Методология стратегического планирования

Методология планирования - это умение предвидеть цели организации, результаты ее деятельности и ресурсы, необходимые для достижения определенных целей.

Методология планирования, как деятельность, связанная с планированием, может быть разделена на несколько этапов:

1. процесс непосредственного составления планов
2. деятельность по осуществлению плановых решений
3. контроль результатов

Суть методологии планирования на предприятии сводятся к следующему:

Разработка хозяйственной стратегии в условиях конкурентного рынка.

Осуществление стратегического и текущего планирования.

Методология стратегического планирования основана на следующем:

1. анализ внешней и внутренней среды организации,
2. определение основных ориентиров предприятия,
3. определение возможных вариантов стратегий,
4. выбор варианта стратегии,
5. разработка стратегического плана.

ВЫБОР СТРАТЕГИИ

ВНУТРЕННИЙ

СИЛА ⟷ СЛАБОСТЬ

ВОЗМОЖНОСТИ

- ИНТЕНСИВНЫЙ РОСТ
- СОВМЕСТНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ
- ИНТЕГРАЦИЯ

СТАБИЛЬНОСТЬ

- СОВМЕСТНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ
- ИНТЕГРАЦИЯ
- ДИВЕРСИФИКАЦИЯ
- КОНЦЕНТРАЦИЯ
- ПОВОРОТ НА 180°
- ОТКАЗ ОТ ВЛАДЕНИЯ
- ЛИКВИДАЦИЯ

ВНЕШНИЙ

УГРОЗЫ

Виды общей стратегии:

1. стратегия стабильности
2. стратегия роста
3. стратегия сокращения (разворот, отделение, ликвидация)
4. стратегия ограниченного роста
5. комбинированная стратегия
6. стратегия диверсификации
7. конкурентная стратегия.

Функциональные стратегии:

1. стратегия НИОКР
2. производственная стратегия
3. маркетинговая стратегия
4. финансовая стратегия
5. стратегия управления персоналом.

Экономические факторы

- цикл деловой активности
- темп роста ВНП
- изменение ставки ссудного процента
- инфляция

Технологические факторы

- государственные расходы на НИОКР
- новые открытия, изобретения
- скорость передачи технологий

Общая (дальняя) деловая окружающая среда

Социополитические факторы

- безработица
- уровень потребления
- стабильность государства
- демография
- налоговая система
- антимонополизм
- экология
- регулирование внешнеэкономической деятельности

Производственный прогноз:

- объем производства
- прибыльность
- капиталовложения
- динамика основных производственных фондов

Структурные сдвиги:

- сырье
- квалификация работников
- оборудование
- изменения характера потребления продукции

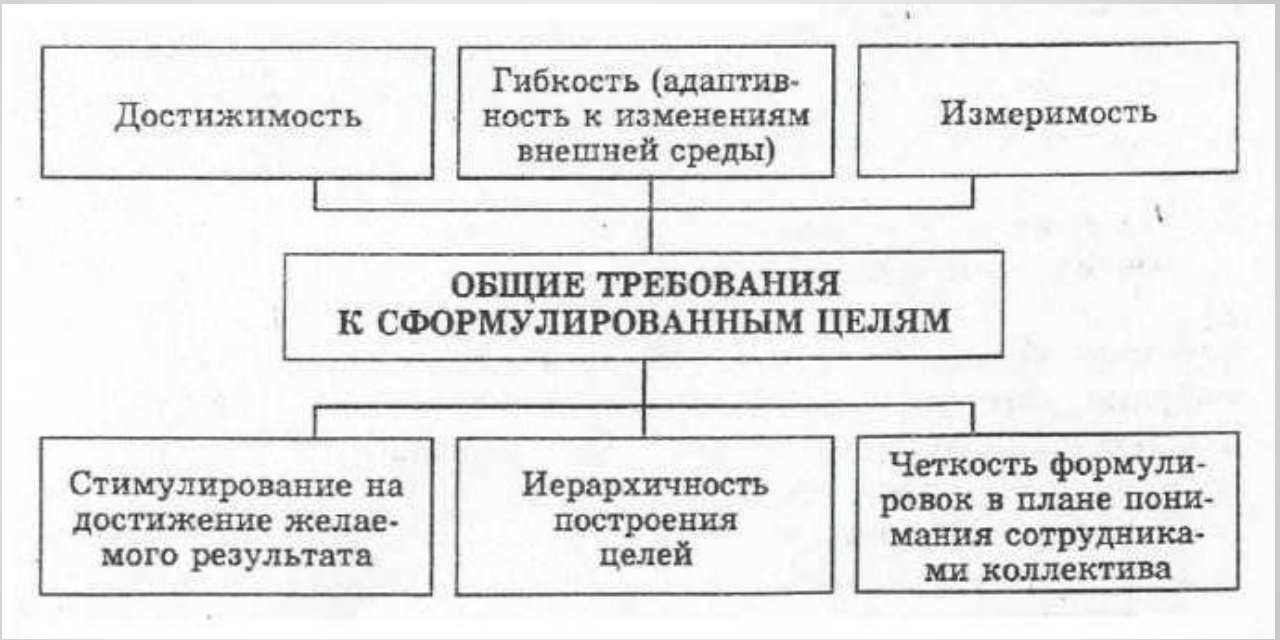
Специфическая (ближняя) деловая окружающая среда

