

## ЗНАЧЕНИЕ СТРАТЕГИИ В РАЗВИТИИ ПРОИЗВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА

Максимова Умида

*Заведующая кабинетом кафедры «Экономика»  
Андижанский машиностроительный институт,*

**Аннотация:** *В данной статье освещена важность стратегического планирования производства, уровни его задач. Его основной задачей является процесс финансирования и развития проектов конкурентоспособности, применение внутренних и внешних факторов, ведущих к ее достижению и поддержанию, а также анализ стратегического положения предприятия. Проблемой стратегического развития многих производств считается то, что стратегия должна быть направлена не только на развитие аспектов конкурентоспособности предприятия, но и на его капитализацию.*

**Ключевые слова:** *«закрытая» система, «открытая» система, корпорация, конгломерат, стратегия предприятия, конкурентоспособность предприятия, миссия и цели..*

**Annotation:** *This article highlights the importance of strategic planning of production, the levels of its functions. Its main task is the process of financing and development of competitive projects, internal and external implementation leading to its achievement and preservation, analysis of the strategic situation of the enterprise. The fact that the strategy not only focuses on the development of competitive characteristics of the enterprise, but also on its capitalization is considered to be the problems of strategic development of many industries.*

**Keyword:** *"closed" system, "open" system, corporate, conglomerate, enterprise strategy, and competitiveness of the enterprise, mission and objectives.*

### АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ

Мировая практика накопила большой опыт работы крупных корпораций и мелких фирм в условиях рыночной конкуренции. Были опробованы различные варианты и сделаны определенные обобщения. В этой области нет необходимости «изобретать велосипед», когда можно использовать прочный фундамент инструментов и методов, используемых в управленческой практике многих развитых стран.



В централизованной экономике предприятие представляет собой «закрытую» систему с внешними целями и задачами, которая в течение длительного времени остается достаточно стабильной, а финансовые и материальные ресурсы предоставляются централизованно в рамках выделяемых средств. Данная форма предпринимательской деятельности не отвечает требованиям рыночной экономики.

С точки зрения рыночных отношений предприятие функционирует как «открытая» система. В ее деятельности учитываются не только внутренние факторы (возможности), но и прежде всего внешние факторы (реакция потребителей, влияние конкурентов, активность рынков сбыта). Предприятие должно незамедлительно определить научные, технические, организационные, экономические, социально-политические и другие воздействия на окружающую среду (отрицательные и положительные) и принять соответствующие планировочные решения.

Новым явлением в управлении внутренними предприятиями в период перехода к рыночной экономике является необходимость самостоятельной разработки долгосрочной стратегии развития на уровне предприятия.

Разработка стратегии осуществляется на самом высоком уровне. На этом этапе принятия решения руководитель должен оценить альтернативные пути развития предприятия и выбрать наилучшие варианты достижения поставленных целей. На основе анализа формируется стратегическое мышление путем обсуждения и принятия концепции развития предприятия с аппаратом управления в процессе разработки стратегии, рекомендации новых стратегий развития, формулирования целей проекта, подготовки инструкций по долгосрочному планированию, разработки стратегических планов. и мониторинг их.

Стратегическое управление предполагает, что фирма определяет свои основные позиции на будущее в зависимости от приоритетности целей. Фирма сталкивается с четырьмя основными стратегическими альтернативами: ограниченный рост, рост, спад и комбинация этих стратегий.

Выбирая конкретную стратегическую альтернативу, руководство должно прибегнуть к конкретной стратегии. Основная цель – выбрать стратегическую альтернативу, которая повысит долгосрочную эффективность организации. Для этого менеджеры должны иметь четкое и общее видение фирмы и ее будущего. Приверженность конкретному выбору часто ограничивает будущую стратегию, поэтому решение необходимо тщательно обдумать и оценить. На стратегический выбор влияют



различные факторы: риск (фактор жизни предприятия); знание прошлых стратегий; реакция акционеров, которая зачастую ограничивает гибкость менеджмента в выборе стратегии; временной фактор, который зависит от выбора подходящего времени.

Принятие решений по стратегическим вопросам может осуществляться в разных направлениях: «снизу вверх» и «сверху вниз». Вышеупомянутые два направления – это взаимное сотрудничество (стратегия разрабатывается в процессе взаимодействия высшего руководства, службы планирования и оперативных подразделений).

Целью данной статьи является рассмотрение стратегии развития производства.

Должностные обязанности:

- рассмотрение теоретических основ разработки стратегии развития производства;
- анализ стратегии развития производства компании;
- изучить пути совершенствования производственной стратегии.

Характеризуя уровень научной разработки проблемы, следует отметить, что данная тема анализировалась разными авторами в разных публикациях: учебниках, монографиях и периодической печати.

Теоретико-методологическую основу исследования составляют три группы источников: авторские публикации по изучаемой теме, учебная литература (учебники и пособия, справочная и энциклопедическая литература, комментарии к законодательству) и научные статьи в периодических изданиях по изучаемой теме.

В организации существует несколько уровней стратегии. Анализируя их, выясняется следующее:

1. «Первый уровень - корпоративный - существует на предприятиях, работающих в нескольких отраслях бизнеса». Здесь разрабатываются приобретения, продажи, ликвидация, реализация отдельных бизнесов, расчет стратегической совместимости между отдельными направлениями бизнеса, планы диверсификации, глобальный финансовый менеджмент.

