

*Луцко В.С. Процесс разработки стратегии развития предприятия // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2018. – №6 (июнь). – АРТ 416-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>*

**РУБРИКА: МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ**

**УДК 338**

**Луцко Вадим Сергеевич**

студент 4 курса, факультет корпоративной экономики и предпринимательства

*Научный руководитель:* канд. экон. наук, доцент Комарова О.С.  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»,  
г. Новосибирск, Российская Федерация  
e-mail: [StrikeR.1996@mail.ru](mailto:StrikeR.1996@mail.ru)

**ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Аннотация:* в статье рассмотрен процесс разработки стратегии развития предприятия, исследованы его проблемные вопросы и показана значимость для современных организаций.

*Ключевые слова:* предприятие, разработка стратегии, стратегия, стратегия развития, внешняя среда, SWOT-анализ, реализация стратегии.

**Lutsko Vadim**

4-year student, Faculty of Corporate Economics and Entrepreneurship

Scientific adviser: Ph.D. econ. Sci., Associate Professor Komarova OS

FGBOU VO "Novosibirsk State University of Economics and Management"

NINH "

Novosibirsk, Russian Federation

## **PROCESS OF DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY**

*Summary:* in the article the process of development of enterprise development strategy is considered, its problematic issues are investigated and the significance for modern organizations is shown.

*Key words:* enterprise, strategy development, strategy, development strategy, external environment, SWOT analysis, strategy implementation.

Стратегия нужна предприятию для того, чтобы преодолеть ненужную статичность в своём развитии, а также обеспечить себе целостность. Именно поэтому подход стратегического развития всё шире используется во многих успешных организациях. В целом состояние рынка на данный момент обуславливается высокой степенью неопределённости, следовательно, это побуждает менеджмент организаций к созданию приспособленных и гибких стратегий развития предприятий. Одна из типичных особенностей рыночной экономики – это создание и стабилизация конкурентной среды. А сложившаяся сильная конкурентная среда определённо является одной из причин необходимости эффективно управлять маркетинговой и финансово-хозяйственной деятельностью предприятия с учётом имеющихся на определённом сегменте рынка конкурентных отношений. Чтобы добиться этого, необходимо разработать стратегию предприятия в различных взаимосвязанных видах экономической, обслуживающей и маркетинговой деятельности.

Актуальность исследования связана с тем, что, в связи с неопределённостью внешней среды в нынешних реалиях следует более активно внедрять систему развития стратегии на различных предприятиях.

В первую очередь стратегия – это выбор направления деятельности; во-вторых, стратегию можно рассмотреть как обобщение выполненных ранее действий, которые могут быть использованы для поиска новых возможностей. Кроме того, можно привести пять значений термина «стратегия»: план, позиция, перспектива, ловкий маневр, принцип поведения. В самом общем виде стратегический менеджмент можно представить как процесс планирования, определения и осуществления деятельности предприятия в долгосрочной перспективе.

При всем многообразии стратегий М. Портер сгруппировал их в три группы: стратегии лидерства по издержкам, дифференцирования, фокусирования, которые называют базовыми конкурентными стратегиями [1]. Но нужно отметить, что успешно ведущие свою деятельность организации применяют большее количество возможных конкурентных стратегий, а также их комбинации. При использовании на практике базовых конкурентных стратегий следует помнить правило – из всех стратегий на выбранном сегменте рынка определённого продукта одновременно возможность к применению будет только у одной.

Чаще всего используемые на практике и неоднократно испытанные стратегии развития бизнеса, как правило, называют эталонными. Подразделяются они на три группы:

- стратегии роста (концентрированный рост, концентрический рост, модифицированный рост);
- стратегии стабильности (пауза, осторожное продвижение, замораживание, снятие прибыли);
- стратегии отхода (сброс жира, частичный отказ от операционной независимости, частичная распродажа активов, банкротство, ликвидация) [2].

