

Гугля А.С. ОБОСНОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Решение проблемы не только экономической стабилизации, но и обеспечения дальнейшего экономического развития предприятия непосредственно связано с разработкой стратегического плана.

Сегодня любому предприятию необходимы стратегии, для того чтобы определить пути достижения своих целей и выполнения миссии [1].

В условиях рыночной системы хозяйствования, как мы уже отмечали, каждый производитель выходит на рынок со своей продукцией самостоятельно. То предприятие, которое создаст оптимальные условия для производства и продажи своих товаров на рынке, будет находиться в лучшем положении по сравнению с другими, выпускающими аналогичную продукцию.

Поэтому каждое предприятие должно искать свой путь развития в соответствии с требованиями рынка. Иными словами, чтобы процветать, нужно расти, изыскивать новые формы применения капитала, новые экономически эффективные технологии производства, новые формы доведения продукции до потребителя [6].

Для устойчивого развития предприятия на стадии роста необходимо, по крайней мере, наличие двух товаров, обслуживающие различные сегменты рынка, а также достижение в своем производстве сбалансированного сочетания новых, развивающихся и зрелых товаров.

Основными стратегическими направлениями деятельности предприятия, как объекта стратегического планирования, являются: выработка плановых ориентиров; деятельность связанная с маркетингом; создание, сохранение и изменение финансовых ресурсов предприятия; разработка и реализация научно-технической политики [9].

Любое предприятие находится и функционирует в среде. Каждое действие предприятия возможно только, если среда допускает его осуществления. Но условия нахождения предприятия в среде постоянно изменяются. Это обусловлено многообразием отношений, складывающихся между ним и различными экономическими субъектами. Совокупность этих отношений и составляет понятие внешней среды, которая во многом определяет характер деятельности предприятия. Для того чтобы определить стратегию поведения предприятия и провести ее в жизнь, необходимо иметь углубленное представление о внешней среде, о тенденциях ее развития и месте, занимаемом в ней предприятием. Внешняя среда в стратегическом управлении рассматривается, как совокупность 2-х относительно самостоятельных подсистем: макроокружения и непосредственного окружения.

Факторы макросреды – это факторы общего плана, определяющие текущую демографическую, экономическую, природную, научно-техническую политическую ситуацию, а также особенности культурного уклада. Все компоненты макроокружения находятся в состоянии сильного взаимного влияния.

Изучение непосредственного окружения организации направлено на анализ состояния тех составляющих внешней среды, с которыми организация находится в непосредственном взаимодействии. При этом организация может оказывать существенное влияние на характер и содержание этого взаимодействия.

При изучении непосредственного окружения предприятия в первую очередь необходимо обратить внимание на одну из главных его составляющих - потребителей. Изучение потребителей позволит предприятию лучше уяснить то, какой продукт в наибольшей мере будет приниматься покупателями, на какой объем продаж может рассчитывать, в какой мере покупатели привержены продукту именно данного предприятия, насколько можно расширить круг потенциальных потребителей, что ожидает продукт в будущем и т.д.[5].

Создание стратегии предприятия состоит из следующих элементов:

- стратегия маркетинга;
- стратегия использования конкурентных преимуществ предприятия;
- стратегия обновления выпускаемой продукции;
- стратегия развития производства;
- стратегия обеспечения производства;
- стратегический финансовый план;
- стратегия международной деятельности предприятия;
- стратегия развития системы менеджмента;
- стратегия природоохранной деятельности и экологической безопасности;
- Обеспечение реализации стратегии предприятия [2].

В условиях возрастающей динамики рыночных изменений и расширения конкурентных полей стратегия предприятия, как считают Г. Гамель и К. Прахалад, не может и не должна стремиться точно предвидеть будущие изменения на конкретных рынках. Она должна представлять собой четкую долгосрочную ориентацию, фронтально довольно широкую, чтобы реализовать разные специфические проекты в зависимости от возникающих задач и возможностей. Главными выступают стратегические намерения, которые предприятие сознательно устанавливает с определенным несоответствием по отношению к имеющимся ресурсам. Чем более амбициозны эти намерения, тем более кардинальными должны быть мобилизация сил, ресурсов, концентрация усилий и личных обязательств, что даст интеллектуальную энергию для необходимых действий и появления желания достичь намеченной цели.

