

## ВЗАИМОСВЯЗЬ ЗАМЫСЛА И СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

### THE RELATIONSHIP OF STRATEGIC PLANNING AND PLAN

*A. Dobrovolskii*

#### Annotation

The article describes the concept as part of strategic planning. Here the idea is considered, not as a kind of model, plan, where the focus is concentrated on the process, but as an idea, where the focus is concentrated on the result. The hypothesis is that the plan expresses a certain plan, based on which one can build a variety of strategic plans.

**Keywords:** strategic planning, design, production, company, product range.

*Добровольский Антон Леонидович*

Аспирант,

Саратовский социально-экономический институт РЭУ им. Плеханова

#### Аннотация

В статье рассмотрен замысел, как часть стратегического планирования. Здесь замысел рассматривается, не как некая модель, план, где основное внимание концентрируется на процессе, а как идея, где основное внимание концентрируется на результате. Гипотеза такова, что план выражает определенный замысел, на основании которого можно строить различные стратегические планы.

#### Ключевые слова:

Стратегическое планирование, замысел, продукция, компания, ассортимент.

**Д**ля того, чтобы успешно осуществить замысел, любой стратегический план должен содержать в себе ряд важных действий для одного или большего числа участков. При разработке стратегии управленец имеет возможность корректировать уже происходящие в исполнении действия, если они сталкиваются с затруднениями или отходят от соответствия прежней норме [2].

#### Пример:

##### Ситуация:

Компания "X" по производству бумаги, хотя она и продолжает производить ранее приводивший к успеху ассортимент бумажной продукции, по-прежнему продолжает концентрировать усилия исключительно на своих постоянных, уже устойчивых клиентах, пренебрегая при этом большим количеством потенциальных покупателей. Эта компания быстро разоряется и теряет своих руководителей, переходящих в другие компании, где "имеется больше возможностей для расширения".

##### Замысел:

Создать мощную компанию по производству бумажной продукции, которая охватит массовыми продажами существующих и новых продуктов всех потенциальных клиентов, одновременно также продолжая продавать и предоставлять услуги в большом объеме регулярной клиентуре, – восстановив таким образом платежеспособность компании и создав ей репутацию прибыльного,

прогрессивного предприятия, способного к расширению.

#### Стратегический план:

Стратегическое планирование, основанное на анализе этой ситуации и на сформулированном замысле, может осуществляться примерно так:

#### ***1. Необходимо разработать общую программу развития организации [4]:***

##### **1. Изменение оргструктуры организации:**

Создание и введение в действие нового подразделения по продажам (в дополнение к существующему). Обязанностью которого будет создание новой клиентуры для прямой продажи существующего ассортимента продуктов через:

- (а)** розничные магазины бумажной продукции,
- (б)** оптовые магазины бумажной продукции
- (в)** прямые почтовые заказы.

##### **2. Материальное обеспечение и обучение персонала новым технологиям работы в обновленной организационной структуре:**

Нанять за очень небольшую установленную плату, а большую часть своих денег они смогут заработать на коммиссионных. Эту операцию затем можно распространить

на более широкие рынки сбыта, опираясь на региональных представителей, привлечение продавцами других продавцов, и даже на агентов по розничной торговле. Частью этого плана будет разработка системы выплаты коммиссионных, способов упаковки товаров, а также шагов по рекламе и продвижению товаров на рынке [3].

## II. Разработка нового инструмента ассортимента продукции

Необходимо разработать программу, по которой будет проведено анкетирование покупателей всех категорий для выяснения существующего и потенциального спроса на новую бумажную продукцию. Исходя из результатов анкетирования, можно разработать совершенно новый ассортимент бумажной продукции (в дополнение к уже установленному ассортименту), производить, рекламировать и повсеместно продавать его. – Для того, чтобы спланировать финансирование и организацию нового производственного подразделения, потребуется составление программы производства нового ассортимента товаров (в том числе набор руководителей с незапятнанной репутацией, компетентных дизайнеров и любых других необходимых работников), а также обеспечение всеми требуемыми механизмами или оборудованием. Также потребуется спланировать широкие рекламные и торговые кампании, которые будут обеспечивать оптовые продажи на рынке не только старых, но и новых продуктов. Неотъемлемой частью такого планирования является проведение кампании по улучшению имиджа предприятия как новатора на рынке новой бумажной продукции, представляющего интерес для руководителей, настроенных на расширение.

В процессе этой безотлагательной деятельности необходимо продолжать проведение текущих продаж и об-

служивания клиентов. В то же время нужно будет проверить отчеты о продажах, производстве и производительности имеющегося персонала, а также провести тщательный учет бухгалтерских книг компании для выяснения причин потерь. Весь непроизводительный персонал необходимо уволить, оставив только тех, кто действительно работает. Если обнаружится какая-либо растрата или финансовое нарушение, то это нужно будет урегулировать должным образом в судебном порядке. Другими словами, необходимо полностью проверить и привести в порядок текущую работу, при этом не только поддерживая производительность, но и поднимая ее насколько возможно с помощью формулирования и выполнения производственных задач.

Осуществление этих действий увеличит продажи, сократит потери и очень быстро расширит компанию, и выведет ее на уровень колоссальных прибылей.

Усилия здесь направлены на устранение сложившегося трудного положения и обеспечение колоссального уровня жизнеспособности предприятия [1].

### Выводы:

В данной статье рассмотрена и раскрыта сущность стратегического ведения бизнеса.

Выявлена связь между замыслом и стратегией: "Сформулировав замысел, вы разрабатываете стратегию его осуществления"

Такой стратегический план не только исправит тяжелую ситуацию, но и надежно обеспечит высокие прибыли и будущее расширение предприятия.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Анософф И.. Стратегическое управление. СПб–Эконмика, 1989.
2. Анисимов О.С. Стратегическое управление в схемах. – Центр АКМЭ, 2001.
3. Хаббард Л.Р. Задачи и Цели. –Нью–Йорк–1990.
4. Лобанова Е.Н., Лимитовский М.А. Книга: Стратегическое управление (модульная программа для менеджеров) –ИНФРА–М, 2000.

© А.Л. Добровольский, ( anton\_wm@mail.ru ), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,