Конкурентный анализ:

- конкурентное окружение
- конкурентные позиции
- структура рынка

Внутренняя среда включает в себя следующие основные элементы:

1. производство
2. маркетинг
3. управление персоналом
4. менеджмент


Достижимость
Гибкость (адаптивность к изменениям внешней среды)
Измеримость
ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СФОРМУЛИРОВАННЫМ ЦЕЛЯМ
Стимулирование на достижение желаемого результата
Иерархичность построения целей
Четкость формулировок в плане понимания сотрудниками коллектива

Методология планирования включает в себя следующие методы:

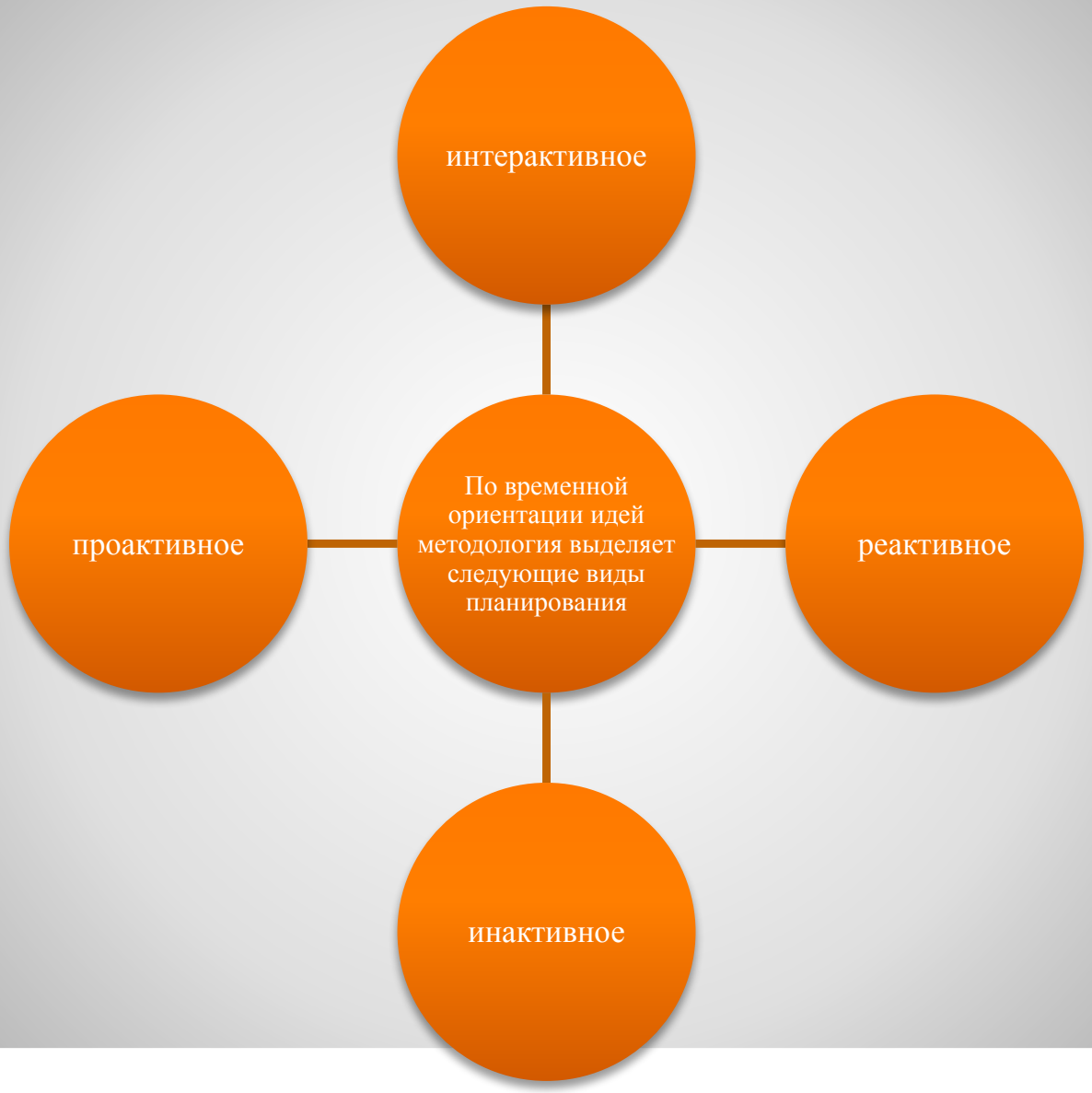
Методология планирования разделяет внутрифирменное планирование по

