

РАЗВИТИЕ БИЗНЕС СТРАТЕГИИ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЕЕ ПРИМЕНЕНИЯ

Кихтенко Анастасия Евгеньевна

студент, Армавирский государственный педагогический университет, РФ, г. Армавир

Панина Яна Андреевна

студент, Армавирский государственный педагогический университет, РФ, г. Армавир

Богданова Ардема Владимировна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, Армавирский государственный педагогический университет, РФ, г. Армавир

Бизнес-стратегия — генеральная программа действий предприятия, устанавливающая стратегические цели, ресурсы и последовательность действий в отношении бизнес-единиц. [2, с. 53]

Для разработки бизнес стратегии какой-либо компании необходимо иметь данные теоретического анализа и уметь оценивать полученные данные, пользуясь при этом различными инструментами. Самым популярным считается SWOT-анализ. Эта методика помогает изучить внутреннюю и внешнюю структуру организации, при этом выявляя угрозы и перспективы развития бизнеса, а также сосредоточиться на самых перспективных сферах развития рынка.

Разработка бизнес стратегии проходит несколько этапов, среди которых можно выделить:

- Анализирование рынка. Для полного изучения рынка, выявления своей целевой аудитории, сравнения своего товара с конкурентами, необходимо рассмотрение внутренних и внешних его факторов. Необходимо выяснить почему клиенты отдадут предпочтение именно вашей компании и что им интересно. Такое изучение, безусловно, будет преимуществом для бизнеса, так как позволит правильно и эффективно представить продукт и компанию.
- Формирование цели деятельности компании. Способствует установлению задач и ключевых целей бизнеса, что повышает уровень доверия и лояльность покупателей. В ней отражается особенность организации, ее преимущества среди конкурентов, сфера деятельности и технологии управления. Основной особенностью этого этапа является адаптация цели к условиям данного рынка, в котором работает компания.
- Продумывание конечных результатов, которые компания планирует достичь по истечению какого-либо определенного срока. Главным требованием является их ясность, измеримость, достижимость и реалистичность.
- Выбор стратегии развития предприятия, исходящий из анализа конкурентоспособности компании и ее товара на рынке.
- Выбор надежных сотрудников и назначение их ответственными за реализацию стратегии. Они устанавливают сроки и контролируют сам процесс производства и продажи товара.

Для того чтобы реализовать бизнес стратегию, необходимо выполнять определенные шаги [1, с. 137].

- Оценивание состояния компании и динамики ее развития. Для этого необходимо

провести расчеты за выбранный период планирования. Рассматриваются такие показатели как: реализация товара (объем и структура продаж), прибыль и главные конкуренты; инвестиционный и финансовый рынок (привлеченные средства, ликвидность имеющихся активов, главные инвесторы и имеющиеся долги); рынок труда (количество рабочих, заработные платы); логистический рынок (постоянность цен и поставок). А также важным шагом является контроль за изменениями в законодательстве данной сферы. И заключением в данном шаге будет составление предполагаемых угроз и возможностей.

- Закрепление амбиций равных возможностям фирмы. Это необходимо для того, чтобы использовать уже полученные ранее данные в описании способов для решения возможных проблем. Далее выбирается наиболее выгодный из них для реализации. Оставшиеся будут выступать как альтернативные. После этого формируются цели, с указанием достигаемых показателей. Эти показатели должны соответствовать тем, которые утверждены в 1 шаге.
- Пересмотр уже существующей структуры управления предприятием и ответственных лиц. Этот шаг подготавливает бизнес к изменениям внутри организации. Он необходим для введения новых подразделений и должностей. В этом шаге допускаются небольшие корректировки целей: укрепление блока закупок, продаж и дистрибуции.
- Следующий шаг – это проведение мероприятий, необходимых для устранения возможных рисков и сложных, запутанных ситуаций. В этот момент необходимо включить такой пункт исследования как угрозы и недостатки. Это необходимо для того, чтобы свести к минимуму последствия от негативного влияния этих факторов.
- И, наконец, последний шаг – это корректировка стратегии. В любом случае, на протяжении всего периода существования организации, необходимо внесение определенных корректировок. Это происходит если не выполняются, либо перевыполняются плановые показатели (более, чем на 20%); появляются новые уникальные возможности для реализации внутреннего потенциала компании; при угрозе возникновения ситуаций, влияющих на основные факторы существования стратегии.

Таким образом, необходимо всегда учитывать, что стратегия развития организации является как технологией планирования, так и процессом размышления о целях существования данного бизнеса.

Для того чтобы оценить выбранную стратегию, необходимо придерживаться определенных правил, которые включают в себя несколько компонентов [3, с. 376]:

- мотивация (осуществление оценочной деятельности разработанной стратегии и ее показателей);
- информация (наличие достоверной информации о предполагаемых результатах разработанных стратегий);
- критерии (оценивание стратегии происходит по определенным критериям: планомерность, пригодность, выполнимость, приемлемость, превосходство);
- выводы (оценка результативности наилучшей стратегии и методов ее достижения).

Для того чтобы лучше понять как бизнес стратегия реализуется на практике, необходимо рассмотреть несколько примеров компаний из двух разных сфер.

Например, когда иностранная компания заходит на российский рынок, она уже имеет крупного конкурента. Для того чтобы ее товар стал наиболее выгодным и разрекламированным, начинается увеличение производственных мощностей и формирование производственной основы предприятия. Запускаются новые заводы по созданию этого товара, затем происходит распространение его по крупным регионам, а с наибольшим развитием в более мелкие регионы. Совокупность таких мер смогло обеспечить серьёзное превосходство такого товара над товарами конкурентов.

Или стратегии развития предприятия на примере гостиничного комплекса “Хилтон”. В какой-то момент возникло перенасыщение рынка, и помпезные отели, на которых специализировалась компания, остались, как говорится, не у дел. Руководство “Хилтон” изменили направление работы компании и начались работы по строительству отелей,

рассчитанных на потребителя со средним достатком. Предполагалось, что расширение ниши приведет к возникновению конкурентной борьбы. Этого не произошло благодаря удачной стратегии руководства “Хилтон”, которое использовало в качестве конкурентного преимущества высокое качество обслуживания клиентов. [4, с. 89]

Так, стратегия – это некое связующее звено в бизнес стратегии организации между ее реальностью и желаемым. Чем четче и понятнее план стратегии, тем больше вероятность достижения желаемого результата.

Список литературы:

1. Каплан Р., Нортон Д. Организация, ориентированная на стратегию/Пер. с англ. М. Павлова. Москва: Олимп-Бизнес, 2017. - 416 с.
2. Лопатников Л. И. Экономико-математический словарь: Словарь соврем. экон. науки / Л. И. Лопатников; Под ред. Г. Б. Клейнера. - 5. изд., перераб. и доп. - М.: Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации: Дело, 2003. - 519 с.
3. Маршалл А. Основы экономической науки / А. Маршалл; [предисл. Дж.М. Кейнса; пер. с англ. В.И. Бомкина, В.Т. Рысина, Р.И. Столпера.] – М.: Эксмо, 2019. – 832 с.
4. Пономарева А. М. Основы рекламной деятельности: организация, планирование, оценка эффективности. -М.: Финансы и статистика, 2017. -192 с.