

УДК 330

*Яхияев А.Ш.,
Ставропольский институт кооперации (филиал) БУКЭП
Россия, г. Ставрополь
Миргородская О.А., к.э.н., доцент
кафедры экономики и управления Ставропольского института
кооперации (филиала) БУКЭП
Россия, г. Ставрополь*

ПОНЯТИЕ И РОЛЬ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье отмечено, что умело разработанная стратегия является переходным комплексом мероприятий, ведущих предприятие к необходимости планирования своей деятельности наперед, и взвешиванию всех управленческих решений и их последствий.

Предприятие, эффективность деятельности, стратегия развития.

*A.S. Yahiyaev,
Stavropol Institute of Cooperation (branch) of BUKEP
Russia, Stavropol
Mirgorodskaya O.A., Candidate of Economics, Associate Professor
of the Department of Economics and Management of the Stavropol
Institute of Cooperation (branch) BUKEP
Russia, Stavropol*

THE CONCEPT AND ROLE OF THE DEVELOPMENT STRATEGY IN THE COMPANY'S ACTIVITIES

The article notes that a skillfully developed strategy is a transitional set of

measures that lead an enterprise to the need to plan its activities in advance and weigh all management decisions and their consequences.

Enterprise, business efficiency, development strategy.

В современных условиях экономического развития есть достаточно большое число определений понятия «стратегия». Можно представить лишь некоторые из них.

А. Чандлером, который выступает как автор одной из первых работ в сфере ведения стратегического планирования, представлено, что стратегия является «определением важнейших долгосрочных целей и задач компании и утверждение курса действий и распределения ресурсов, которые необходимы для достижения данного рода целей» [4]. Ученым И. Ансоффом было представлено несколько особенностей стратегии, которые отличают ее от других терминов экономической направленности:

1. Весь процесс по выработке стратегии не может быть завершен определенного рода четким действием. Обычно его заканчивает процедура определения общих направлений, продвижение по которым обеспечит укрепление позиций компании.

2. Уже четким образом сформулированная стратегия должна использоваться с целью разработки проектов стратегической направленности, методов поиска. Важнейшая роль стратегии в осуществлении поиска заключается в том, чтобы, во-первых, осуществить сосредоточение внимания на определённого рода участках или некоторых возможностях, во-вторых, выбросить все иные возможности, потому что они несовместимы со стратегией.

3. Необходимость в данного рода стратегии отпадает тогда, как только реальный ход событий сможет вывести компанию на желаемый уровень развития.

4. В процессе формулирования стратегий не могут быть предвидены все возможности, которые могут открыться при составлении проекта определенного рода мероприятий. В связи с этим приходится использовать значительным образом обобщённую, неполную и неточную информацию о разного рода альтернативах.

5. При появлении более точных информационных сведений может быть поставлен под некоторое сомнение уровень обоснованности изначальной стратегии. В связи с этим необходимой является обратная связь, которая предоставляет возможность обеспечения своевременного переформулирования стратегии субъекта экономики [1].

Ученым А.Н. Лапыгиным стратегия рыночных субъектов определена в качестве «определенного образа действия компании, который направлен на достижение ее цели» [3]. При этом ученым В.В. Потных говорится, что «стратегия представляет собой конкретизацию пути развития компании исходя из динамики внешней среды посредством формулировки долгосрочных целей, поиска ресурсов по их достижению и планирования конкретных действий на перспективу» [3]. По мнению автора, стратегия представляет собой определение и реализация системы методов достижения желаемых результатов (долгосрочных целей) хозяйствующего субъекта. Стратегия представляет собой образ действий организационного характера и управляющих подходов, которые используются для достижения организационных задач и целей субъекта хозяйствования в условиях рыночной экономики [5].

Определение сферы бизнеса, целеполагание, установление краткосрочных и долгосрочных задач (программ), определение стратегии достижения цели формирует стратегический план развития субъекта экономики. Стратегия находится в зависимости от внешних и внутренних условий работы субъекта хозяйствования. Основными внешними факторами выступают такие: социальные, политические,

законодательство, воздействие общества, привлекательность отрасли, рыночные угрозы и благоприятные возможности субъекта экономики.

Первичными внутренними факторами, которые влияют на стратегию фирмы, выступают: сильные и слабые стороны ее деятельности, компетентность управленческой команды, ее персональные амбиции, философия и этика всей фирмы, ее культура и курсовая стоимость акций. Стратегии представляют собой основополагающие направления деятельности укрупненного характера, при помощи которых определяют: целевые потребительские сегменты перспективного характера, которые предполагается освоить; характер коммуникаций и каналов распределения, которые нужны для выхода на новые перспективные рынки; преимущества, которые отличают планируемые меры от мероприятий конкурентов; варианты развития в инновационном и инвестиционном плане; изменение структуры и систем управления, варианты реформы (поглощение, присоединение, выделение, разделение, смена организационно-правовой формы).

Стратегические решения должны быть отличными от оперативных и тактических действий. Они должны быть инновационными, многопрофильными, принимать во внимание долгосрочный период и вероятностный характер реализации, затрагивая разного рода стороны деятельности для обеспечения реальных конкурентных преимуществ субъекта экономики в целом.

Стратегическое планирование является ориентированным на будущее, на предполагаемые изменения в рыночной конъюнктуре и внутренних возможностей субъекта экономики. В то же время великой является вероятность событий, уровень реализации которых находится в зависимости от не контролируемых компанией факторов. В связи с этим особого рода значение имеют гибкость принимаемых решений, уровень их адаптивности к прогнозируемым условиям производства и продаж [2].

Развитие отношений рыночной экономики делает необходимым изменение сложившихся стереотипов хозяйствования, характера управления. В первую очередь все это относится к деятельности, которая определяет перспективы развития субъекта экономики.

Стратегия должна выступать как «нить времени», которая связывает прошлое и будущее. Выбираемые стратегии должны эффективным образом капитализировать сильные стороны субъекта хозяйствования, преодолению им собственных слабых сторон, извлечение разного рода преимуществ, благодаря внешним условиям, и успешное уклонение от внешних угроз.

Единой стратегии оптимального характера для всех субъектов рыночной экономики в данной отрасли попросту не существует. Каждым отдельно взятым из них, принимая во внимание профиль собственной деятельности, цели и имеющиеся возможности, навыки и ресурсы, разрабатывается собственная стратегия.

Список использованных источников:

1. Ивашковская И.В. Финансовые измерения корпоративных стратегий. Стейкхолдерский подход / И.В. Ивашковская [Текст]. – М.: ИнфраМ, 2018. – 320с.
2. Ковени М. Стратегический разрыв / М. Ковени, Г. Гэнстер, Б. Хартлен, Д. Кинг [Текст]. – М.: Альпина Пабlishер, 2016. – 232с.
3. Лапыгин Ю.Н. Стратегическое развитие организации: Учебное пособие / Ю.Н. Лапыгин, Д.Ю. Лапыгин, Т.А. Лачина [Текст]. – М.: КноРус, 2017. – 284с.
4. Миллер Д. Команда мечты. Беспроеигрышная стратегия в бизнесе / Д. Миллер [Текст]. – М.: ИГ «Весь», 2018. – 224с.
5. Чалова, А.А., Буланкина, Н.Н., Миргородская, О.А., Нарожная, Г.А. Роль трудовых ресурсов в совершенствовании системы подбора персонала // А.А. Чалова, Н.Н. Буланкина, О.А. Миргородская, Г.А. Нарожная. Экономика и предпринимательство 1(17), Москва – 2023 г., с. 906-991. Текст непосредственный.