

Корнилова Елена Александровна,
Магистрант, НИУ «БелГУ», Белгород

СТРАТЕГИИ И ИХ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: Статья обсуждает важность стратегического управления для организаций. Рассматриваются различные типы стратегий, а также их роль в достижении конкурентного преимущества. Автор подчеркивает необходимость гибкости и постоянного пересмотра стратегий для успешного выстраивания позиций на рынке. Статья будет полезной для руководителей и менеджеров, стремящихся развивать эффективные стратегии управления.

Ключевые слова: Стратегия, конкурентное преимущество, организация.

Стратегии играют важную роль в развитии организаций, определяя их цели и пути достижения успеха. В современном бизнесе, где конкуренция все более ожесточается, правильно разработанная стратегия может стать ключевым фактором в достижении конкурентного преимущества и устойчивого развития компании. В данной статье мы рассмотрим различные типы стратегий и их роль в развитии организаций.

Стратегии являются основой для определения целей и направления развития организации. Они помогают организации определить, как она будет преуспевать в своей отрасли и достигать своих целей. Стратегическое мышление и планирование позволяют организации анализировать свое внутреннее и внешнее окружение, выявлять сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы. На основе этого анализа формулируются стратегии, которые позволяют организации определить, как она будет использовать свои ресурсы и возможности для достижения успеха [2].

Существует несколько видов стратегий, которые организации могут использовать:

1. Корпоративная стратегия:

Корпоративная стратегия определяет общие цели и направление развития организации в целом. Она включает в себя принятие решений о диверсификации, расширении рынка, приобретении или слиянии с другими компаниями. Корпоративная стратегия помогает организации определить, как она будет развиваться и наращивать свою конкурентоспособность в долгосрочной перспективе.

2. Бизнес-стратегия:

Бизнес-стратегия фокусируется на конкретной отрасли или бизнес-единице организации. Она включает в себя принятие решений о конкурентной позиции, выборе целевой аудитории, разработке уникального предложения и пути достижения конкурентного преимущества. Бизнес-стратегия помогает организации определить, как она будет преуспевать в своей отрасли и достигать поставленных целей.

3. Маркетинговая стратегия:

Маркетинговая стратегия связана с практическими действиями по привлечению и удержанию клиентов. Она включает в себя разработку маркетинговых планов, определение целевой аудитории, выбор каналов продвижения и разработку маркетингового сообщения. Маркетинговая стратегия помогает организации привлечь и удержать клиентов, увеличить продажи и улучшить свою репутацию на рынке.

4. Инновационная стратегия:



Инновационная стратегия связана с разработкой и внедрением новых идей, продуктов или процессов. Она позволяет организации быть впереди конкурентов и обеспечивает ее долгосрочное развитие. Инновационная стратегия включает в себя поиск новых идей, исследование рынка, разработку новых продуктов или услуг, а также создание инновационной культуры внутри организации [3].

Разработка стратегии включает несколько этапов:

1. Анализ внешней и внутренней среды:

Организация должна провести анализ своей внешней и внутренней среды, чтобы понять сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы. Это поможет определить факторы, которые могут повлиять на развитие организации.

2. Формулирование стратегической позиции:

На основе анализа среды организация должна сформулировать свою стратегическую позицию, определить ее конкурентное преимущество и уникальное предложение для клиентов.

3. Выбор стратегии:

Организация должна выбрать подходящую стратегию, которая будет соответствовать ее целям и ресурсам. Это может быть стратегия дифференциации, стоимостной лидерства, концентрации на узкой нише или другие.

4. Реализация стратегии:

После выбора стратегии организация должна разработать планы и программы для ее реализации. Это включает в себя распределение ресурсов, определение ответственных лиц, установление целей и сроков [1].

Множество организаций достигли успеха благодаря правильно разработанным стратегиям. Например, компания Apple успешно применила стратегию дифференциации, создав уникальные продукты с высоким качеством и инновационным дизайном. Amazon применила стратегию стоимостного лидерства, предлагая широкий ассортимент товаров по низким ценам. Google разработала успешную инновационную стратегию, предлагая новые продукты и сервисы на основе поисковой технологии.

Стратегии играют важную роль в развитии организаций, помогая им определить цели и пути достижения успеха. Различные типы стратегий, такие как корпоративные, бизнес-стратегии, маркетинговые и инновационные стратегии, позволяют организациям адаптироваться к изменяющейся среде и преуспевать на рынке. Процесс разработки стратегий включает анализ среды, формулирование стратегической позиции, выбор стратегии и ее реализацию. Примеры успешных стратегий в развитии организаций подтверждают важность правильного выбора и реализации стратегий для достижения успеха и устойчивого развития. Организации должны постоянно анализировать свою среду, следить за изменениями на рынке и принимать необходимые меры для адаптации своей стратегии.

Важно отметить, что стратегии не являются статичными. Они должны быть гибкими и способными к изменениям, чтобы отвечать на новые вызовы и возможности. Организации должны быть готовы пересматривать и корректировать свои стратегии при необходимости.

В заключение, стратегии играют важную роль в развитии организаций, помогая им определить свои цели, использовать свои ресурсы эффективно и достичь конкурентного преимущества. Различные типы стратегий, такие как корпоративные, бизнес-стратегии, маркетинговые и инновационные стратегии, предлагают организациям разные подходы к достижению успеха. Организации должны постоянно анализировать свою среду и готовы изменять свои стратегии, чтобы оставаться конкурентоспособными и успешными на рынке.



Список литературы:

1. Котлер, Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы. / Ф. Котлер. – М.: Альпина Пабlishер, 2016. – 132 с.
2. Парахина, В.Н. Стратегический менеджмент (для бакалавров) / В.Н. Парахина, А.С. Максименко, С.В. Панасенко. – М.: КноРус, 2017. – 416 с.
3. Шкардун, В.Д. Маркетинговые основы стратегического планирования: Теория, методология, практика / В.Д. Шкардун. – М.: Дело, 2018. – 229 с.

