*Определение стратегии организации

* 1. Основные этапы разработки стратегии развития предприятия.

- Проведение маркетингового анализа
- Разработка миссии фирмы
- Определение целей фирмы *
- Разработка общей стратегии *
- Доводка стратегии
- Определение механизма контроля

Цель	Содержание
Увеличение объема продаж	Касаются объемов продаж, доли рынка товаров/услуг, продаваемых компанией
Получение прибыли	Означают, что фирма стремится получить, как минимум, запланированную прибыль за период, которая может быть выражена как в абсолютных, так и относительных цифрах
Удовлетворение общественного мнения	**Ставятся, когда фирма стремится добиться хорошего отношения со стороны акционеров, покупателей, поставщиков, работников и правительства**
Формирование имиджа	Присущи практически всем фирмам, стремящимся создать и поддерживать имидж, в наибольшей мере соответствующий специфике деятельности фирмы. Эти цели напрямую связаны с позиционированием компании на рынке, ее ориентацией на массовые или концентрированные продажи.

* 2. Понятие и типы стратегических альтернатив.

Перед организацией стоят четыре основные стратегические альтернативы:

- Ограниченный рост
- Рост
- Сокращение
- Сочетание этих трех стратегий

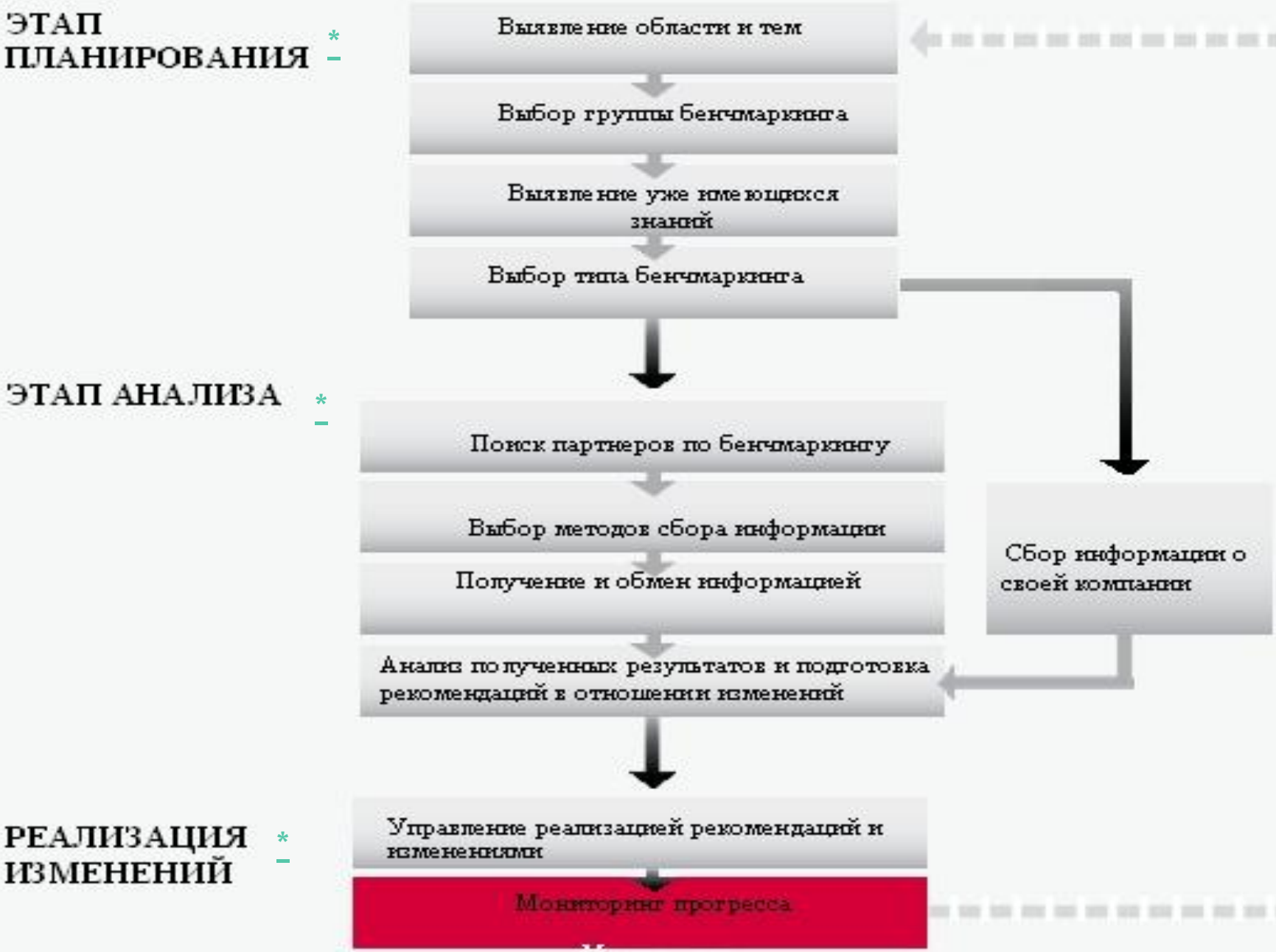
*2.1 Бенчмаркинг

<u>Бенчмаркинг</u> – это процесс сравнения своей деятельности с лучшими компаниями на рынке и в отрасли с последующей реализацией изменений для достижения и сохранения конкурентоспособности.

