



## AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 4 Issue 10 | pp. 467-470 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

### СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Курбонова Маъмура

Студентка магистратуры ТГЭУ

E-mail: [kurbonovamamura7@gmail.com](mailto:kurbonovamamura7@gmail.com)



**Аннотация.** Стратегическое планирование любого предприятия тесно связано с осуществлением общей экономической политики или государственной стратегии развития всей рыночной системы. В статье отражаются особенности выбора стратегий развития предприятий, предполагаются основные принципы стратегического управления, реализация которых позволит избежать ошибок руководителей при принятии управленческих решений, повысить эффективность работы предприятия.

**Ключевые слова:** бизнес, стратегия, тактика, метод, доход.

**Annotation.** Strategic planning of any enterprise is closely connected with realization of the general economic policy or state strategy of development of the whole market system. The article reflects the peculiarities of the choice of strategies for the development of enterprises, suggests the basic principles of strategic management, the realization of which will allow to avoid mistakes of managers in making management decisions, to increase the efficiency of the enterprise.

**Keywords:** business, strategy, tactics, method, income.

#### ВВЕДЕНИЕ

Экономическое развитие и долгосрочная эффективная работа предприятия в значительной мере определяются выбором стратегических ориентиров, позволяющих максимально реализовать потенциал используемых в производстве ресурсов. Стратегии — это основополагающие укрупненные направления деятельности, с помощью которых определяют[3]:

- целевые перспективные потребительские сегменты, которые предполагается освоить;
- характер коммуникаций и каналов распределения, необходимых для выхода на новые перспективные рынки;
- преимущества, отличающие планируемые меры от мероприятий конкурентов;
- варианты инновационного и инвестиционного развития;
- изменение структуры и систем управления, варианты реорганизации (поглощение,
- присоединение, выделение, разделение, смена организационно-правовой

формы).

### **ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР**

Артур А. Томпсон и А. Дж. Стрикленд в учебнике «Стратегический менеджмент», стратегию описывает как — не что-то статичное, а скорее видение предстоящих задач, которое постоянно меняется.

Шевчук Д. А. определяет, что стратегия фирмы — это совокупность ее главных целей и основных способов достижения данных целей. Разрабатывать стратегию действия фирмы — значит, определять общие направления ее деятельности.

Почепский О. в статье о стратегии развития компании предлагает составить план работы всех подразделений на ближайший год или несколько лет. Во время разработки закладываются ожидаемые результаты и расчеты. А формирование этой подробной бумаги играет важную роль, которая помогает адаптироваться в условиях быстро меняющейся бизнес-среды [7].

### **Методология**

В исследовании использовались методы сравнительного анализа, синтеза, индукции и дедукции.

### **РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ**

Стратегические решения отличны от оперативных и тактических действий. Они должны быть инновационными, многопрофильными, учитывать долгосрочный период и вероятностный характер реализации, затрагивая различные стороны деятельности для обеспечения реальных конкурентных преимуществ предприятия в целом [1].

Планирование стратегии предусматривает систему мер по реализации долгосрочных целей и позволяет предприятию:

- определить основные направления хозяйствования и установить конкретные меры развития предприятия;
- детально рассмотреть возможные изменения результатов различных направлений деятельности и состава потребителей, колебания ассортимента, цен, затрат на производство и реализацию продукции;
- установить наиболее выгодных потребителей и партнеров для организации долговременного сотрудничества;
- выявить направления роста конкурентоспособности деятельности, противодействия конкурентам и концентрации средств и ресурсов;
- оценить риск принимаемых решений, прогнозировать и нейтрализовать возможные потери;
- наметить направления совершенствования технического развития, организации и управления производством и продажами.

Стратегическое планирование ориентировано на будущее, на предполагаемые изменения в конъюнктуре рынка и внутренних возможностей предприятия. В то же время велика вероятность событий, реализация которых зависит от не контролируемых предприятием факторов. Поэтому особое значение имеют гибкость принимаемых решений, их адаптивность к прогнозируемым условиям производства и продаж [1].

Развитие рыночных отношений делает необходимым изменение сложившихся стереотипов хозяйствования, характера управления. В первую очередь это относится к деятельности, определяющей перспективы развития предприятий [2].

Можно выделить три уровня проблем, стоящих перед руководителями организаций.

На первом уровне руководители объясняют существование проблем, опираясь на неблагоприятные условия внешней среды (высокие налоги, темпы инфляции, экономическую и политическую нестабильность и т.п.), либо на недостатки внутренней среды предприятий (нехватку финансовых средств, технологическую отсталость, плохую организацию производства и управления и т.п.).

На втором уровне руководители объясняют существование проблем в основном из-за отсутствия перспективного видения, обусловленного плохим знанием рынка, факторов, определяющих конкурентные преимущества предприятия, недостаточным уровнем квалификации и т.п.

Третий уровень понимания сути проблем включает тех руководителей, которые видят их истоки в недостаточном знании и умении мотивировать работников, разрабатывать стратегии развития предприятия, выбирать эффективные способы повышения инновационного потенциала, использовать результаты маркетинговых исследований, находить эффективные способы борьбы с бюрократизацией организации.

Для того чтобы, чтобы управление было действительно стратегическим, необходима реализация основных принципов стратегического управления [4]:

1. Принцип научно-аналитического предвидения и разработки стратегии. Для разработки стратегического решения недостаточно одних лишь пожеланий и субъективного предвидения.

2. Принцип учета и согласования внешних и внутренних факторов развития организации. Развитие организации определяется как внешними, так и внутренними факторами. Стратегические решения, принятые на основании учета влияния только внешних или только внутренних факторов, будут неизбежно страдать недостаточной системностью, что, в свою очередь, приведет к ошибочным решениям.

3. Принцип соответствия стратегии и тактики управления организацией. Обсуждение соотношения стратегии и тактики организации, их роли в обеспечении ее успешной деятельности приводит к однозначному выводу: необходимы и выверенная стратегия, и эффективная тактика.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Таким образом, для выбора стратегии необходимым является изучение деятельности предприятия с целью объективной оценки результатов и выявления возможностей дальнейшего его повышения эффективности.

### **ЛИТЕРАТУРЫ:**

1. Артур А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд Стратегический менеджмент. Litres, 24 мая 2022 г.
2. Шевчук Д. А. Стратегическое планирование: учебник. Курс лекций. М-2022. 170 стр.
3. Бородушко И. В. Стратегическое планирование и контроллинг / И.В. Бородушко. -СПб.: Питер, 2013. – С. 108.
4. Виханский О.С. Наумов А.И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. – 2-е изд./ О.С. Виханский. – М.: Гардарики, 2015. – С. 83-84.
5. Дубровин И.А. Бизнес-планирование на предприятии / И.А. Дубровин. – М.: Дашкови К, 2013. – С. 203-205.
6. Жабина С.Г. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании / С.Г. Жабина. - М.: Академия, 2015. - 336 с.
7. <https://www.cleverence.ru/articles/biznes/strategiya-razvitiya-kompanii-chto-eto-takoe-kak-razrabotat-obrazcy-i-primery>

Copyright © 2024 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution- 4.0 International License (CC - BY 4.0)

