

Стратегическое планирование

Подготовили:

Студентки группы Т-094

Зайцева Виктория, Шевченко Наталья

Содержание

- Понятие стратегического планирования
- Функции Стратегического планирования
- Виды стратегического планирования
- Выбор стратегии фирмы
- Заключение
- Используемая литература

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

– это процесс формирования миссии и целей организации, выбора специфических стратегий для определения и получения необходимых ресурсов и их распределение с целью обеспечения эффективной работы организации в будущем.

Процесс стратегического планирования
требует как формальных, так и
неформальных процедур его реализации.
Чтобы разобраться и правильно оценить
взаимосвязи, взаимодействие и
взаимообусловленность всех подразделений
организации, видов ее деятельности и
достаточно сложную систему планов,
процесс планирования нужно организовать и
формализировать

Функции стратегического планирования

Стратегический план задает направления для деятельности организации и позволяет ей лучше понимать структуру маркетинговых исследований

Стратегический план обеспечивает каждому подразделению в организации четкие цели, которые увязываются с общими задачами компании

Стратегический план стимулирует координацию усилий различных функциональных направлений

Стратегический план заставляет организацию оценивать свои сильные и слабые стороны с точки зрения конкурентов

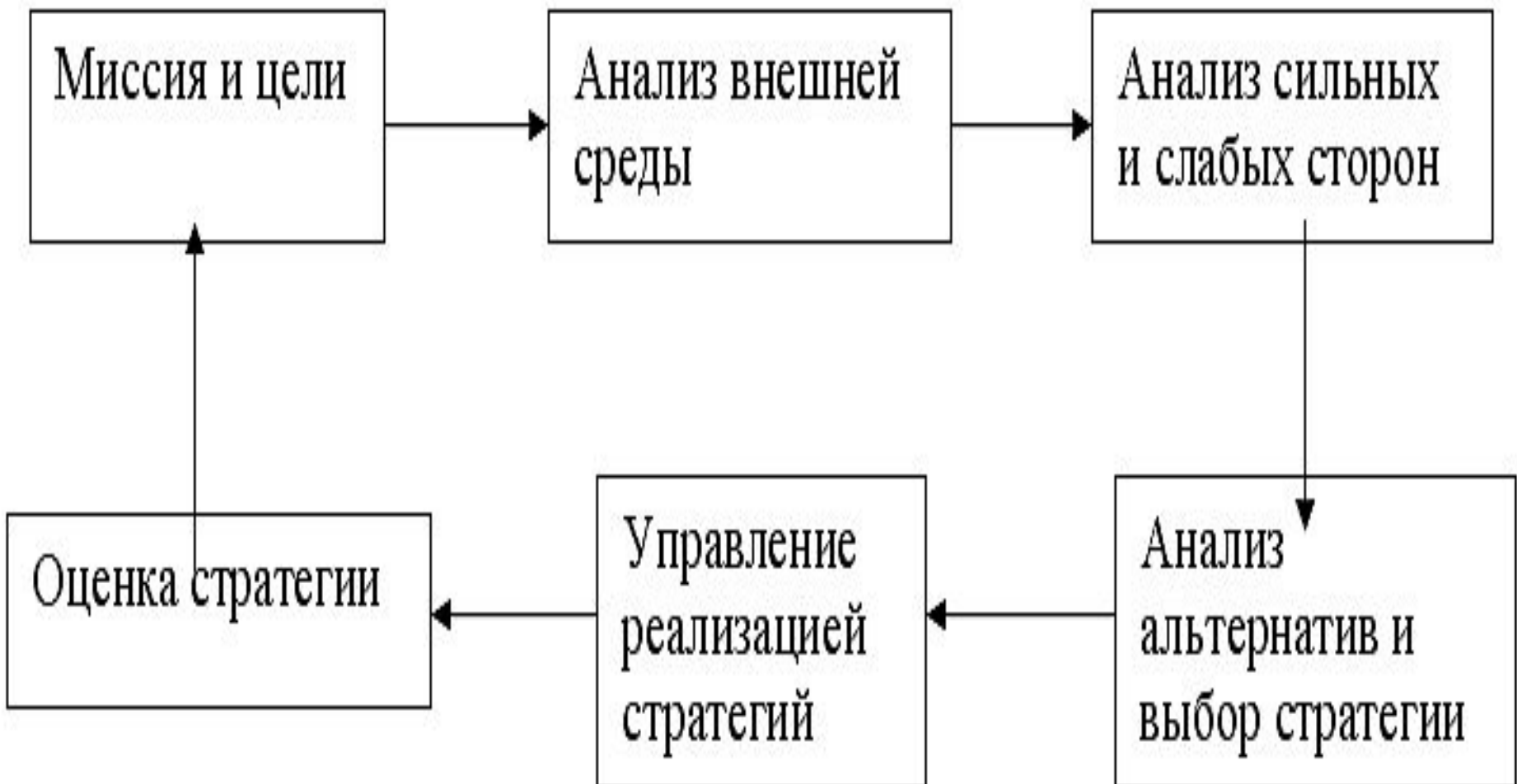
Функции стратегического планирования

Стратегический план обеспечивает альтернативные действия или комбинации действий, которые может предпринять организация

Стратегический план создает основу для распределения ресурсов

Стратегический план демонстрирует важность применения процедур оценки деятельности

Процесс стратегического планирования



Миссия – это концептуальное намерение двигаться в определенном направлении.

Цель – это конкретизация миссии в организации в форме, доступной для управления процессом их реализации.

характеристики цели стратегического планирования

- ❖ четкая ориентация на определенный интервал времени;
- ❖ конкретность и измеримость;
- ❖ непротиворечивость и согласованность с другими миссиями и ресурсами;
- ❖ адресность и контролируемость.

ВИДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

❖ Долгосрочное перспективное планирование

Перспективные планы отражаются долгосрочные цели и генеральную стратегию действий. Перспективные планы разрабатываются на срок от 5 до 10 лет.

❖ Среднесрочное планирование

В их основе лежит реальный спрос на продукцию организации, изменение ее характеристик в ближайшем будущем. Среднесрочные планы разрабатываются на срок от 1 до 5 лет.

ВИДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

❖ Краткосрочное планирование

Оно нацелено на регулирование текущего использования ресурсов и реализуется через составление календарных программ производства и контроля за ним, управления материальными запасами и полученными кредитами

❖ Оперативное планирование

В задачу оперативного планирования входит контроль за ежедневной загрузкой оборудования, последовательность операций, расстановка работников и др

Выбор стратегии фирмы

Выбор стратегии фирмы осуществляется руководителем на основе анализа ключевых факторов, характеризующих состояние фирмы, с учетом характера и сущности реализуемых стратегий.

Факторы влияющие выбора стратегии:

- состояние отрасли и позиция фирмы в отрасли
- цели фирмы
- интересы и отношения высшего руководства
- финансовые ресурсы фирмы

Заключение

Планирование является необходимым и полезным инструментом, используемым при формировании и реализации стратегии. Стратегическое планирование обеспечивает целостность, преемственность и последовательность в принимаемых решениях, деятельности и функционировании предприятия в целом.

Используемая литература

- Альбеков А.У., Согомонян С.А. Экономика коммерческого предприятия. Серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 448 с.
- Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие. М.: Издательский Дом «Дашков и Ко», 2010. – 308 с.
- Кузык Б.Н. Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование: Учебник. – 2-е изд., перераб и доп. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2008. – 575 с. (Высшее образование).