

ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Лі БільНауковий керівник – доц. каф. “Менеджмент організацій”, к.е.н.
Дорошук Г.А.

Стратегія підприємства - детальний всебічний комплексний план, призначений для того, щоб забезпечити досягнення цілей підприємства. Реалізація стратегії сприяє підвищенню ефективності виробництва за рахунок росту віддачі вкладеного капіталу.

Первісним етапом формування стратегії є всебічний аналіз і оцінка зовнішнього й внутрішнього потенціалу підприємства. Оцінка зовнішнього потенціалу підприємства включає пошук можливостей розширення ринку збуту підприємства, а також пошук нових ринків збуту.

Внутрішній потенціал підприємства оцінюється з використанням наступних критеріїв: конкурентні переваги (ноу-хау, технології, культура організації, імідж підприємства на ринку); виробничий потенціал; кадровий потенціал; фінансовий потенціал.

На підставі оцінки зовнішнього й внутрішнього потенціалу здійснюється вибір однієї їх чотирьох базових стратегій: росту, обмеженого росту, скорочення або ліквідації.

У ході реалізації стратегії щомісяця відбувається оцінка її ефективності, що включає показники відповідності виконанню наміченого плану (обсяг виробництва, позитивний грошовий потік і ін.); показники відповідності виконанню поставленим цілям (наприклад, ріст рентабельності). У випадку відхилення фактичних показників від планових або переглядають стратегію, або реалізують стратегію ліквідації.