

## **СУЩНОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА РЫНКЕ СВЯЗИ (ПРИБОРОСТРОЕНИЯ)**

**Драчева Анастасия Максимовна**

студент, кафедра менеджмента и предпринимательского права, Дальневосточный институт управления, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации, РФ, г. Хабаровск

**Сидорова Наталья Петровна**

доцент, Российская академия государственной службы при Президенте РФ, РФ, г. Хабаровск

Актуальным в современных экономических условиях для бизнес-компаний становится тот факт, что без профессионального планирования невозможна дальнейшая конкуренция на рынке. Система рыночных отношений, где государство не имеет прав собственности, в следствие чего устранено от прямого управления предприятиями, приводит к формулировке хозяйствующих субъектов как самостоятельных единиц, способных управлять, анализировать и принимать решения. Каждый такой субъект формирует свою модель ведения бизнеса, основанную на планировании, как одной из функций управления, предвидения рисков и затрат, прогнозирования результатов деятельности. Именно планирование способствует конкурентоспособному функционированию бизнеса на рынке.

Целью планирования на предприятии должна стать разработка и построение системы планов, направленных на удовлетворение потребительского спроса и получение стабильной прибыли на протяжении длительного периода времени. Планирование, как стратегическая часть процесса управления, предполагает прохождение 5 управленческих процессов: анализ среды, обозначение целей, выбор стратегии, выполнение стратегии, оценка, контроль и анализ результатов от применения стратегии.

Исходя из цели планирования основными компонентами построения планов будут являться тактика, политика процедуры и правила.

Помимо долгосрочных и краткосрочных целей и путей их достижения руководящий состав должен формулировать краткосрочные планы, соприкасающиеся с долгосрочными. Такие краткосрочные стратегии называют тактикой или тактическими планами.

После того, как руководство составило долгосрочные и тактические планы, следует разработать дополнительные ориентиры, с целью избегания неправильного толкования планов. С помощью такого рода планов происходит выработка политики.

Политикой является общее руководство для дальнейших действий и принятия решений, которое облегчает достижение целей. Политика разрабатывается высшим руководством на длительный период времени.

В некоторых случаях руководству недостаточно одной политики, и оно формирует процедуру, где учитывается опыт прошлых лет с целью не совершить подобных ошибок, но при этом необходимо помнить, что нужно заново проводить анализ.

Таким образом, повторяющаяся ситуация дает возможность применять уже проверенный временем способ действий. Полученные в ходе повторного анализа указания называются процедурами, которые необходимо учитывать, предпринимать в определенной ситуации.

В случае если руководство стремится в какой-либо мере ограничить действия сотрудников, для того чтобы выполнить определенные действия конкретным способом, формируются правила. Благодаря правилам определяется количество и качество сделанной работы.

Отличие правил от процедур в том, что правила рассчитаны на конкретные ограниченные вопросы, процедуры на ситуации, в которых необходима последовательность действий.

Для того чтобы реализовать стратегический план необходимо сформировать комплекс программ, в которых будет детально описана стратегия, а также возможности контроля за ее выполнением.

Стратегический план формируется на несколько лет, содержит в себе цели и задачи, а также действия к их реализации, перечень процедур и правил. Стратегический план направлен на прогнозирование потребностей рынка и поиск путей увеличения прибыльности предприятия.

Для того чтобы реализация стратегии была эффективной, она должна быть разделена на конкретные задачи, представляющие собой стратегические мероприятия, за каждое из которых должен отвечать определенный человек из организации, входящий в состав группы по реализации стратегии.

Принято выделять два направления в решении проблем повышения эффективности управления производством:

- экстенсивный (увеличение ресурсов, которые предприятие выделяет на управление; рост числа управленческих работников);
- интенсивный (качественные преобразования всех элементов системы управления на базе лучшего использования имеющихся ресурсов и достижений научно-технического прогресса).

Сейчас рассмотрим стратегическое планирование на примере рынка связи в России.

Рынок связи в России можно разделить на несколько секторов по областям их применения:

1. Промышленность
2. Санитарный и экологический контроль воздуха санитарных зон
3. Бытовое назначение
4. Медицина
5. Автомобильные технологии
6. Сельское хозяйство
7. Научные исследования и лабораторные применения
8. Досмотр и обнаружение запрещенных веществ (наркотики и взрывчатка).

