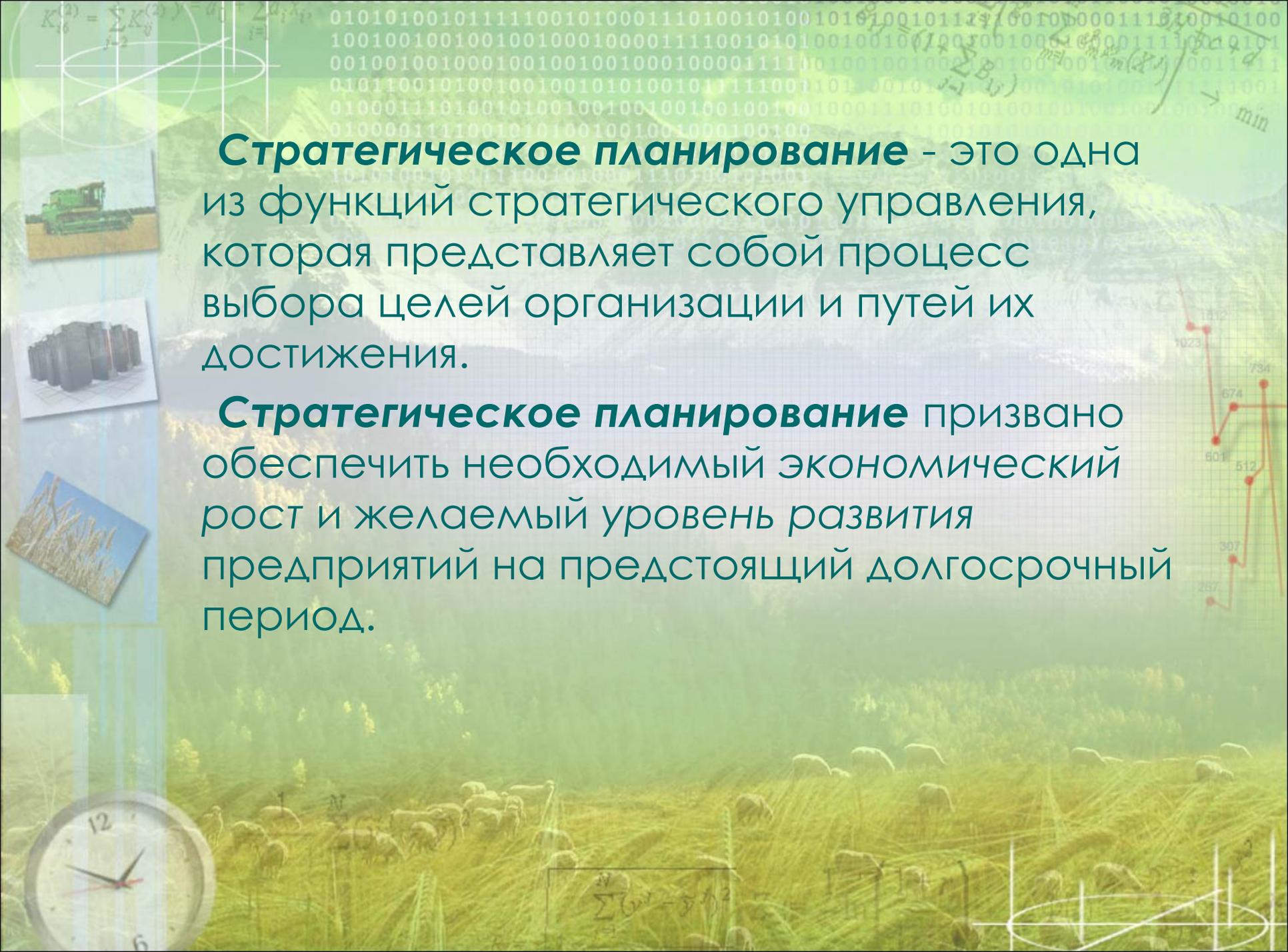


Стратегическое планирование - это одна из функций стратегического управления, которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения.

