

Стратегия продления жизненного цикла предприятия

Сорокина Т.Д.

Белорусский национальный технический университет

Выбору стратегии для предприятия предшествует детальный анализ его основных сильных сторон, на которые можно опереться при развитии бизнеса.

Если предприятие имеет возможность снизить издержки производства за счет роста объема выпуска сравнительно недорогих, но качественных товаров и при этом обосноваться и удерживаться на рынке, то речь идет о виолентной стратегии.

Организация предприятием выпуска дорогостоящей и качественной продукции ограниченного спроса соответствует пативитной стратегии. Предприятия, работающие на устаревшем оборудовании по старым технологиям, но при этом умеющие приспособливаться к нуждам конкретного потребителя, предпочитают коммутантную стратегию. Редкие предприятия ориентированы на создание нового рынка, являясь его первооткрывателями. Для них характерна склонность к радикальным нововведениям и эксплерантной стратегии.

Выше перечисленные стратегии призваны продлить жизненный цикл предприятия за счет своих преимуществ. Но для каждой стадии жизненного цикла предприятия характерны свои цели, задачи, ключевые показатели.

Так, на стадии создания большое внимание уделяется качеству продукции, изучению рынка. Для стадии роста характерно расширение объема выпуска продукции. Особенно важно для предприятия как можно дольше задерживаться на фазе ранней зрелости. Именно на этом этапе у предприятия, как правило, все показатели стабильны, положение на рынке устойчиво, персонал высококвалифицирован, используются высокие технологии и инновации.

Изучение предприятия с позиции жизненного цикла его развития позволяет более точно сформулировать представление о целях и стратегии предприятия, оценить его состояние и принять меры для продления его работы на рынке как успешного субъекта хозяйствования.