

УДК 339

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ КОМПАНИИ
В УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

А. С. КОДОЛИЧ

Научный руководитель И. С. РОМОДИНА

Белорусско-Российский университет

Для успешного функционирования предприятия необходимо определить правильную стратегию развития. Особое внимание следует уделять маркетинговой деятельности, благодаря которой предприятие формирует цели маркетинга и стремится реализовать их на рынке.

Для разработки стратегии необходимо воспользоваться матрицей SWOT, в которой отражены слабые стороны и угрозы. Однако следует понимать, что не все слабые стороны можно выровнять и не все угрозы можно устранить, поэтому показатели, характеризующие их, нужно проранжировать в порядке убывания. Для того чтобы расставить цели в правильной последовательности, предлагается создать «дерево целей», согласно которому все цели будут расставлены по значимости и разветвлены на подцели и задачи. «Дерево целей» состоит из целей нескольких уровней: генеральная цель и подчиненные ей подцели 1, 2, ..., n уровней. Цели более высокого уровня всегда носят более широкий характер и имеют более долгосрочный временной интервал достижения, а цели более низкого уровня выступают своего рода средствами для достижения целей более высокого уровня.

Для реализации подцелей определяются задачи. Задачи, как и цели, должны быть доведены до каждого уровня управления. Чем более четко и конкретно поставлены задачи перед исполнителями, тем больше вероятность, что эти задачи будут успешно решены.

Далее необходимо произвести расчет общего времени реализации стратегии, для чего целесообразно построить диаграмму Ганта, основным условием которой является правильность построения иерархии задач и подцелей с учетом последовательности и параллельности решения задач.

Рассмотренная методика разработки стратегических решений была применена для оценки и совершенствования маркетинговой деятельности транспортно-логистического центра Могилевского филиала РУП «Белтаможсервис». Благодаря тому, что некоторые задачи можно реализовывать параллельно, провести мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности возможно за 68 дней (период с 01.06 по 07.08) с затратами в размере 4 155,25 тыс. р.

