

# Стратегическое планирование инновационной деятельности на предприятии.

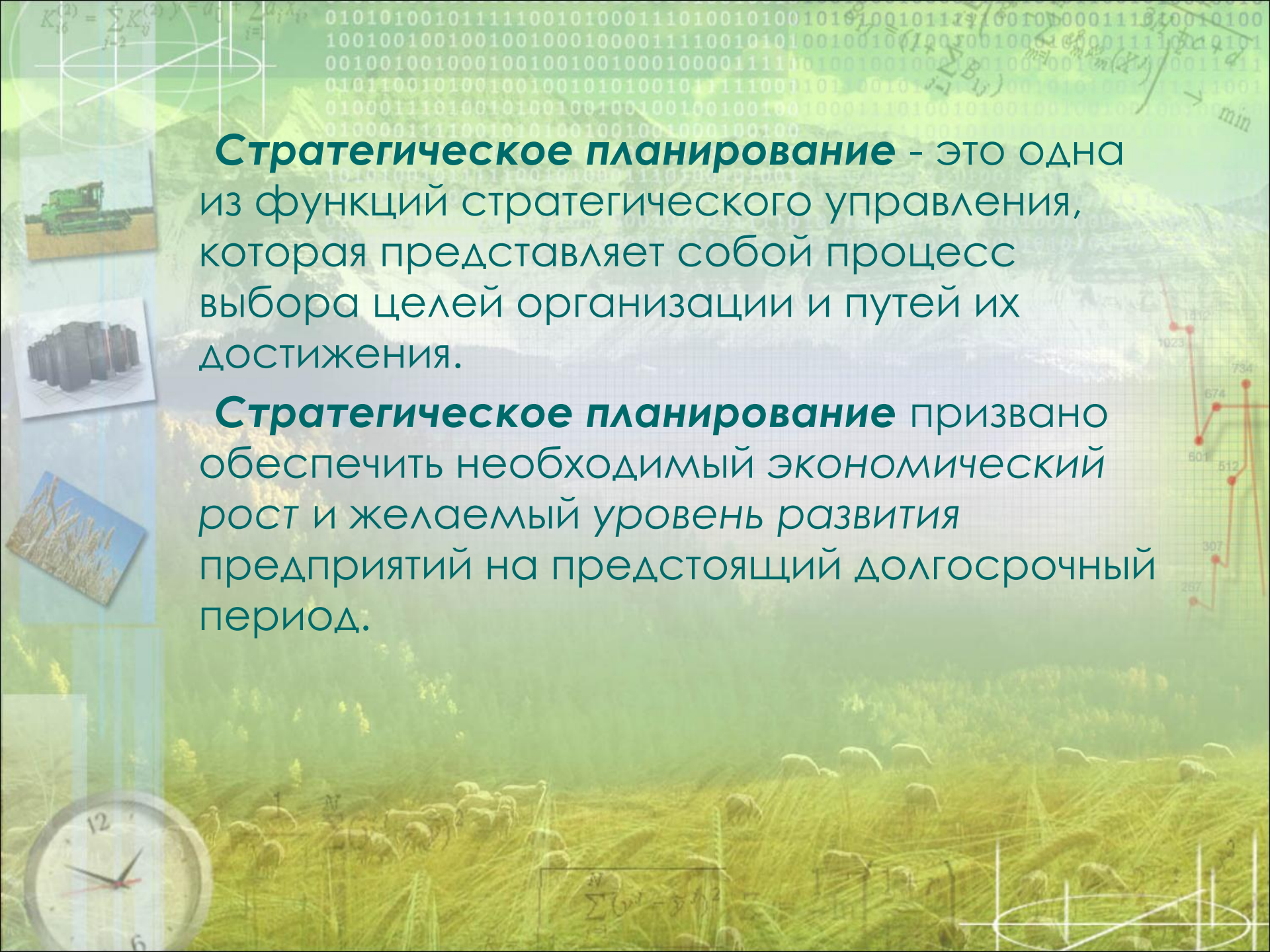


$$\sum_{i=1}^n \omega_i x_i = \delta \cdot \omega_1^2$$



**Стратегическое планирование** - это одна из функций стратегического управления, которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения.

**Стратегическое планирование** призвано обеспечить необходимый экономический рост и желаемый уровень развития предприятий на предстоящий долгосрочный период.