Концепция стратегических намерений и базовых компетенций получила дальнейшее развитие и сегодня выступает в составе концепции стратегической платформы. Стратегическая платформа предприятия

объединяет базовые компетенции и его организационные возможности таким образом, который обеспечивает предприятию длительную конкурентоспособность.

Пытаясь наметить пути дальнейшего развития теории стратегии предприятия, М. Портер считает необходимым разграничить ее на два направления: так называемую горизонтальную стратегию, рассматривающую доминирующую конкурентную позицию через рыночный успех за определенный период и средства поддержки достигнутой конкурентоспособности, и вертикальную стратегию как определенный динамичный процесс, приводящий к созданию определенной конкурентной позиции в. И если в направлении понимания и обобщения горизонтальной стратегии имеет место значительный прогресс, то в осмыслении, теоретическом и практическом овладении динамичным развитием предприятия, в результате которого оно добивается преимущественной рыночной позиции, то есть в овладении вертикальной стратегией продвижения вперед, он почти отсутствует [7].

В системе общей стратегии предприятия функциональным стратегиям принадлежит основополагающая роль - они выполняют обеспечивающую роль реализации миссии предприятия.

Сегодня в деятельности предприятий можно выделить следующие основные функции:

- общее управление
- маркетинг
- научно-исследовательские и опытно конструкторские разработки
- производство
- управление финансами
- управление кадрами
- материально-техническое обеспечение [1].

Стратегия развития предприятия с учетом выполнения им собирательной функции представляет собой совокупность стратегических решений, охватывающих весь спектр основных видов деятельности предприятия. Исходя из экономического назначения предприятия (производить продукцию, отвечающую требованиям рынка и получать за ее реализацию прибыль) эти стратегические решения должны включать:

- совокупность стратегических решений, определяющих, какую продукцию и сколько производить, ее качество и новизну, а также способы поведения предприятия на рынках сбыта и на рынках факторов производства (средства производства, рабочая сила, финансовые ресурсы);

- стратегические решения в области производства и технологий изготовления продукции;

- совокупность решений, определяющих способы привлечения, распределения и использования финансовых ресурсов для выполнения принятых целей;

- совокупность решений, определяющих социально-экономические аспекты развития предприятия в соответствии с принятыми установками: тип предприятия (АО, Холдинг, ФПП), структура коллектива, характер взаимодействия с акционерами;

- совокупность решений, относящихся к характеру управления для реализации избранной стратегии.

Организационно все эти виды решений, их практическое воплощение, увязка между ними и ресурсное обеспечение находят свое отражение в стратегическом планировании.

Таким образом, стратегия представляет собой постановку целей и выработку соответствующей политики по их достижению. Она должна отвечать на такие вопросы:

а) Какую, в каком количестве и какого качества продукцию производить?

б) Как и на какие рынки работать?

в) Какие действия, как и зачем необходимо осуществлять в первую очередь?[6].

Осознание организационных стратегий предусматривает осуществление систематического развития мышления менеджеров путем формирования такой организации фирмы, которая способна в полной мере учитывать и руководствоваться стратегическими решениями. Способность использовать результаты опыта дает возможность предприятию правильно скорректировать стратегическое направление своего развития и повысить профессионализм в области стратегического управления роль руководителя высшего звена заключается в гораздо большем, чем простое инициирование процесса стратегического планирования. Она связана с реализацией и оценкой результатов этого процесса.

Стратегия представляет собой детальный всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии организации и достижение ее целей. Стратегия большей частью формулируется и разрабатывается высшим руководством фирмы, но ее практическая реализация опирается на активное участие всех уровней управления. Стратегический план обосновывается обширными исследованиями и фактическими данными. Чтобы эффективно конкурировать в мире сегодняшнего бизнеса предприятие должно постоянно заниматься сбором и анализом огромного количества информации об отрасли, конкуренции и других факторах.

Стратегический план придает предприятию индивидуальность, что позволяет ему привлекать работников определенного типа. Такой план открывает для предприятия перспективу, которая ориентирует его сотрудников, привлекает новых работников и помогает в реализации изделий или услуг [3].

