

ВЫБОР СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ РЫНКА С ЦЕЛЬЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

**Яроцкая Елена Владимировна, к.э.н., доцент,
доцент кафедры экономики и бухгалтерского учета
ФГБОУ ВО «Смоленская государственная сельскохозяйственная академия»
Yarotskaya Elena Vladimirovna, Candidate of Economics, Associate Professor,
Department of Economics and Accounting, Smolensk State Agricultural Academy,
winner130374@rambler.ru**

В данной статье рассмотрены понятие стратегии организации, выбор стратегии с целью устойчивого развития. Каждая организация, стремящаяся выжить в жестких рыночных условиях, разрабатывает собственную стратегию на основе анализа внешней среды, собственного потенциала, исходя из целей и задач.

Ключевые слова: стратегия, устойчивое развитие, стратегический менеджмент, стратегическое планирование, ценовая конкуренция, наступательная стратегия, оборонительная стратегия

Стратегия развития компании - это набор методов и действий, направленных на достижение поставленных целей и выполнение поставленных задач. Разработка стратегии развития предприятия - это определение будущих действий, понимание бизнес-миссии, установление целей, планирование мероприятий и создание сроков их реализации [5, с.72].

Стратегическое планирование заключается в определении основных областей развития, понимании требований клиентов, формулировании организационных целей и оценке внутренних и внешних бизнес-факторов.

Планирование основано на данных мониторинга основных характеристик, влияющих на экономическое состояние организации:

- запланированный объем воскресенья;
- плюсы и минусы запланированного продукта;
- наличие и преимущества аналогов;
- потребительские ожидания;
- дополнительные факторы, влияющие на покупательную способность (место жительства, специфика политической системы и законодательной базы, демографическая ситуация и т. д. октябрь.) [1, с.102]

Крупные компании разрабатывают и реализуют стратегию развития организации, привлекают многих специалистов разного профиля-это юристы, экономисты, маркетологи и другие, потому что без их помощи дальнейший рост крупных организаций невозможен. Если у компании нет стратегии, можно сказать, что организация «продолжает поток», она живет сегодня.

Правила, разработанные стратегиями, должны соблюдаться, их уважение должно соблюдаться: при оценке результатов работы организации; при организации отношений между сотрудниками; при организации взаимоотношений организации с окружающей средой; в оперативном управлении организацией [3, с. 54].

В случае если стратегическое планирование верно создано и принято:

- получить стратегию денежного становления организации, которая обусловит возможности бизнеса, взять в толк, чего идет по стопам игнорировать и собственно, что идет по стопам развивать, показать мотивированные финансовые характеристики, аргументированные итогами анализа;

- стратегия обусловит ценность в развитии и функционировании бизнеса, собственно, что позволит увеличить скорость принятия заключений для актуального реагирования на конфигурации рынка;

- толковая стратегия воздействует на эффективность работы организации, например, как внедрение свежих бизнес-процессов оправдано;

- начальник фирмы имеет возможность бросить взгляд на него «со стороны», собственно, что позволит обнаружить неэффективные или же нуждающиеся в расширении отряда, беспристрастно расценить структуру организации;

- созданная стратегия улучшает работу служащих, бывает замечена вероятность брать на себя продуманные, базирующиеся на правилах заключения.

Ведущей целью планирования считается классификация данных о внутреннем состоянии организации и наружной среде, создание точной системы, в которой синхронизируются характеристики, отражающие текущее положение дел.

Стратегия становления организации открывает плюсы и минусы в работы фирмы, выявляет причинно-следственные связи меж вероятными рисками и слабостями организации и ее конкурентоспособными превосходством. Команда знатоков, продумывающих стратегию, трудится с таблицами, графиками и графическими объектами.

Карта принятия заключений разрешает систематизировать цели как оперативные, среднесрочные и стратегические, а еще разрешает обнаружить главные характеристики всевозможных мотивированных групп. Наиболее необходимым прецедентом считается то, собственно, что стратегия становления фирмы считается необходимым конкурентоспособным плюсом, которое бывает замечена спасибо осознанности ведения бизнеса. [2, с. 78]

Как таковой, универсального метода выбора стратегии не существует. Каждая организация имеет свой собственный стиль управления, но все же некоторые направления деятельности могут быть сгруппированы с учетом общих характеристик в процессе развития. Итак, давайте рассмотрим основные стратегии развития организации.

