Руденко К. І.

УДК 005.51:005.21

Студент 6 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

СУЧАСНІ ПРАВИЛА УСПІШНОГО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ

Анотація. Розкрито суть стратегічного планування на підприємстві, розглянуто ключові правила розробки сильної та успішної стратегії згідно з Майклом Портером.

Аннотация. Раскрыта суть стратегического планирования на предприятии, рассмотрены ключевые правила разработки сильной и успешной стратегии согласно Майклу Портеру.

Annotation. In this paper the essence of strategic planning at the enterprise is revealed, and the key design rules of a strong and successful strategy according to Michael Porter is examined.

Ключові слова: маркетинг, стратегія, стратегічне планування, маркетингова стратегія.

У сучасних умовах розвитку ринкового середовища та зростаючої мінливості характеру діяльності підприємства виникає необхідність стратегічного підходу до управління, зокрема до стратегічного планування маркетингової діяльності підприємства.

Розробка ідей стратегічного планування знайшла відображення в роботах таких авторів, як: П. Франкенхоф і М. Грангер, І. Ансофф, Д. Шендел і К. Хатт, М. Хіггенс, Дж. Пірс і Р. Робінсон та ін.

На погляд автора, найбільш цікавими, що повною мірою розкривають сутність питання стратегічного планування, є роботи Майкла Портера, в яких він наводить дуже детальні та чіткі правила розробки ефективної конкурентоспроможної маркетингової стратегії. Тому автором пропонується використання базових елементів, з яких складається основний інструментарій побудови стратегії, для вдосконалення стратегічного планування маркетингової діяльності на заводі "Червоний Жовтень".

Розглянемо більш детально запропоновані правила на прикладі їх можливого застосування на підприємстві.

1. Не прагніть бути першими, будьте унікальними [1].

Копіювання дій конкурентів – це провал з погляду стратегії [2]. Підприємство "Червоний Жовтень" можна назвати унікальним підприємством на Україні, тому що, окрім виробництва стандартного обладнання, завод проводить аналіз сировини для вдосконалення своєї продукції, а також на замовлення інших підприємств виконує роботи з проектування заводів, що виробляють цеглу, здійснює поставку та монтаж технологічного обладнання, а також виконує ряд проектів в інших галузях та виробляє різні види нестандартного обладнання. Це дозволяє підприємству бути одним із лідерів у сфері виробництва обладнання для цегляних заводів на території країн СНД.

2. Ваша головна мета – висока віддача на інвестиції [1].

Це правило означає, що головною метою компанії є отримання високого коефіцієнта рентабельності інвестиційного капіталу, а зростання компанії повинно бути вторинною метою [3].

Таким чином, підприємство "Червоний Жовтень" повинно йти шляхом інтенсивного, а не екстенсивного розвитку. Досягненню цієї мети значно сприяє наявність науково-дослідницької лабораторії, яка дозволяє збільшити ефективність виробничого процесу, якість продукції та послуг.

3. Не бійтеся йти на компроміси [1].

Істотна частина стратегії – зробити правильний вибір, коли дві стратегічні позиції несумісні між собою, тобто визначити, що компанії не треба робити. Так, у випадку заводу "Червоний Жовтень" варто відмовитися від ризикових проектів перепрофілювання виробництва.

4. Стратегія повинна бути успішна в кожній зі своїх ланок [1].

Конкурентна перевага компанії не може бути сконцентрована в одній або декількох ланках ланцюжка створення цінності. Маркетингова стратегія заводу повинна відповідати його головній місії, цілям, не суперечити корпоративній, діловій та іншим функціональним стратегіям підприємства.

5. Стратегія повинна бути постійною [4].

Завод "Червоний Жовтень" має численну клієнтську базу, тому в першу чергу доцільно буде зберегти вже існуючих споживачів, а не бездумно реагувати на всі без винятку потреби ринку, порушуючи власну стратегію.

6. Виберіть свій сегмент [1].

Основними споживачами продукції заводу є великі будівельні компанії, тому підприємству, насамперед, треба орієнтуватися саме на цей сегмент.

7. Головний виконавчий директор – не "споживач" стратегії, але й не її двигун [1].

В обов'язки головного виконавчого директора заводу "Червоний Жовтень", на погляд автора, повинно входити таке: постановка питань, відповіді на які повинні бути відображені в стратегічному плані; вибір учасників розробки стратегії; особиста участь на ранніх етапах розвитку стратегії в кожному бізнес-підрозділі компанії; ознайомлення ради директорів з основними стратегічними планами компанії; залучення зовнішніх консультантів.

Таким чином, розглянуті правила стратегічного планування будуть сприяти створенню на підприємстві "Червоний Жовтень" оптимальної маркетингової стратегії.

© Руденко К. І., 2012

Наук. керівн. Цуканова В. Я.

Література: 1. Портер М. Конкуренция / Портер М. – К. : Вильямс, 2003. – 496 с. 2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / Ансофф И. – СПб. : Питерком, 2003. – 250 с. 3. Круглов М. И. Стратегическое управление компанией / Круглов М. И. – М. : Русская деловая литература, 2004. – 265 с. 4. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Портер М. ; пер. с англ. Е. Калининой. – 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.