

АРТЮШЕНКО А.Ю., ПОБЕРЕЖНИЙ Р.О., преподаватель

ДОЛГОСРОЧНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

В теоретическом аспекте планирование признается одной из четырех функций менеджмента: планирование, организация, мотивация и контроль. Исследования показывают, что прогнозирование и планирование приносят немалую пользу. Наблюдается тесная связь между успехом организации и планированием.

В одном исследовании подробно проанализированы ответы на вопросы анкеты, полученные от 217 вице-президентов 109 крупнейших американских корпораций. Было установлено, что руководители, составляющие планы своей работы, добились большего успеха по показателям отношения прибыли к объему реализации и дохода на капитал.

Другие исследователи проанализировали деятельность 105 крупнейших компаний США и 105 средних и малых фирм. Они обнаружили, что фирмы, применяющие у себя формальное планирование, имеют самые высокие темпы роста. По зарубежным данным наибольшая (до 30-40%) доля неудач в условиях рынка объясняется ошибками при планировании работ. Следующей по удельному весу причиной неудач являются ошибки в обработке экономической информации (25-35%).

Далее идут недостатки в информационном обеспечении при постановке работ.

Стратегическое планирование получило распространение в странах с рыночной экономикой в 50-х годах настоящего века. Такое планирование пережило бум, а затем снижение интереса и даже некоторый скепсис. Это может быть объяснено тем, что в деятельности предприятия должен соблюдаться баланс между стратегической, текущей, оперативной деятельностью.

Такой баланс определяется рядом факторов и во многом индивидуален для предприятия. Однако его нарушение, а именно увлечение стратегиями в ущерб текущей деятельности и наоборот, одинаково вредно.

Существует достаточно большое число определений стратегического планирования. Это объясняется тем, что стратегическое планирование является сложным и многогранным процессом.

Принято выделять два вида стратегий: портфельные и деловые. Считается, что в самом общем виде портфельная стратегия связана со следующими моментами: 1) приобретение в новых отраслях; 2) укрепление имеющихся подразделений посредством изобретений; 3) постепенный выход из нежелательных отраслей; 4) использование преимуществ новой структуры для получения синергического эффекта; 5) размещение капитала в форме капитала и затрат и др.

Цель деловой стратегии состоит в том, чтобы добиться долгосрочных конкурентных преимуществ, которые обеспечат компании высокую рентабельность. Процесс разработки деловой стратегии включает: 1) определение корпоративной миссии; 2) концентрацию видения корпорации и постановку целей; 3) формулировку и реализацию стратегии, направленной на их достижение.