

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Едомская О.А.

Цыганков В.Д. – к. э. н., доцент

В период нестабильности стратегия в организации играет далеко не второстепенное значение, как многие считают. Руководство предприятий разочаровывается в долгосрочных перспективах планирования и прогнозирует свою деятельность на ближайшие шесть-девять месяцев. Учитывая, что экономика находится все еще в сложном положении, на первый план выходят вопросы выживания предприятия. Действительно, первыми шагами должны быть оптимизация операций и обеспечение устойчивого денежного потока. Однако это лишь необходимое, но недостаточное условие успешной деятельности в кризисный период. Большого эффекта принесут лишь хорошо проработанные действия, направленные на усиление стратегических позиций предприятия.

Ключевым элементом процесса формирования стратегии является выделение и обоснование его этапов.

На рисунке 1 приведена структура разработки стратегии на предприятии.

Анализ и выбор стратегии – важнейший этап, в ходе которого принимаются решения относительно того, в каком направлении развиваться организации. Здесь осуществляется анализ среды, разработка стратегических альтернатив и выбор из них стратегии предприятия. Сбор, обработку и анализ информации о состоянии внешней и внутренней среды предприятия осуществляют с применением приемов стратегического менеджмента, таких как PEST-анализ, SNW-анализ, SWOT-анализ и пр. По результатам такого анализа определяют, что собой представляет организация (ее сильные и слабые стороны), куда она направляется и что ее ожидает (возможности и угрозы).

Определение стратегических целей для всего предприятия предполагает четкое осознание желаемого результата. При этом цели должны быть достижимы, измеримы, понятны персоналу и обеспечены ресурсами.

Реализация стратегии, следующая за ее разработкой приводит к стратегическим изменениям на предприятии, которые направлены на достижение поставленных ранее стратегических целей и задач. Определение способов достижения стратегических целей предполагает набор конкретных действий с разработкой плана мероприятий для каждой поставленной перед предприятием в процессе разработки стратегии цели. Мониторинг результатов реализуемой стратегии является завершающим этапом разработки стратегии на предприятии, обеспечивая устойчивую обратную связь между процессом достижения целей и их установкой.

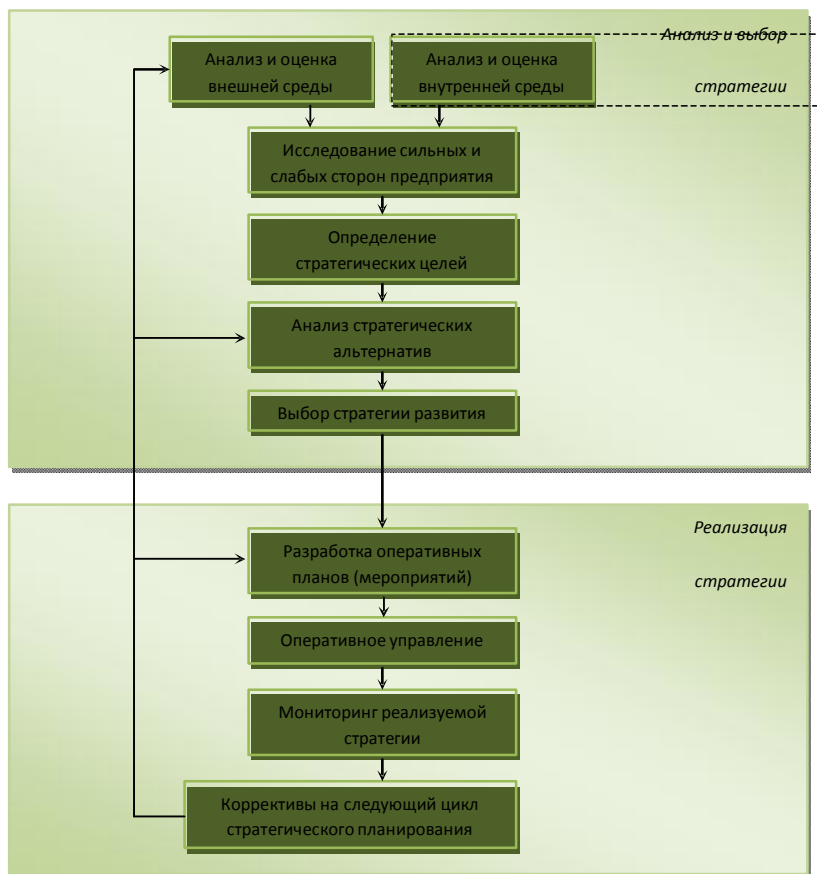


Рис. 1 – Структура стратегического процесса

В случае, если разработанная стратегия теряет свою актуальность, необходимо комплексно оценить реализованную стратегию и выработать релевантные предложения для управляющей системы относительно дальнейших стратегических перспектив. Следует учесть, что качественная стратегия предусматривает возможность корректировки целей при разных сценариях развития событий на рынке. Необходимо рассмотреть различные ситуации развития кризиса и меры их нейтрализации. Подобная стратегия становится инструментом развития предприятия.

Список использованных источников:

1. Лубков, В.А. Стратегическая модель развития коммерческой организации / В.А. Лубков // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – №28. – С. 51-57.
2. Вавилов, В. Стратегии, которые помогают выйти из кризиса победителем: опыт зарубежных компаний / Виталий Вавилов // Генеральный директор. – 2009. – №7. – С. 62-66.
3. Жданкин, Н.А. Как кризис обратить себе на пользу / Н.А. Жданкин // Менеджмент сегодня. – 2009. - №3. – С. 140-151.