

товары и/или оказывают услуги. Все они должны начинать, развивать, а также поддерживать отношения друг с другом.

В данной работе были рассмотрены основные принципы этики менеджера, то, как должен выглядеть управленец, чтобы добиться успеха. Особое внимание нужно уделить умению правильно выстраивать отношения с подчинёнными и коллегами, что тоже было освещено в работе.

Список использованных источников

1. Игебаева Ф. А. Этические основы деятельности современного делового человека / Современный мир: экономика, история, образование, культура. 2009. С.110-113.
2. Игебаева Ф.А. Эффективность деятельности менеджера в стиле управления /Современное научное знание: теория, методология и практика. 2016. С. 55-57.
3. Севастьянов А.С. Профессиональная этика менеджера [Электронный ресурс]/ Научный журнал «NovaInfo». №52-2. 2016. URL: <https://novainfo.ru/article/7983> (дата обращения: 21.10.2019).

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО НЕСТЛЕ РОССИЯ»)

Т.М. Калинина

Научный руководитель Ю.И. Ряжева

В современных условиях стратегия — это долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде, приводящее организацию к ее целям [1].

Следует сказать, что предприятию стоит предпочесть только строго определенные стратегии, которые отвечают ценностям руководства и целевым установкам организации.

Для выбора портфельной стратегии используем Матрицу Ансоффа, которая позволяет использовать одновременно нескольких стратегий [2]. По одной оси в матрице рассматривается вид товара – старый или новый, по другой оси – вид рынка, также старый или новый (рисунок 1).

Вид рынка/товара	Старый рынок	Новый рынок
Старый товар	Стратегия постоянных улучшений** (новая стратегия ООО «Нестле Россия»)	Стратегия развития рынка (географическая экспансия)
Новый товар	Стратегия продуктовых инноваций	Диверсификация* (Старая стратегия ООО «Нестле Россия»)

*- текущая стратегия ООО «Нестле Россия»

** - будущая стратегия ООО «Нестле Россия»

Рисунок 1. Матрица И. Ансоффа.

Согласно проведенному исследованию деятельности зарубежных компаний, стратегия постоянных улучшений является одной из самых распространенных, применяя ее, компании достигают большего успеха.

Выбранный вид стратегии является довольно простым для большего количества предприятий. Организации, отдавшие предпочтение стратегии постоянных улучшений, уже являются участниками рынка, считающими своей целью увеличение объема продаж [3].

Предприятие ООО «Нестле Россия» прикладывает все необходимые усилия для достижения цели. В качестве тактики здесь выступает повышение конкурентоспособности продуктов, поэтому главное внимание в этой стратегии должно быть направлено на повышение эффективности бизнес-

процессов, за счет чего можно увеличить как потребление продукции существующими потребителями, так и привлечь новых клиентов.

Рынок шоколадной продукции в настоящее время растет, но еще не насыщен. ООО «Нестле Россия» прикладывает усилия, чтобы сбыт имеющейся продукции на существующем рынке увеличился за счет политики выбора каналов товародвижения, ценовой политики и политики продвижения [4].

Теперь необходимо определить на каком этапе жизненного цикла сейчас находится ООО «Нестле Россия» и чего она достигнет благодаря стратегии постоянных улучшений.

ООО «Нестле Россия» в данный момент находится на этапе роста (рисунок 2). Для данного этапа характерно осознание миссии и разработка стратегии развития. ООО «Нестле Россия» активно осваивает рынок, на этом периоде жизненного цикла считается, что происходит формирование организационной культуры.

Главными задачами организации являются: создание условий для экономического роста и обеспечение высокого качества товаров и услуг.

Российский рынок очень нестабилен, и необходимо стремиться удерживать уже имеющуюся позицию. Для ООО «Нестле Россия» больше всего подходит стратегия постоянных улучшений, так как только она отвечает всем стратегическим целям организации.

