

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Куксенков И.В.

**Научный руководитель – Миренков А.А., к.э.н., доцент
Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь**

Стратегическое планирование предприятия - это процесс позволяющий назначить цели, которые нужно достичь предприятию, благодаря специфической стратегии для определения путей движения и поиском нужных ресурсов, которые помогут достичь определенных достижений на предприятии.

Выбор стратегии предприятия подразумевает формирование альтернативных путей развития предприятия, оценку и выбор лучшей стратегии продвижения в дальнейшей работе. Так же учитывается то, насколько предприятия конкурентоспособно и какие у него будут перспективы.

Цели стратегического планирования:

1. Утверждение организационной структуры организации, в которой будут обсуждаться и решаться цели и задачи на будущий период существования предприятия.
2. Выделить главные этапы стратегического планирования.
3. Идентифицировать выгодные и не выгодные бизнесу внешние факторы.
4. Подготовить наброску плана для сильных и слабых сторон предприятия.
5. Отслеживать тенденции, которые необходимы для предприятия.
6. Подготовить персонал для грамотного и точного мышления в критических моментах.
7. Планирование краткосрочных решений в целом.

Совершенствование перспективного планирования не может быть идеальным, поэтому обязательно разрабатывать общие принципы для продвижения, необходимо определить наличие ресурсов и этапов решения поставленных задач.

Выбор целей организации является самым главным решением при стратегическом планировании. Подготовка и определение целей служат ориентирами для всех последующих этапов планирования и одновременно накладывают определенные ограничения на направления деятельности организации при анализе альтернатив развития.

Из-за неопределенности расчетов и недостаточности ресурсов стратегический подход, может превратится в пустую затею. Все внимание должно быть направлено на контроль окупаемости расходов.

Нужно выделить контрольные этапы на которых будет проверяться окупаемости расходов в течении жизненного цикла нового товара. Потому что, если окупаемости товаров находится на нужном нам уровне, реализацию стоит продолжать, но если наши ожидания не подтвердились, стоит рассмотреть другие варианты.

На данный момент любое предприятия, которое пытается достичь высот в любой сфере деятельности и имеет грамотный и подготовленный персонал, обязано руководствоваться стратегическим планированием. Ну не стоит забывать, что данный вид планирование имеет ряд недостатков с которыми придется столкнуться в процессе развития, так как определение проблем и выявление проблем не всегда проверенным и правильным, так как в наше время нет ничего, что будет развиваться поэтапно и стабильно.