ПОНЯТИЕ СТРАТЕГИИ, ЕЕ ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Боголюбова Светлана Сергеевна

НОЧУ ВО «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Группа: ОММ-1912РНДсм

В последнее десятилетие роль управленческой деятельности, стратегии развития, которая позволяет организации выжить и конкурировать с другими фирмами является одной из важных. Умение фирмы быстро перестраиваться в зависимости от экономической ситуации, не упускать возможность и стремиться развить сильные стороны предприятия, которые приведут к увеличению прибыли, обеспечат выживаемость и устойчивость развития.

Стратегическое управление и стратегическое планирование являются важными и глобальными задачами руководства предприятия. Важным средством руководства и контроля производственной деятельности организации любой организационно правовой формы является анализ финансовой деятельности фирмы.

С помощью анализа формируется будущая стратегия и тактика развития, рассматриваются управленческие решения и планы, осуществляется контроль над их выполнением, появляются резервы, которые повышают эффективность производства, а также происходит оценка результатов деятельности предприятия, его работников и подразделений.

Ключевые слова: стратегия, стратегия развития, виды стратегий, типы стратегий

В мировой практике, в связи с внедрением стратегического подхода и рассмотрением вопросов управления, стала складываться концепция стратегического управленческого учета. На сегодняшний день в науке нет единого понятия «стратегия», оно имеет множество определений. У всех этих определений есть одно общее понятие, они рассматривают стратегию как некий свод правил, методов и норм, которыми руководствуется фирма для достижения наилучших результатов и на дальнейший перспективный рост развития.

В таблице 1 рассмотрены некоторые понятия «стратегии» в научной литературе.

Таблица 1 – Определения понятия «стратегия»

|  |  |
| --- | --- |
| Авторы | Определение |
| А. Чандлер[[1]](#footnote-2) | Стратегия – это определение основных долгосрочных целей и задач предприятия и утверждение курса действий, распределение ресурсов, необходимых для достижения этих целей. |
| И. Ансофф[[2]](#footnote-3) | Стратегия – набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности. |
| Р.С. Каплан[[3]](#footnote-4),  Д. П. Нортон[[4]](#footnote-5) | Стратегия – это то, как компания собирается в будущем создавать долговременную (устойчивую) стоимость. |
| А.А. Томпсон[[5]](#footnote-6),  А.Д. Стрикленд | Стратегия означает выбор компанией пути развития, рынков, методов конкуренции и ведения бизнеса. |
| А.Т. Зуб[[6]](#footnote-7) | Стратегия – обобщающая модель действий, необходимых для достижения поставленных целей путем координации и распределения ресурсов компании. По существу, стратегия есть набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности. |

На основе таблицы 1 можно сделать вывод: единого понятия термина «стратегия» не существует.

Стратегия предприятия представляет собой совокупность способов, методов и установок, которые способствуют достижению намеченных целей. Цель любого предприятия – это состояние будущего, которое предприятие желает добиться, прилагая собственные усилия.

Существует четыре основных типа стратегии:

1) стратегии концентрированного роста;

2) стратегии диверсификационного роста;

3) стратегии интегрированного роста;

4) стратегии сокращения.

Стратегию необходимо рассматривать с разных сторон:

– как средство достижения итогового результата;

– стратегия охватывает основные аспекты организации;

– она обеспечивает совместимость всех частей планов предприятия;

– стратегия объединяет все части в единое целое.

При изменении внешней среды самым эффективным средством своевременной реакции организации является стратегическое планирование. Оно преследует одну цель: повысить эффективность работы, то есть научить сотрудников использовать ресурсы оптимально, обеспечить понимание задач и целей для всех работников предприятия, иметь гибкость при изменениях в окружающей обстановке. Важным фактором инвестиционной привлекательности предприятия является наличие сбалансированной системы стратегического планирования.

