

Элементы стратегического планирования

Выполнила:
Студентка гр.26.403.50
Немкина Виктория

Стратегическое планирование

– это одна из функций управления, которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения.



Элементы стратегического планирования



Определение миссии и целей организации

Миссия – это концептуальное намерение двигаться в определенном направлении.

Целью определения миссии предприятия является установление смысла существования предприятия, его предназначения, роли и места в рыночной экономике.



Миссия состоит из следующих элементов:

- определение области конкуренции;
- стратегические намерения;
- компетентность персонала и конкурентные преимущества;
- основные заинтересованные группы, которые либо зависят от предприятия, либо сами влияют на его деятельность;
- рост и прибыльность;
- социальная ответственность.



Цели организации

Цель – это конкретизация миссии в организации в форме, доступной для управления процессом их реализации. Основные характеристики **цели стратегического планирования** заключается в следующем:

- четкая ориентация на определенный интервал времени;
- конкретность и измеримость;
- непротиворечивость и согласованность с другими миссиями и ресурсами;
- адресность и контролируемость.



Оценка и анализ внешней среды

Внешняя среда оценивается по 3 параметрам:

- Изменения, которые воздействуют на разные аспекты текущей стратегии.
- Факторы, представляющие угрозу для текущей стратегии фирмы.
- Факторы, представляющие большие возможности для достижения общефирменных целей путем корректировки плана.



Внешняя среда рассматривается как совокупность двух подсистем:



- **Анализ макроокружения** (включает в себя изучение влияния таких компонентов среды, как состояние экономики, политические процессы, природная среда и ресурсы, социальная и культурная составляющие общества, научно-техническое и технологическое развитие общества);
- **Непосредственное окружение** (анализируется по следующим основным компонентам: покупатели, поставщики, конкуренты, рынок рабочей силы).

Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз предприятия

- Сильные стороны предприятия — то, в чем оно преуспело или какая-то особенность, предоставляющая дополнительные возможности.
- Возможности — это положительные тенденции и явления во внешней среде, использование которых приводит к увеличению прибыли.
- Слабые стороны предприятия — это отсутствие чего-то важного для функционирования предприятия.
- Угрозы — это отрицательные тенденции, которые при отсутствии реакции на них могут привести к кризисной ситуации.



Оценка профиля среды предприятия

Метод составления профиля среды состоит в следующем:

- - важности для отрасли по шкале: 3- большая, 2- умеренная, 1 – слабая;
- - влияния на организацию по шкале: 3- сильное, 2- умеренное, 1- слабое, 0- отсутствие влияния;
- - направленности влияния по шкале: +1 позитивная, (-1) – негативная.

Далее все три оценки перемножаются, и получается интегральная оценка, показывающая степень важности фактора для организации.

Анализ стратегических альтернатив

Выбор стратегии – центральный момент стратегического планирования.

В распоряжении предприятия имеются четыре базовых стратегических альтернативы:

- Ограниченный рост;
- Рост;
- Сокращение;
- Сочетание.



Выбор стратегии

- Стратегия – это долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде, приводящее организацию к ее целям.

Стратегия выбирается с учетом:

- конкурентной позиции фирмы в данной стратегической зоне хозяйствования;
- перспектив развития самой стратегической зоны хозяйствования;
- в некоторых случаях с учетом технологии, которой располагает фирма.



Реализация стратегии

- **Реализация стратегии** является критическим процессом, так как именно он в случае успешного осуществления приводит предприятие к достижению поставленных целей.

Основные составляющие успешного выполнения стратегии:

- - цели стратегии и планы доводятся до работников с тем, чтобы достичь с их стороны понимания того, к чему стремится организация, и вовлечь в процесс реализации стратегии;
- - руководство своевременно обеспечивает поступление всех необходимых для реализации стратегии ресурсов, формирует план осуществления стратегии в виде целевых установок.



Оценка стратегии

- Оценка выбранной (реализуемой) стратегии заключается в ответе на вопрос: приведет ли выбранная стратегия к достижению фирмой своих целей?