*Бенчмаркинг бывает:

- Конкурентный
- Совместный
- Внутренний
- Функциональный
- Общий

Процесс бенчмаркинга



Этап планирования: *

1. Выявление области или темы
2. Выбор группы бенчмаркинга
3. Выявление уже известной информации и пробелов в доступных знаниях
4. Выбор типа бенчмаркинга

Этап анализа: *

5. Поиск и выбор партнеров по бенчмаркингу (компании)
6. Подготовка планов действий по восполнению недостающей информации
7. Поиск знаний и обмен информацией с партнерами
8. Анализ полученных результатов и подготовка рекомендаций в отношении изменений

Реализация изменений: *

9. Управление реализацией рекомендаций и изменениями
10. Мониторинг прогресса

*Выбор и оценка стратегии

На выбор руководства оказывают влияние разнообразные факторы:

- Риск
- Знание прошлых стратегий
- Фактор времени

*Процесс выбора стратегии

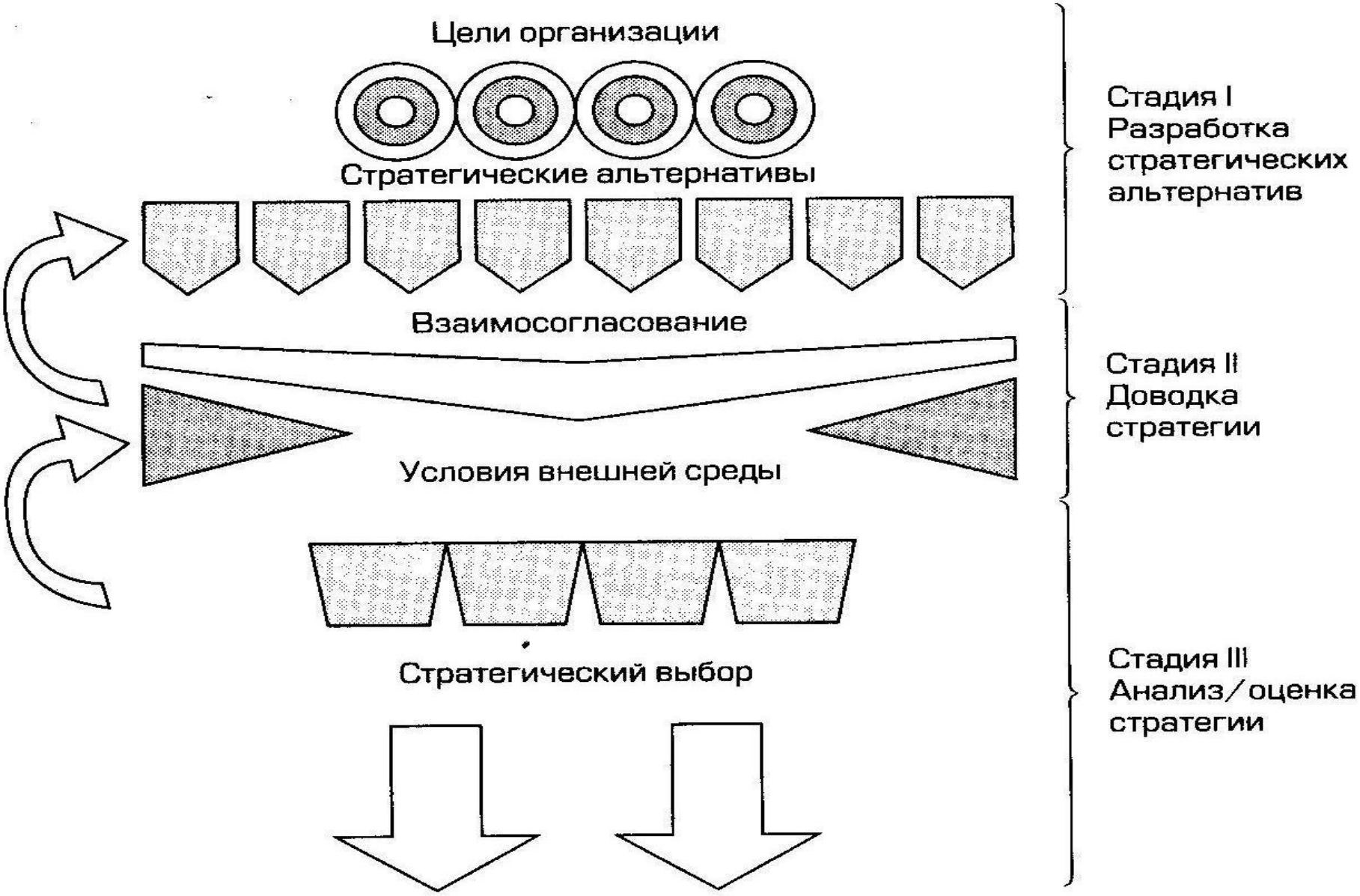


Рис. 2.7. Процесс стратегического выбора

* Оценка эффективности стратегии фирмы

- Внутренняя эффективность
- Внешняя эффективность
- Общая эффективность
- Рыночная эффективность
- Целевая эффективность

*Стратегический план и его структура

*Вывод:

При определении стратегии предприятия нужно учитывать:

- Этапы разработки стратегии
- Стратегические альтернативы
- Выбирать и оценивать стратегии
- Составление стратегического плана