будут стремиться улучшить ее в будущем с помощью детальной инициативы, изложенной в стратегическом плане.

Возможности, доступные организации, могут быть довольно ясными, в то время как идентификация угроз предприятия может быть более сложной. Разговор с людьми за пределами компании должен дать менеджеру хорошее представление о том, куда движется отрасль и есть ли какие-либо серьезные конкуренты или проблемы. Если руководитель сможет определить ряд угроз и проблем для предприятия на ранней стадии, это позволит лучше справляться с ними, когда он столкнется с ними в будущем.

После того, как менеджер собрал всю информацию, пришло время для фазы разработки. Именно тогда он начинает составлять стратегический план организации. Стратегический план состоит из пяти ключевых компонентов: видение, миссия, цели и

задачи, план действий и подробные сведения о том, как часто стратегический план будет пересматриваться и обновляться.

Когда управленец создает цели и задачи для организации, необходимо чтобы они были реалистичны и измеримы. Необходимо работать со своими сотрудниками над созданием целей и задач как минимум на ближайшие один-три года. И обсуждать, как эти цели и задачи будут измеряться и отслеживаться.

Важнейшая часть стратегического плана должна касаться того, как часто он будет пересматриваться и обновляться. Необходимо назначить кого-то, кто будет отвечать за проверку, обновление и обмен любыми изменениями с остальной частью компании [4]. Будь то менеджер или другой сотрудник, управленец должен убедиться, что все в организации знают об изменениях и о том, как они влияют на общий стратегический план.

Когда руководитель пересматривает стратегический план, он может обнаружить, что организация находится не на пути к достижению целей, которые были установлены. Для исправления ситуации, необходимо пересмотреть ситуацию и обсудить проблемы с персоналом. После обсуждения выяснить, что пошло не так и почему организация не достигла цели, возможно цель была слишком амбициозной или нереалистичной. Затем изменить цель или задачу и обновить план действий, чтобы помочь организации вернуться в выгодное положение.

Менеджер также можете обнаружить, что предприятие достигло цели или задачи раньше, чем планировалось. В этом случае, можно создать новую цель или задачу для работы или попытаться сохранить уже достигнутый прогресс. Лучшим вариантом будет обсудить идеи с персоналом, чтобы понять, что они считают возможным и наиболее подходящим.

Вывод. В самом начале разработки следует определить и обосновать цели и задачи. А дальше надо отталкиваться непосредственно от них. Стратегическое планирование должно определяться анализом внешней среды, чтобы в дальнейшем фирма смогла закрепиться на рынке. Ведь именно эти данные позволяют установить виды изготавливаемой продукции, используемые технологии, оперативные приемы и возможные каналы сбыта, чтобы получить определенное превосходство над конкурентами.

1. Литвак, Б.Г. Стратегический менеджмент: учебник для бакалавров / Б.Г. Литвак. — Москва: Юрайт, 2019.
2. Малюк, В.И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития: учебник и практикум для вузов / В.И. Малюк. — Москва: Юрайт, 2021.
3. Мардас, А.Н. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / А.Н. Мардас, О.А. Гуляева, И.Г. Кадиев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Юрайт, 2021.
4. Отварухина, Н.С. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / Н.С. Отварухина, В.Р. Веснин. — Москва: Юрайт, 2021.
5. Сидоров, М.Н. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / М.Н. Сидоров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Юрайт, 2021.

Анафиева Р.Р., Коротицкая В.В.

Эффективное стратегическое планирование в организации

*Институт педагогического образования и менеджмента (филиал) ФГАОУ ВО Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»
(Россия, Армянск)*

doi: 10.18411/trnio-09-2021-32

Аннотация

В данной статье дается определение стратегическому планированию. Рассмотрены этапы эффективного стратегического планирования. Приведены тактики для успешной реализации стратегического планирования. Обоснована значимость стратегического планирования в эффективном функционале предприятия.

Ключевые слова: стратегическое планирование, менеджер, план, успешная реализация, организация.