

Notwendigkeit der Strategischen Planung für den Erfolg eines Unternehmens

Y. Okopna

M. Gus

Nationale Universität für Nahrungsmitteltechnologien

Einführung. Die Strategie einer Unternehmensplanung konzentriert sich vor allem auf das Überleben und Wachsen eines Unternehmens und bestimmt die zu erreichenden Ziele und Maßnahmen. Sie dient zudem als Abbild einer Unternehmensvision. Die Unternehmensplanung legt den Zweck, die Identität und die genauen Grundsätze eines Unternehmens fest. Dabei erfordert das strategische Denken die genauen Definitionen der angestrebten Ziele und wie diese zu erreichen sind. Eine gute Strategie ist in der heutigen Zeit auch sehr wichtig, um sich langfristig von Konkurrenten zu differenzieren.

Der strategische Plan beschreibt den Weg vom „Status Quo“ bis zur Erreichung des angestrebten Zieles. Er enthält Meilensteine und Maßnahmenpläne, die notwendig sind, um Risiken zu vermeiden oder bei auftretenden Barrieren flexibel reagieren zu können. Flexibilität und Effizienz sind in einer Planung wichtig, um Chancen frühzeitig zu erkennen und diese durch Maßnahmen zu nutzen.

Materialien und Methoden. Probleme der strategischen Planung haben unsere Wissenschaftlern und Praktiken erforscht. Das sind Forschungen von W. S. Ponomarenko, M. M. Alekseewa, O. A. Bogomolowa, L. P. Wladimyrowa, S. M. Osborska, O. M. Jastremska und andere.

Strategische Planung beinhaltet im Allgemeinen den Prozess der Entwicklung einer Strategie, also eines Planes, um ein definiertes Ziel mit angemessen definierten Ressourcen (insbesondere Budgets) zu erreichen. In der Betriebswirtschaft bezeichnet man mit Strategischer Planung die internen Dienstleistungen zur Entwicklung von Strategien für Unternehmen, Institutionen und Organisationen. Strategische Planungen können das gesamte Unternehmen oder einzelne Führungsdisziplinen wie Finanzen, Controlling, Personal oder Marketing betreffen. Besonders bedeutsam ist jedoch die kreative Definition von Produkten und / oder Dienstleistungen, die allein die Wertschöpfung und zuerst den Absatz definieren. Im eigentlichen Sinne umfasst Strategische Planung daher zunächst die gesamte Wertschöpfungskette sowie die Führungsinstrumente für Entwicklung und Produktion. Eingeschlossen sind von der Analyse über Strategieentwicklung und Implementierung bis Kontrolle im Sinne von strategischem Management vollständige Regelkreise.

Generell besteht die Aufgabe der strategischen Unternehmensplanung darin, die Existenz des Unternehmens durch Erhaltung und Schaffung langfristig wirksamer Erfolgspotentiale

(Vorsteuergrößen des Gewinns) zu sichern. Als Phasen des strategischen Planungsprozesses sind zu unterscheiden:

1. Festlegung der strategischen Ziele (dabei ist auf Vereinbarkeit mit der strategischen Grundhaltung und der Unternehmenskultur zu achten).

2. Analyse des Planungsfeldes, d.h. der herrschenden strategischen Situation; dazu ist eine Umfeldanalyse vorzunehmen, die die Märkte, die Branchenstruktur, das wirtschaftliche, rechtliche und gesellschaftliche Umfeld durchleuchtet, Chancen und Gefahren herausstellt und ihre Wirkungen auf die Attraktivität des jeweiligen Geschäftsfelds/Marktes bewertet. Ebenso hat eine Unternehmensanalyse zu erfolgen, die die Stärken und Schwächen des Unternehmens bzw. einzelner strategischer Geschäftseinheiten im Vergleich zur Konkurrenz darzulegen hat. Ältere Instrumente der strategischen Analyse sind z.B. die Gap-Analyse, die strategische Bilanz, die SOFT-Analyse und die Produktlebenszyklusanalyse. Neuere Instrumente bauen auf Portfolio-Konzepten auf, die die Umfeld- und die Unternehmenskomponente zugleich erfassen.

3. Ableitung von Strategien für das Gesamtunternehmen und strategische Geschäftseinheiten. Dies kann grob auf der Basis von -□ Normstrategien aus den Portfolio-Positionen erfolgen, bedarf aber regelmäßiger Anpassungen an spezifische Gegebenheiten. Insbesondere sind innerbetriebliche Restriktionen zu beachten.

4. Umsetzung der Strategien in Handlungsprogramme.

Schlussfolgerungen: Die strategische Planung dient primär der besseren Beherrschung und Gestaltung der Beziehungen zwischen dem Unternehmen und seiner Umwelt. Dabei wird versucht, die Entwicklung unkontrollierbarer Kräfte und kritischer Trends in der Umwelt zu antizipieren, in ihren möglichen Auswirkungen auf die Leistungspotentiale des Unternehmens zu beurteilen und wirkungsvolle Maßnahmen für reaktive Anpassungen zu konkretisieren. Zentrale Aufgabe der strategischen Führung ist die Formulierung einer Unternehmensstrategie. Diese bringt zum Ausdruck, wie ein Unternehmen seine Stärken gegenüber seinen Mitbewerbern entwickeln und zur Nutzung von Chancen bzw. zur Vermeidung von Gefahren aus der Umwelt einsetzen will, und zwar mit der Zwecksetzung, einen relativen Wettbewerbsvorteil zu erringen und zu erhalten. Strategische Probleme sind von komplexer und dynamischer Natur. Demzufolge umfasst die strategische Planung eine Menge unterschiedlicher Aktivitäten, die in mehreren interdependenten Prozesshanseln auszuführen sind.

Literatur:

1. Hinterhuber, Hans H., „Strategische Unternehmensführung - 1. Strategisches Denken: Vision, Unternehmenspolitik, Strategie“, 7. Aufl., 2004, Berlin
2. Mishchenko AP Strategisches Management / Tutorial. - K: "Mitte der Lehrbücher", 2004. - 285 p.
3. Grytsiuk EO Betriebswirtschaftslehre: Studienbuch . - K.: Dakor 2009

4. <http://www.controllingportal.de/Fachinfo/Planung/Strategische-Unternehmensplanung.html>: 07.03.2008