

УДК 338.242.2

ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕТОДОВ ПЛАНИРОВАНИЯ: РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ

О.Г. ИСАЕВА

ФГАОУ ВО «МОСКОВСКИЙ
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

В статье приводится сравнительный анализ подходов и методов осуществления плановой функции в условиях административно-командной и рыночной экономики. Отмечены принципиальные особенности целеполагания в условиях рыночной неопределенности, требующие применения новых методов планирования. Анализируется эффективность применения методов сценарного планирования и форсайт-исследований в практике современного долгосрочного планирования и управления на различных уровнях экономики (предприятие, отрасль, регион).

Ключевые слова: экономика, план, рынок, целеполагание, методы, стратегическое планирование, сценарное планирование, форсайт-анализ.

ВВЕДЕНИЕ

За последние десятилетия планирование как функция управления претерпела кардинальные изменения. Административно-командная экономика советского периода определяла «плановость» как основу ведения хозяйственной деятельности, формируя четкие и конкретные плановые цели на пять лет и ориентировочные цели на 20 лет вперед. Такой подход фактически был нацелен на оптимизацию расходования ресурсов в стремлении наиболее полно удовлетворить потребности общества материальными и нематериальными благами при минимальных затратах. Для этого экономического периода характерно производство стандартных товаров массовыми объемами, уход от вариативности и учета потребностей конкретного индивида в пользу масштабного стандартизованного потребления. Рационализм подобного подхода способен оправдать себя при условии обоснованного определения стандартных потребительских характеристик товара и планирования объемов производства на основе статистически обоснованного спроса.

В качестве успешного примера практической реализации такого оправданного рационализма можно вспомнить проведенную в 80-х годах прошлого века

TRANSFORMATION OF PLANNING METHODS: A RETROSPECTIVE ANALYSIS

O.G. ISAEVA

FGAOU VO «MOSKOVSKY
POLITECHNICAL UNIVERSITY»

The article provides a comparative analysis of approaches and methods of implementation of the planned function in conditions of administrative-command and market economy. The fundamental features of targeting in conditions of market uncertainty, requiring the use of new planning methods, were noted. The effectiveness of the use of scenario planning and forsyth research methods in the practice of modern long-term planning and management at various levels of the economy (enterprise, industry, region) is analyzed.

KEY WORDS: economy, plan, market, targeting, methods, strategic planning, scenario planning, forsyth analysis.

DOI: 10.52531/1682-1696-2021-21-2-88-90

неограниченную подписку на собрание сочинений А.С. Пушкина, когда любой гражданин мог обозначить свое желание приобрести предлагаемое издание. Таким образом, была получена точная информация о запрашиваемом количестве, после чего тираж был запущен в производство и затем полностью реализован, удовлетворив текущий спрос на 100%. Однако этот пример является скорее исключением, чем общим правилом реализации принципов рационального планирования.

По основной же массе потребляемых товаров, административно-командная экономика демонстрировала существенный дисбаланс соотношения спроса-предложения, что приводило к перепроизводству одних товаров и дефициту других. При этом производитель не мог устранить этот дисбаланс своими силами, поскольку поиск ответов на три ключевых вопроса классической экономики «как производить? что производить? для кого производить?» осуществлялся на уровне государственного управления. Долгосрочные цели задавались производителю «сверху» в виде «плана-закона», вследствие чего не возникало необходимости выявления долговременных целей – они были предопределены вышестоящими органами

управления. Таким образом, функция долгосрочного планирования реализовывалась через создание иерархичной системы плановых заданий, призванных обеспечить отраслевую сбалансированность взаимосвязи между производителями-смежниками, производителями и потребителями. План представлял собой достаточно жесткую конструкцию, изменения в которую могли быть внесены лишь посредством длительных согласований на всех уровнях управления.

Переход к рыночным условиям ведения хозяйственной деятельности, с одной стороны, потребовал пересмотра условий формирования рыночного ассортимента, заставляя производителя по-новому взглянуть на потребительский запрос, а с другой стороны кардинально видоизменил подходы к осуществлению долгосрочного и текущего планирования, конкретные процедуры которого к настоящему времени еще недостаточно проработаны.

СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И ВЫВОДЫ

Если в условиях административно-командной экономики при осуществлении долгосрочного и текущего планирования, как правило, применялись методы экстраполяции, проецирования тенденций, сложившихся в прошлом, на будущие периоды, «планирование от достигнутого», что было оправдано относительной стабильностью долгосрочных целей, ориентированных на увеличение объемов производства, и условий, в которых они достигались, то при переходе к рыночным условиям эти привычные для советского управления методы планирования оказались несостоятельны. Высокая турбулентность внешних условий, неспособность прогнозировать на уровне отдельных хозяйствующих субъектов будущих политических, экономических, технологических изменений, сложность предсказания потребительских предпочтений – все это, на переходном этапе, привело к попыткам отказаться от функции долгосрочного планирования, как априори несостоятельной, в новых для отечественной практики условиях. Фактически, на первом этапе перехода к рынку был сделан акцент на реактивное управление, то есть планирование краткосрочных действий в виде оперативной реакции на возникающие во внешней и внутренней среде изменения.

Дальнейшее развитие ситуации показало, что долгосрочное планирование, безусловно, необходимо в условиях динамичной рыночной среды, однако для его осуществления должны быть применены иные методы и формы, что с успехом продемонстрировали западные компании, пришедшие на формирующийся российский рынок с накопленным опытом стратегического менеджмента. Это позволило российскому бизнесу и государственному администрированию воспользоваться накопленным мировой наукой и практикой управления потенциалом для формирова-

ния стратегии развития отраслей и хозяйствующих субъектов.