## Три основных типа развития систем

- ❖ **Идеальный** – такой тип развития системы, когда в нее вносятся по мере необходимости основанные на передовой науке и профессиональном опыте дозированные изменения, обеспечивающие непрерывность и устойчивость экономического роста.
- ❖ **Реальный** – предполагает частичное реформирование экономической системы после появления первых негативных признаков ее функционирования.
- ❖ **Радикальный** – используется, когда практически исчерпан ресурс действующей системы и необходима ее кардинальная реформа с изменением основных институциональных структур, как это сейчас происходит в российской экономике



$$\sum_{i=1}^n \omega_i = 1$$



## Стратегическое планирование на микроуровне

- ❖ Стратегический план задает перспективные направления развития предприятия, определяет основные виды деятельности организации.
- ❖ Устанавливает всей организации конкретные и четкие цели.
- ❖ Обеспечивает координацию усилий всех функциональных служб организации.
- ❖ Стратегический подход стимулирует менеджеров фирмы лучше оценивать свои сильные и слабые стороны с точки зрения конкурентов, возможностей, ограничений и изменений окружающей среды.
- ❖ План определяет альтернативные действия организации на долгосрочный период.
- ❖ Создает основу для распределения ограниченных экономических ресурсов.
- ❖ Демонстрирует важность практического применения основных функций планирования, организации, управления, контроля и оценки деятельности предприятия как единую систему современного менеджмента.

# Процесс стратегического планирования на предприятиях включает осуществление следующих взаимосвязанных функций:

- 1) определение долгосрочной стратегии, основных идеалов, целей и задач развития предприятия;
- 2) создание стратегических хозяйственных подразделений на предприятии;
- 3) обоснование и уточнение основных целей проведения маркетинговых исследований рынка;
- 4) осуществление ситуационного анализа и выбор направления экономического роста фирмы;
- 5) разработка основной стратегии маркетинга и укрупненное планирование производства продукции;
- 6) выбор тактики и уточненное планирование способов и средств достижения поставленных задач;
- 7) контроль и оценка основных результатов, корректировка выбранной стратегии и способов ее реализации.

# Схема стратегического планирования на предприятии

Определение долгосрочной стратегии

Создание стратегических подразделений

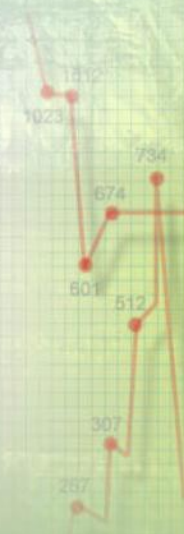
Обоснование целей маркетинга

Ситуационный анализ

Разработка стратегии маркетинга

Реализация тактики

Контроль результатов



# СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

**Совокупность способностей**

**Совместные ценности**

**Структура**

**Система**

**Сотрудники**

**Стиль**

Рис. Модель развития фирмы

**В современной теории планирования принято выделять восемь основных сфер деятельности, в границах которых каждое предприятие определяет свои главные цели:**

