

Антипова Л.А.

к. э. н., доц.,

Фасуляк Д.А.

*магистрант 1-го курса
ГОУ ВО ЛНР "ЛГУ им. В. Даля"
г. Алчевск, ЛНР*

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья содержит подробный анализ стратегии развития предприятия. Каждая стратегия может развиваться по нескольким направлениям. Анализ стратегий показывает возможности развития предприятия как по отдельным направлениям, так и в развитии в целом.

Ключевые слова: стратегия, развитие, цели, конкурентное преимущество, потенциал.

Текущая скорость изменений внешней среды, увеличение объема знаний и информационных потоков настолько важны, что разработка и реализация стратегии развития бизнеса — единственный подход к прогнозированию будущих проблем и возможностей предприятия. Стратегия является основой управления долгосрочным развитием бизнеса, помогает найти наиболее подходящий образ действий, снижает риск принятия неверного решения из-за искаженной или неверной информации о возможностях компании и ее окружения. При разработке стратегии необходимо добиться максимальной уверенности, благодаря которой предприятие сможет вовремя предвидеть изменения во внешней среде и незамедлительно на них реагировать.

Не существует единой эталонной стратегии для компаний во всех отраслях. Любая компания уникальна, соответственно, и определение ее стратегии также уникально, поскольку она зависит от многих факторов, внутренних и внешних, например, доли предприятий на рынке, уровня конкуренции на рынке, характеристики товаров или услуг, потенциал предприятия и т. д.

Анализ экономического положения компаний различает и позволяет выделить разные типы взаимосвязанных и взаимодействующих стратегий:

- производственная стратегия;
- инновационная стратегия;
- функциональная стратегия.
- финансовая стратегия;
- маркетинговая стратегия;

Производственная стратегия — главный инструмент развития предприятия. Производственная стратегия — это система скоординированной деятельности подразделений в условиях динамично меняющегося,

многоотраслевого производства. В этой стратегии важно сочетать информацию о производственных технологиях с маркетинговой информацией. Долгосрочное следование выбранной стратегии должно привести предприятие к ответам на следующие вопросы:

- какой бизнес должен быть прекращен;
- какой бизнес будет продолжен;
- в какой бизнес лучше перейти?

Инновационная стратегия предприятия подразумевает внесение изменений путем внедрения в производство чего-то нового. Инновационная стратегия — одно из средств достижения целей предприятия, которое отличается от других своей новизной, особенно для конкретной компании и, возможно, для отрасли, рынка и потребителей. Инновационная стратегия подчиняется общей стратегии компании. Он определяет цели инноваций, выбор средств их достижения и источники привлечения этих средств. При формулировании инновационной стратегии необходимо учитывать ряд внешних и внутренних факторов, включая прогнозы экономической среды, анализ потенциала компании, соответствие инноваций общей стратегии компании, человеческие ресурсы компании и конкретные инновационные проекты.

Функциональные стратегии разрабатываются соответствующими подразделениями предприятия. В силу своей цели и специфики своей деятельности различные подразделения предприятия имеют собственное видение достижения установленных ориентиров, поэтому разрабатываемые ими стратегии не всегда совпадают, а иногда даже противоречат друг другу. Искусство корпоративного лидерства состоит в том, чтобы заставить бизнес-единицы сбалансировать и координировать стратегии, которые они разрабатывают. Этого можно достичь двумя основными способами: с одной стороны, руководители функциональных подразделений компании участвуют в обосновании и разработке базовой (общей) стратегии предприятия; Во-вторых, процесс разработки окончательной стратегии развития предприятия должен состоять из нескольких этапов, включая этап согласования и согласования.

Финансовая стратегия компании охватывает все аспекты деятельности компании, включая оптимизацию основных и оборотных средств, распределение прибыли, налоговую и ценовую политику и т. д. Финансовая стратегия — это долгосрочный курс финансового менеджмента, ориентированный на достижение стратегических бизнес-целей. Процесс разработки финансовой стратегии определяет необходимость определения конкретных финансовых целей для долгосрочного развития бизнеса. [3]

Маркетинговая стратегия — это общий план действий на рынке на ближайшее время: как бизнес будет находить и привлекать потенциальных клиентов с учетом текущей рыночной ситуации и имеющихся возможностей.

Эта стратегия полностью соответствует главной цели бизнеса — обеспечить прибыль и стремиться ее поддерживать. Маркетинг должен обеспечивать постоянный и бесперебойный поиск и привлечение

потенциальных клиентов для их последующего превращения в реальных клиентов.

При разработке стратегии необходимо руководствоваться соответствующими критериями ее создания:

1. Выберите реалистичные и осуществимые действия и стратегии.
2. Стратегия должна учитывать ресурсный потенциал предприятия.
3. Стратегия должна иметь конкурентное преимущество.
4. Стратегия должна разрабатываться с учетом лидерства и снижения издержек предприятия.
5. Стратегия должна быть нацелена на получение привлекательной доли рынка на основе существующих конкурентных преимуществ и гарантировать устойчивый выход на рынок.
6. Стратегия должна быть инновационной, гарантировать стратегическое развитие и рост предприятия.

Если цели ставятся с учетом внешних факторов и оценивается вероятный ресурсный потенциал компании, необходимо наметить способ достижения целей. Следует отметить, что руководители предприятий должны как в целом, так и непосредственно решать, какие действия следует проводить для достижения поставленных целей. По сути, им необходимо разработать стратегию, включающую в себя основные цели компании и основные методы их достижения.

Набор руководящих принципов функциональной стратегии в конкретном предприятии определяется составом конкретных целей, которые предприятия ставят перед собой. Выбранное направление дает только качественные рекомендации по дальнейшему развитию предприятия. В конечном итоге стратегия утверждается в стратегическом плане после расчета экономических прогнозов и возможных вариантов развития предприятия. Факторами, указывающими на правильный выбор функциональной стратегии, являются согласованные цели, которые будут способствовать реализации выбранной стратегии развития компании, а также внешние и внутренние факторы, свидетельствующие о том, что предприятия не встречает существенных препятствий на пути к достижению своей цели и большинство факторов будут способствовать реализации выбранной стратегии и направлений ее развития.

Список литературы

1. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарики, 2019. – 296с.
2. Стратегия эффективного развития фирмы: учебник /О.С. Сухарев. – М.: Издательство «Экзамен», 2018. – 287с.
3. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. – М.: Вильямс, 2020. – 307с.
4. Стратегический анализ: учебное пособие / А.Н. Хорин, В.Э. Керимов. – М.: Эксмо, 2019. – 288с.