

Гаврильева Кюнний Николаевна

студентка

Петров Михаил Ефимович

студент

Контурова Саргылана Сергеевна

канд. экон. наук, доцент

Финансово-экономический институт

ФГАОУ ВПО «Северо-Восточный федеральный

университет им. М.К. Аммосова»

г. Якутск, Республика Саха (Якутия)

ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР СТРАТЕГИИ – ПУТЬ К РАЗВИТИЮ ОРГАНИЗАЦИИ

***Аннотация:** в данной статье рассматривается проблема долгосрочной эффективной работы любого предприятия, его экономического роста и развития. В современной стратегии условия развития организации должны включать связанные программы увеличения гибкости производства, синхронизации производственной деятельности и управления материальными потоками, улучшения работы качества. В условиях твердой конкурентоспособной борьбы и быстро изменяющейся ситуации фирмы должны не только сконцентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, но также и разработать долгосрочную стратегию поведения, которая позволила бы им не отставать от изменений, происходящих в их среде.*

***Ключевые слова:** стратегия, организация, менеджмент, развитие организации.*

Специалисты в стратегическом планировании доказывают, что для получения идеи стратегического положения организации во внешней среде и разъяснения тенденций, опасностей, возможностей, и также отделяют чрезвычайные ситуации, которые способны, чтобы затронуть развитые тенденции, необходимо выполнить стратегический анализ. Это требуется, чтобы передавать несколько

стадий для постепенного перехода от понятий до конкретных организационных и технических действий.

Задача менеджера по созданию и реализации стратегии фирмы состоит из пяти взаимосвязанных частей:

1. Определение вида коммерческой деятельности и формирование стратегический направлений ее развития – т. е. необходимо обозначить цели и долгосрочные перспективы развития.

2. Превращение общих целей в конкретные направления работы.

3. Умелая реализация выбранного плана для достижения желаемых показателей.

4. Эффективная реализация выбранной стратегии.

5. Оценка проделанной работы, анализ ситуации на рынке, внесение корректив в долгосрочные основные направления деятельности, в цели, в стратегию или в ее осуществление в свете приобретенного опыта, изменившихся условий, новых идей или новых возможностей.

В стратегическом управлении организацией большую роль играют правила, которые, также как стратегия, определяют функционирование компании, но в отличие от стратегии в явной форме не имеют никакого целевого начала. У них есть главным образом строгий или заказывающий характер, создавая атмосферу, в которой выполнена деятельность организации. Некоторые правила могут иметь очень широкий смысл, других – довольно узкий, касающийся отдельный аспект жизни компании или отделать функцию. Генерал для всех правил – то, что они устанавливают границы деятельности и поведения в организации, направляя, таким образом, ее функционирование на способе реализации ее стратегии. У многих правил есть довольно длинная жизнь. В то же время есть правила, которые введены для реализации некоторой определенной стратегии, или для обеспечения достижения некоторой определенной цели.

Процедура в отличие от правила описывает действия, которые должны быть предприняты в конкретной ситуации. До некоторой степени я управлял, и процедуры уменьшают степень свободы действия штата организации, вынуждая их

работать с маршрутом набора. Фактически камень преткновения не правила и процедуры, и как они принесены персоналу внимания. Хорошо обдуманная последовательность действий в решении проблемных ситуаций не уменьшает творческий потенциал сотрудников и способствует более успешному решению.

Иерархия разработки стратегии в фирме иллюстрирована табл. 1.

Таблица 1

Основные уровни разработки стратегии фирмы

Уровень	Ответственные за разработку (принятие решения)	Содержание разработки
Корпоративная стратегия	Исполнительный директор, ключевые вице-директоры (решение принимается/пересматривается советом директоров)	Создание и управление портфелем СЗХ Обеспечение синергизма СЗХ как конкурентного преимущества Определение инвестиционных приоритетов и управление ресурсами в наиболее привлекательных СЗХ Пересмотр/ревизия/унификация основных стратегических подходов шефов СЗХ
Стратегия СЗХ	Главный менеджер / шеф СЗХ (решения принимаются/пересматриваются руководством фирмы)	Определение действий и подходов для успешной конкуренции и в интересах получения конкурентных преимуществ Формирование реакции на изменение внешних условий Унификация стратегических инициатив ключевых функциональных служб Действия по решению специфических проблем
Функциональная стратегия	Функциональные менеджеры (решения обычно принимаются/пересматриваются совместно с руководством СЗХ)	Создание функциональных подходов поддержки стратегии бизнеса и достижение функциональных целей и функциональных стратегий в НИОКР, производстве, маркетинге, финансах, кадрах Пересмотр/ревизия/унификация основных подходов менеджеров более низкого уровня

Оперативная стратегия	Шефы полевых единиц/менеджеры более низкого уровня, в том числе функциональные (решения, принимаются, пересматриваются начальниками функциональных отделов)	Разработка более узких и специфических подходов и действий в поддержку функциональных и СЗХ стратегий в интересах достижения целей полевых единиц и функциональных отделов
-----------------------	---	--

Необходимо помнить о том, что стратегия – это не то, что принято на каком-то совещании. Это система последовательно и комплексно реализуемых действий. Система управления компанией, ценовая политика, сервис и контроль качества – все подчиняется принятой стратегии развития.

Цели фирмы придают уникальность и оригинальность выбору стратегии применительно к каждой конкретной фирмы. В целях отражено то, к чему стремится фирма. Если, например, цели не предполагают интенсивного роста фирмы, то и не могут быть выбраны и соответствующие стратегии роста, даже несмотря на то, что для этого есть все предпосылки как на рынке и в отрасли, так и в потенциале фирмы.

Интересы и отношение высшего руководства выполняют очень большую роль в выборе стратегии развития фирмы. Например, высшее руководство не может стремиться пересмотреть принятый им перед решением, даже если новые перспективы открываются.

Хотел бы рисковать, или возможно наоборот, стремиться любыми способами избежать риска; может иметь личное сочувствие или антипатии и и т. д.

Финансовые ресурсы фирмы также значительно влияют на выбор стратегии. Любые изменения в поведении фирмы, такого, например, как вход на новые рынки, развитие нового продукта и переход к новому отделению, требуют большие финансовые расходы. Поэтому фирмы, имеющие большие финансовые ресурсы или легкий доступ к ним по выбору стратегии поведения, находятся в большой лучшей ситуации и имеют для выбора намного большее количество вариантов стратегии, чем фирма с очень ограниченными финансовыми возможностями.

Квалификация рабочих – также значительный ограничивающий фактор по выбору стратегии развития. Углубление и расширение потенциала квалификации рабочих – одно из главных условий, которое обеспечивает возможность перехода к новому производству или к высококачественному технологическому обновлению существующего производства. Не обладая довольно полной информацией о потенциале квалификации, управление не может сделать правильный выбор стратегии фирмы.

Таким образом, стратегическое управление не только разработка программы развития, но также и принятия, и внедрения стратегических решений. Это – также комплекс процессов, явлений и особенностей, отражающих приоритет целей и динамику развития, своевременность решений и действий, предсказания будущего, анализа последствий операционных влияний и инноваций. Стратегия предприятия – основание стратегического планирования и сделана с использованием опыта и знаний многих выдающихся чисел управления. Риски, которые лица предприятия очень различные, и некоторые риски, должны обратить самое большое внимание, а другим – нет.

Список литературы

1. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд; пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2015. – 577 с.
2. Гольдштейн Г.Я. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Г.Я. Гольдштейн. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003.