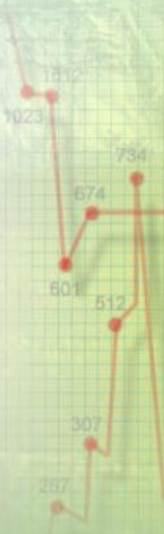
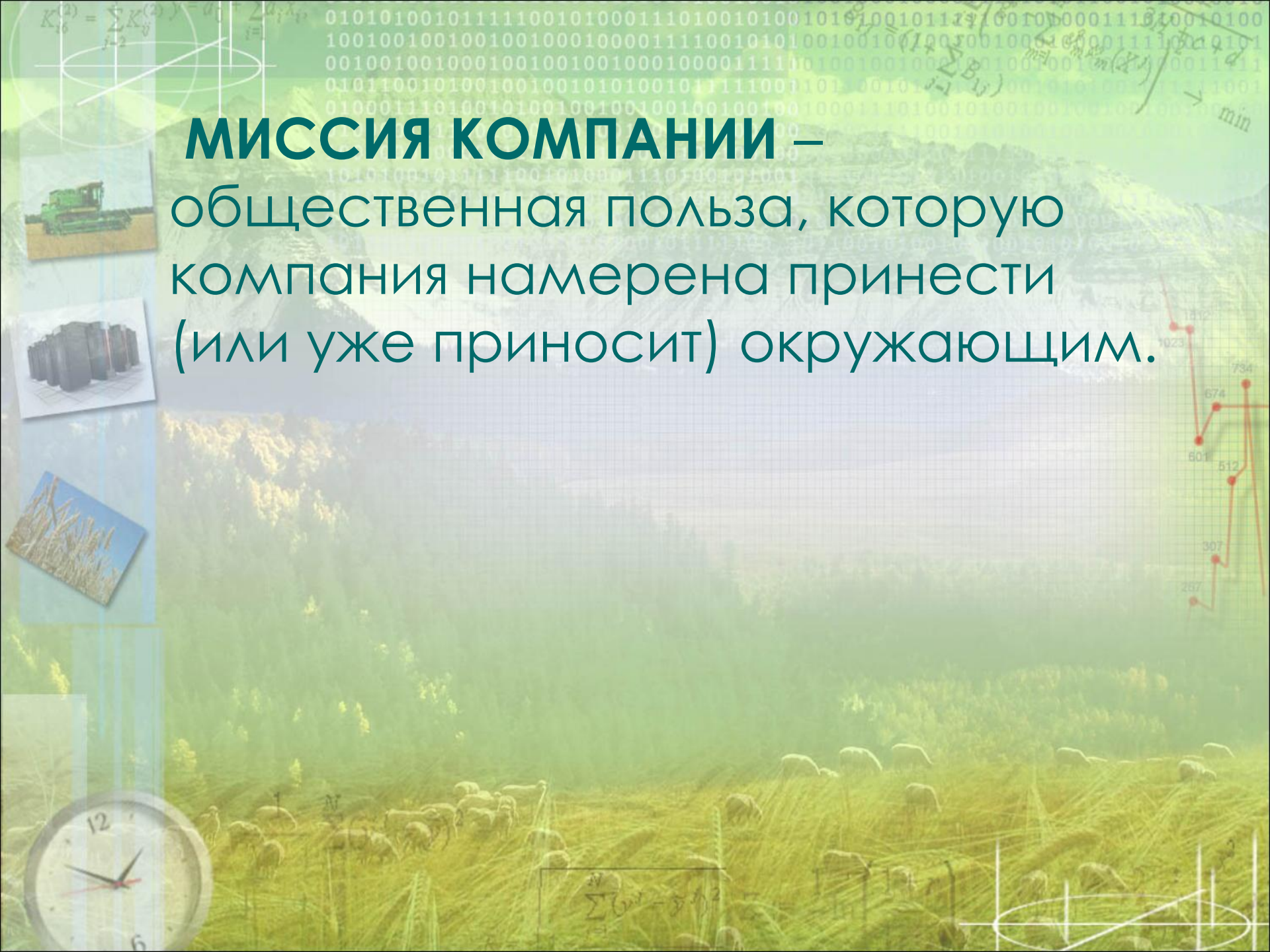
- положение организации на рынке
- инновационная деятельность
- уровень производительности
- наличие производственных ресурсов
- степень стабильности
- система управления
- профессионализм персонала
- социальная ответственность



Выбор цели и стратегии развития предприятия составляет основу самостоятельной планово-управленческой деятельности менеджеров в свободных рыночных отношениях. При долгосрочном планировании предприятие может также использовать такие известные стратегии, как **разработка товара, стабилизация производства, проникновение на рынок, сокращение издержек, изменение цен** и все остальные функциональные или целевые стратегии (маркетинговую, производственную, финансовую, конкурентную и т.д.). На российских предприятиях широкое распространение имеет стратегия выживания, на зарубежных – завоевание лидерства на рынке и др.



**МИССИЯ КОМПАНИИ –**  
общественная польза, которую  
компания намерена принести  
(или уже приносит) окружающим.



# ЦЕЛИ МИССИИ

Миссия показывает – насколько продукты компании (товары, услуги, отношения) формируют и усиливают качественные изменения в повседневной жизни потребителя и мировоззрении общества.



