

---

## СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОЦЕНКА ЕЁ ЭФФЕКТИВНОСТИ

**А.М. Полхлеб**

*МИУ, ф-т экономики, студент 3-го курса*

*Научный руководитель: А.С. Головачев,  
д.э.н., профессор*

Стратегия – это детальный всесторонний комплексный план развития предприятия, для осуществления его миссии по достижению целей. Стратегия – это долгосрочное определенное направление развития организации, с учетом внешней среды, приводящее организацию к ее целям. Стратегия формулируется и разрабатывается высшим руководством, но ее реализация предусматривает участие всех работников [1, с. 13].

Стратегический план обосновывается обширными исследованиями и фактическими данными, которые придают предприятию определенность, индивидуальность, что позволяет ему привлекать определенные группы работников.

Наконец, стратегический план должен быть разработан так, чтобы не только оставаться целостным в течение длительных периодов времени, но и быть достаточно гибким, чтобы при необходимости можно было осуществить модификацию и переориентацию его содержания.

Стратегическое развитие должно осуществляться так, чтобы все изменения, происходящие на предприятии, в его технологическом комплексе, производственной, инновационной и организационно-управленческой деятельности позволяли в динамичных рыночных условиях сохранить и улучшить рентабельность и стабильность, соответствуя интересам собственников и согласованным с ними интересам работников [2, с.62].

Стратегическое развитие – процесс, осуществляемый постоянно. Управление развитием предприятия может быть реализовано в рамках двух различных подходов: проектно-планового (проект желаемого состояния предприятия на долгосрочную перспективу) или программного (исходит из проблем и возможностей их разрешения, существующих на начальный момент развития).

Если при проектном подходе исходят из должного (того, что должно быть), то при программном – из реального (того, что есть) и выбирают такие изменения, чтобы трансформировать реальное в «лучшую» сторону.

Программный подход к разработке стратегии включает следующие элементы: а) долгосрочные (концепция программы; стратегия) и б) краткосрочные (цель и задачи на очередной этап; политику; план мероприятий по выполнению задач и достижению целей этапа).

Проблемы стратегии развития предприятия: 1. Не определены конкретные методы продаж; 2. Применяется затратный метод ценообразования, который не учитывает цены конкурентов и в мировой практике считается крайне неэффективным; 3. Недостатки в организации рекламы.

Направления решения проблемы по разработке эффективной стратегии развития предприятия ИП «Изобел»: 1. Совершенствование сбытовой деятельности предприятия; 2. Совершенствование ценовой политики предприятия; 3. Совершенствование рекламной и коммуникационной деятельности предприятия.

Реализация комплекса направлений обеспечит качественную стратегию развития предприятия, рост объемов продаж, за счёт совершенствования маркетинговой деятельности (сбытовой деятельности предприятия, ценовой политики, рекламной и коммуникационной деятельности).

### **Литература**

1. Виханский, О.С. Стратегическое планирование: учебник / О.С. Виханский. – М.: Гардарики, 2000. –296 с.
2. Сульповар, Л.Б. Маркетинг потребительских товаров и услуг / Л.Б. Сульповар. – М., 2002. – 62 с.