Основная стратегия развития предприятия может состоять только из двух ценностей: продукта и рынка. Если производственные и технологические преимущества организации позволяют ей отеснять конкурентов в своем сегменте рынка, то имеет смысл задуматься о стратегии географической экспансии. Компаниям, поставляющим на рынок новые продукты, потребуется стратегия диверсификации. Этот термин используется для организаций, которые проникают в сферы деятельности, в которых они ранее не работали. Но в последнее время бизнесмены не стремятся покорять неизвестное, предпочитая работать в знакомой отрасли, опираясь на имеющийся опыт.

Стратегия разработки продукта базируется на научно-технической базе, позволяющей быстро наладить производство нового продукта и вывести его на ранее опробованный рынок.

Суть стратегии сворачивания бизнеса заключается в сокращении или прекращении продаж и применяется к определенной продуктовой линейке или ее части, а может относиться и к деятельности как таковой.

Борьба с конкурентами. Специфика разработки стратегии развития организации во многом зависит от условий конкуренции, на формирование которой большое влияние оказывают социальные, политические, научно-технические факторы, а также поведение игроков на этом рынке. Методология повышения конкурентоспособности и укрепления позиций достаточно разнообразна, но наиболее популярными являются два типа стратегий: ценовая и неценовая.

Ценовая конкуренция основана на правилах ценообразования, которые ориентированы на стоимость продукта и срок службы аналога конкурента. Если товар конкурента дешевле, но быстро "проваливается", то более высокие цены оправданы: качественный товар стоит дороже, а спрос есть всегда. [9.с.95]

Инструментами неценовых стратегий являются:

- продукция ориентирована на небольшую целевую аудиторию (некоторые категории покупателей готовы доплачивать за более высокое качество или эксклюзив);

- товары и услуги дифференцированного характера (создание бренда, улучшение показателей качества, высокий уровень сервиса);

- объем рекламных кампаний по стимулированию продаж.

Для борьбы с конкурентами используйте наступательную или оборонительную маркетинговую стратегию.

Наступательная стратегия развития организации используется «новичками», которые стремятся как можно быстрее освоить рынок и занять на нем определенные позиции: маркетологи разрабатывают наступательные программы, исходя из слабых мест конкурента, что приводит к ослаблению его позиций. Такие действия практикуются малыми предприятиями, которые нуждаются в краткосрочном конкурентном преимуществе, чтобы выгодно представить свой продукт. [4, с. 307]

Целью оборонительной стратегии развития предприятия является удержание позиций, что достигается с помощью приемов:

- превентивная политика, предотвращающая атаки конкурентов;

- фланговая оборона необходима для защиты наиболее слабых секторов рынка, специализирующихся на продажах;

- стратегия сокращения-организация отдает конкуренту свои наименее эффективные участки, сосредоточив все свои силы на сильных позициях.

Функциональные стратегии - ориентация организации на производственные процессы, обеспечивающие ее непрерывную работу.

Существует несколько типов функциональных стратегий: производственная стратегия, стратегия управления персоналом, финансовая и маркетинговая стратегии.

Маркетинговая стратегия - направлена на создание ассортимента ряда, адаптацию к изменениям внешней среды и общение с потенциальными потребителями.

Финансовая стратегия - управление материальными ресурсами организации, формирование финансовых потоков, определение оптимальных способов создания и расходования средств. Это самый важный подвид, так как любое стратегическое планирование базируется на финансовых объемах предприятия.

Стратегия управления персоналом предназначена для решения следующих задач:

- расчет потребности в кадрах подразделений;

- продумывание мероприятий, направленных на привлечение, адаптацию, обучение и стимулирование сотрудников;

- организация рабочих мест и обеспечение безопасности и охраны труда;

- правовое оформление трудовых отношений, предупреждение и разрешение конфликтных ситуаций.

