



Функциональные стратегии развития предприятия

Выполнили: Никитченко Е., Морозова Д.
Проверил: проф. Лебедев С.Б.

Функциональные стратегии предприятия – это целостная концепция работы и развития предприятия, организации, учреждения. *То есть, это стратегия воплощенная в практику.*



Каждое предприятие - это сложная многофункциональная система.



- Функциональные стратегии отражают конкретные пути достижения специфических целей предприятия, стоящих перед его отдельными подразделениями и службами.
- Таким образом, главная цель предприятия расчленяется *на основные функциональные цели, средством осуществления которых служат функциональные стратегии.*

Функциональные стратегии разрабатываются соответствующими подразделениями предприятия. Различные службы предприятия имеют свое собственное видение достижения поставленных ориентиров, поэтому разрабатываемые ими стратегии не всегда стыкуются, а иногда и противоречат друг другу.

Искусство руководства предприятием заключается в том, чтобы заставить функциональные подразделения *сбалансировать и скоординировать* разрабатываемые ими стратегии.



В функциональной стратегии важны следующие аспекты:

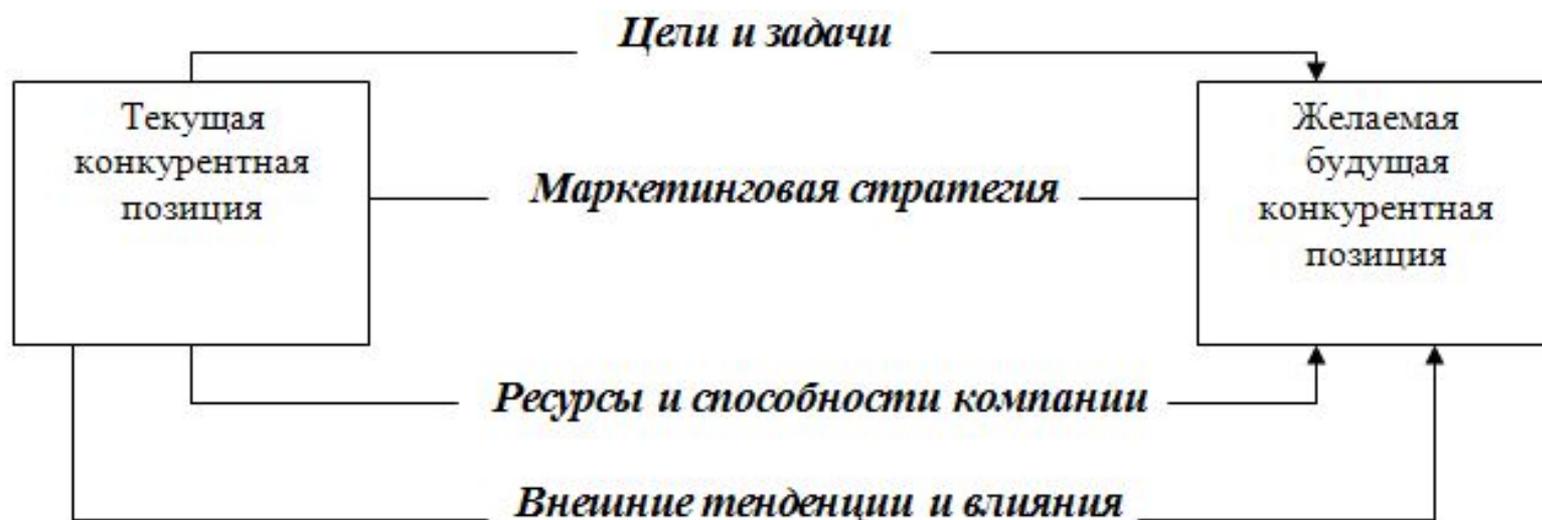
- определение конкретного содержания данной функции;
- четкое усвоение целей и задач деловой стратегии всеми сотрудниками данного отдела;
- представление каждым работником своего места в отделе и своего отдела в фирме, знание роли данного отдела, чем будет заниматься, какой будет вносить вклад в дело всей фирмы;
- четкое разграничение функций всех подразделений фирмы;
- координация функций и объединение усилий отделов.

Виды функциональных стратегий:

1. Стратегия маркетинга
2. Финансовая стратегия
3. Стратегия производства
4. Инновационная стратегия
5. Социальная стратегия
6. Экологическая стратегия



Стратегия маркетинга - одна из ведущих функциональных стратегий развития предприятия, которая обеспечивает информационные, стратегические и оперативные связи предприятия с внешней средой.



