

**МЕТОДОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ЗАО «ТЕХНИКА СЕРВИС»**

**METHODOLOGY FOR DEVELOPING A STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT
OF A MANUFACTURING ENTERPRISE USING THE EXAMPLE OF ZAO «TECHNIKA
SERVICE»**

Ходунова И.Н., ассистент ФГБОУ ВО
«Воронежский государственный
лесотехнический университет имени
Г.Ф. Морозова», Воронеж, Россия.

Khodunova I.N., assistant Voronezh State
University of Forestry and Technologies named
after G.F. Morozov, Voronezh, Russia.

Аннотация: в статье рассмотрена методология, направленная на развитие производственного предприятия. Выделены производственные, маркетинговые и финансовые цели предприятия. Рассмотрена применяемая предприятием стратегия концентрации на рыночной нише и существующий методический подход ЗАО «Техника Сервис». Предложен усовершенствованный методический подход к формированию стратегии.

Abstract: the article considers a methodology aimed at the development of a manufacturing enterprise. The production, marketing and financial goals of the enterprise are highlighted. The strategy of concentration on the market niche applied by the enterprise and the existing methodological approach of JSC "Technika Service" are considered. An improved methodological approach to strategy formation is proposed.

Ключевые слова: стратегия, методический подход, формулировка целей, анализ, совершенствование методов

Keywords: strategy, methodological approach, formulation of goals, analysis, improvement of methods

Основой целью предприятия ЗАО «Техника Сервис» является получение прибыли путем производства узлов и деталей для сельскохозяйственной техники. Основная цель декомпозируется по основным подсистемам предприятия (рисунок 1).

Исходя из мнений руководства и ведущих специалистов ЗАО «Техника Сервис» первостепенными целями являются увеличение прибыльности, производительности, обеспечение качественного и своевременного производства продукции при экономном расходовании ресурсов [4].

В настоящее время ЗАО «Техника Сервис» применяет стратегию концентрации на рыночной нише, которая основана на дифференциации продукции, ставящая целью снабжение предприятий – производителей сельскохозяйственной техники.

Дифференцированный продукт – это товар, реализуемый многими производителями, но покупатель воспринимает его как различный у каждого продавца. Дифференцированный продукт – это фирменный продукт, которому соответствует определенное качество и количество для реализации, он продается в особой упаковке под утвержденным названием [1].

Производственные	совершенствование технологий производства узлов и деталей; повышение качества производимой продукции; увеличение эффективности работы предприятия за счет обучения персонала
Маркетинговые	привлечение новых покупателей, клиентов; поиск и развитие новых каналов сбыта продукции
Финансовые	сокращение расходов предприятия; укрепление и сохранение устойчивого финансового состояния предприятия

Рисунок 1 – Цели ЗАО «Техника Сервис»

Свойственные черты этой стратегии [5]:

1. Стратегическая цель – узкая рыночная ниша.
2. Основное конкурентное преимущество – высокое качество, затраты на обслуживание небольшие
3. Ассортимент услуг – удовлетворение потребностей целевого сегмента рынка – производителей сельскохозяйственной техники.
4. Производство – предоставление продукции и услуг, соответствующие нише рынка.
5. Система маркетинга – согласование сконцентрированных уникальных возможностей с удовлетворением нестандартных требований потребителей.
6. Поддержка стратегии – поддержание уровня обслуживания ниши выше, чем у конкурентов, задача – не снизить имидж предприятия.

Результаты проведенного анализа показали, что система формирования стратегии развития предприятия в настоящее время находится на этапе становления (рисунок 2).

На предприятии практически не используют современные методы исследования макро- и микро-среды, что снижает возможности по разработке стратегии. Руководство предприятия делает определенные шаги по внедрению современных форм управления предприятием, которые были поддержаны как мерами образовательного, так и административного характера, что, несомненно, окажет положительное воздействие и скажется на подготовке управленческих решений, а, следовательно, и на эффективности деятельности предприятия в целом [2].

