

Основными задачами тактического планирования являются:

- формирование оптимальной или обеспечивающей достижение требуемого уровня финансового результата продуктовой программы;
- разработка комплекса соответствующих функциональных и проектных мероприятий.

При тактическом планировании разрабатывается система показателей: выручка и издержки продукции, рассчитанные на базе текущих цен (с учетом ценовой динамики и инфляции).

Список использованных источников

1. Корсак М.М., Сурдо А.П. Организация планирования на предприятии // Актуальные проблемы и перспективы развития сельских территорий и кадрового обеспечения АПК: Материалы 2-й международной научно-практической конференции (9–10 июня 2022 г.) – г. Минск: Институт повышения квалификации и переподготовки кадров АПК БГАТУ, 2022.

УДК 658.5:005.21

Виктория Касперович, Оксана Петракова

(Республика Беларусь)

Научный руководитель М. М. Корсак, к.э.н., доцент

Белорусский государственный аграрный технический университет

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Основой успешной и прибыльной работы каждого предприятия является разработка общей комплексной стратегии развития, предусматривающей оптимизацию организационных структур, управленческих схем, четкость поставленных предприятием целей, соответствующих требованиям экономической ситуации.

Стратегический план развития предприятия представляет собой документ, определяющий стратегию развития действующего предприятия на два или более года с учетом достигнутых результатов на момент разработки плана и содержащий обоснованный прогноз его деятельности в соответствующем периоде, включая оценку ожидаемых результатов и планируемые значения основных показателей деятельности предприятия, а также мероприятия, инструменты, ресурсы и условия их достижения.

Стратегический план предприятия – это интегрированная совокупность решений, направляющих и формирующих действия предприятия, поддающихся корректировкам после принятия, оказывающих решающее влияние на достижение предприятием стратегических целей.

Стратегическое планирование представляет собой непрерывный процесс определения целей и составления стратегического плана развития предприятия, контроля их выполнения, корректировки и актуализации с учетом изменяющихся условий на основе анализа стратегических позиций, исследования внутренних и внешних факторов и действий, которые могут привести к достижению и развитию конкурентных преимуществ, и обеспечить устойчивое функционирование и развитие предприятия.

Процесс формулирования стратегии, определения ее типа, реализации и контроля эффективности является весьма сложным и начинается с анализа окружающей среды, внутренних возможностей и всех факторов, влияющих на деятельность предприятия.

Факторы, влияющие на формирование стратегии предприятия, представляют собой среду его функционирования и могут быть классифицированы на две группы: факторы внутренней среды предприятия (микроокружение); факторы внешней среды предприятия (макроокружение).

Исходя из влияния факторов внутренней и внешней среды можно выделить следующие виды стратегий:

- по направленности выделяют стратегию, направленную на внешнюю среду (на определенные объекты и процессы микро- или макроокружения предприятия), и стратегию, направленную на внутреннюю среду (на определенные элементы, связи или структуру предприятия);

- по степени активности выделяют активную (наступательную) и пассивную (защитную, оборонительную) стратегии.

Каждая из этих стратегий основывается на адаптации к микро- и макроокружению. Первый вид стратегии направлен в большей степени на адаптацию к изменениям внешней и внутренней среды, к формированию новаторских взаимоотношений. Второй вид стратегии концентрируется в большей степени на адаптации к поведению основных конкурентов. Классический способ выбора направления реализации стратегии основывается на SWOT-анализе (анализе возможностей, угроз, сильных и слабых сторон).

Процесс разработки стратегии предприятия можно разделить на несколько этапов: определение миссии или основополагающего приоритета бизнеса предприятия, обеспечивающего ему конкурентные преимущества; выбор стратегических целей, призванных обеспечить реализацию миссии и удовлетворяющих комплексу требований: реалистичность; конкретность; измеримость; установление четкого графика реализации; системность и совместимость; выбор стратегии рыночного поведения или модели, согласно которой строятся отношения с контрагентами, действующими на рынке (клиенты, конкуренты, регуляторы и т.д.); оценка возможностей, угроз и внесение корректировок в стратегию организации; разработка стратегического плана с расчетом планируемых финансовых результатов деятельности предприятия (рассчитываются финансовые показатели, которые организация должна обеспечить при успешной реализации стратегического плана).

Отличительными особенностями стратегии предприятия являются: процесс выработки стратегии не завершается каким-либо немедленным действием; устанавливаются общие направления, продвижение по которым обеспечит рост и укрепление позиций предприятия; роль стратегии состоит в том, чтобы помочь сосредоточить внимание на приоритетных направлениях; в ходе формулирования стратегии нельзя предвидеть все возможности (которые откроются при составлении плана конкретных мероприятий) и поэтому приходится пользоваться обобщенной, неполной информацией о различных альтернативах.

Стратегия любого предприятия состоит из двух частей: постоянная (основные положения и миссия) и динамически обновляемая составляющая стратегии предприятия, которая представляет собой совокупность взаимозависимых стратегий второго порядка чувствительных к изменению окружающей среды.

Реализация разработанной и принятой стратегии развития способна обеспечить предприятию преимущества на рынке за счет создания принципиально новой концепции управления, направленной на совершенствование методов управления деятельностью предприятия и технологий работы с клиентами, учитывающей текущее состояние экономической конъюнктуры и современные тенденции рынка.

Список использованных источников

1. Корсак, М.М., Сурдо, А.П. Методология разработки стратегии предприятия // Проблемы прогнозирования и государственного регулиро-

вания социально-экономического развития: Материалы 22-й Междунар. науч. конф., (Минск, октябрь 2021г.). В 3т. Т.2 – Минск: ГНУ «НИЭИ Минэкономки Республики. Беларусь», 2021 – С. 29–31.

УДК 637.5.06

Владислав Клопов
(Республика Беларусь)

Научный руководитель М. М. Корсак, к.э.н., доцент
Белорусский государственный аграрный технический университет

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПЛАНИРОВАНИЯ

Одним из первостепенных и наиболее значимых этапов достижения целей деятельности предприятия является планирование. Планирование на предприятии – процесс разработки и установления на предприятии системы количественных и качественных показателей его развития, определяющей темпы, пропорции, тенденции развития предприятия, построение идеальной модели хода производственного процесса, направленного на достижение главной цели предприятия.

Сущность планирования заключается в научном обосновании целей, моделировании вариантов их достижения на заданный период при наиболее рациональном распределении ресурсов. Конечным результатом планирования является разработанный и утвержденный план.

Планирование служит основой для принятия управленческих решений и предусматривает выработку целей и задач управления производством, а также определение путей реализации планов для достижения поставленных целей.

Процесс планирования включает следующие этапы: постановка конечной цели; определение промежуточных целей и сроки их достижения; разработка стратегий достижения поставленных целей; контроль за достижением целей путем сопоставления фактических показателей с плановыми и корректировка плана.

План – это разработанный на определенный период процесс реализации мероприятия (вида деятельности, технологии, развития предприятия), включающий его цели, содержание и показатели.