

4. Темников Д. М. Лидерство и самоорганизация в мировой системе: Научное издание. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 173 с.

5. Мычка С.Ю., Шаталов М.А. Аутстаффинг в системе оптимизации бизнес-процессов организации // Территория науки. 2015. – № 2. – С. 121–124.

6. Мычка С.Ю., Шаталов М.А. Современные методы управления персоналом в условиях нестабильности внешней среды // Территория науки. – 2014. – Т. 5. – № 5. – С. 138–141.

7. Ахмедов А.Э., Смольянинова И.В., Шаталов М.А. Корпоративные финансы. // Воронежский экономико-правовой институт. – Воронеж, 2015.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И ЕГО РОЛЬ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

И.С. Матвеев

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: ism6@tpu.ru

Научный руководитель: Гвоздев Н.И., канд. экон. наук

В данной статье описаны особенности стратегического планирования, его важность в условиях современной рыночной системы. Рассмотрены виды планирования их содержание и назначение, изучена структура подходов стратегического планирования. Рассматривалась методология и способы решения проблем планирования. Также были проанализированы принципы стратегического планирования его этапы и оценка. Полученная информация позволяет наиболее четко понимать роль стратегического планирования и его важность.

На сегодняшний день заметно возросла роль стратегического планирования, целью которого является разработка стратегических решений и формирование определенного плана направленного на развитие предприятия в долгосрочной перспективе.

В настоящее время всего несколько компаний в России имеют эффективную систему стратегического планирования. Несмотря на это большинство руководителей, понимают важность стратегического планирования для эффективного ведения бизнеса. Сегодня стратегическое планирование является одной из важнейших составляющих функций менеджмента. Стратегическое планирование заменило долгосрочное планирование и заняло первое место в планирующей деятельности организации. В сравнении долгосрочного планирования со стратегическим, понятие деятельности фирмы стало более объемным, включая внешние факторы: действия конкурентов, потребности покупателей, социальные факторы, вкусы т. д.

Наиболее весомым отличием стратегического планирования от долгосрочного является разработка альтернативных версий развития будущего предприятия [4].

Стратегическое планирование позволяет предприятию наиболее точно оценить свои потенциальные возможности, разработать программы производства, скоординировать деятельность всех подразделений, определить каждой службе свои цели, сформировать комплекс определенных действий на длительный срок.

С точки зрения экономики планирование это механизм, который в системе организации способен воздействовать на цены и рынок. В условиях рынка основным координатором действий ее участников выступают цены. Цена определяет наиболее

целесообразные для покупателей и продавцов способы и объемы производства товаров.

Организация является участником рыночной системы, действует в условиях закона спроса и предложения и подчиняется ценовому механизму, поскольку не может отменить их воздействие. Несмотря на это во внутренней среде каждого хозяйственного субъекта ценовой механизм может быть вытеснен рациональными действиями и эффективными решениями руководителей организаций. Таким образом, изнутри деятельность организации строится на системе запланированных решений.

Эффективная деятельность предприятий predetermined в основном тем, насколько качественно определены и продуманы цели и средства достижения целей. Планирование особенно важно для выбора наиболее оптимальных решений, так как предполагает систематизированную деятельность. Без планирования принятие верных решений в управлении, их эффективность в рыночных условиях не может быть возможным. Именно поэтому планирование является одной из наиболее важных функций менеджмента. Планирование представляет собой комплекс определенных действий, таких как исследование, анализ и т.д. которые осуществляются с целью определения комплекса мероприятий, направленных на достижение поставленных целей организации.

Стратегическое планирование использует не традиционный подход «из прошлого в будущее» этим оно кардинально отличается от других видов планирования. Данный факт и вызывает трудности, понятие планирование «от базы» широко используется и понятно многим, а построение план своих текущих действий, основываясь на представлениях о будущем, более сложный процесс, который знаком не всем.

В зависимости от поставленных задач, сроков их решения и размеров предприятия, план имеет различную структуру. Поэтому планирование подразделяется на три вида:

- Краткосрочное планирование (текущее) - рассчитано на срок менее одного года. Главной задачей краткосрочного планирования является разработка плана реализации продукции и увязывание объема продукции с имеющимися ресурсами.

