

ТЕХНОЛОГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Савинов А.П.

*Савинов Антон Павлович - магистр,
кафедра экономики в энергетике и промышленности,
Инженерно-экономический институт
Научно-исследовательский университет
Московский энергетический институт, г. Москва*

Аннотация: на сегодняшний день существует множество технологий исследования стратегий предприятия, в данной статье будут систематизированы данные технологии.

Ключевые слова: стратегия, миссия, планы, видение, компания.

Представим анализ технологий к исследованию стратегии предприятия.

Разработка, а также процесс формирования и реализации стратегических планов включает в себя пять основных, взаимосвязанных уровней [1]:

1. Формирование стратегического видения, принятие решения о том, в какой сфере или бизнесе компания будет работать, и определение цели, в долгосрочной перспективе основного направления движения и конкретной миссии, которую компания должна выполнять.

2. Формирование из стратегического видения конкретного плана, задач по реализации планов и достижения целей.

3. Формирование стратегии выполнения планов и решения задач.

4. Внедрение и реализация стратегии.

5. Анализ результатов работы, использование полученных результатов и внесение корректирующих действий в отношении долгосрочных планов развития, задач стратегии или методов ее реализации в свете фактических результатов, окружающих условий, ресурсов и возможностей [2].

Одним из основных преимуществ стратегического менеджмента является то, что использование его методологии позволяет всем менеджерам компании сотрудничать при стратегическом планировании и реализации стратегического плана. Основным критерием реализации концепции стратегического планирования, воплощения и анализа результатов, является вовлеченность широкого круга сотрудников компании или бизнеса:

- Общее формирование стратегии позволяет предупреждать проблемы, возникающие при реализации стратегии;
- Широкий спектр участников позволяет генерировать разные решения, общий опыт участников планирования позволяет избегать риски возможные при принятии решений;
- Общая работа, повышает мотивацию сотрудников, реализующих стратегии;
- Решаются рабочие функции и взаимосвязи, снижается риск дублирования, повышается эффективность при реализации стратегии;
- Сопротивления изменениям при совместном планировании и реализации заметно снижаются.

Ключ к успеху внедрения и реализации стратегического плана согласно Котлера, лежит в понимании необходимости и важности развития, планирование и реализация плана является рядовым процессом, в существовании любой компании, процесс реализации являет собой многоэтапный процесс, который в свою очередь включает в себя, в том числе большую подготовительную и упреждающую часть [4].

Рассмотрим вариант реализации стратегического плана в компании с точки зрения стадийности реализации [4]:

- Укоренение изменений в корпоративной культуре
- Закрепление достигнутых результатов
- Получение скорых результатов
- Условия для широкого участия сотрудников в реализации стратегии
- Пропаганда новой стратегии
- Видение перспектив и определение стратегии
- Создание команды стратегического планирования
- Внушение людям необходимости перемен в стратегическом развитии

Первые четыре стадии необходимы для того что бы создать предпосылки и подготовить сотрудников к переменам, они не менее важны (а иногда более важны с учетом того что от них зависит процесс внедрения изменений), чем сам процесс реформ. Этапы с пятого по седьмой являются непосредственно процессами самих реформ. Реализация каждой из восьми стадий должна основываться на базе предыдущей стадии прохождения реформ в противном случае компания столкнется с проблемами, которые не нивелированы предыдущим процессом, призванным, в том числе, подготовить почву для следующей стадии развития.

Основными компонентами миссии являются – характеристики продукта, рынка и технологии. Стратегию компании, отображенной в миссии, определяют три важнейшие задачи – выживание, рост (расширение), получение прибыли. Основной задачей любого бизнеса является получение прибыли, что является индикатором работы компании при совокупности и учете всех основных стратегических показателей. Наличие конкурентного продукта, взаимоотношение с поставщиками, внутренние условия и мотивации сотрудников, компетенции сотрудников и руководителей, профессиональный уровень сотрудников, административное управление являются факторами успешной работы компании и ее стратегического развития.

На начальном этапе существует необходимость выделить основные критерии, влияющие на разработку стратегии:

- Экономические факторы;
- Общая картина отрасли, конкурентная среда;
- Угрозы и возможности;
- Слабые и сильные стороны компании;
- Ресурсы и возможности компании;
- Общие ценности и корпоративная культура.

Данные факторы можно разделить на две части, внешние факторы и внутренние. Для формирования стратегии компании в нашем случае проведем анализ с помощью основных, классических методов – SWOT анализ, анализ по 5 силам Портера, и анализ по методу McKinsey, PEST анализ.

Список литературы

1. *Бодди Д., Пэйтон Р.* Основы менеджмента: пер. с англ. / Под ред. Ю.Н. Каптуревского СПб.: Издательство «Питер», 2011. 816 с.: ил. (Серия «Теория и практика менеджмента»).
2. *Бокарев Т.* Энциклопедия Интернет-рекламы М.: Агентство Интернет-рекламы «Промо-ру», 2014. 340 с.
3. *Буров В.Г., Галь А.Е., Казаков Н.Т.* Бизнес-план инновационного проекта М.: «Центральный институт повышения квалификации кадров авиационной промышленности», 2015. 110 с.
4. *Дафт Р.Л.* Менеджмент. СПб.: Издательство «Питер», 2014. 832 с.: ил. «Серия «Теория и практика менеджмента».
5. *Дихтль Е.* Практический маркетинг: Учеб. пособие [Текст] / Пер. с нем. М.: Высш. шк, 2009.