

With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union



MANAGER TRANSITION





Organizacja i planowanie strategiczne

CELE:

- Poznanie zasad planowania strategicznego, aby osiągnąć lepsze i bardziej zrównoważone wyniki biznesowe
- Zrozumienie znaczenia organizowania i planowania strategicznego oraz ich wpływ na średnio- i długoterminowe cele biznesowe



PLANOWANIE
STRATEGICZNE



PROCES PLANOWANIA
STRATEGICZNEGO

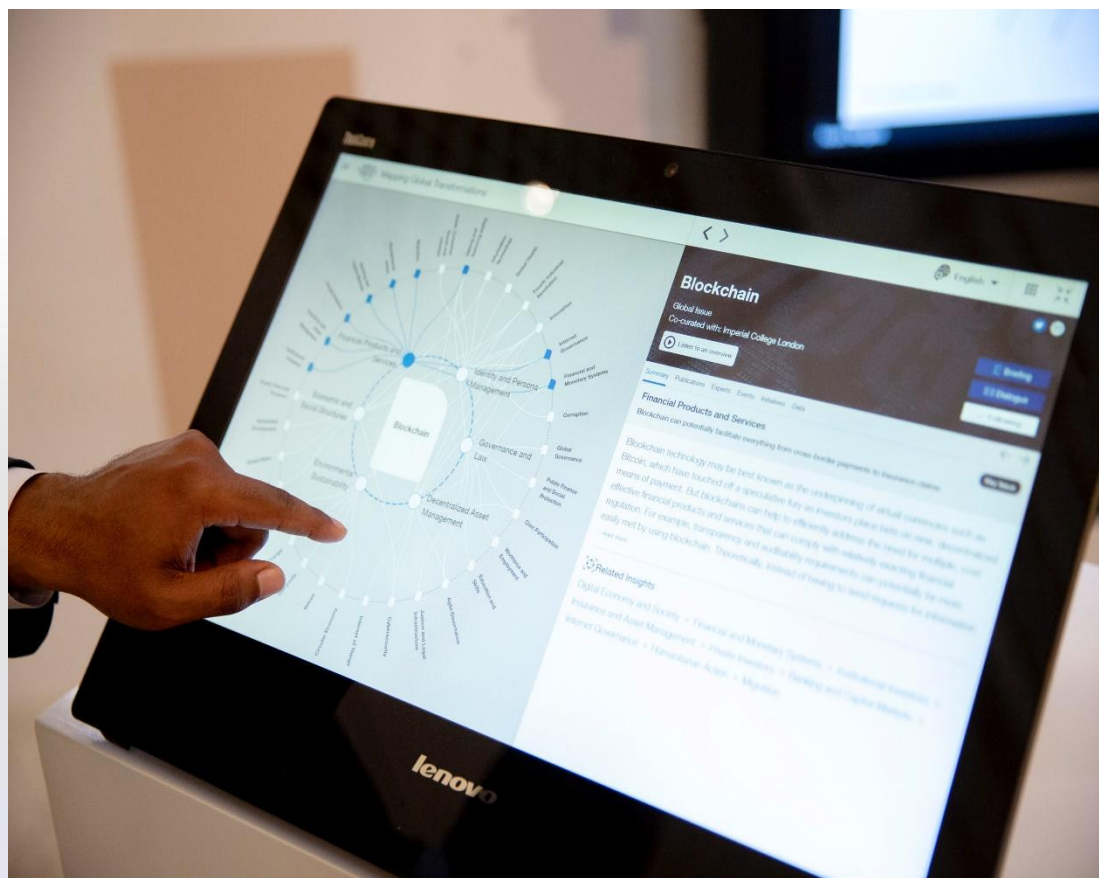


KORZYŚCI Z
PLANOWANIA
STRATEGICZNEGO



PLANOWANIE STRATEGICZNE

Planowanie strategiczne to sztuka tworzenia określonych strategii biznesowych, ich wdrażania i oceny wyników realizacji planu w odniesieniu do długoterminowych globalnych celów firmy.