Стратегический план образует определение стратегии достижения цели, целеполагание, определение долгосрочных и краткосрочных программ (задач), отделение сферы бизнеса. Определение назначения организации, впоследствии которого будет формироваться стратегия – это стартовая точка стратегического менеджмента. Оно включает в себя: определение бизнеса компании, целеполагание корпорации, определение корпоративной философии.

На рисунке 1 представлены основные компоненты стратегии фирмы.



Рисунок 1 – Основные компоненты стратегии фирмы

На рисунке 2 представлены факторы, которые оказывают влияние на формирование стратегии организации.



Рисунок 2 – Факторы, влияющие на формирование стратегии

Стратегическое планирование содержит в себе комплекс мер, решений, планов и действий, которые необходимы для достижения конкретных целей предприятия, например, завоевать и удержаться на новом рынке, повысить прибыльность, добиться высокого качества для выпускаемой продукции фирмы.

Использование научной литературы и исследований, бухгалтерской отчетности фирмы позволяет трактовать стратегический план. Регулярные сборы и анализ новой актуальной информации о конкурентах и рынках позволит предприятию вносить точные и своевременные изменения в свой план развития.

Стратегический план является отличительной чертой каждого предприятия, что позволяет увеличить штат своего персонала за счет привлечения в организацию работников нужного типа и благоприятствует в продажах услуг и продуктов. Ему необходимо быть не только единым, но и быть приспособленным к любым условиям. Стратегия представляет собой долгосрочную программу, которая будет направлять организацию в течение длительного времени, принимать в учет непрерывные внесения в постоянно изменяющихся условиях.

Для руководителя организации, процесс стратегического планирования подразумевает под собой поиск решений на многие немаловажные вопросы, касающиеся деятельности фирмы.

На рисунке 3 представлены функции стратегического планирования.



Рисунок 3 – Функции стратегического планирования

В зарубежной литературе стратегическое планирование на микроуровне рассматривают как основу взаимодействия многих экономических факторов (внешних и внутренних).

Во-первых, у организации появляется возможность на выгодное развитие финансового положения на будущий период, оказывается помощь в распределении ресурсов, определяется направление деятельности. Стратегический план объединяет сущность процессов планирования, сбыта и реализации произведенных продуктов и услуг, в единую систему потребностей, в технологию формирования цены в рыночных условиях.

Во-вторых, предприятие и все его подразделения действуют строго с назначенными целями и задачами, полученными от стратегического плана. Цели и задачи не должны расходиться с основной стратегией предприятия.

В-третьих, стратегический план контролирует и организует вклад каждого функционального отдела фирмы.

В-четвертых, он оказывает помощь в стимулировании сотрудников организации, помогает оценить их сильные стороны, сделать упор на них и минимизировать слабые стороны.

В-пятых, определяются возможные действия фирмы на долгосрочный период.

В-шестых, план оказывает воздействие на основу для распределения ограниченных ресурсов у организации.

В-седьмых, применение стратегического планирования играет важную роль при работе с основными функциями управления, организации, планирования и контроля производственно-сбытовой деятельности организации.

Процесс стратегического планирования содержит реализацию связанных между собой функций:

- проведение ситуационного анализа;

- определение нужного направления на экономический рост предприятия;

- регулярный контроль и оценка результатов, внесение изменений в выбранную стратегию;

- разработка аргументов в пользу маркетинговых исследований;

- создание главной стратегии развития на предприятии;

- создание методов и способов планирования для достижения, намеченных целей организации;

- планирование производства продуктов и услуг и их реализации.

На рисунке 4 приведена схема стратегического планирования, наиболее часто применяемая на многих отечественных предприятиях.



Рисунок 4 – Схема стратегического планирования организации

Цели организации, в процессе стратегического планирования, утверждают высшие руководители и специалисты плановых служб, и впоследствии непременно согласуют их со всеми структурами. Каждая организация самостоятельно выбирает структуру планово-экономических органов.