Наряду с этим произошло радикальное изменение условий функционирования производителя. Добровольный отказ системы государственного управления от монополии на принятие долгосрочных решений и передача этих функций в руки самих производителей, создание условий для возникновения конкурентной борьбы между производителями, открытость рынка для зарубежных производителей – все эти факторы создали объективную необходимость принципиального пересмотра методов осуществления долгосрочного планирования на всех уровнях экономики.

На смену долгосрочному планированию в виде системы планов пришли методы стратегического планирования, разработки стратегии развития хозяйствующих субъектов, предполагающие определение предпочтительных направлений и траекторий развития. На смену жесткой конструкции плановых заданий пришла векторность долгосрочной стратегии.

Принципиальное отличие стратегии от плана заключается в ее гибкости и адаптивности, подстраивании под изменяющиеся внешние и внутренние ограничения. При этом основой разработки стратегии становится долгосрочное прогнозирование, позволяющее представить, как может выглядеть управляемый объект и среда его функционирования в будущем. В отличие от экстраполяции, активно применяемой в условиях административно-командной экономики, рыночные условия потребовали ассортиментного и многофакторного прогнозирования, учитывающего многообразие вариантов развития будущих условий и факторов, их формирующих.

На сегодняшний день стратегическое планирование является признанным инструментом долгосрочного управления как на уровне отдельных организаций, так и в системе государственного управления. Законодательные основы стратегического планирования в системе государственного и муниципального управления определены Федеральным законом от 28.06.2014 №172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» [6].

Одним из методов разработки стратегии стало сценарное планирование, предполагающее оценку возможных вариантов стратегии с учетом определенных сценариев развития будущих внешних и внутренних факторов [1,3,4]. Сценарный подход направлен на снижение неопределенности будущего, и призван обеспечить создание работоспособной стратегии при любом варианте его развития. При этом возможна выработка стратегии по принципу «следования складывающимся условиям», когда будущее состояние управляемого объекта подстраивается под возможный сценарий развития будущего, либо по принципу «активного воздействия на складывающиеся условия», когда будущее состояние управляемого объекта становится

заданной величиной, а в качестве стратегических приоритетов выступает активное воздействие на внешние условия с целью сделать их соответствующими приоритетам развития. И в том, и в другом случае основой сценарного планирования становится информация, полнота, достоверность и грамотная интерпретация которой, как правило, предопределяет общий успех.

Одной из относительно новых технологий прогнозирования перспективных направлений развития являются форсайт-исследования, представляющие собой «систему методов экспертной оценки стратегических направлений социально-экономического и инновационного развития, выявления технологических прорывов, способных оказать воздействие на экономику и общество в средне- и долгосрочной перспективе» [2].

В основу форсайт-исследования положен системный подход, который предполагает рассмотрение всех элементов управляемого объекта в их взаимопроникновении, определение приоритетов развития каждого элемента на основе внутренних и внешних взаимосвязей [7]. В то же время метод форсайт-анализа становится своеобразной идеологией коллективного стратегического мышления, процессом получения и аккумуляции информации и знаний на систематической основе с вовлечением в этот процесс представителей бизнес-элиты, политики, общества в целом, с целью принятия стратегических решений [5]. Следует отметить, что эффективность применения форсайт-исследований во многом предопределяется качеством экспертной выборки, уровнем квалификации представителей сообществ, способных выступить в качестве экспертов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Безусловно, теория и практика стратегического планирования продолжают совершенствоваться. Но, стратегическое планирование, пожалуй, как ни одна другая управленческая область, подвержена субъективизму. Нередко стратегический выбор осуществляется исключительно на уровне топ-менеджмента, когда мнение руководителя (собственника) становится преобладающим при определении стратегических целей. В этой связи, форсайт – исследования, содержащие в своей основе экспертные суждения, призваны стать тем дополнением или противовесом, который способен сделать процесс разработки стратегии управляемого объекта более результативным, обосновать стратегический выбор и обеспечить эффективное долгосрочное развитие.

ЛИТЕРАТУРА

1. ДЕМКИНА О.В., ШАЛАМОВА Н.Г. Сценарное планирование как основа разработки стратегии: теоретико-методические аспекты // Московский экономический журнал. 2019. № 4. С. 44.
2. МАКАРОВ С.А. Форсайт и долгосрочная стратегия как инструменты развития региона: опыт республики Татарстан // ЭКО. 2020. № 5 (551). С. 175–191.
3. МАСЛИХИНА В.Ю. Сценарное планирование развития пространственных социально-экономических систем: методические подходы // Региональная экономика. 2020. № 10 (481). С. 1839–1868.
4. НИКОЛАЕВА А.Б. Сценарное планирование как инструмент стратегического менеджмента // Сегодня и завтра Российской экономики. 2011. № 46. С. 89–92.
5. СОЛОДОВНИК А.И., ШЕСТАКОВ Р.Б. Гибридный форсайт в стратегическом управлении как ответ на глобальные вызовы. Материалы международной научно-практической конференции «Основные проблемы и пути повышения конкурентоспособности бизнеса». М.: Автономная некоммерческая организация высшего образования «Институт бизнеса и дизайна», 2020.
6. Федеральный закон от 28.06.2014 №172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» (ред. от 31.07.2020).
7. ЧУГУМБАЕВ, Р.Р. Развитие бизнес-анализа в управлении устойчивым развитием компании // Экономика и управление: проблемы, решения. 2019. №3. С. 21–26.

Исаева Ольга Геннадьевна,
к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента ФГАОУ
ВО «Московский политехнический университет»

✉ 107023, г. Москва, ул. Большая Семеновская, д. 38,
107023, Moscow, st. Bolshaya Semenovskaya, 38
тел.: +7 (916) 505-93-80, e-mail: ogisaeva@mail.ru