

Степура М.А.

студент

3 курс, Институт экономики и управления  
ФГБОУ ВО «Бурятский государственный университет»,  
Россия, г. Улан-Удэ.

## БИЗНЕС-СТРАТЕГИЯ КАК ИСТОЧНИК УСПЕХА ОРГАНИЗАЦИИ

***Аннотация:** Успех компании зависит от многих факторов, главным из которых является разработка правильной стратегии. От нее зависит будущее компании, так как она определяет миссию, цели, задачи, ценности организации. В данной статье дано определение бизнес-стратегии, описаны базисные стратегии, дана технология ее разработки, описаны такие основные подходы к их созданию, как SWOT-анализ и пять сил конкуренции. Даны определения таким понятиям, как миссия, цели, задачи, ценности. А также проанализированы причины необходимости создания правильной бизнес-стратегии.*

***Ключевые слова:** бизнес-стратегия, базисные стратегии, технология создания, разработка бизнес-стратегии.*

## BUSINESS STRATEGY AS A SOURCE OF SUCCESS OF THE ORGANIZATION

***Abstract:** Success of company depends on many factors, the main one is to develop the right strategy. And it is on it, mainly, depends the future of the company, as it determines the mission, goals, objectives, values of the organization. This article defines the business strategy, describes the basic strategies, the technology of its development is given, such basic approaches to their creation as SWOT-analysis and five forces of competition are described. Definitions of such concepts*

*as mission, goals, objectives, values are given. And analyzed the reasons for the need to create the right business strategy.*

**Key words:** *business strategy, basic strategy, technology of creation, development of business strategy.*

В настоящее время условия внешней среды являются нестабильными и постоянно меняются, поэтому для обеспечения стабильности в работе компании повышается интерес к стратегическому управлению. С помощью такого управления изменения в организации осуществляются в соответствии с темпами изменений внешней среды. Компаниям необходимо разрабатывать эффективные стратегии не только для того, чтобы удержаться на рынке как можно больше, но для того, чтобы обрести успех. Каждая компания хочет быть востребованной на своем рынке, получать немаленькую прибыль, а также стать ведущей в своей области. Но не у всех это получается, что связано с большим количеством различных проблем.

В успехе компании не маленькое значение играет стратегия организации, которая влияет на всю ее деятельность. От бизнес-стратегии зависит достижение поставленных целей, стабильность функционирования компании на рынке и многое другое. Бизнес-стратегия – это модель действий, направленных на достижение целей организации. Стратегия включает в себя набор правил принятия решений, которые используются для того чтобы определить направления деятельности компании. Каждая компания должна иметь бизнес-стратегию для создания благоприятных условий и достижения успехов в будущем. Выбор стратегии зависит от состояния компании, от его положения на рынке и от поставленных целей.

Существуют базисные стратегии, которые наиболее распространены.

1. Стратегии концентрированного роста. Такие стратегии предусматривают изменения в выпускаемой продукции или изменение рынка. Здесь компания может изменить качество выпускаемой продукции или начать

выпускать новые товары. Компания пытается улучшить свое положение на рынке или перейти на новый без больших потерь.

2. Стратегии интегрированного роста. Здесь происходит расширение компании с помощью создания новых структур, например, покупки новой собственности. Очень выгодным будет создание или покупка предприятий, которые будут выступать посредниками. Это позволит компании быть независимой от поставщиков и изменений цен на необходимые ресурсы.

3. Стратегии диверсифицированного роста. Такие стратегии применяются, когда компании необходимо поменять выпускаемый продукт из-за того, что он не приносит прибыль, из-за затратности выпуска; выбрать другой рынок сбыта или даже отрасль. Компания может использовать уже имеющееся оборудование для производства какой-то новой продукции, оставаясь на этом же рынке; или выходить на совершенно новый рынок и производить совершенно новый товар, используя отличную от предыдущей технологию изготовления. Для организации такой бизнес-стратегии потребуется привлечение дополнительных финансовых и кадровых ресурсов, поэтому она является наиболее сложной и рискованной.