Planowanie strategiczne koncentruje się na integracji różnych obszarów (księgowość i finanse, marketing i zasoby ludzkie, produkcja, logistyka itp.) obecnych w firmie w celu osiągnięcia jej celów strategicznych. Termin planowanie strategiczne jest zasadniczo synonimem zarządzania strategicznego.



PROCES
PLANOWANIA
STRATEGICZNEGO

Proces planowania strategicznego wymaga dogłębnej refleksji i planowania ze strony kierownictwa firmy.



Przed podjęciem decyzji w sprawie planu działania wzywa się kierownictwo do zidentyfikowania kilku możliwych opcji.

Opracowanie strategii wymaga od kierownictwa weryfikacji jej wpływu w celu uzyskania pozytywnych wyników (ogólnie rozumianych jako poprawa zysków przedsiębiorstwa), unikając nieuzasadnionych ryzyk finansowych.



Trzy etapy planowania strategicznego:

Formułowanie

Wdrażanie

Ewaluacja



1. Formułowanie strategii

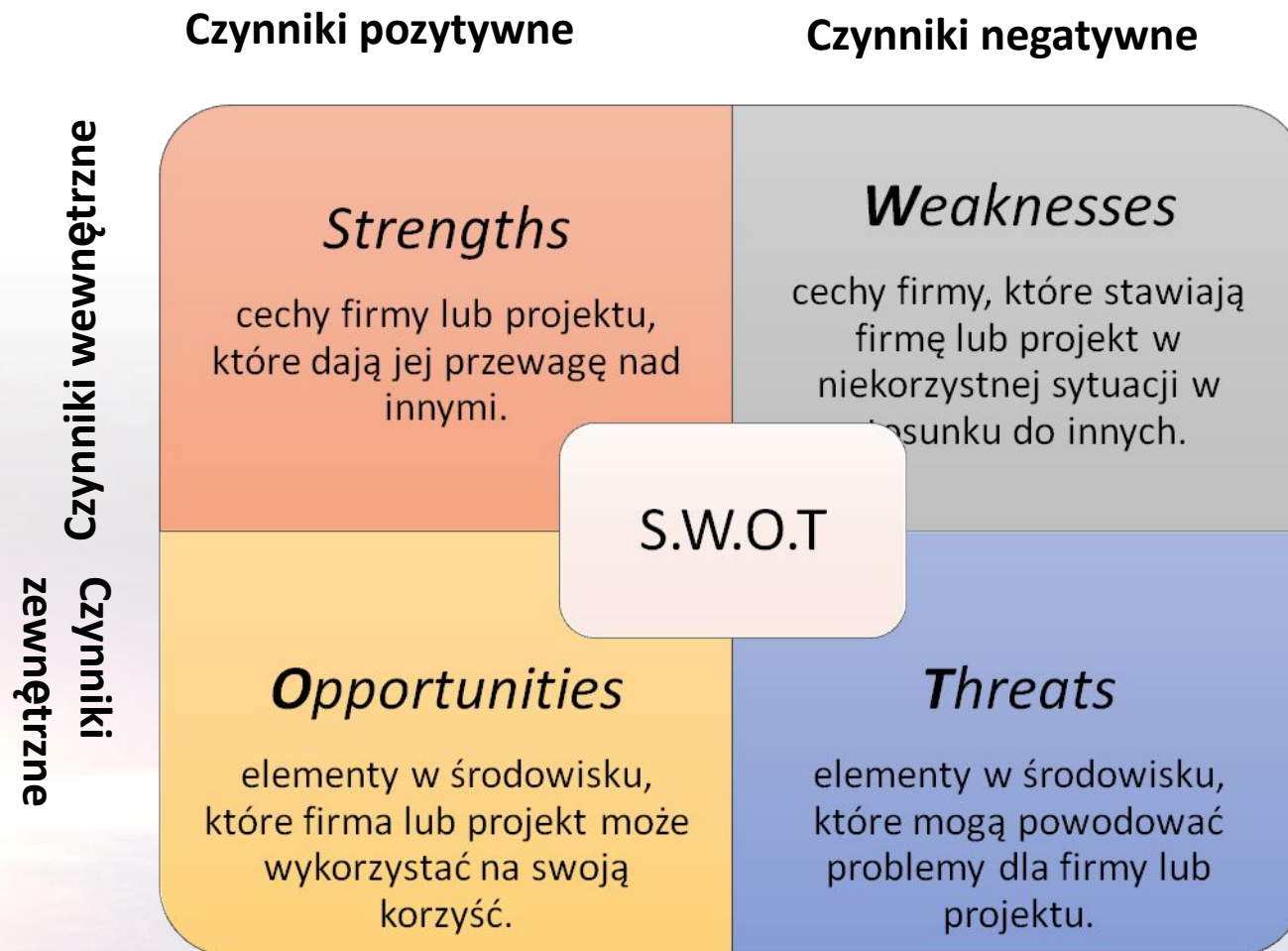
Zakłada analizę aktualnej sytuacji poprzez przeprowadzenie audytu wewnętrznego i zewnętrznego w celu zidentyfikowania mocnych i słabych stron przedsiębiorstwa, szans i zagrożeń (analiza SWOT).