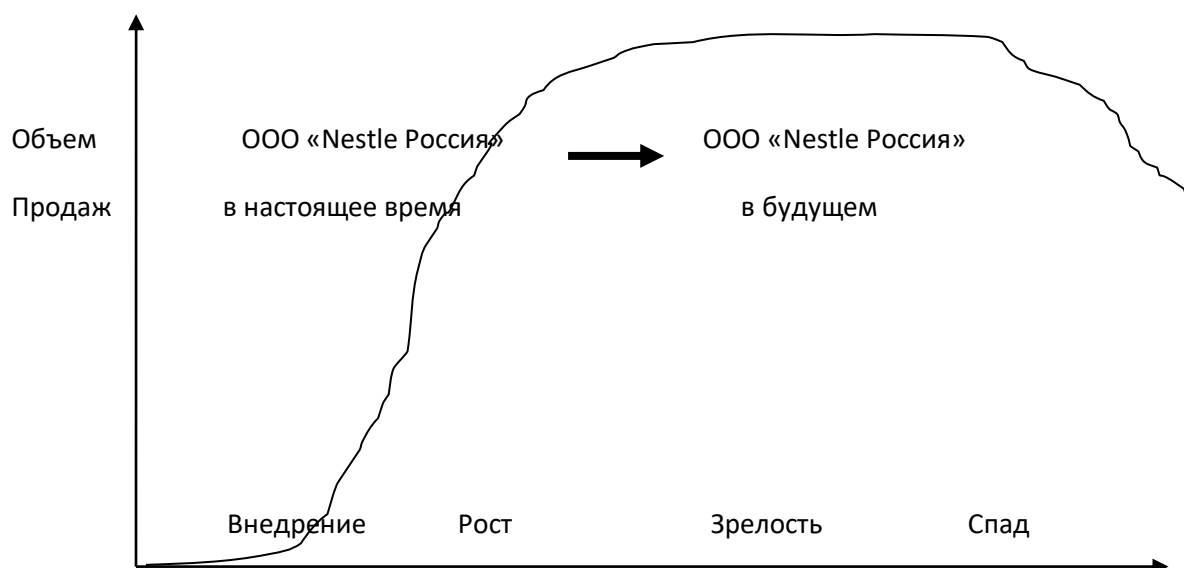


Рисунок 2. Характеристика этапов жизненного цикла.

Предприятие ООО «Нестле Россия» преследует достижение следующих целей:

- повысить доход;
- сформировать лояльность клиентов;
- повысить качество производимых товаров;
- повысить эффективность системы маркетинга;
- реализовать эффективную программу продвижения производимой продукции;
- разработать стратегию маркетинга взаимоотношений с клиентами;
- определить позиционирование компании на рынке;
- развить личные компетенции персонала;
- сформировать эффективную корпоративную культуру;
- повысить эффективность системы мотивации.

Для совершенствования стратегии предприятию необходимо предложить следующие мероприятия:

- создание сайта предприятия ООО «Нестле Россия»,

располагающегося в г. Самаре;

– на базе сайта создать интернет-магазин продукции предприятия ООО «Нестле Россия», располагающееся в г. Самара;

– усилить коммуникации между сотрудниками предприятия, что способствует развитию лояльности сотрудников и реализации стратегии постоянных улучшений.

В целом предложенные рекомендации позволят улучшить стратегию предприятия.

Список использованных источников

1. Люлёв А. В. Научные аспекты понятия «стратегия развития предприятия» // Молодой ученый. 2010. №10. С. 88-92.

2. Махов, И.Ю., Расуев С.М.Р. Принципы разработки стратегии развития организаций // Научный альманах. 2016. № 11-1 (25). С. 228-232.

3. Ряжева Ю.И. Конкурентные стратегии как разновидность стратегии // Стратегические ориентиры развития экономических систем в современных условиях: сб. ст. /под общ. ред. Н.А. Дубровиной. 2016. № 4. С. 137-144

4. Саакян, В. А. Сущность и типология стратегий предприятий // Молодой ученый. 2015. №15. С. 415-419.

5. Фалькова, А.А., Угрюмова М.А. Разработка стратегии как инструмент эффективного развития организации // Нугаевские чтения Материалы VIII-ой Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых. 2015. С. 135-137.