4. Стратегии целенаправленного сокращения. Она используется, если компании необходимо повысить свою эффективность. Компания вынуждена сократить производство и персонал. Она может продать какое-то свое подразделение, а полученные деньги вложить в развитие своего бизнеса. Часто такие стратегии означают прекращение существования компании, когда она уже не может вести бизнес. Стратегии целенаправленного сокращения негативно сказываются на делах компании, но часто она становится единственным выходом обновления бизнеса.

Перед тем, как начать сам процесс разработки стратегии, необходимо сформировать будущий образ компании – ее видение. Для разработки стратегии необходимо сначала изучить отрасль компании и построить прогноз

ее развития с помощью различных методов, оценить прибыльность этой отрасли.

Также необходимо разработать альтернативы для стратегии, дать им экономическую оценку, с этой целью организации проводят SWOT-анализ самого предприятия, своей продукции, рынка или даже отрасли; устанавливаются причинно-следственные связи между сильными сторонами и возможностями, между слабыми сторонами и возникновением угроз. Для выбора стратегии из множества альтернатив проводится экспертная оценка. В результате оценки образуются матрицы сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, то есть матрицы SWOT-анализа.

Также многие менеджеры используют такой подход, как «Пять сил конкуренции, типовые стратегии», который был разработан М. Портером. Такой подход позволяет не только определить сильные и слабые стороны организации, но и определить направления, в которых предприятие сможет получить максимальные результаты. Для того, чтобы организация смогла оказаться в выгодном положении, для начала необходимо его определить. Следующим этапом будет прогноз прибыльности выбранной отрасли, а на заключительном этапе необходимо разработать мероприятия на достижение наиболее выгодной позиции.

Далее разрабатываются миссия, принципы предприятия, стратегические, среднесрочные и долгосрочные цели. Разработка целей и задач является важным этапом разработки стратегии, так как они показывают, чего хочет добиться компания, чего она хочет достичь. Необходимо координировать краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные стратегии компании для того, чтобы план развития соответствовал целям.

Миссия компании – это основная цель существования организации и ее деятельности. Миссия показывает значимость предприятия, определяет всю его деятельность. На миссию влияет не только состояние внешней и внутренней сред организации, но и положение продукции на рынке,

потребности потребителей, востребованность выбранной отрасли среди потребителей.

Цели предприятия разрабатываются в соответствии с его миссией. Причем целей может быть несколько, и все они могут быть задействованы в разработке стратегии. Задачи организации в свою очередь представляют собой действия, которые направлены на достижение целей.

Ценности компании – это те правила и принципы, которые приняты в компании.

Также необходимо определить среднесрочные, долгосрочные и стратегические сроки введения бизнес-стратегии.

После определения целей и задач необходимо исследовать конъюнктуру рынка, спрос и предложение, как на внешних рынках, так и внутренних. Анализ позиции компании в своем направлении, на своем рынке покажет ее конкурентоспособность, способность бизнес-стратегии исправить положение. Проходит проверка созданной стратегии на ее достижимость.

На заключительном этапе стратегия начинает внедряться с помощью комплекса работ.

Таким образом, бизнес-стратегия определяет направление действий компании, которое направлено на достижение поставленных целей. И только ее правильная реализация поможет улучшить положение компании на рынке. Стратегия должна устранить разрыв между состоянием компании и видением своего будущего, а также отражать поставленные ей цели.

От создания будущего образа компании, разработки миссии и целей, разработки плана стратегии, сроков ее реализации зависит создание эффективной стратегии, которая приведет компанию к ее эффективной работе, увеличению рентабельности и получению большей доли рынка.

### **Использованные источники:**

1. Арутюнова Д. В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Д. В. Арутюнова. – Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ. – 2010. – 122 с.
2. Методы разработки стратегии компании. По материалам книги - Лапыгин Ю.Н., «Стратегический менеджмент», ИД «ИНФРА-М», 2007. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.stplan.ru/articles/theory/stmethod.htm>. (дата обращения: 07.04.2018)
3. Стратегия - понятия и определения. Классификация стратегий [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.stplan.ru/articles/theory/strategy.htm>. (дата обращения: 07.04.2018).
4. Эталонные стратегии роста [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.e-executive.ru/wiki/index.php/Эталонные\\_стратегии\\_роста](https://www.e-executive.ru/wiki/index.php/Эталонные_стратегии_роста). (19:08, 26 ноября 2016).