

УДК 65.011

## **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ ИЗМЕНЕНИЯМИ**

© Цыганова Е.С., Климентьева С.В.

e-mail: helenl136@gmail.com

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

В настоящее время стратегическое планирование быстрыми темпами развивается в различных организациях. Если раньше создание стратегического плана распространялось только на крупные компании и предприятия, то сейчас его начинают вводить в среднем и малом бизнесе. Само стратегическое планирование можно назвать фундаментом организации, на котором строится вся система управленческих функций, или основой функциональной структуры системы управления. Стратегическое планирование формируется из миссии и целей организации, которые являются основополагающими в любой организации. Без миссии не может существовать компания, ведь она определяет ее существование. Уже на базе сформированной миссии строятся цели по ее достижению. Когда эти две главные составляющие определены, строятся стратегические планы – то, как будут достигаться цели.

Стратегическое планирование является набором процедур и решений, с помощью которых разрабатывается и составляется стратегия организации, обеспечивающая достижение целей функционирования предприятия. Логика этого определения такова: деятельность аппарата управления и принимаемые на ее основе решения формируют стратегию функционирования предприятия, которая позволяет фирме достичь своих целей.

Важнейшая задача стратегического планирования – обеспечить нововведения и организационные изменения, которые необходимы для правильной жизнедеятельности организации. Как процесс стратегическое планирование включает четыре вида деятельности, к которым относятся: распределение ресурсов, адаптация к внешней среде, внутренняя координация и регулирование, организационные изменения [7].

Успешность стратегического планирования состоит в правильном анализе внешней и внутренней среды. Без определения того, что имеет организация, какими преимуществами и ресурсами обладает, невозможно определить стратегию, которая поможет в продвижении компании.

После того как проанализировано состояние, в котором находится организация, после осуществления выбора подходящей стратегии, нужно обеспечить выполнение этой стратегии. Всех рабочих лиц на каждом уровне управления организации необходимо ввести в курс дела, ознакомить со стратегией и объяснить, как в такой стратегии следует действовать.

После запуска стратегии, когда все уровни организации начали выполнять свои функции, важно понять, в правильном ли направлении движется организация, нет ли необходимости подкорректировать вектор направления стратегии. Если в этом есть необходимость, следует проанализировать, что нуждается в изменении.

Стратегическое планирование как специализированный вид управленческой деятельности требует от менеджеров исполнения ряда условий, предполагая наличие следующих пяти элементов:

- первый элемент – умение смоделировать ситуацию. Нужно уметь предугадывать, что будет дальше, чтобы успеть среагировать на ситуацию;

- второй элемент – способность выявить необходимость изменений в фирме. Интенсивность изменений в компаниях в условиях рынка весьма велика, что объясняется большим динамизмом внешней среды;

- третий элемент – способность разработать стратегию изменений. Поиск рациональной стратегии – интеллектуальный, творческий процесс поиска приемлемого варианта функционирования предприятия. В его основе лежит способность руководства организации и специалистов предвидеть развитие ситуации, из отдельных разрозненных факторов воссоздать возможный исход событий. Разработчики стратегического плана должны уметь писать различные сценарии, владеть инструментарием прогнозирования;

- четвертый элемент – способность использовать в ходе изменений надежные методы. Разработано множество методов изменения и анализа организации. В их числе стратегические модели, основанные на методах исследования операций; матрица Бостонской консультативной группы (БКГ); кривая опыта; модель Мак-Кинси «75»; график прибыльности «Майсигмы» и т.д. Подробно эти и другие модели стратегического планирования рассмотрены в работе Б. Карлофа «Деловая стратегия»;

- пятый элемент – способность воплощать стратегию в жизнь. Для того, чтобы осуществлять стратегию, нужно быть компетентным в вопросе деятельности организации, знать все нюансы и особенности рода деятельности.

На практике любые организационные изменения сопряжены, например, с изменениями организационной структуры либо перестановкой кадров. Это один из наиболее болезненных моментов при внедрении стратегии компании. В связи с этим необходимо при любом значимом изменении в деятельности предприятия разрабатывать или корректировать существующую систему управления. Без стратегического планирования этот процесс может стать хаотичным, слабо продуманным и не привести к ожидаемой эффективности нововведений.

Таким образом, можно заключить, что стратегическое планирование играет огромную роль в жизни организации, и без его тщательной разработки невозможно нормальное функционирование организации.

### Библиографический список

1. Анн Х., Багиев Г. Л., Тарасевич В. М. Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд. [Текст]/ Под общ. ред. Г. Л. Багиева. – СПб.: Питер, 2005.
2. Баринов, В. А. Стратегический менеджмент [Текст]/ В.А. Баринов, В.Л. Харченко. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 288 с.
3. Богач А. Лидерство и руководство. Развитие управленческих компетенций [Текст]/ А. Богач, Г. Новикова. – М.: БХВ-Петербург, 2015. – 224 с.
4. Зикерманн, Гейб Геймификация в бизнесе. Как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов [Текст]/ Г. Зикерманн, Дж. Линдер. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 272 с.
5. Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний [Текст]/ Н.А. Мельникова. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 180 с.
6. Неудачин, В. В. Реализация стратегии компании. Финансовый анализ и моделирование [Текст]/ В.В. Неудачин. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2016. – 168 с.
7. Эванс, Воган. Ключевые стратегические инструменты. 88 инструментов, которые должен знать каждый менеджер: моногр. [Текст]/ Воган Эванс. – М.: Бином. Лаборатория знаний, 2015. – 456 с.