Этапы разработки стратегии будут следующими:

#### 1. Определение функциональных областей

По мнению многих исследователей, стратегия – это наиболее общий план осуществляемых действий организации, который, как правило, позволяет достичь целей предприятия. А чтобы достичь целей, ради которых и ведётся деятельность предприятия, следует тщательно планировать деятельность всех структурных элементов предприятия, к которым можно отнести логистику, маркетинг, производство, кадровую деятельность, коммерческую деятельность и т.д. Оцениванию текущего состояния и результативности работы действующей системы коммуникации следует производиться с учётом реализации операционной деятельности и программ инвестиционного развития.

#### 2. Определение целей

Следующий пункт – это определение целей, так как если ранее предприятие не имело сформированной стратегии, значит SMART-цели не обозначены. Наоборот, при уже определённых целях на этом этапе возможно сэкономить время и финансы. В любом случае, согласно опыту практикующих предприятий, при формировании стратегии целесообразно прорабатывать с самого начала цели организации, так как показатели и запланированные значения спустя время претерпевают немалые изменения.

#### 3. Диагностика

В процессе диагностики выявляется список сильных и слабых сторон организации, над которым могут работать как сотрудники компании, так и внешний консультант, непосредственно разрабатывающий стратегию.

#### 4. Исследование внешней среды

Анализ внешней среды даёт возможность выявить значительный список факторов, влияющих не только конкретно на организацию, но и в

целом на отрасль. Очевидно, такие факторы необходимо брать во внимание в ходе формирования стратегии.

Есть способ собрать такую информацию и более доступным путём, переговорив с наиболее опытными кадрами организации. Как вариант, такой способ выполнения этапа можно рассмотреть в процессе обсуждения плана проекта по формированию стратегии, однако, скорее всего, собранная таким образом информация не будет претендовать на исчерпывающую достоверность.

#### 5. SWOT-анализ

SWOT-анализ является важным инструментом по формированию информации о положении предприятия на рынке. Сопоставляя сильные и слабые стороны организации с возможностями и угрозами, формируется вывод о наличии стратегических альтернатив.

#### 6. Реализация стратегии

После формирования стратегии следует спрогнозировать механизм её воплощения, иначе стратегия не будет иметь практического смысла. Разработка детального плана реализации, как правило, не включена в процедуру стратегического планирования, однако этапы по воплощению обязаны быть прописаны в стратегии.

Значимыми условиями эффективной реализации стратегии предприятия являются контроль за выполнением плана и ответственность за его воплощение.

В связи с этим, существуют конкретные подходы и методики для выбора правильного направления стратегического развития. Методики разработки стратегии могут быть:

- формальными – чаще всего матричными, основанными на математическом анализе;
- неформальными – основанными на творческом, интуитивном подходе [3].

Наиболее часто используют формальные методы, а именно различные матрицы, так как они целостнее всего отображают состояние и позицию организации, которая находится под влиянием внешней и внутренней среды.

Таким образом, уровни создания и формирования стратегии предприятия сами по себе – это замкнутый и непрерывающийся процесс, из-за чего, зачастую, процесс осуществления стратегии постоянно должен сопровождаться проверкой правильности реализуемой миссии, видения и целей и – если необходимо – очередным «запуском» цикла стратегии.

Разработка и осуществление определённой стратегии возможно лишь при эксплуатировании всего инструментария по управлению ресурсами организации. Процесс управления стратегией требует разработки эффективной системы аппарата управления, приспособленного к текущим условиям хозяйствования и изменениям на макро- и микроуровне, и является одним из самых важных аспектов деятельности предприятия, который даёт возможность принимать эффективные управленческие решения, в том числе по развитию организации.

#### **Список использованной литературы:**

1. Конкуренция: учебник / М. Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2015.
2. Маркетинговая стратегия. Курс МВА/ О. Уолкер-мл., Х. Бойд-мл., Ж.-К. Ларше, Дж. Маллинз. Пер. с англ. – Ш.: Вершина, 2013.

3. Стратегический менеджмент: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Менеджмент организации» / М. Н. Дудин, Н. В. Лясников, С. А. Широковских. – 2-е изд., стер. – Москва: КноРус, 2014.

*Дата поступления в редакцию: 27.06.2018 г.*

*Опубликовано: 27.06.2018 г.*

*© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник»,  
электронный журнал, 2018*

*© Луцко В.С., 2018*