1)Времени деиствия

а)краткосрочное или текущее (год, квартал, месяц, декада, неделя),

б))среднесрочное или годовое (1-3 года) и долгосрочное (3-10 лет).

Согласно методологии, планирование в зависимости от целей может быть 1.оперативным 2. тактическим 3. стратегическим


интерактивное
проактивное
По временной ориентации идей методология выделяет следующие виды планирования
реактивное
инактивное

Таким образом, методология планирования выражается в виде системы планов, которая включает в себя следующие элементы:

1. стратегический (генеральный) план на 3-5 лет;
2. план развития (общефирменные планы, определяющие главные задачи развития предприятия);
3. оперативные текущие планы на год по соответствующим разделам, плана и подразделениям предприятия;
4. целевые программы и проекты, направленные на решение одного из аспектов плана (например, выпуск и продвижение на рынок нового вида продукции).

Важным элементом методологии планирования являются нормы и нормативы.

Нормы – это максимально достижимое плановое количество сырья, материалов и других видов, ресурсов на изготовление единицы продукции (работы) установленного качества в планируемых условиях.

Нормативы – это поэлементные составляющие норм, характеризующие удельные расходы ресурсов на единицу массы, площади, объема или длины и т.п.

Виды бизнес-планирований

1. оценочные и развернутые
2. бизнес-планы действующих предприятий
3. бизнес-планы обоснования целесообразности технического перевооружения
4. диверсификации, расширения сортамента
5. улучшение качества продукции
6. расширения рынков сбыта
7. бизнес-планы инновационных проектов и т.п.

Экономические факторы

- цикл деловой активности
- темп роста ВНП
- изменение ставки ссудного процента
- инфляция

Технологические факторы

- государственные расходы на НИОКР
- новые открытия, изобретения
- скорость передачи технологий

Общая (дальняя) деловая окружающая среда

Социополитические факторы

- безработица
- уровень потребления
- стабильность государства
- демография
- налоговая система
- антимонополизм
- экология
- регулирование внешнеэкономической деятельности

Производственный прогноз:

- объем производства
- прибыльность
- капиталовложения
- динамика основных производственных фондов