Руководство плановых служб организации осуществляет функции по управлению нынешней и будущей плановой деятельностью. Каждая структура опирается на первоначальные варианты показателей валовой и чистой прибыли на продолжительное время (от 3 до 5 лет), которые им предлагают планово-экономические службы.

Персонал плановых служб вместе с руководителями фирмы разрабатывают стратегию для предприятия, объясняют экономические цели, разрабатывают нормативную базу, анализируют и дают оценку фактическим результатам итоговой деятельности.

Плановики наряду с менеджерами осуществляют работу над составлением прогнозов усовершенствования производства, повышением квалификации сотрудников организации.

Подразделения после подробного ознакомления предлагают свои варианты. Принимая во внимания все варианты и возможные предложения от подразделений, создаются предпосылки, которые способствуют разработке целей стратегического планирования. Утвержденные планы содержат в себе цели предприятия, её структуру, планируемой выпуск продукции и многое другое.

Итак, одной и главных задач стратегического планирования является определение ресурсов для достижения целей и задач, а также формирование стратегии на долгосрочную перспективу.

Современная теория планирования сформировала следующие сферы деятельности:

1) инновационная деятельность;

2) наличие производственных ресурсов;

3) система управления;

4) социальная ответственность;

5) уровень производительности;

6) профессионализм персонала;

7) положение персонала;

8) положение фирмы на рынке.

В свободных рыночных отношениях выбор цели и стратегий развития организации, дает начало к формированию планово-управленческой деятельности фирмы.

Предприятия, при стратегическом планировании, могут воспользоваться следующими известными стратегиями: разработка товара фирмы, изменение цен, сокращение издержек, стабилизация производства, целевые стратегии.

Наиболее распространенная стратегия, которая используется на отечественных предприятиях, носит название – стратегия выживания, на зарубежных предприятиях, наиболее популярна стратегия завоевания лидерства.

Процесс стратегического планирования обеспечивает базу для управления предприятием, а также обеспечивает нововведения в организацию.

В пределах процесса стратегического планирования можно выделить основные виды управленческой деятельности:

- распределение ограниченных ресурсов (технологический опыт, фонды, управленческие таланты);

- адаптация к окружающим условиям (необходимо выявлять возможные варианты, обеспечивать результативное приспособление стратегии к внешней среде);

- осознание организационных стратегий (систематическое развитие менеджеров, способность учиться на прошлых ошибках);

- внутренняя координация (координация стратегической деятельности для выявления всех слабых и сильных сторон предприятия, для достижения интеграции внутренних операций).

Каждое предприятие имеет разный временной период стратегического плана, для одних фирм он может быть краткосрочным, а для других долгосрочным. Достижение высокого качества продукции, высоких финансовых результатов, повышение прибыльности и удержания доли для какого-либо рынка, можно достичь только в том случае, если деятельность стратегии будет направлена на долгосрочный период.

Заключительный процесс на предприятии, в стратегическом планировании – осуществление контроля над исполнением стратегии. Его задача оценивать соответствие полученные результаты с запланированными результатами.

1. Chandler A. Strategy and Structure: chapters in the history of the industrial enterprise, 19th edition, 1995. [↑](#footnote-ref-2)
2. Ансофф И. Стратегический менеджмент: Классическое издание. СПб.: Питер, 2011. 92 с. [↑](#footnote-ref-3)
3. Казанкова Н.С. Еще раз о стратегии банка // Финансы и кредит, 1999, №12. С. 134-136. [↑](#footnote-ref-4)
4. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты. М.: Олимп-Бизнес, 2005. 512 с. [↑](#footnote-ref-5)
5. Томпсон А.А., Стрикленд А.Д. Стратегический менеджмент. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2012. 576 с. [↑](#footnote-ref-6)
6. Зуб А.Т. Принятие управленческих решений. Теория и практика: Учебное пособие. М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. 400 с. [↑](#footnote-ref-7)