Если стратегия соответствует целям фирмы, то дальнейшая ее оценка проводится по следующим направлениям:

- - соответствие выбранной стратегии состоянию и требованиям окружения;
- - соответствие выбранной стратегии потенциалу и возможностям фирмы.





Элементы стратегического планирования на примере ПАО «Сбербанк России»

- Миссия Сбербанка: «Мы даём людям уверенность и надёжность, мы делаем их жизнь лучше, помогая реализовывать устремления и мечты».

Ценности Сбербанка можно разделить на три направления (ориентира). «Я - лидер», «Мы - команда», «Всё - для клиента».

Цель деятельности Сбербанка:

- привлечение денежных средств от физических лиц и размещение их на условиях возвратности, платности, срочности, т.е. осуществляет кредитные операции;
- осуществление валютных операций с ценными бумагами;
- обеспечение сохранности денежных средств, вверенных банку.



Анализ внешней среды Сбербанка

В среду макроокружения Сбербанка входят факторы воздействия:

- Технология .
- Состояние экономики.
- Политические факторы также влияют на деятельность банка.
- Международное окружение.

Непосредственное окружение Сбербанка осуществляется факторами:

- Капитал.
- Трудовые ресурсы.
- Потребители.
- Конкуренты.

Анализ сильных и слабых сторон Сбербанка

<p>Сильные стороны.</p> <ul style="list-style-type: none"> - репутация банка; -значительная клиентская база; - огромный масштаб операций; -широкий спектр финансовых продуктов и услуг; - коллектив и управленческие технологии 	<p>Слабые стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> -Невозможность принятия оперативных решений в филиалах; -необходимость повышения эффективности использования – клиентской базы и знаний о клиентах; -недостаточная надежность и масштабируемость процессов и систем; -недостаточная зрелость управленческих систем и процессов.
<p>Возможности</p> <ul style="list-style-type: none"> - расширение международных сетей; -доверие и хорошее отношение клиентов; - расширение рынка кредитования малообеспеченным слоям населения; -расширение спектра услуг и формирование новых сегментов рынка; - эффективная работа сотрудников банка. 	<p>Угрозы</p> <ul style="list-style-type: none"> -экономический кризис в России; - изменение предпочтений и потребностей клиентов; -сокращение рентабельности предприятий; - усиление конкуренции на российском финансовой рынке.



СБЕРБАНК

Оценка профиля среды ПАО «Сбербанк».

Фактор среды	Важность для отрасли	Важность для банка	Направленность влияния (+ или -)	Степень важности
Технология	3	3	+1	9
Состояние экономики	3	3	+1	9
Международное окружение	3	2	+1	6
Политические факторы	2	2	+1	4
Капитал	2	3	+1	6
Трудовые ресурсы	1	3	+1	3
Потребители	2	3	+1	6
Конкуренты	2	3	+1	6



Выбор стратегии Сбербанка

- В 2014 году «Сбербанк России» разработал стратегию развития на 2014-2018 гг. Стратегия «Сбербанка» направлена на дальнейшее укрепление его позиций в качестве одного из ведущих и стабильных финансовых институтов мира.

Приоритеты стратегии развития розничного, малого бизнеса на следующие 5 лет:

- -обеспечение надежности и качества процессов;
- -формирование позитивного клиентского опыта и построение максимально глубоких отношений с клиентами;
- -внимание к сотрудникам, в том числе изменение корпоративной культуры, а также принципов отбора, адаптации и обучения персонала;
- - повышение эффективности работы розничного направления Сбербанка.



Реализация и оценка стратегии банка

- Стратегия Сбербанка до 2018 года будет направлена на развитие его огромного потенциала и реализацию уникальных возможностей, которые предоставляют российский рынок и международная финансовая система.
- Важной задачей в рамках стратегии банка является развитие новых продуктовых направлений розничного бизнеса, малого бизнеса и партнерств.
- В сочетании с усилиями по повышению эффективности работы банка это приведет к значительному повышению показателей финансовой результативности розничного и малого бизнеса Сбербанка.



**Спасибо за
Внимание!**