Po przeprowadzeniu analizy zarząd decyduje, na których planach lub rynkach skupić się lub które porzucić, jak najlepiej alokować zasoby firmy i czy podjąć działania rozwojowe.





Analiza S.W.O.T pozwala zidentyfikować mocne i słabe strony, szanse i zagrożenia wynikające z czynników wewnętrznych lub zewnętrznych w kontekście biznesowym





2. Wdrażanie strategii

O sukcesie tej fazy często decyduje jasna i przekonująca komunikacja, mająca na celu stymulowanie pracowników do udziału w realizacji wspólnej strategii.





3. Ewaluacja strategii

Wymaga podjęcia 3 kluczowych działań:

- przegląd czynników wewnętrznych i zewnętrznych wpływających na realizację strategii,
- pomiar wyników,
- podjęcie działań naprawczych w celu zwiększenia skuteczności strategii.



Wszystkie trzy fazy planowania strategicznego odbywają się na trzech poziomach hierarchicznych: kierownictwo nadrzędne, kierownictwo średniego szczebla i poziomy operacyjny.

Konieczne jest zachęcanie do komunikacji i interakcji pomiędzy pracownikami i managerami na wszystkich poziomach, aby umożliwić zespołowi działanie w sposób funkcjonalny i efektywny.





KORZYŚCI Z PLANOWANIA STRATEGICZNEGO

Zmienność otoczenia gospodarczego sprawia, że wiele firm przyjmuje strategię reaktywne, a nie proaktywne.

Jednak strategię reaktywne sprawdzają się zazwyczaj tylko w krótkim okresie, a ich realizacja może wymagać poświęcenia znacznej ilości zasobów (m. in. czasu, pracy ludzkiej, pieniędzy).

