

«Сейфуллин оқулары – 12: Ғылым жолындағы жастар-болашақтың инновациялық әлеуеті» атты Республикалық ғылыми-теориялық конференция материалдары = Материалы Республиканской научно-теоретической конференции «Сейфуллинские чтения-12: Молодежь в науке - инновационный потенциал будущего" . – 2016. – Т.1, ч.2 – С.375-377

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Камшибаева Г.К.

В условиях глобализации, совершенно ясно, что многим фирмам нужно совершенствовать официально принятые у них системы планирования и контроля. Постоянное принятие разного рода решений совсем не заменяет собой планирования. Для предприятия планирование является деятельностью высшего порядка, которая нередко приводит к улучшению показателей сбыта и прибыли.

Необходимость организации и реализации на практике управления стратегического инвестиционного анализа и аудита как системы является следствием возрастающей потребности в интеграции различных механизмов управления. Особенно это касается вопросов целеполагания, планирования, организации, контроля и координации. Иными словами, в целях обеспечения и оптимизации адаптивных свойств хозяйствующей системы, а также поддержки конкурентоспособности этой системы в перманентно меняющихся условиях хозяйствования необходима соответствующая концепция, предусматривающая наличие в управленческом процессе подсистемы тактического (оперативного) и стратегического инвестиционного анализа и аудита [1].

Планирование складывается из двух частей - стратегического планирования и планирования маркетинга. Контроль заключается в замерах и анализе результатов, достигнутых в рамках стратегических планов маркетинга, и в проведении соответствующих корректирующих действий. Не используя преимущества стратегического планирования, организации в целом и отдельные люди будут лишены четкого способа оценки цели и направления корпоративного предприятия. Процесс стратегического планирования обеспечивает основу для управления членами организации. Стратегическое планирование дает возможность акционерам и менеджменту компаний определиться с направлением и темпом развития бизнеса, очертить глобальные тенденции рынка, понять, какие организационные и структурные изменения должны произойти в компании, чтобы она стала конкурентоспособной, в чем ее преимущество, какие инструменты необходимы ей для успешного развития.

Развитие рыночных отношений ставит перед предприятием множество задач, определяющих принципы формирования его экономики. В этих условиях предприятие само разрабатывает концепцию и стратегию своего развития на базе оценки имеющихся ресурсов и анализа рыночной ситуации, определяя основные этапы развития и темпы обновления, обосновывая

область деятельности и формы взаимодействия, как с партнерами, так и с конкурентами.

Многие фирмы работают, не имея официально принятых планов. В фирмах-новичках управляющие оказываются настолько занятыми, что у них просто нет времени заниматься планированием. В зрелых фирмах многие управляющие заявляют, что до сих пор они прекрасно обходились и без формального планирования, а стало быть, не может иметь существенного значения. А ведь формальное планирование сулит целый ряд выгод. Тут и системное осмысление ситуации, более совершенные методы замеров достигнутого и тд. Все это должно привести к росту сбыта и прибыли. Мелвилл Бранч перечисляет эти выгоды в следующем порядке:

1. Планирование поощряет руководителей постоянно мыслить перспективно;
2. Планирование ведет к более четкой координации предпринимаемых фирмой усилий;
3. Оно ведет к установлению показателей деятельности для последующего контроля;
4. Оно заставляет фирму четче определять свои задачи и политические установки;
5. Делает фирму более подготовленной к внезапным переменам;
6. Более наглядно демонстрирует взаимосвязь обязанностей всех должностных лиц [2].

Стратегическое планирование – это управленческий процесс создания и поддержания стратегического соответствия между целями фирмы, её потенциальным возможностям и шансам в сфере маркетинга. Оно опирается на четко сформулированное программное заявление фирмы, изложение вспомогательных целей и задач, здоровый хозяйственный портфель и стратегию роста [3].

Планирование деятельности фирм и их деловых отношений дает следующие важные преимущества:

- делает возможной подготовку к использованию будущих благоприятных условий;
- выявляет возникающие проблемы;
- подготавливает фирму к внезапным изменениям во внешней среде;
- стимулирует управляющих к реализации своих решений в дальнейшей работе;
- улучшает координацию действий в организации;
- создает предпосылки для повышения образовательной подготовки менеджеров;
- увеличивает возможности обеспечения фирмы необходимой информацией;
- способствует более рациональному распределению ресурсов;
- четко формализует обязанности и ответственность участников фирм;

- улучшает контроль организации [4].

Практика показывает, что быстрый рост и успех фирмы очень часто не связаны с формальным планированием, а скорее являются следствием предпринимательского таланта руководителя, его энергичного и решительного руководства деятельностью предприятия (фирмы). Многие предприятия, в т.ч. казахстанские, начинают применять методы стратегического планирования в тот период своего развития, когда уже прошел этап бурного успеха и предприятие вступило в стадию зрелости ресурсов. На этой стадии предприятие хотя и имеет значительные финансовые достижения, но возрастает вероятность утраты им гибкости и предпринимательского духа, что предопределяет необходимость обеспечения стабильности.

Таким образом, система стратегического планирования может помочь руководителю предвидеть тенденции развития бизнеса и изменения конкурентных ситуаций на обслуживаемом рынке; отслеживать и понимать влияние внешнего окружения особенно потребителей; делать стратегический выбор и реализовать стратегию.

Список литературы

1. Кривцов А., Пакова С. Стратегический инвестиционный анализ и аудит // ActualproblemsofEconomics. – 2013. - №7 (145). – С361-362 – ISSN 1993-6788.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / – 4-е изд., перераб. и доп. . - М. : Дашков и "К", 2006 . - 715 с. -- 5-94798-913-1. – 576 с.
3. Вишневская, О.В. Направленность стратегического развития предприятия: модели, контроль и управляющие воздействия /О.В.Вишневская // Менеджмент в России и за рубежом. – 2004. - №5. – С.58-66.
4. Ляско В.И. Стратегическое планирование развития предприятия: Учебное пособие для вузов. – М., 2005. – 288 с.
5. Ильин А.И. Планирование на предприятии: Учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по экон. спец.и напр. / А. И. Ильин. - 2-е изд., перераб. - Мн.: Новое знание, 2005. – 635 с.

Научный руководитель: Жолмуханова А.Ж.