

На рисунке 1 подтверждается сильная взаимосвязь между показателями.

Для решения сложившихся проблем и совершенствования деятельности предприятий на рынке информационных технологий необходимо провести ряд мероприятий (таблица 2)

Таблица 2 – Перечень мероприятий, направленных на совершенствование деятельности предприятий

Наименование мероприятий	Прогнозируемый эффект от реализации
1. Привлечение дополнительных заказчиков информационных и других услуг за счет улучшения маркетинговой работы.	Наращивание выручки от реализации продукции, увеличение добавленной стоимости, увеличение рентабельности.
2. Ликвидация убытков по вводу и обработке первичных статистических данных путем оптимизации численности.	Снижение себестоимости, увеличение прибыли, рентабельности предприятия.
3. Модернизация комплекса электронной обработки статистической информации	Повышение производительности, сокращение времени обработки данных, увеличение прибыли

Таким образом, внедрение предложенных мероприятий будет способствовать росту ИТ услуг в Беларуси и, как следствие росту ВВП страны. Особенно актуально увеличение экспорта ИТ услуг, что обеспечит приток валют в страну.

Список цитированных источников

1. Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.government.by/upload/docs/file4c1542d87d1083b5.PDF> – Дата доступа 13.05.2018.

2. Отчет Всемирного банка «Doing Business» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/belarus> – Дата доступа: 13.05.2018.

3. Результат принятия Декрета №8 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/posledstviya-dekreta-No8-kolichestvo-vstupayuschih-v-pvt-vyroslo-v-10-raz?highlight> – Дата доступа 13.05.2018.

УДК 338.264

Ковалевич М. Н.

Научный руководитель: ст. преподаватель Ермакова Э. Э.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Экономика изменяется настолько быстро, что построить формальный прогноз потенциальных рисков и возможностей поможет только стратегическое планирование на предприятии. Именно этот способ помогает руководству или собственнику поставить долгосрочные цели, создать план их выполнения, минимизирующий риски и включающий в себя задачи всех подразделений компании.

Целью данной работы является установление возможностей стратегического планирования на предприятии, разработка направлений эффективной стратегии предприятия.

Поставленная цель предопределила решение следующих задач:

- теоретическое обоснование особенностей инструментов стратегического планирования;

- определение основных этапов стратегического планирования на предприятии;
- разработка подходов к развитию стратегического планирования.

Актуальность выбранной темы обусловлена меняющимися экономическими условиями, что диктует предприятиям необходимость переходить к стратегическому управлению, которое подразумевает под собой комплекс работ по разработке стратегии развития предприятия с использованием большой гаммы формализованных процедур. Эти процедуры направлены на построение, как образа будущего предприятия, так и программы перехода от текущего состояния к этому образу. На данном этапе необходимо учитывать тенденции развития отрасли, изменения конъюнктуры рынка, сильные и слабые стороны компании, имеющиеся возможности и угрозы и множество других факторов, воздействующих на внутреннюю и внешнюю среду.

Стратегическое управление – это такое управление, которое опирается на человеческий потенциал как основу организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, гибко реагирует и проводит своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности дает возможность организации выживать в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей.

Проблемы стратегического управления чаще всего возникают в результате действия многочисленных внешних факторов. Поэтому, чтобы не ошибиться в выборе стратегии, важно определить, какие экономические, политические, научно-технические, социальные и другие факторы оказывают влияние на будущее организации. Стержнем стратегического управления выступает система стратегий, включающая ряд взаимосвязанных конкретных предпринимательских, организационных и трудовых стратегий. Стратегия – это заранее спланированная реакция организации на изменение внешней среды, линия ее поведения, выбранная для достижения желаемого результата.

Сущность стратегического планирования заключается в формулировании основных направлений деятельности предприятия (миссии) и показателей его развития на планируемый период (целей), определяющих желаемый результат его деятельности в целом и в конкретном бизнесе. В рамках стратегического планирования обеспечивается комплексное обоснование проблем, с которыми может столкнуться предприятие, и определяются действия по их разрешению, а также разрабатывается конкретный план управленческих действий (стратегии) по выполнению миссии предприятия и достижению сформулированных целей [1].

Изменения, происходящие во внешней среде, требуют от организаций оперативного и стратегического реагирования на них. С целью достижения высоких результатов деятельности необходимо постоянно отслеживать эффективность системы, постоянно искать новые ресурсы для улучшения результативности.

Стратегические планы должны быть разработаны так, чтобы быть целостными в течение длительного периода и одновременно быть достаточно гибкими, позволяющими при необходимости осуществить их совершенствование и переориентацию. Общий стратегический план следует рассматривать как программу деятельности предприятия на длительный период времени с условием, что постоянно меняющаяся деловая и социальная обстановка делает коррективы этого плана неизбежными [1].

Определение ответственности и целей со стратегическими планами в фирме состоит также в том, чтобы сформировать и передать обозначенному должностному лицу такую меру ответственности и полномочий, которая позволит ему полноценно управлять компанией в течение всего срока нахождения в должности.

