**СОЗДАНИЕ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ КАК ОСНОВА СТРАТЕГИИ ЕГО РАЗВИТИЯ**

**Ступак Д.С.**

магистрант РГЭУ (РИНХ),

г. Ростов-на-Дону, Россия

underworld840@mail.ru

*Аннотация:* Статья посвящена рассмотрению вопросов взаимосвязи состояния стратегической плановой политики предприятия с уровнем его конкурентоспособности и состоятельности стратегии управления предприятием в целом.

*Ключевые слова*: стратегия, стратегическое планирование, конкурентоспособность, эффективность, стратегическое управление, развитие организации.

Вопросы принятия решений, связанных с определением общего направления развития организации, продвижения ее продукции или услуг на рынок сбыта и ее жизнеспособности перед лицом событий, которые происходят или могут произойти во внешнем окружении, волновали руководителей предприятий уже давно.

При этом возрастание конкуренции за экономические ресурсы, глобализация бизнеса, стремительное развитие компьютерных технологий, дающее возможность мгновенно передавать и получать информацию, а также изменение роли трудовых ресурсов привели к росту значения стратегического управления в нашей стране и в мире.

Планирование на предприятии рассматривается как одна из важнейших функций управления экономикой предприятия. Пренебрежение планированием, его минимизация и некомпетентная реализация могут привести к экономическим потерям и, в том числе, банкротству. Поэтому методы планирования на предприятии должны постоянно совершенствоваться для достижения поставленных задач.

Проведя анализ теоретических источников по изучаемой тематике, можно сформулировать вывод о том, что, к большому сожалению в специализированной литературе по менеджменту не уделяется особого внимания разделу стратегического планирования деятельности предприятия.

Совершенно очевидно, что, конкретизируя зависимость исследуемой категории стратегического менеджмента на платформе данного определения можно дать более четкое и обобщенное понятие «стратегического планирования».

Итак, стратегическое планирование - это процесс формирования и детализации стратегии предприятия в виде стратегического плана, разработанного на основе бизнес-диагностики предприятия. Цель стратегического планирования на предприятии - моделирование высокоэффективной деятельности предприятия.

В связи с динамичностью внешней среды, где рыночная экономика способствует росту конкуренции, руководство каждого предприятия стремиться улучшить свои показатели, характеристики и конкурентоспособность продукции. С этой целью стратегическое планирование включает в себя анализ различными инструментами, как с субъективными, так и с объективными результатами, которые в дальнейшем помогают управленческим процессам.

При этом, бывают следующие недостатки стратегического планирования:

- отсутствует четкий алгоритм составления плана;

- стратегический план не способен предугадать детальную картину будущего;

- требуются значительные затраты ресурсов, включая трудовые и временные;

- последствия негативного планирования приводят к значительным последствиям;

- стратегическое планирование должно дополняться механизмом реализации стратегического плана.

При выборе стратегического управления компанией требуется изучения внутренней и внешней среды, а также оценка общего состояния предприятия на рынке по сравнению с другими конкурентами. По этой причине, используют такой маркетинговый инструмент как SWOT-анализ, который отражает сильные и слабые стороны внешней и внутренней среды компании.

Большие изменения в деятельности предприятия, например, такие как: расширение производства, выход на новые рынки, которые требуют больших финансовых затрат. В связи с этим, предприятиям при выборе стратегии необходимо опираться на свое финансовое состояние, чтобы не понести убытки. Финансовое состояние характеризуется системой определенных показателей, которые отражают способность предприятия использовать свои денежные средства и вовремя отвечать по обязательствам.

К внешним факторам можно отнести: изменения налоговой политики, кредитной политики, макроэкономических процессов и других. К внутренним: финансовое состояние предприятия, его конкурентоспособность, правильность выбранной стратегии управления предприятием и другие. При реализации финансовой стратегии необходимо отслеживать поступление и отток денежных средств, их рациональное использование, выявлять есть ли у предприятия внутренние резервы, стремится к повышению рентабельности.

Таким образом, стратегическое планирование – это определяющая функция менеджмента, которая позволяет выносить стратегические решения, представляющих собой программу мероприятий, бизнес-проект или прогноз. Стратегия лежит в основе сущности деятельности предприятия, ее стратегические задачи, тактика перераспределения активов, вот почему с трагическое планирование должно быть гибким и маневренным, т.е. уметь предвидеть перемены внешней среды.

Следовательно, методы стратегического планирования представляют собой научно подкреплённую систему способов и приёмов, направленных на эффективное решение конкретных проблем планирования в условиях современных темпов изменения условий и экономической неопределенности. Пренебрежительное отношение методологией стратегического планирования может привести к значительной потере конкурентных преимуществ предприятия.