- Среднесрочное планирование - рассчитано на срок от одного года до пяти лет. Среднесрочный план в сравнении с долгосрочным более точен и подробен, содержит множество количественных показателей. Как правило, объектами среднесрочного планирования являются капитальные вложения, производственные мощности предприятия, потребности в финансовых ресурсах, НИОКР.

- Долгосрочное планирование - рассчитано на срок от 5 до 15 лет представляет собой разработку перспективных целей организации, направленных на наиболее эффективное использование ресурсов на основании долгосрочного прогноза.

Стратегическое планирование осмысленно только тогда, когда оно достигается. Всякая стратегия включает в себя определенные цели. Эти цели должны быть каким-то образом реализованы. Для этого существует ряд определенных методов. По сути, сама стратегия и является методом достижения цели.

Методика стратегического планирования в целом позволяет определить цели развития объекта стратегического планирования, подходы к решению проблем стратегического планирования, систему показателей, обеспечивающую оптимизацию стратегических планов.

Метод стратегического планирования это конкретный способ, благодаря которому решается проблема планирования. На сегодняшний день выделяется шесть методов в стратегическом планировании:

1. Экспертный метод. Данный метод основан на применении косвенной и неполной информации, опыта специалистов и экспертов.
2. Метод анализа социально-экономических факторов, подразумевает всестороннее изучение социально-экономических реалий, внутренних взаимосвязей с целью определения прогрессивных векторов развития.
3. Метод прямых расчетов, данный метод используется для определения рыночных потребностей, вида продукции и вариации ее производства.
4. Балансовый метод, используется для обеспечения координации связанных между собой показателей.
5. Экономико-математические методы и модели, позволяют составить оптимальную программу производства продукции при имеющихся материальных ресурсах и ресурсах труда.
6. Метод системного анализа, данный метод заключается в разложении явлений на фрагменты и выявлении на этой основе важнейших проблем развития организации.

Подходы стратегического планирования реализовываются благодаря ряду специализированных показателей. Стратегически программы и планов разрабатываются благодаря системе показателей. Данная система должна иметь ряд свойств она должна быть адаптивной, гибкой и способной отражать все изменения в состоянии объекта планирования.

В связи с тем, что стратегическое планирование является основным компонентом системы управления организацией, к нему относятся следующие принципы управления:

- Принцип единства и самостоятельности. Данный принцип связан с предоставлением максимальной свободы в хозяйственной деятельности организации, в том числе и в планировании. Однако данная самостоятельность не должна выходить за рамки общей стратегии фирмы.

- Принцип единства и комплексности сценария, планов и программ. Принцип нацелен на координацию и структурирование воедино планов подразделений организации, разработанных на основе общей стратегии предприятия.

- Принцип контроля выполнения планов и программ подразумевает проверку степени достижения поставленных целей и исполняется для идентификации допущенных в процессе стратегического планирования ошибок и для учета возможностей, которые не были учтены ранее или которые возникли вновь [4].

На сегодняшний день в процессе стратегического планирования выделяются следующие этапы:

1. Миссия организации это общая основная цель организации, которая четко выражает причину ее существования.

Миссия организации обычно формулируется на основании вопросов:

- Какого типа рабочий климат внутри фирмы, культура организации?
- Какой предпринимательской деятельностью занимается фирма?
- Какова внешняя среда фирмы, определяющая ее рабочие принципы?

Миссия способствует созданию клиентов и удовлетворению их потребностей.

Миссию нужно искать в окружающей среде. Часто миссия отвечает на два ос-

новных вопроса: кто наши клиенты, какие потребности наших клиентов мы можем удовлетворить?

2. Цели – вырабатываются на основе миссии и служат в качестве критериев для последующего процесса принятия управленческих решений [5].

Характеристики целей:

- должны быть конкретными и измеримыми;
 - ориентированы во времени (сроки выполнения);
 - должны быть достижимыми [3].
3. Анализ внешней среды. Необходимо оценить воздействующие изменения на организацию, возможности, угрозы и конкуренцию. Здесь действуют экономические, рыночные, политические и другие факторы.
 4. Управленческое изучение внутренних сильных и слабых сторон организации. Полезно сконцентрировать внимание на пяти функциях для обследования: финансы, маркетинг, операции (производство), человеческие ресурсы, культура и образ корпорации.
 5. Изучение стратегических альтернатив. Следует подчеркнуть, что схема стратегического планирования компании является замкнутой. Миссия и процедуры других этапов следует постоянно изменять в соответствии с меняющейся внешней и внутренней средой.