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

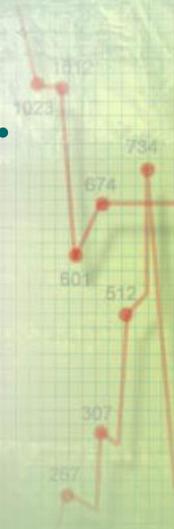
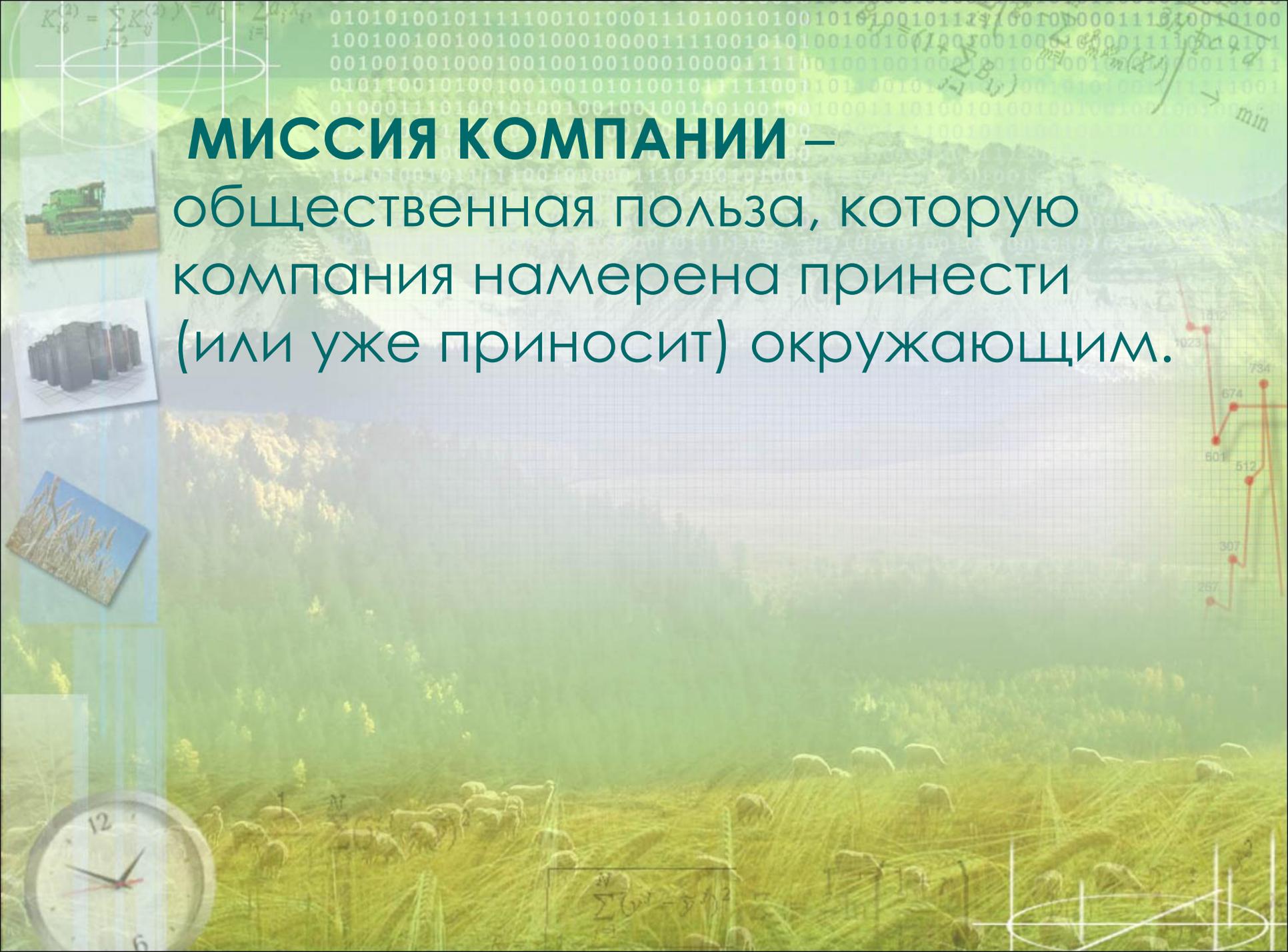
В современной теории планирования принято выделять восемь основных сфер деятельности, в границах которых каждое предприятие определяет свои главные цели:

- 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.