2. Второй уровень - это менеджеры первого уровня непредпринимательских отраслей - многопрофильных организаций или полностью независимые, отвечающие за разработку и реализацию бизнес-стратегии. На этом уровне стратегия разрабатывается и реализуется на основе корпоративного стратегического плана, основной целью которого является повышение конкурентоспособности и конкурентного потенциала организации.



3. уровень менеджеров третьих функциональных направлений, финансов, маркетинга, научных исследований, конструкторских разработок и производства, управления персоналом и т.д.

4. Четвертый - линейный уровень руководителей организации или ее географически удаленных частей, например представительств, филиалов [6, с. 108].

С другой стороны, неконгломератная организация имеет три стратегии.

Стратегия предприятия – это система приоритетных направлений, форм, методов, инструментов, правил и методов использования ресурсного, научно-технического, производственного и сбытового потенциала предприятия в целях решения поставленных задач и поддержания экономического конкурентного преимущества [4, с.74]. ].

### **СПЕЦИФИКА СТРАТЕГИИ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В СЛЕДУЮЩЕМ:**

1. Процесс разработки стратегии не заканчивается какими-либо немедленными действиями. Установлены общие направления, обеспечивающие рост и укрепление позиций предприятий. Стратегию следует использовать для разработки стратегических проектов методом поиска.

2. Роль стратегии в исследованиях – помогает сосредоточиться на конкретных областях и возможностях;

3. Выбор всех остальных вариантов как несовместимых со стратегией.

Без формулирования стратегии организации невозможно спрогнозировать по всем возможностям ее конкретную деятельность. Поэтому мы должны использовать обобщенную, неполную информацию о различных альтернативах. В то же время мы не должны игнорировать предположения, гипотезы и интуиции. В наше время необходимо внимательнее присмотреться к будущему, посмотреть по-новому, а законы и предположения прошлого отдаляются от вечной истины.

Чтобы предприятие было конкурентоспособным и быстро реагировало на меняющиеся рыночные условия, необходимо управлять его развитием. Управление развитием принимает множество форм. Основной формой управления развитием является стратегическое управление.

Стратегическое управление – это процесс формулирования стратегии, ее реализации и контроля соответствия достигнутых результатов запланированным целям. Определение стратегии фирмы фундаментально зависит от конкретной ситуации, в которой она находится. Фактически можно сказать, что фирм много, как и много уникальных стратегий. Однако анализ практики выбора стратегии показывает, что существуют общие



подходы к формулированию стратегии и общие основания, по которым стратегии подходят.

Стратегия предприятия может разрабатываться на трех уровнях: эталонная стратегия или стратегия совокупности направлений деятельности; конкурентная стратегия или стратегия для отдельных направлений бизнеса и функциональная стратегия или стратегия внутри направления бизнеса.

Предприятия, предлагающие определенную продукцию, анализируют общую ситуацию на рынке, а также изучают внутреннюю и внешнюю среду своего предприятия. Основываясь на этом анализе, они принимают решение о занятии лидирующих позиций на рынке.

Для достижения этой цели проводится сравнительный анализ сильных и слабых сторон, а также возможностей и рисков для организации. В результате анализа формируется SWOT-матрица.

Для решения текущих проблем и достижения поставленных задач разрабатывается стратегия дальнейшей деятельности. Ее успешная реализация позволяет расширить объемы продаж в соответствующем направлении. Выбор стратегии развития предприятия основывается на анализе ключевых факторов, описывающих состояние организации.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что стратегия оценивается путем сравнения результатов работы с целями, поставленными в стратегическом плане. Процесс оценки используется как механизм обратной связи для корректировки стратегии. Чтобы быть эффективной, оценка должна быть систематической и непрерывной. Выбранная стратегия должна быть экономически эффективной, так как она обеспечивает прибыль. Кроме того, полученные средства могут быть направлены на модернизацию производства и увеличение производственной мощности предприятия.

### **ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:**

1. Анопченко Т.Ю., Апухтин А.Н., и другие Проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами. -Новосибирск, 2012. Том 19.

2. Бабук, И.М. Экономика предприятия: учеб. пособие для студентов технических специальностей / И.М. Бабук. – Минск: ИВЦ Минфина, 2006



3. Волков, О.И. Экономика предприятия (фирмы): учебник для вузов / под ред. О.И. Волкова, О.В. Девяткина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2002

4. Грузинов, В.П. Экономика предприятия: учеб. пособие. / В.П. Грузинов, В.Д. Грибов. – М.: Финансы и статистика, 2001

5. Гусаков В.Г., Экономика предприятий и отраслей АПК: учебник. / П.В. Лещиловский, В.Г. Гусаков, Е.И. Кивейша (и др.); под ред. П.В. Лещиловского, В.С. Тонковича, А.В. Мозоля. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск: БГЭУ, 2007

6. Гончаров В., Зельднер А. Пути стабилизации производства в пищевой промышленности. — Экономист. — 2009. — №7. — С. 61—63

7. Ильин, А.И. Экономика предприятия: учеб. пособие. / А.И. Ильин, В.П. Волков, В.И. Станкевич. – Минск: Новое знание, 2003

