

К ВОПРОСУ О СУЩНОСТИ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Т.М. Калинина, О.С. Потапова
Научный руководитель Ю.И. Ряжева

Будущее развитие каждой организации зависит от того, правильно ли выбрана стратегия. Это связано, прежде всего, с законами стоимости и экономии времени, действие которых порождает динамичность и неопределенность внешней среды. Поэтому предприятия должны целенаправленно расходовать ресурсы и укреплять свои позиции на рынке, поскольку ошибки в области стратегии порождают потери как в области материальных, трудовых и денежных ресурсов, так и в области главного невосполнимого ресурса - времени.

В широком смысле стратегия представляет собой выбор направления, траекторию дальнейших действий предприятия на рынке, функционирование в рамках которого должно привести организацию к достижению стоящих перед ней целей [4].

Основная задача организации заключается в формировании стратегии, основанной на совокупности ресурсов и способностей, которые являются уникальными, их невозможно повторить, а также в создании некоего конкурентного преимуществ, устранении негативного эффекта нестабильности внешнего окружения, обеспечении доходности, сбалансированности внешних требований и возможностей самого предприятия.

В литературе можно встретить следующие основные стратегии развития предприятия: концентрированный рост, интегрированный рост, диверсификация, целенаправленные сокращения.

Выделенные стратегии развития предприятия связаны с изменением состояния одного или нескольких элементов (рисунок 1):

- 1) продукт;
- 2) рынок;

- 3) отрасль;
- 4) положение фирмы внутри отрасли;
- 5) технология [5].

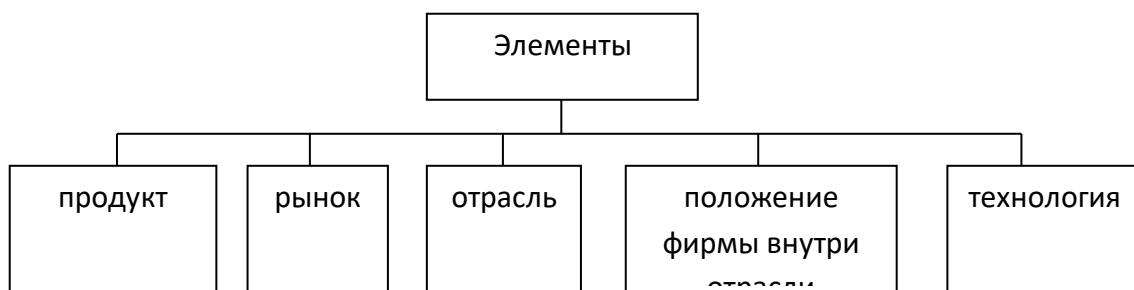


Рисунок 1. Элементы стратегии развития предприятия.

Каждый из выделенных элементов может пребывать в одном из двух состояний: существующее состояние или же новое. К примеру, если это такой элемент как продукт, тогда предприятие может решить производить тот же продукт либо перейти к выпуску совершенно нового продукта.

На практике, как правило, предприятие использует сразу несколько стратегий, особенно это касается предприятий, которые работают в нескольких отраслях, тогда говорят, что на предприятии осуществляется комбинированная стратегия [2].

Описывая стратегию компании «Nestle», можно сказать, что она заключается в долгосрочных инвестициях. Для реализации выбранной стратегии компания «Nestle» инвестирует средства в местное производство, а также в создание продуктов, которые бы соответствовали вкусам и традициям нашей страны, используя при этом сырье и компоненты местных производителей. В регионе Россия-Евразия «Nestle» имеет 13 производств, в которые компания осуществляет постоянные инвестиции, 11 из них находятся на территории нашей страны. Таким образом, «Nestle» соединяет в себе международный опыт и лидерство в пищевой индустрии в соответствии с потребностями покупателей [6].

Работа компании «Nestle» направлена на два спектра: изучить и

удовлетворить потребности потребителей, партнеров, а также при производстве продукции использовать новые технологии, что позволит снизить производственные затраты. Также необходимо отметить, что предприятие уделяет особое внимание обучению и повышению квалификации своих сотрудников, делаясь с ними международным опытом и научно-техническими знаниями [6].

На примере одного из представительств, находящегося в г. Самаре, произведем оценку стратегии ООО «Nestle Россия» с помощью матрицы Ансоффа, как представлено на рисунке 2.

		Товар / услуга	
		Освоенный	Новый
Рынок	Освоенный	Глубокое проникновение на рынок - открытие новых филиалов поглощение других предприятий Укрепление позиций - инновации процесса	Развитие товара - расширение ассортимента производимой продукции
	Новый	Развитие рынка - появление новых потребителей	Диверсификация

Рисунок 2. Матрица товар/рынок по Ансоффу для ООО «Nestle Россия».

Как видно на рисунке 2, в настоящее время ООО «Nestle Россия» движется в двух направлениях: развитие рынка (увеличивается число потребителей); развитие товара.

ООО «Nestle Россия» в своей деятельности старается поддерживать устойчивый рост доходов, как самого предприятия, так и каждого сотрудника. Для увеличения числа потребителей производится выпуск качественной и превышающей ожидания потребителей продукции. Развитие товара осуществляется за счет расширения ассортимента продукции предприятия.

В заключение хочется отметить, что предприятия функционируют на рынке, где условия постоянно изменяются. Условия, созданные на рынке,

определили необходимость в исследовании стратегии предприятия. Правильно разработанная стратегия предприятия служит базой для разработки мероприятий и их реализации на предприятии, что, в свою очередь, позволяет повысить эффективность деятельности организации.

Список использованных источников

1. Бондаренко, Н.Ю., Сафонова М.В. Методы разработки стратегии развития организации // Современные аспекты развития науки, образования и модернизации промышленности сборник трудов Всероссийской научно-практической конференции. Министерство образования и науки РФ; Донской государственный технический университет. 2016. С. 59-62.
2. Будник, С.В. Стратегия развития организации // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. XXVIII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 1(28). Режим доступа. URL: [http://sibac.info/archive/economy/1\(28\).pdf](http://sibac.info/archive/economy/1(28).pdf) (дата обращения: 10.11.2019).
3. Едомская О. А. К вопросу о разработке стратегии развития комплекса взаимосвязанных предприятий // Экономика, управление, финансы: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Пермь, декабрь 2012 г.). Пермь: Меркурий, 2012. С. 122-125.
4. Жемчугов, А.М., Жемчугов М.К. Стратегия развития предприятия // Проблемы экономики и менеджмента. 2016. №12 (64). С. 3-13.
5. Жилина, Н.Н., Баркалова С.В., Смирнов А.В. Стратегия предприятия: сущность, роль, функции // Современные научные исследования и инновации. 2013. № 10. Режим доступа. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2013/10/27730> (дата обращения: 06.11.2019).
6. Официальный сайт компании «Nestle». Режим доступа. URL: <https://www.nestle.ru/aboutus/russuiannestle/investments> (дата обращения: 07.11.2019).