Постановка стратегических планов проходит через следующие этапы:

Этап 1. Определение миссии предприятия. Процесс выявления миссии предполагает собой ответ на вопрос, зачем существует предприятие, какова его роль и место во внешнеэкономической сфере. Во внутренней деятельности четкая определенная роль помогает персоналу чувствовать единство, придерживаться культуры поведения. Во внешней деятельности понятно изложенная миссия помогает установлению единого образа компании на рынке, только ему свойственного имиджа, рассказывает о роли предприятия в экономической и социальной сферах, а также о том, как оно должно восприниматься покупателями [2].

Этап 2. Формулирование целей и задач функционирования предприятия. Поставленные цели не просто показывают то состояние, к которому придет компания после их достижения, они также должны мотивировать сотрудников на их реализацию. Поэтому цели должны соответствовать следующим параметрам: функциональность – важно определить функции поставленных целей, так как руководитель должен иметь возможность адаптировать цель и делегировать ее в подходящем виде; избирательность – для исполнения цели всегда привлекаются определенные ресурсы [2].

Этап 3. Анализ и оценка внешней среды. При анализе внешней деятельности и окружения в расчет берутся две составляющие: макросреда и микросреда. При изучении макросреды анализируются следующие элементы: экономическая деятельность и ее уровень развития; правовое обеспечение; социальное и культурная сферы жизнедеятельности; уровень технического и научного развития; уровень инфраструктуры; политическое состояние общества; уровень ресурсов, состояние окружающей среды. Микроокружение компании включает в себя те фирмы, которые находятся в непосредственном взаимодействии с компанией, то есть изучаются постоянно контактирующие с ней предприятия [2].

Этап 4. Анализ и оценка внутренней структуры предприятия. Исследование внутренней среды предприятия помогает понять, какие имеются ресурсы и потенциальные возможности для компании при движении к поставленным целям. При этом анализ и изучение проводят в следующих областях: маркетинговой; производственной; исследовательско-новаторской; распространения продукции; ресурсных возможностей. Аналитическая работа в данном случае предполагает изучение потенциальных рисков для деятельности компании, а также для определения положительных и отрицательных черт, свойственных фирме [2].

Этап 5. Разработка и анализ стратегических альтернатив. Альтернативы прорабатывают для определения путей реализации поставленных целей и выполнения задач, определенных в миссии организации. Сценарий будет зависеть от того положения компании, которое существует на данный момент. При этом, прорабатывая стратегическую альтернативу, нужно определиться с тремя моментами: какая деятельность ликвидируется; какая деятельность продолжается; в каком бизнес-направлении начинать новую деятельность [2].

Этап 6. Выбор стратегии. Для того чтобы выбрать максимально эффективную стратегию, нужно опираться на четко выстроенную и со всеми согласованную систему деятельности компании. Выбор стратегии должен быть четким и недвусмысленным. То есть должно быть выбрано одно направление, которое максимально подходит под деятельность данной компании. Этапы, на которых разрабатывается стратегия, и то, в каком виде ее доносят до коллектива, имеют обобщенную форму и в зависимости от деятельности фирмы могут изменяться [2].

Этап 7. Реализация стратегии. Реализацию проводят с помощью совокупности действий: разрабатывают различные программы и процедуры, из которых составляются планы на длительные и на краткие сроки. Для полноценной реализации выполняют следующие действия: знакомят сотрудников компании с поставленными целями для того, чтобы они принимали участие в процессе их достижения; компания всегда предоставляет ресурсы, необходимые для успешной реализации, подготавливает план для ее проведения; при осуществлении деятельности по выполнению поставленных целей руководители на каждом уровне действуют согласно своим полномочиям и поставленным задачам [2].

Этап 8. Оценка выбранной (реализуемой) стратегии. Стратегия оценивается по ответу на вопрос – сможет ли компания реализовать поставленные задачи? Если выработанная стратегия на этот вопрос дает положительный ответ, то далее ее анализируют по параметрам такого рода: насколько она коррелирует с запросами внешней деятельности; насколько коррелирует с потенциалом развития компании; насколько приемлем уровень риска в данной стратегии. Реализация стратегии подвергается оценке. Обратная связь помогает контролировать этот процесс и вносить изменения в случае необходимости [2].

Высшее звено руководства несет ответственность за выработку мер реагирования на условия внешней деловой среды, а также за их практическую реализацию.

Рост эффективности стратегического планирования обусловлен многими факторами, основными из которых являются:

- снижение трудо-, материало-, фондо- и капиталоемкости производства продукции, рациональное использование природных ресурсов, экономия времени и повышение качества продукции;
- ускорение научно-технического прогресса, повышение технико-экономического уровня производства; совершенствование структуры производства; совершенствование форм и методов организации производства, планирования, мотивации, трудовой деятельности;
- освоение новых видов продукции; механизация и автоматизация; внедрение прогрессивных технологий и нового оборудования; улучшение использования ресурсов; совершенствование стиля управления.

Список цитированных источников

1. Бадалов, Л. М. Некоторые особенности стратегического планирования развития корпорации // Экономические стратегии. – 2007. - N 2. - С. 190-197.
2. Свэйм, Р. Стратегии управления бизнесом Питера Друкера – СПб. : Питер, 2011. – 413 с.