

УДК 338.242

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В КОММЕРЧЕСКОЙ КОМПАНИИ

Купцова К. В.

Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С. П. Королёва, г. Самара

В работе исследовалась проблема использования стратегического планирования в деятельности коммерческой компании.

В настоящее время стратегическое планирование, несмотря на его обширную практическую применимость и востребованность во всем мире, по-прежнему недостаточно используется в России. Это можно понять, если воспользоваться таким методом, как наблюдение. Даже обычный просмотр публикаций в научных журналах приводит к выводу о недостаточности использования данного инструмента в деятельности отечественных менеджеров. Причем чем меньше размер предприятия, тем меньше внимания ему уделяется. Многие малые предприятия вообще не используют стратегическое планирование, довольствуясь долгосрочным, а то и вовсе лишь краткосрочным планированием своей деятельности.

Это вызвано тем, что в Российской Федерации слишком высока степень неопределенности на многих отраслевых рынках. Частично это вызвано тем, что слишком нестабильна внешнеполитическая обстановка. Постоянное появление тех или иных экономических санкций, изменение условий торговли, визового режима, проведение террористических актов создают высокие риски во многих отраслях [4]. Это связано с тем, что Россия все еще серьезно зависит от поставок ряда оборудования и различных ингредиентов для промышленного производства и удовлетворения потребностей населения. Также большое влияние оказывает постоянное реформирование правовой базы и появление новых изменений в налоговом законодательстве, новых требований к качеству оказываемых услуг и вырабатываемой продукции и к условиям ее производства и реализации. Немалую роль в последние годы на экономику страны оказали сразу два кризиса и их последствия [3].

Тем не менее, в условиях рисков, особенно при планировании инвестиционной деятельности, стратегический подход может существенно повысить устойчивость деятельности организации. Ведь именно инвестиционная деятельность закладывает основы будущей прибыльности компании [1].

Крупные фирмы имеют серьезную финансовую базу, они взаимодействуют с крупными банками и другими финансовыми институтами, которые могут поддержать их в сложные моменты, которыми в последнее десятилетие изобилует наша экономическая действительность. Также им легче найти поддержку у государства, поскольку ряд промышленных гигантов, например, АвтоВАЗ, являются градообразующими и серьезно влияют на социальную стабильность в стране. Кроме того, у них уже сложилась система перспективного планирования, унаследованная во многом еще с советских времен. Поэтому они используют стратегическое планирование, в том числе, применяя различные современные программные продукты. Тяготение к финансовой стороне вопроса при проведении стратегического планирования подтверждается и тем, что руководство крупных компаний более всего озабочено налоговыми и финансовыми законодательными инициативами правительства, а не приоритетными направлениями развития страны [2].

Средним, а особенно малым предприятиям, зачастую весьма стесненным в финансовых средствах и сильно зависящим от внешних факторов приходится довольствоваться планированием своей деятельности с минимальным использованием

специальных программных средств. Они не могут позволить себе заказать дорогостоящее исследование рынка и действуют исключительно в рамках компетентности своих ведущих менеджеров.

Например, во многих самарских салонах красоты нет планов стратегического развития, нет даже долгосрочных планов. Создается впечатление, что данная отрасль живет в лучшем случае одним годом, если не одним днем. В таких условиях трудно говорить о развитии отрасли и о реально высоком качестве обслуживания населения, хотя в условиях серьезной конкурентной борьбы предприятия сферы услуг все же стараются поддерживать их на достаточном уровне.

При этом при проведении опросов персонала и, в частности, менеджмента малых предприятий было определено, что предприниматели понимают важность ведения стратегического планирования, но в настоящих условиях не видят перспективности его применения ввиду высокой неопределенности условий деятельности. Хотя некоторые элементы стратегического планирования в виде стратегического конкурентного анализа ряд фирм все-таки применяет, например, при определении цены своих услуг. Однако результаты данных исследований используются только на коротком горизонте планирования до года.

Таким образом, можно сделать вывод, что востребованность стратегического планирования будет возрастать по мере стабилизации внешней обстановки и

Библиографический список

1. Аширов В.К., Климентьева С.В. Методика планирования инвестиционной деятельности предприятия / В.К. Аширов, С.В. Климентьева // Состояние и перспективы развития экономики в условиях неопределенности : сб. ст. Международной научно-практической конференции. 19 февраля 2014 г. : / отв. ред. А.А. Сукиасян. Уфа: РИЦ БашГУ, 2014. С. 22-25.
2. Клепач А.Н. Поворот к стратегическому планированию: тернии и перспективы // Вопросы политической экономии. 2016. №1. С. 44-63.
3. Климентьева С.В., Аширов В.К. Кризисные явления в российской экономике / С.В. Климентьева., Аширов В.К. // Стратегические ориентиры развития экономических систем в современных условиях: сб. ст. / под общ. ред. Н.А. Дубровиной. Самара: Издательство «Самарский университет», 2015. Вып. 3. С. 84-94.
4. Климентьева С.В., Ряжева Ю.И. Направления повышения эффективности управления развитием российской экономики // Вестник СамГУ. Экономика и управление. 2015. № 9-1 (131). С. 9–14.