**УДК 336.027.**

**Методы разработки стратегии развития предприятия**

*А.А. Гаврош*

*научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент Н.В.Жудро*

*ФММП БНТУ, г. Минск*

Разработка стратегии - это не тривиальная задача. Эта задача требует специфических компетенций, уникального состава участников и конкретной структуры для предоставления конечного продукта.[1]

Большинство компаний не разрабатывают стратегии, а те, кто берет на себя эту задачу, не всегда делают это сами. Те, кто делает это собственными силами, получают некачественный стратегический план, который иногда даже нельзя назвать стратегией. [5]

Давайте же разберемся что такое стратегия.

Стратегия - это широкий термин, используемый для описания корпоративной стратегии компании “в целом”. Разработка стратегии касается вопросов, которые затрагивают компанию, и обычно разрабатываются на высоком уровне в компании (например, совет директоров, команда высшего руководства и т.д.).[2]

Необходимо разработать общее видение. Видение - это абстрактное слово, которое означает разные вещи для разных людей. Классически видение или заявление о видении - это моментальный снимок будущего. В нем должны быть указаны стремления к тому, какой компанией вы хотите быть, и, в отличие от заявления о миссии, четко сформулировано, как выглядит успех (клиенты, рынки, объем и т. Д.).[3]

При разработке эффективной корпоративной стратегии важно понимать, что она включает в себя общие препятствия с которыми вы можете столкнуться.

Прежде чем приступить к разработке корпоративной стратегии, важно знать, с какими проблемами вы, вероятно, столкнетесь. Понимать в чем заключаются эти проблемы, благодаря которым мы сможем разработать план, направленный на то, чтобы избежать или преодолеть проблемы с небольшим временем простоя.

Во многих компаниях генеральные директора и заместители генеральных директоров не способны профессионально разработать стратегию. Эта реальность не только прискорбна, но и опасна для долгосрочной конкурентоспособности компании.

Но причина не только в незнании стратегических методов. Мы можем относительно быстро решить эту проблему, обучив команду методам разработки стратегии. Но есть и другая проблема: они не знают, как правильно организовать стратегический процесс.[4]

Из теории качества мы знаем, что правильная организация производственного процесса вносит значительный вклад в качество конечного продукта.

И чтобы решить эти проблемы необходимо внедрить настоящие управленческие инновации.

Это обусловлено тем, что если ваша команда корпоративной стратегии или команда проекта не внедряет инновационные стратегии, они могут отстать от конкурентов на рынке. Обычно это происходит из-за предрассудков, которые способствовали тому, как все делалось раньше.

Стратегия - это все, что связано с переменами, и для достижения своих целей вы должны быть настроены на изменения. Вы должны спланировать, как справиться с нерешительностью и сомнениями в переменах, с которыми вы можете столкнуться.

Некоторые стратегии по уменьшению сопротивления изменениям включают поиск, наем, развитие и вознаграждение стратегических мыслителей, которые принимают и иллюстрируют менталитет перемен.

Также необходимо не планировать жесткие сроки.

Команда разработчиков корпоративной стратегии обычно сталкивается с такой проблемой как [сжатые сроки](https://www.inc.com/harvey-mackay/how-to-meet-deadlines-under-pressure.html) из-за запланированных заседаний совета директоров или отчетов о доходах. Хотя они имеют мало общего с основными проблемами проекта, они требуют напряженных сроков.[1]

Установленные извне сроки могут затруднить достижение оптимальных результатов. Чтобы преодолеть эту проблему, необходимо собирать команды из нескольких источников для достижения стратегических целей, соответствующих этим срокам. Вы становитесь гибкими только тогда, когда развиваете способность комбинировать и собирать активы, необходимые для достижения целей и сроков.

Хотя вышеперечисленные проблемы представляют собой лишь некоторые из препятствий, с которыми вы можете столкнуться, они являются двумя из наиболее распространенных, которые предприятия должны преодолеть.

ЛИТЕРАТУРА

1. Литовченко, В. П. Фۛиۛнۛаۛнсоۛвۛыۛй аۛнۛаۛлۛиз / : учебۛное пособۛие / В. П.  
   Лۛитоۛвчеۛнۛко. – М.: «ۛ Дۛаۛшۛкоۛв и К», 2015. – 216 с.
2. Тупицын А.Л. Управление финансовой устойчивостью предприятия. - Новосибирск.: Бизнес - аптека, 2012. - 100с.
3. Финансовый менеджмент: / Под ред. проф. Е.И. Шохина. - М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2011. - 408 с.
4. Чернов В.А.Инвестиционная деятельность. Под ред. проф. М.И. Баканова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 686с.
5. Финансовый бизнес - план. Под ред. Попова В.М. - М.: Финансы и статистика, 2011. - 480 с.