

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ АЛЬТЕРНАТИВА И УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ЧП «ЛИНА»

ШАПОВАЛ А.М.,

студент бакалавриата,

кафедра менеджмента непроеизводственной сферы,

Научный руководитель:

КЛИМОВА П.А.,

канд. экон. наук., доцент,

кафедра менеджмента непроеизводственной сферы,

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы

при Главе Донецкой Народной Республики»,

г. Донецк, ДНР

Актуальность: на сегодняшний день для предприятий, организаций (учреждений) важную роль играет стратегия. Стратегия - это особый план управления деятельностью организации, который направлен на укрепление ее позиций, повышение удовлетворенности потребителей и достижение стратегических целей. Поэтому необходимо разработать такой план развития бизнеса и принять практические решения при выборе направления дальнейшей работы. Этот план должен охватывать все функции: исследования рынка, снабжение, производство, финансы, маркетинг, управление персоналом. Эффективная стратегия позволит организации занять прочные позиции на рынке, в конкурентной среде и преодолеть внутренние проблемы.

Relevance: today for the enterprises, organizations (companies) an important role is played by the strategy. Strategy is a special company management plan that is aimed at strengthening its position, increasing customer satisfaction and achieving goals. Therefore, it is necessary to develop a business development plan and make practical decisions when choosing a direction for further work. This plan should cover all functions: supply, production, finance, marketing, personnel management,

research. A good strategy will allow the company to take a strong position in the market, in a competitive environment and internal problems.

Ключевые слова: стратегия, организация, конкуренция, руководство, стратегические альтернативы

Keywords: strategy, organization, competition, leadership, strategic alternatives

Результаты исследования. Любая организация, как раз во время конкурентной и динамически изменяющейся среды, должна не только последовательно приспосабливаться к внешней среде, но и разрабатывать стратегию устойчивого выживания в долгосрочной перспективе. У организации есть четыре основных стратегических альтернативы: ограниченный рост, рост, сокращение и комбинация этих трех стратегий [1].

Первая стратегия - это стратегия, которой следуют большинство организаций. Для них характерно устанавливать целевые показатели с учетом инфляции. Стратегия ограниченного роста используется в компаниях, которые имеют хорошо развитые технологии, когда организация наиболее удовлетворена своим положением. Организации идут по этому маршруту, потому что он самый удобный, простой и наименее рискованный.

Стратегия роста - осуществляется путем постоянного значительного повышения уровня краткосрочных и долгосрочных целей. Технологические отрасли используются и быстро растут. Рост может быть внутренним и внешним. Внутренний рост может быть достигнут за счет расширения ассортимента товаров и услуг. Приобретение конкурирующих или связанных организаций. Форма и наиболее очевидная форма роста - это слияние компаний сегодня.

Наиболее неблагоприятную стратегию сокращения называют также стратегией последнего выхода. Целевой уровень ниже уровня, достигнутого в прошлом. В стратегии сокращения есть несколько вариантов:

- ликвидация;
- отсечение лишнего;
- сокращение и переориентация;

Стратегия сокращения чаще всего выбирается, когда производительность организации продолжает ухудшаться во время определенного спада или для спасения организации.

Комбинированная стратегия представляет собой комбинацию из трех упомянутых стратегий. Большинство организаций в различных отраслях, скорее всего, будут придерживаться этой стратегии [2].

Рассматривая стратегию чрезвычайного положения на примере ЧП «Лина», можно сказать, что после анализа доступной стратегической альтернативы руководство переходит к конкретной стратегии. ЧП «Лина»- это кожевенный завод, который был основан в 1994 году совместно с фирмой «Merolla S.A.S» (Италия, г. Неаполь) и специализируется на переработке мокросолёных шкур крупного рогатого скота. Основной вид деятельности частного предприятия: дубление шкур и отделка кожи, дубление и окрашивание меха. Производство кожевенного полуфабриката ведется по итальянской технологии на оборудовании ведущих кожевенных фирм Италии и Швейцарии. Производственная мощность предприятия в месяц – 200 т сырья, что позволяет выпускать дубленый кожевенный полуфабрикат «wet-blue» в количестве 32000 м².

Суть заключается в том, чтобы выбрать путь, который максимизирует долгосрочную эффективность организации. Реализуемая стратегия, оказывает влияние на деятельность всей организации. Стратегический выбор должен быть четким и однозначным, а решение должно быть тщательно взвешено и оценено. Чтобы принять разумное эффективное решение, менеджеры должны иметь четкое представление об организации, прогнозируя ее состояние в будущем.

Множество факторов оказывает влияние на управленческие решения, такие как: риски, знание прошлых стратегий и временных факторов.

Выводы. Стратегическое управление - это управление организацией, которое прежде всего опирается на человеческие ресурсы как основу организации.

У организации ЧП «Лина» на сегодня есть четыре основных стратегических альтернативы: ограниченный рост, рост, сокращение и комбинация этих трех стратегий.

Сегодня на выбор действующей стратегии влияют многочисленные и разные факторы:

1. Вид бизнеса и характеристика отрасли, в которой работает организация.
2. Состояние окружающей среды.
3. Тип целей, установленных организацией; ценности, которые определяют принятие решений менеджерами или владельцами организации.
4. Уровень риска.
5. Внутренняя структура организации, ее сильные и слабые стороны.
6. Опыт реализации предыдущих стратегий.
7. Фактор времени [3].

Предприятие ЧП «Лина» еще в 1994 году определило миссию и поставила четкую цель своего производства. Это предприятие производит кожевенный полуфабрикат и является поставщиком его в Польшу.

Успех на рынке, достаточная прибыльность и спрос среди иностранных потребителей позволяют ЧП «Лина» использовать стратегию роста в качестве основного направления развития. Основные перспективы развития предприятия связаны с расширением ассортиментной линии и быстрой доставкой.

Чтобы увеличить свою рыночную долю, предприятию необходимо развивать ассортиментную линию, осваивать новые рынки и выработать грамотную маркетинговую и логистическую политику.

Список литературы

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление . 7-е изд. / Пер. с англ. Под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2007. – 496 с.

2. Стратегические альтернативы. Условия реализации стратегии. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://www.30n.ru/2/11.html>

3. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений / В.Д. Марков, С.А. Кузнецова. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 320 с.