$$\sum_{i=1}^n w_i x_i = y$$

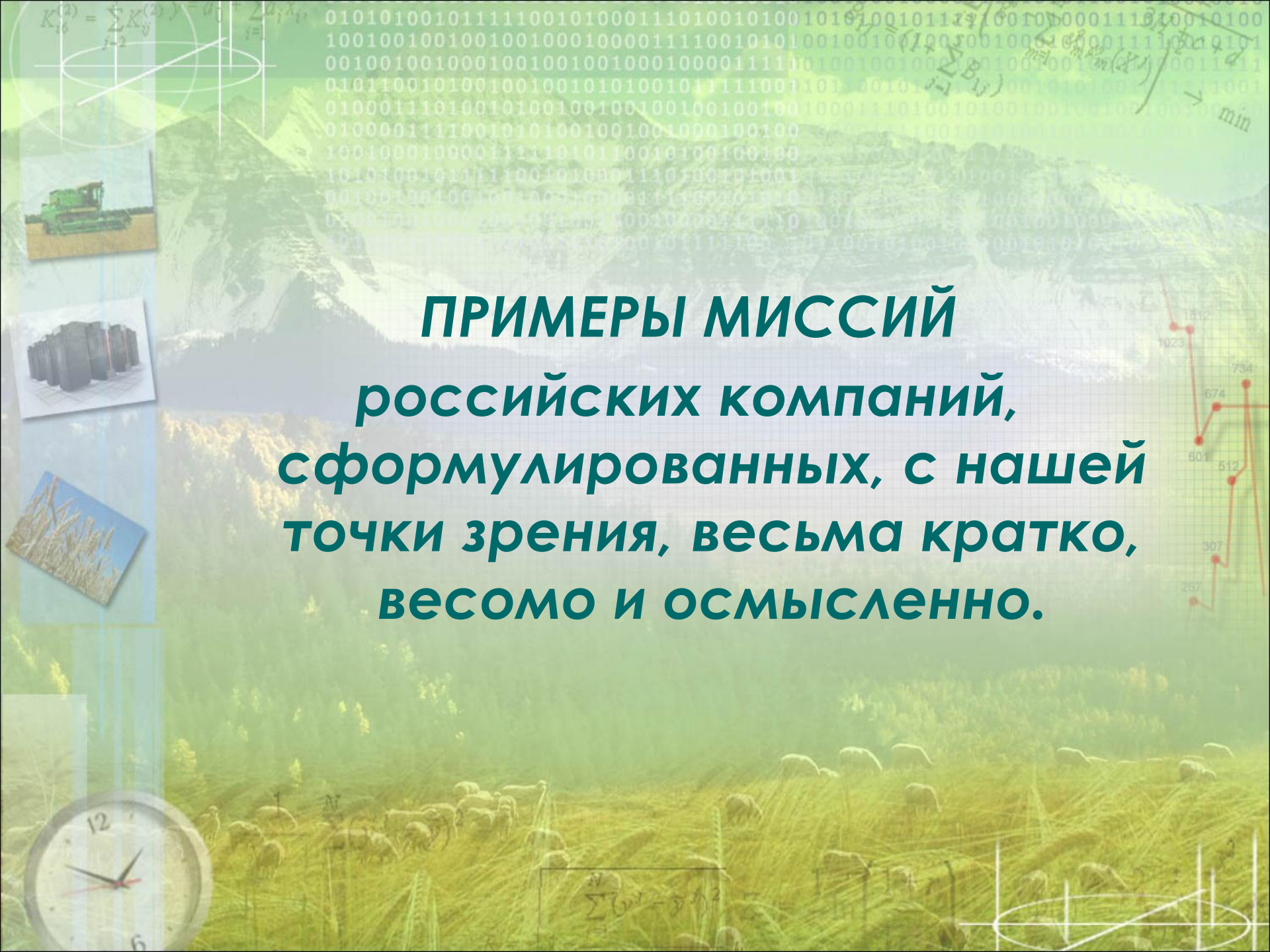


# Целями миссии современного российского бизнеса могут быть:

- - формирование нового качества жизни, обобщающего потребительские свойства продуктов компании;
- - стремление улучшить уже сформированное качество жизни и расширить его распространение;
- - создание ценностей более высокого уровня значимости для общества, чем затраченные ресурсы;
- - качественные изменения в самой компании, как результат появления и мобилизации дополнительных ресурсов и нового отношения к миру;

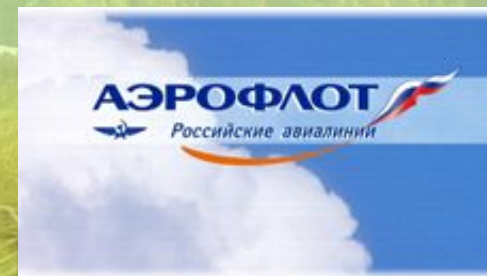


**ПРИМЕРЫ МИССИЙ**  
**российских компаний,**  
**сформулированных, с нашей**  
**точки зрения, весьма кратко,**  
**весомо и осмысленно.**



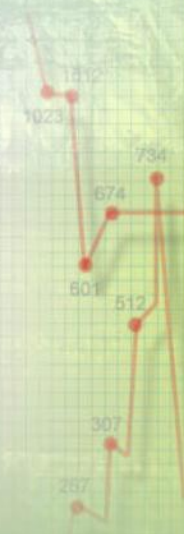
**Миссия Газпрома** - максимально эффективное и сбалансированное газоснабжение потребителей России, выполнение с высокой степенью надежности долгосрочных контрактов по экспорту газа.

**Миссия транспортной компании Аэрофлот** - наиболее полное и безопасное обеспечение одной из фундаментальных свобод человека – свободы передвижения.



# Миссия МегаФон.

МегаФон объединит Россию, разрушая барьеры и развивая коммуникации, чтобы стать очевидным выбором каждого.



**Миссия гостиницы**– обеспечивать качественное, современное, уютное проживание, которое поможет гостям города лучше оценить красоту, культурную и деловую активность города.





**Спасибо за внимание!**



$$K_{16}^{(2)} = \sum_{j=2}^n K_{ij}^{(2)}$$
$$\sum_{i=1}^n a_i \lambda_i$$

$$\sum_{j=1}^n B_{ij}$$

min

$$\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n \omega_{ij} = \delta_{ij}^2$$