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



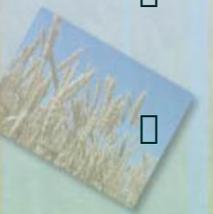
ЦЕЛИ МИССИИ

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

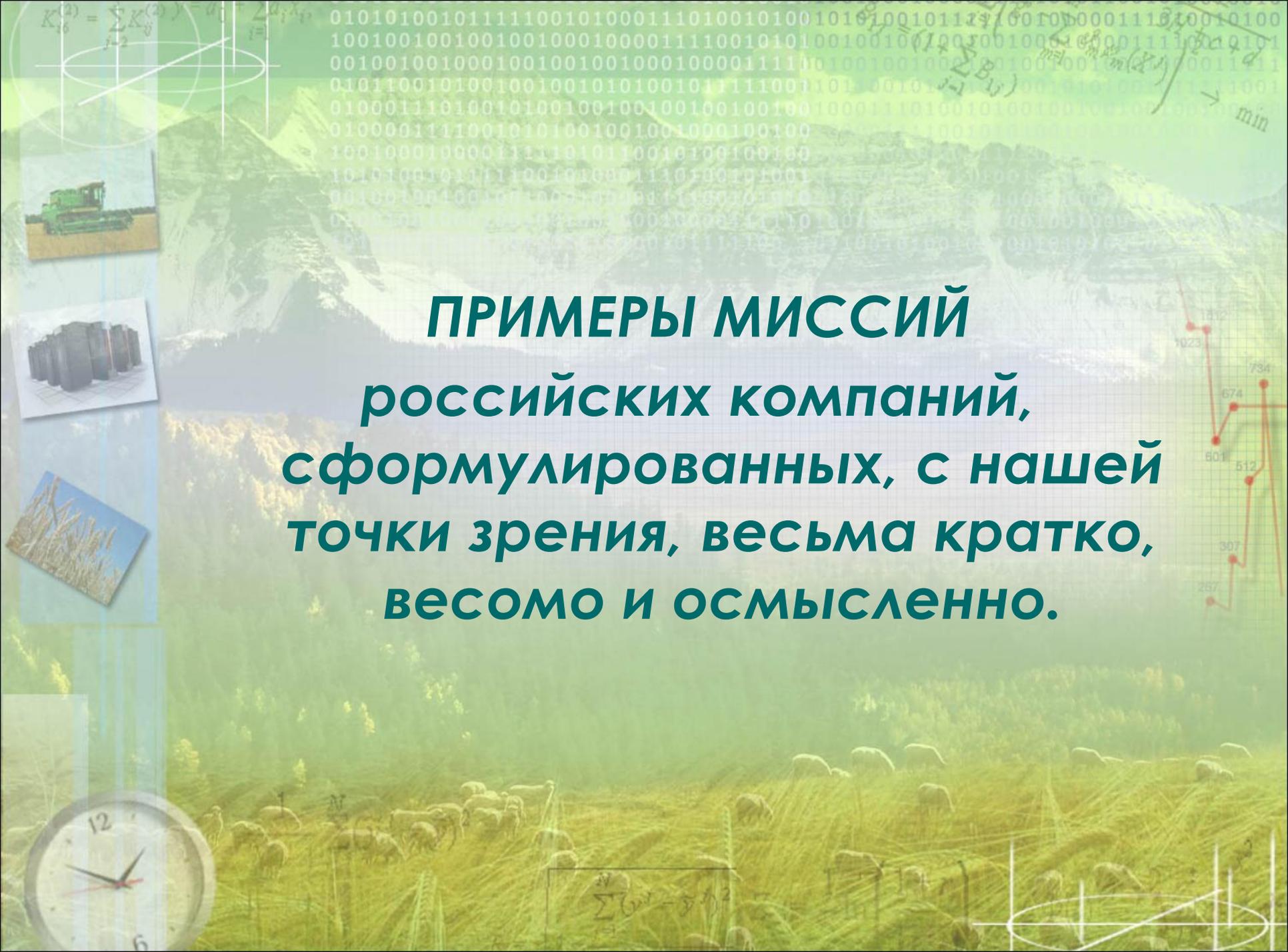


Целями миссии современного российского бизнеса могут быть:

- - 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



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