В целях формирования эффективной стратегии развития производственного предприятия необходимо применение соответствующих современному уровню развития менеджмента и экономики методов и подходов на каждом этапе становления стратегии развития предприятия по производству деталей и узлов для изготовления сельхозтехники [3].



Рисунок 2 – Существующий методический подход к формированию стратегии развития предприятия ЗАО «Техника Сервис»

Обобщая результаты исследования, составим усовершенствованный методический подход к формированию стратегии развития производственного предприятия ЗАО «Техника Сервис»» (рисунок 3).

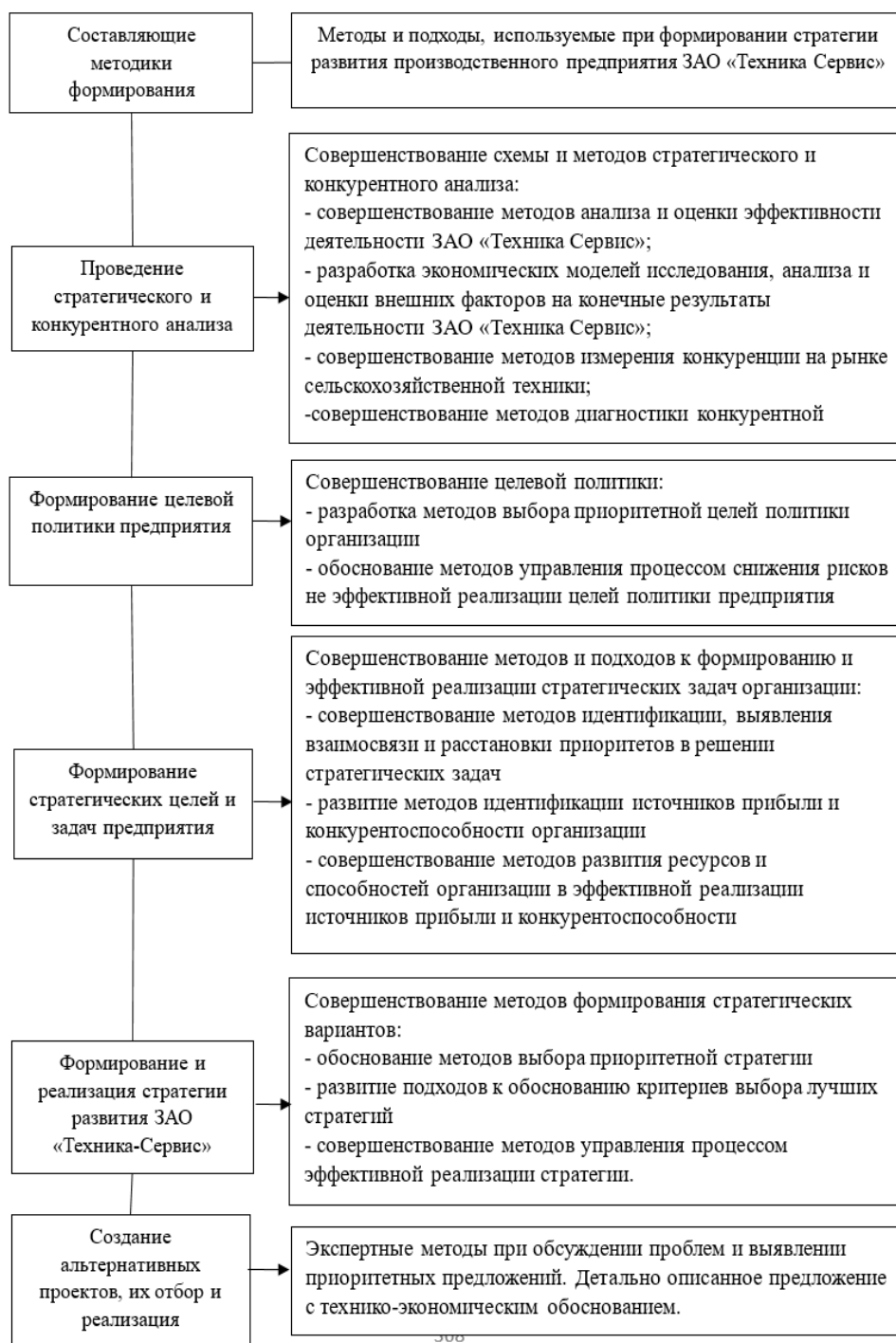


Рисунок 3 – Усовершенствованный методический подход к формированию стратегии развития предприятия ЗАО «Техника Сервис»