Также существует три основных стратегии организации.

1. Стратегия ограниченного роста. Данная стратегия используется в зрелых отраслях, когда настоящее состояние компании удовлетворяет руководство, риск находится на низком уровне.
2. Стратегия роста. Представляет собой в ежегодное, значительное повышение показателей предшествующего периода. Осуществляется при помощи внедрения новейших технологий, расширение ассортимента товаров, захвата новых смежных рынков и отраслей, соединение корпораций.
3. Стратегия сокращения. Согласно данной стратегии уровень устанавливается значительно ниже достигнутого в прошлых периодах. Продукция реализуется посредством ликвидации (распродажа запасов и активов), отсечение лишнего (ликвидация подразделений), сокращение и переориентация (сворачивание части деятельности).

Нередко основные стратегии организации сочетаются, допускается реализация двух стратегий или же сочетание всех вышеперечисленных стратегий

Грамотное стратегическое планирование предприятия, как правило, способствует повышению эффективности его деятельности, позволяет предприятию быть более устойчивым и гибким, несмотря на современную экономическую ситуацию [1].

Любая стратегия должна быть оценена. Формальная оценка выполняется на основе отклонений от заданных критериев оценки. Количественные (прибыль, повышение объема продаж, прибыль на каждую акцию) и качественные оценки (уровень квалификации персонала).

Постоянная оценка стратегического плана имеет большое значение для долгосрочной эффективности плана. Оценка стратегии осуществляется путем сравнения целей с результатами работы. Для корректировки стратегии в качестве механизма обратной связи используется процесс оценки. Чтобы быть эффективной, оценка должна осуществляться непрерывно и системно. Процесс оценки,

разработанный надлежащим способом должен охватывать все уровни - сверху вниз [2].

В процессе оценки стратегического планирования необходимо ответить на пять следующих вопросов:

1. Совместима ли стратегия внутренне с возможностями организации?
2. Предусматривает ли стратегия допустимый уровень риска?
3. Учтены ли стратегией возможности и внешние опасности?
4. Имеются ли у организации достаточные ресурсы для реализации стратегии?
5. Является ли данная стратегия лучшим способом использования ресурсов организации?[2]

Грамотное стратегическое планирование предприятия, как правило, способствует повышению эффективности его деятельности, позволяет предприятию быть более устойчивым и гибким, несмотря на современную экономическую ситуацию.

Список использованной литературы.

1. Виханский О. С., Наумов А.И. Менеджмент.– М.: Экономистъ, 2012.–670 с.
2. Ландау О.Д. Стратегический план маркетинга [Электронный ресурс] // 2015. URL: <http://www.marketing.spb.ru/read/article/a55.htm> (дата обращения: 16.10.2015).
3. Мескон М.Х., М.А. Альберт и Ф. Хедоури. Основы менеджмента.– М.: Дело, 2012. – 702 с.
4. Титов В.И. Экономика предприятия. – М.: Эскимо, 2008. – 416 с.
5. Чуб Б.А. Стратегический менеджмент организации. – М.: Наука, 2006. – 232 с.

ВЫСВОБОЖДЕНИЕ ПЕРСОНАЛА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АУТПЛЕЙСМЕНТА

Т.Р. Михайлова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: mihailova.t.r@yandex.ru

Научный руководитель: Криницына З.В., канд. тех. наук

В настоящей статье рассматривается аутплейсмент как программа, направленная на устранение негативных последствий высвобождения персонала, увольнения, результатом которой является гарантированное трудоустройство. Также показаны особенности его применения за рубежом и в России, отмечены его положительные стороны.

Настоящие социально-экономические условия обозначили важность такой сферы управления как управление человеческими ресурсами. Работодатели понимают необходимость нового подхода в организации работы с персоналом, ищут новые, альтернативные инструменты и технологии.

Особенно актуальным этот вопрос является в условиях кризиса. Компании вынуждены применять антикризисные меры, такие как слияния, поглощения, ликвидации филиалов, внутренние реструктуризации, радикальные перестройки производства и другие. За такими преобразованиями, как правило, следуют процедуры высвобождения персонала, сокращения штатов, увольнения, что приводит к ухудше-