Отметим, что большинство компаний в настоящее время работают узконаправленно, нацеливаясь на потребности своих покупателей, которые появились у нее за время существования и предпочитают сотрудничать исключительно с ними из-за долговременного и выработанного к компаниям покупателей доверия. Но, есть такие компании, которые специализируются исключительно на выпуске частей к оборудованию.

В России существует несколько конкурентоспособных компаний:

ООО "СЭТЭЛ" – сегодня это предприятие, обладающее всеми необходимыми ресурсами, техническими возможностями и персоналом для осуществления полного цикла разработки и изготовления средств измерения.

ООО "СВИ" – основным видом деятельности является производство частей приборов и инструментов для навигации, управления, измерения, контроля, испытаний и прочих целей. Связи с другими компаниями отсутствуют.

ООО "КБ "СТРОЙКОМПЛЕКСПРОЕКТ" – компания, которая занимается изготовлением измерительных приборов.

Так же, проанализировав рынок связи в России, отметили, что существуют предприятия, которые оказывают услуги: консультационные, экспертные и измерительные.

Проведенный анализ показал, что на сегодняшний день, сфера связи в России испытывает трудности, в числе которых: отсутствие инвестирования, недостаточность контроля, неразвитость актуальной нормативно-правовой базы.

Сущность стратегического планирования заключена в исследовании эффективности управленческой деятельности в сфере связи, которая должна быть нацелена на результативность деятельности конкретной управляющей системы, которая отражается в различных показателях объекта управления и собственно управленческой деятельности (субъекта управления), причем эти показатели должны иметь как количественные, так и качественные характеристики.

Исходя из этого, эффективной можно считать такую систему управления и планирования, при которой создаются благоприятные условия для достижения производственным коллективом поставленных целей в оптимальные сроки при наивысших количественных и качественных показателях и необходимых затратах ресурсов [3].

Система исследования стратегического планирования включает в себя изучение таких направлений:

1. позиции конкурентов,
2. рынка датчиков,
3. необходимых и выгодных позиций,
4. количества необходимых видов (спрос),
5. наиболее выгодных поставщиков,
6. условий закупа продукции,
7. возможности реализации на собственном рынке.

Долгосрочными должны стать цели:

1. Анализ себестоимость продукции,
2. Анализ прибыли и выручки,
3. Поиск оптимизации затрат,
4. Поиск возможности увеличить прибыль.
5. Реализация наиболее оптимального варианта.

Также, следует уделять внимание рекламной деятельности.

1. Анализ рекламной деятельности, которая осуществляется на предприятии,
2. Анализ рекламной деятельности конкурентов,
3. Поиск оптимального вида рекламной деятельности,
4. Внедрение новой должности (рекламный агент),
5. Составление рекламной политики,
6. Реализация рекламной политики.

Отметим, что рекламная деятельность в любом случае будет приносить прибыльность предприятию, даже при самых пессимистических прогнозах, предприятие останется прибыльным.

Эффективным методом будет и использование методики налогового планирования:

1. уменьшить совокупности налоговых платежей;
2. снижение рисков неправильного исчисления и уплаты налогов и ущерба, связанного с применением налоговых санкций.

Таким образом, основными рекомендациями по улучшению системы планирования являются:

1. изменение системы налогообложения,

2. проведения маркетинговых исследований,
3. открытие новых офисов,
4. реализация рекламной политики.

Обобщая вышеизложенное, отметим, что сущность стратегического планирования на примере рынка связи заключается в возможности сформировать совокупность планов, стимулировать заинтересованность сотрудников в выполнении разработанных планов, комплексно анализировать производство продукции относительно рыночного спроса и выявлять наиболее оптимальные варианты функционирования всех элементов.

#### **Список литературы:**

1. Абдрахманова Д.Р. Эволюция представлений о системе стратегического планирования / Д.Р. Абдрахманова // Современные проблемы социально-гуманитарных наук. 2019. № 2 (4). С. 136-140.
2. Булгакова А. Р. Разработка стратегических ориентиров устойчивого развития организации // Молодой ученый. — 2017. — №27. — С. 366-369.
3. Руденко М.Н. Стратегическое планирование: учеб. пособие / М. Н. Руденко Е. Д. Оборина, Д. Н. Письменников; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. - Пермь, 2015.- 96с.
4. Стратегический менеджмент: Учебник / Под ред. А.Н. Петрова. СПб.: Питер, 2016
5. Сургуладзе В.Ш. Актуальные вопросы государственного стратегического планирования в РФ / Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. № 4. С. 41-48.