Усовершенствованный методический подход содержит предложение о необходимости организации проектной деятельности на предприятии. Применение проектного подхода в деятельности предприятия определено важностью гибкого реагирования на вызовы со стороны рынка в части производства наукоемкой продукции, новых изделий и в области совершенствования технологических процессов. Проектная деятельность сегодня – это неотъемлемая часть производственной и операционной деятельности. Они соотносятся, как часть и целое. То есть операционную деятельность можно рассмотреть, как множество проектов. С этой точки зрения предприятие представляет собой портфель реализуемых и

перспективных проектов. Именно поэтому создание и реализация проектов должны быть предусмотрены в стратегии развития предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Грибановская С.В., Бикезина Т.В., Островская Е.Н., Панова А.Ю. Теория экономической конкуренции. Учебное пособие / С.В. Грибановская, Т.В. Бикезина, А.Ю. Панова, Е.Н. Островская. – Санкт-Петербург : РГГМУ, 2023. – 448 с.
2. Кельчевская Н.Р., Слукина С.А., Пельмская И.С., Вольф Ф.В. К34 Формирование и реализация стратегии развития промышленного предприятия как инструмент повышения его конкурентоспособности: монография / Н.Р. Кельчевская, С.А. Слукина, И.С. Пельмская, Ф.В. Вольф. – Москва: издательство «Креативная экономика», 2021. – 212 с.
3. Котляревская, И.В. Стратегический маркетинг : учебное пособие. В 2 ч. Ч. 2 / И.В. Котляревская ; М-во науки и высшего образования РФ.— 3-е изд., перераб. и доп.— Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020.— 159 с.
4. Основная продукция ООО «Техника Сервис Агро». Официальный сайт «Техника Сервис Агро». – URL: <https://tese.ru/>.
5. Чмышенко, Е.Г. Стратегическое управление предприятием: учебное пособие для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 Экономика / Е. Г. Чмышенко, Е. В. Чмышенко; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Оренбург : ОГУ. - 2021. - 135 с. – URL: http://elib.osu.ru/bitstream/123456789/14643/1/150365_20210630.pdf.

REFERENCES

1. Gribanovskaya S.V., Bikezina T.V., Ostrovskaya E.N., Panova A.Yu. Theory of economic competition. Textbook / S.V. Gribanovskaya, T.V. Bikezina, A.Yu. Panova, E.N. Ostrovskaya. – St. Petersburg : Russian State Medical University, 2023. – 448 p.
2. Kelchevskaya N.R., Slukina S.A., Pelymskaya I.S., Wolf F.V. K34 Formation and implementation of an industrial enterprise development strategy as a tool to increase its competitiveness: a monograph / N.R. Kelchevskaya, S.A. Slukina, I.S. Pelymskaya, F.V. Wolf. Moscow: Creative Economy Publishing House, 2021. – 212 p.
3. Kotlyarevskaya, I.V. Strategic marketing : a textbook. At 2 p.m. 2 / I.V. Kotlyarevskaya ; Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation.— 3rd ed., revised and add. – Yekaterinburg : Ural Publishing House. University, 2020. — 159 p.
4. The main products of ООО "Technika Service Agro". The official website of Technika Service Agro. – URL: <https://tese.ru/>.
5. Chmyshenko, E.G. Strategic enterprise management: a textbook for students of the educational program of higher education in the field of Economics / 38.04.01 / E. G. Chmyshenko, E. V. Chmyshenko; Ministry of Science and Higher Education. education grew. Federation, Federal State budget. educated. the institution is higher. education "Orenburg State University". – Orenburg : OSU, 2021. – 135 p. – URL: http://elib.osu.ru/bitstream/123456789/14643/1/150365_20210630.pdf.