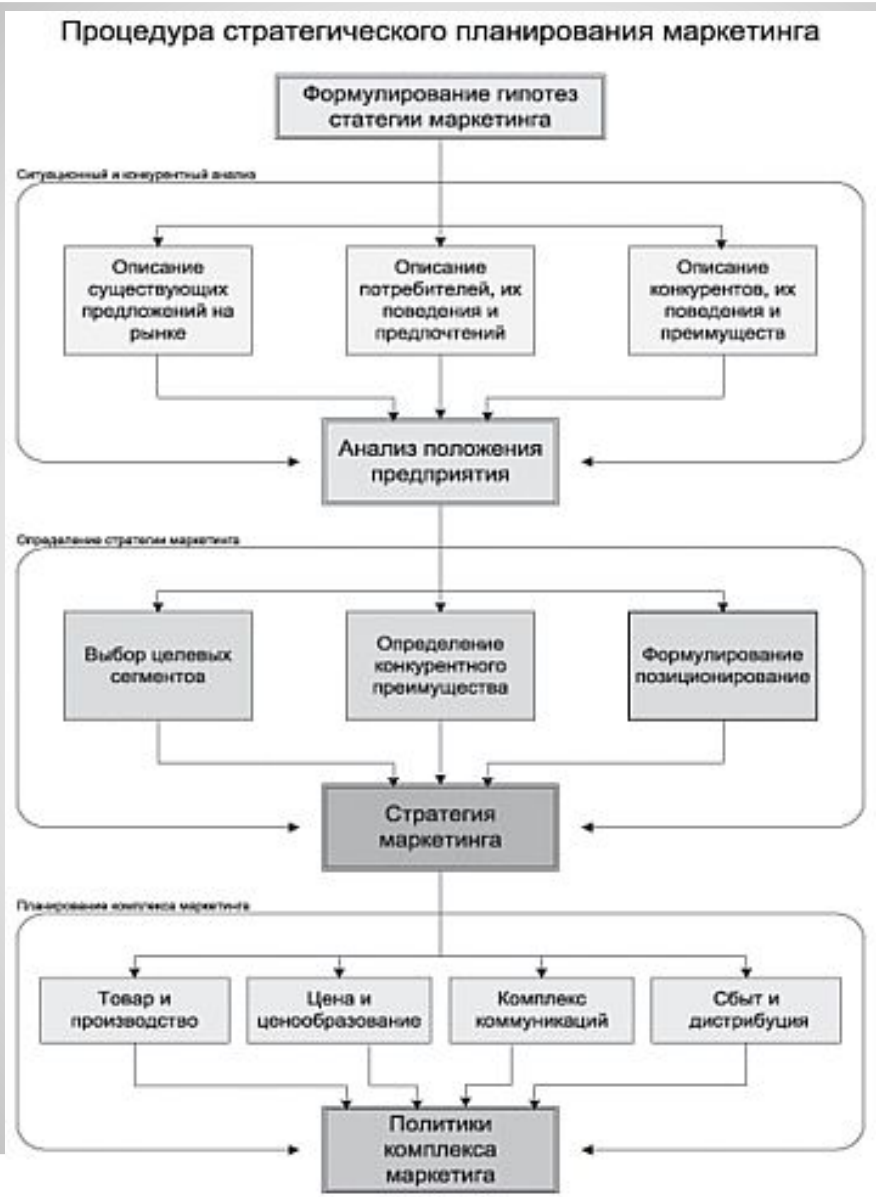
Структурные сдвиги:

- сырье
- квалификация работников
- оборудование
- изменения характера потребления продукции

Специфическая (ближняя) деловая окружающая среда

Конкурентный анализ:

- конкурентное окружение
- конкурентные позиции
- структура рынка


Процедура стратегического планирования маркетинга
Формулирование гипотез статегии маркетинга
Ситуационный и конкурентный анализ
Описание существующих предложений на рынке
Описание потребителей, их поведения и предпочтений
Описание конкурентов, их поведения и преимущества
Анализ положения предприятия
Определение стратегии маркетинга
Выбор целевых сегментов
Определение конкурентного преимущества
Формулирование позиционирование
Стратегия маркетинга
Планирование комплекса маркетинга
Товар и производство
Цена и ценообразование
Комплекс коммуникаций
Сбыт и дистрибуция
Политики комплекса маркетига

Спасибо за внимание