Маркетинговая стратегия предприятия призвана создавать необходимые условия для достижения **желаемой конкурентной позиции за определенный период времени**

В процессе обоснования и разработки маркетинговой стратегии предприятия решаются три взаимосвязанные задачи:

- разработка комплекса маркетинговых мероприятий
- адаптация деятельности предприятия к изменениям внешней среды
- обеспечение адекватности маркетинговой политики предприятия меняющимся потребностям клиентов

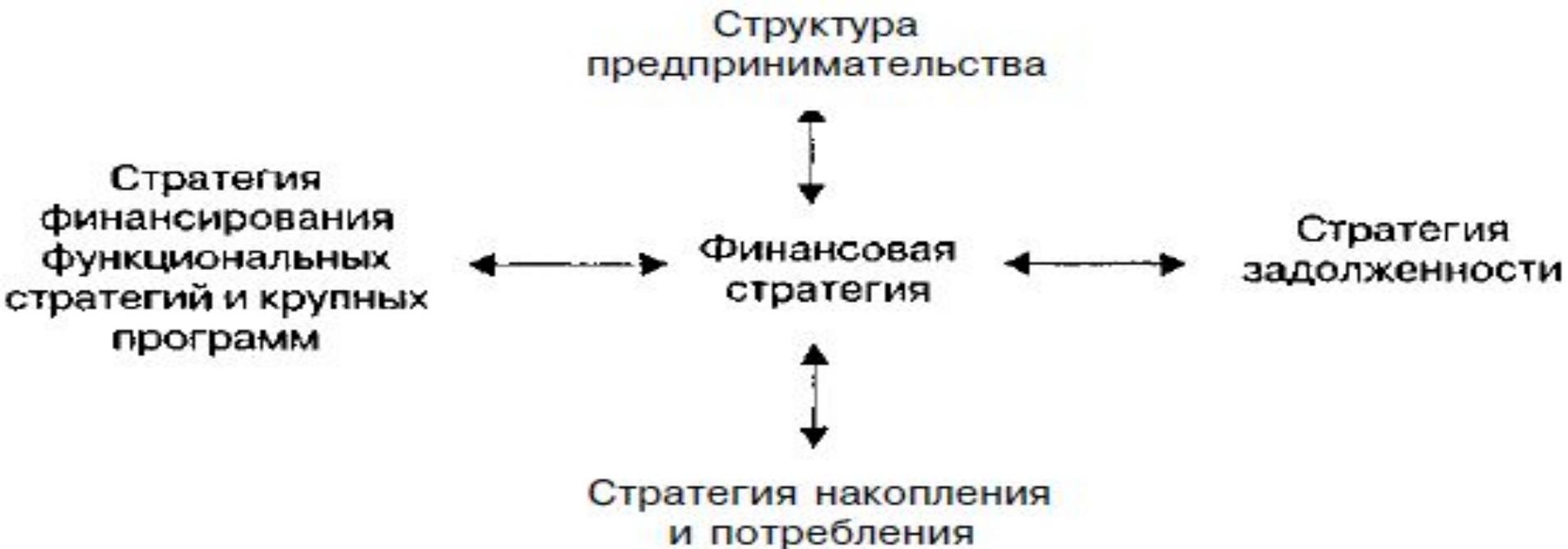


Основные элементы маркетинговой стратегии развития предприятия



Финансовая стратегия предприятия должна предусматривать способ формирования и определять характер использования финансовых ресурсов для реализации базовой стратегии предприятия.

Основные компоненты финансовой стратегии предприятия :



Виды финансовой стратегии



Важность финансовой функциональной стратегии

заключается в том, что именно в финансах отражаются через систему экономических показателей все виды деятельности, происходит балансировка функциональных задач и их подчиненность достижению основных целей предприятия.

Финансы – это источник, исходный момент для выработки остальных функциональных стратегий, так как финансовые ресурсы часто выступают одним из важнейших ограничений объема и направлений деятельности предприятия.



Стратегия производства предприятия связана с разработкой и реализацией основных направлений его деятельности в области выпуска продукции.

Производственная деятельность является основной функцией предприятия, здесь создается продукт реализация которого приносит прибыль. В процессе разработки стратегии производства происходит процесс обмена информацией между руководителями функциональных подразделений, обеспечивающих реализацию базовой стратегии и координацию функциональных программ действий.

Основные элементы стратегии производства



Перед каждым предприятием в современных условиях стоят три основные проблемы:

- ✓ в достаточно короткие сроки овладеть новой технологией;
- ✓ эффективно использовать новые технологии для производства товаров и услуг в соответствии с рыночными запросами;
- ✓ постоянно оптимизировать применение новых технологических процессов в производстве.