Как правило стратегическое планирование имеет ориентацию на долгосрочную перспективу, что определяет главные направления развития организации. На базе стратегического планирования руководство организации принимает различные решения, которые влияют как на работу существующего бизнеса, так и приводят к его развитию, расширению, стимулируют продажи, выпуск продукции и т.д.

Главная цель стратегического планирования это прежде всего создание потенциала для развития организации в условиях высокой конкуренции.

В зависимости от уровня принимаемых стратегических решений выделяют эталонные, конкурентные и функциональные стратегии.

Можно выделить такие этапы разработки стратегии развитии как: анализ среды, определение миссии и целей, выработка вариантов стратегии и их оценка, выбор наиболее приемлемого варианта, реализация стратегии и контроль за ней и в случае необходимости корректировка.

Получение максимальной прибыли сегодня является основной целью практически каждого предприятия. При этом достичь ее без определения своей ниши и сохранения ее хотя бы на определенный промежуток времени, является невозможным. Уникальный подход к стратегиям свойствен для каждой отдельной отрасли и отдельного предприятия. Постановка цели и задач, а также их решение возможно именно благодаря правильно выбранной стратегии.

Соответственно, поиск конкурентных преимуществ, позволяющих предприятиям сохранять свои позиции на рынке, является основой организационной стратегии предприятий. Отметим, что в деловой окружающей среде за последнее время произошло достаточно много изменений.

По причине глобализации произошло снижение контроля государства, а это в свою очередь сказалось на том, что влияние, когда-то таких достаточно конкурентных преимуществ, как уникальный доступ к финансовому капиталу, труду, земле, были снижены. Вместо этого на их место встали способности предприятий к созданию инноваций.

Необходимость обеспечения лидирующего положения в своей нише – это цель, что преследуют другие предприятия. Также целью может выступать применение инноваций для повышения конкурентоспособности. Так, отметим, что обращение к инновационной деятельности является большим конкурентным преимуществом.

Соответственно, при разработке стратегии управления предприятием следует обратить внимание на внедрение инновационных технологий.

Так, например, развитие технологий контроля климата позволяет создать оборудование, способное выполнять сразу несколько функций. В данный момент – это одна из последних инноваций на рынке услуг завершающего этапа строительства.

Подводя итог, отметим, что одним из наиболее сложных процессов на предприятии является стратегическое планирование. Ключевым понятием в данном планировании является стратегия.

Исходным процессом стратегического управления и планирования служит анализ среды организации по трем направлениям - макроокружение (общая среда), непосредственное окружение (рабочая среда), внутренняя среда организации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акер, Д.А. Стратегическое управление: цели и задачи организации. - СПб: Питер, 2015. – 123 с.
2. Байгулова, О. В. Специфика стратегического планирования деятельности организации в системе антикризисного управления в современных условиях / О.В. Байгулова, К.В. Чумаченко // Наука и образование : хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2017. – № 10 (89). – С. 100-103.
3. Бердников, А.А. Анализ бизнес-среды и определение рыночной позиции организации // Молодой ученый. – 2018. – №1. – С. 327-330.
4. Васильева, Д. Д. Подходы к интерпретации сущности стратегического планирования как инструмента управления организацией / Д. Д. Васильева, Д. М. Зозуля // Современные научные исследования и разработки. – 2018. – № 10 (27). – С. 231-235.
5. Гуськов, Ю.В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Ю.В. Гуськов. – М.: Альфа-М, 2019. – 448 c.
6. Жемчугов, А.М., Жемчугов, М.К. Разработка и реализация эффективной стратегии / А.М. Жемчугов, М.К. Жемчугов // Проблемы экономики и менеджмента. – 2016. - №11. – С. 19-24.
7. Козявкина, А. С. Стратегическое планирование на предприятии / А. С. Козявкина // Экономика и социум. – 2018. – № 5 (48). – С. 572-576.
8. Мельникова Е.П. Конкурентное преимущество как выражение конкурентоспособности организации / Е.П. Мельникова // Наука и общество - 2019: сб. науч. статей. Москва,2019. С.324–333
9. Мыльников В.Ю. Методы разработки стратегии организации / В.Ю. Мыльников // Студенческий вестник. 2020. №16. С. 8–9
10. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А.Д. Стрикленд; Пер. с англ. А.Р. Ганиева, Э.В. Кондукова. - М.: Вильямс, 2016. - 928 c.