Производственная стратегия напрямую связана с инновационной стратегией, так как использование новых технологий обеспечивает конкурентоспособность продукта, увеличивая его преимущества. Цели стратегии: экономия ресурсов и сохранение производственного потенциала, устранение рисков, вызванных влиянием человеческого фактора, разработка программ, направленных на повышение производительности труда.

Сфера социальных инноваций является одним из подвидов функциональных стратегий, так как предполагает разработку программ и мероприятий, направленных на создание благоприятной социальной атмосферы, являющейся основой плодотворных отношений с общественностью.

Для разработки стратегии компании необходимы данные теоретического анализа и умение специалистов оценивать и использовать полученные данные с помощью различных инструментов. Наиболее популярным является классический SWOT-анализ. Она позволяет изучать внутренние и внешние параметры организации, выявлять угрозы и перспективы, строить матрицу преимуществ и недостатков, ориентироваться на наиболее перспективные направления развития рынка. Обычно SWOT-анализ проводится для разработки стратегии экономического развития организации.

Для оценки эффективности стратегии необходимы следующие четыре компонента: мотивация, информация, критерии и выводы.

Началу работы должно предшествовать желание оценить разработанную стратегию или определенные показатели.

Информация - может быть предоставлена в любой форме. Главное, что она удобна для работы и позволяет оценить саму стратегию и последствия ее практического применения. Это требует

эффективной системы управленческой информации и полного объективного отчета об ожидаемых результатах разработанных стратегий и последствиях их реализации. Предоставленная информация должна быть полной, чтобы не возникало никаких вопросов.

Стратегия оценивается по четко определенным критериям, которые соответствуют следующим группам:

- планирование-гармония с деятельностью организации;
- взаимосвязь. Стратегия должна предусматривать возможные глобальные изменения внешней среды и ответные меры на них;
- выполнимость. Стратегия должна объективно оценивать имеющиеся ресурсы и не создавать дополнительных проблем;
- приемлемость. Стратегия должна учитывать пожелания отдельных сотрудников компании.
- превосходство. Стратегия должна способствовать формированию или поддержанию превосходства над конкурентами в выбранной нише. [9.с.190]

Выводы, основанные на результатах оценки, являются не завершением работы, а информацией для размышления. Его результаты должны повлиять на выбор стратегии и помочь определить наиболее эффективную. Должны быть созданы соответствующие системы, которые могут использовать результаты оценки для корректировки действий.

Стратегия - это тонкая нить, соединяющая реальное с желаемым. Четкий детальный план стратегии развития компании поможет укрепить ее и достичь желаемого результата.

Список использованных источников

1. Инновационное развитие сельского хозяйства и АПК в условиях ESG-трансформации// Алексеев А.Н., Ашурметова Н.А., Боговиз А.В., Гнездова Ю.В., Кваша О.Н., Лобова С.В., Минаев А.М., Миркина О.Н., Молодкина П.Г., Осипов В.С., Романов В.А., Романова Ю.А., Саидов М.Х., Саидова Д.Н., Яроцкая Е.В.// Монография. – Казань, 2021. – 189с.

2. Новикова Н.Е. Управление финансовой деятельностью как инструмент обеспечения безопасности финансово-хозяйственной деятельности организации // Менеджмент и логистика: теория, практика. сборник материалов Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. 2019. С. 75-79.

3. Новикова Н.Е., Огорокова Ю.А., Яроцкая Е.В., Лаврушин В.М. Моделирование экономических систем с помощью обобщенно-регрессионных нейронных сетей// Экономика и менеджмент систем управления. 2018. № 4 (30). С. 51-59.

4. Яроцкая Е.В., Леонтьева М.В. Методы управления затратами в сельскохозяйственных предприятиях// Перспективы научно-технологического развития агропромышленного комплекса России. Сборник материалов международной научной конференции. 2019. С. 304-309.

5. Яроцкая Е.В. Функциональные стратегии развития организации и особенности их разработки// Менеджмент и социально-гуманитарные науки: проблемы и перспективы в современном мире. Сб. материалов Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. 2022. С. 70-73.