1. Базовая стратегия производства.

Основное содержание данной стратегии заключается в установлении баланса между используемым оборудованием, рабочей силой и выпускаемой продукцией.

Она учитывает следующие факторы:

- технический уровень производственного процесса и возможность модернизации оборудования;
- квалификационный потенциал и уровень обеспеченности производственного процесса трудовыми ресурсами;
- возможности быстрой переналадки оборудования и другие необходимые действия, связанные с вероятными рекомендациями покупателей продукции.

Можно выделить три основные стратегические альтернативы базовой стратегии производства на предприятии:



2. Производственно-инженерная стратегия.

Данная стратегия разрабатывается для участия производственных подразделений в формировании решений по проектированию и модификации продукции.

В идеале хорошо сконструированный продукт, с одной стороны, отвечает изменившимся потребностям рынка, включая требования по безопасности и качеству, а с другой стороны, удовлетворяет требованиям производства по низкой себестоимости и эффективности использования производственных ресурсов.



3. Стратегия размещения производства.

Эта стратегия может быть разработана для осуществления проектов нового строительства. В процессе разработки следует учитывать экономические и географические факторы, среди которых можно отметить следующие:

- - величину транспортных расходов;
- - наличие квалифицированной рабочей силы;
- - наличие источников сырья или рынков сбыта;
- - наличие экономических льгот, предлагаемых региональными органами управления и др.

Инновационная стратегия предприятия должна повышать и поддерживать конкурентный статус выпускаемой предприятием продукции.

- инновация продукции (услуг);
- инновация технологических процессов или технологическая инновация;
- организационная инновация;
- социальная инновация.



Стратегии НИОКР

Стратегии лидера (наступательные)

- ♦ исследовательского лидерства
- ♦ опережающей наукоемкости
- ♦ радикального опережения
- ♦ сохранения технологических позиций
- ♦ технологической связанности
- ♦ следования жизненному циклу
- ♦ стадийного преодоления
- ♦ ретронововведений

Стратегии последователя (защитные)

- ♦ лицензионная
- ♦ технологического трансфера
- ♦ выжидание лидера
- ♦ следования за рынком
- ♦ параллельной разработки
- ♦ вертикального заимствования
- ♦ продуктовой имитации
- ♦ поддержки продуктового ряда

Существенное значение в современных условиях принадлежит **стратегическому контролю инновационной деятельности** — корректировке инновационной стратегии, которая должна являться регулярным исследованием среды, ее задач и деятельности с целью выявления возникающих проблем и открывающихся возможностей.

Социальная стратегия предприятия связана с обоснованием и разработкой программы мероприятий для обеспечения нормального хода процесса воспроизводства рабочей силы на предприятии и сохранения благоприятного микроклимата в коллективе.

Основные компоненты социальной стратегии предприятия:

- Стратегия развития кадрового потенциала предприятия
- Базовая социальная стратегия предприятия
- Целевые социальные программы





В фирмах Японии в последние годы получила широкое распространение система управления персоналом, в которой выделяются три основных аспекта:

- 1) **управленческий** — приобретение работником знаний и навыков, необходимых для успешного функционирования производства и процветания предприятия;
- 2) **личностный** — самоутверждение и самореализация каждого работника предприятия в результате профессионального роста и успехов на поприще профессиональной карьеры;
- 3) **социальный** — социализация личности и увеличение ее вклада в развитие общества.

Экологическая стратегия предприятия предусматривает разработку систем мероприятий по решению природоохранных проблем, направленных на:

- рациональное использование ресурсов;
- ограничение объемов выбросов
- сокращение отходов
- производство безвредных продуктов, которые на протяжении всего жизненного цикла не представляют вреда с точки зрения выбросов и отходов, обладают низкой долей риска.



Экологическая система EMAS Environmental Management and Audit System

Содержание этой системы заключается в создании таких стимулов для предприятий, которые побуждали бы их к добровольному принятию официальных директив в области экологического менеджмента. Эта система является не принудительным, а чисто рыночным инструментом.

EMAS

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ

- Разработка предприятием собственной экологической политики.
- Анализ состояния окружающей среды в районе расположения предприятия.
- Разработка экологической программы.
- Проведение систематической проверки и оценки результативности экологического менеджмента.
- Публикация экологического отчета для ознакомления общественности.
- Проведение независимого экологического контроля

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ОКОНЧЕНА



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