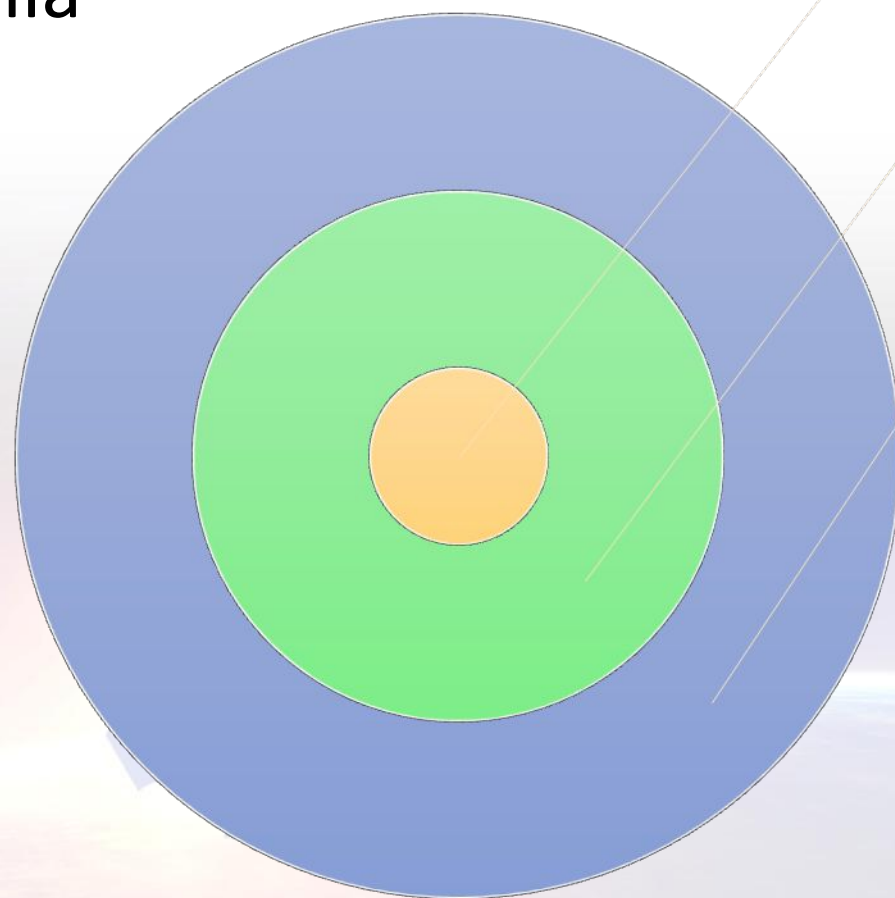


Planowanie strategiczne pomaga organizacjom przygotować się i proaktywnie rozwiązywać problemy w dłuższej perspektywie.

Pomaga to umożliwić firmie wpływać na szeroko pojęty rynek, a nie tylko reagować na bieżące sytuacje.



Zalety planowania strategicznego



Pozwala na formułowanie lepszych strategii przy zastosowaniu logicznego podejścia systemowego

Usprawnia komunikację pomiędzy podmiotami o różnych rolach biznesowych

Osoby pracujące w organizacji są prawnie umocowane do podejmowania decyzji



Pozwala na formułowanie lepszych strategii przy zastosowaniu logicznego podejścia systemowego.

Już sam proces planowania strategicznego wnosi znaczący wkład w poprawę wyników firmy, niezależnie od sukcesu określonej strategii. To najważniejsza zaleta.



Usprawnia komunikację pomiędzy podmiotami o różnych rolach biznesowych.

Komunikacja jest niezbędna dla powodzenia procesu planowania strategicznego. Rozpoczyna się partycypacją i dialogiem pomiędzy menedżerami i pracownikami, którzy demonstrują swoje zaangażowanie w realizację wspólnych celów organizacyjnych.





Osoby pracujące w organizacji są prawnie umocowane do podejmowania decyzji.

Polepszenie dialogu i komunikacji na wszystkich etapach procesu wzmacnia poczucie skuteczności i znaczenia wkładu poszczególnych pracowników. Ważne jest, aby firmy angażowały managerów i pracowników w cały proces planowania strategicznego organizacji.



Bibliografia:

- Roberto Lorusso- I nove fondamentali della pianificazione strategica di successo - 2015
- BOVE ANTONELLO E.- STRATEGIC PLANNING : come definire, pianificare ed eseguire una strategia di business vincente
- Glauco Giacobbe- La S.W.O.T. analysis quale strumento di pianificazione strategica- 2016
- Richard L. Daft - Organizzazione aziendale- Maggioli Editore 2016

With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