Источники и литература:

1. Сумец А.М. Функциональные стратегии современного предприятия // Маркетинг и реклама. – 2008. – №10. – С.66.
2. Щекин Г.В. Практическая психология менеджмента. – К., 1994. – С.266.
3. Уткин Э.А. Управление фирмы. – М. 1996. – С. 80.
4. Закревская Е.В., Рудницкая И.А. Анализ экономической стратегии предприятий и деятельности банков

- // Деньги и кредит. – 2003. – №1. – С.36.
5. Бородин В., Бородин О. Стратегии развития предприятия и инновационные приоритеты // Проблемы теории и практического управления. – 2005. – №6. – С.107.
 6. Грузинов В.П. Экономика предприятия 2-е издание – М. 2003. – С.518.
 7. Наливайко А. Эволюция теории стратегии предприятия // Экономика Украины. – 2002. – №1. – С. 24.
 8. Саливон С. / Экономическая стратегия на 2006-2007г. // Бизнес. – 2006. – №6. – С. 30.
 9. Планирование деятельности предприятия : Учебное пособие / под редакцией проф. дек. Руденко А.И. Симферополь, Таврия, 2003. – 191с.

Джепаров Н.

ВОСПРОИЗВОДСТВО ОСНОВНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ФОНДОВ

Введение. Материально-технической основой процесса производства на любом предприятии являются основные производственные фонды. В условиях рыночной экономики первоначальное формирование основных фондов, их функционирование и расширенное воспроизводство осуществляется при непосредственном участии финансов, с помощью которых образуются и используются денежные фонды целевого назначения, опосредующие приобретение, эксплуатацию и восстановление средств труда.

В данной статье будут рассмотрены методы воспроизводства ОПФ.

Воспроизводство имеет две формы:

- простое воспроизводство, когда затраты на возмещение износа основных фондов соответствуют по величине начисленной амортизации;
- расширенное воспроизводство, когда затраты на возмещение износа основных средств превышают сумму начисленной амортизации.

Затраты капитала на воспроизводство основных фондов имеют долгосрочный характер и осуществляется в виде долгосрочных инвестиций на новое строительство, на расширение и реконструкцию производства, на техническое перевооружение и на поддержку мощностей действующих предприятий.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению основных производственных фондов посвящены работы многих отечественных и зарубежных ученых. В современной экономической литературе можно встретить с различными определениями понятия «основные производственные фонды». Например Сафронов И.А. трактует его как: Основные фонды (в стоимостной оценке) – это материально-вещественные ценности, используемые в качестве средств труда, которые действуют в неизменной натуральной форме в течение длительного периода времени и утрачивают свою стоимость по частям [4. с. 130].

А Грузинов В.П. говорит что, первоначальное формирование основных фондов на вновь создаваемых предприятиях происходит за счет основных средств, являющихся частью уставного фонда. Основные средства – это денежные средства, инвестированные в основные фонды производственного и непроизводственного назначения. [5, с.143]

Так, например, Горфинкель В.Я. и Швандар В.А. классифицируют основные фонды на производственные и непроизводственные основные фонды.

Основные производственные фонды функционируют в сфере материально производства, неоднократно участвуют в производственном процессе, изнашиваются постепенно, а их стоимость переносится на изготавливаемый продукт по частям по мере использования. Пополняются они за счет капитальных вложений.

Непроизводственные основные фонды – жилые дома, детские и спортивные учреждения, другие объекты культурно-бытового назначения, которые находятся на балансе предприятия. В отличие от производственных основных фондов они не участвуют в процессе производства, их стоимость исчезает в потреблении. Воспроизводятся они за счет национального дохода.

Непроизводственные основные фонды не оказывают непосредственного влияния на объем производства и производительность труда, но их функционирование связано с улучшением благосостояния работников предприятия, повышением материального и культурного уровня их жизни, что в конечном счете влияет на результаты деятельности предприятия [2, с. 131].

Говоря же непосредственно о определении понятия воспроизводства, то наилучшим на мой взгляд оно определено Руденко А.И. Воспроизводством называется обеспечение непрерывного возобновления производства на предприятии, которое для предпринимателя является первостепенной задачей [3, с.227].

Результаты исследования. Как и любой вид исследования, исследование воспроизводства имеет определенные цели и задачи. Целью исследования является раскрытие всех видов воспроизводства, а также рассмотрение источников собственных средств фирм для финансирования воспроизводства таких как: амортизация и износ нематериальных активов.

Воспроизводство имеет две формы:

Простое воспроизводство - характеризуется постоянным повторением производственного процесса, при котором его объемы, величина выпускаемой продукции и действующего капитала не изменяются. Возникает вопрос, на какие цели, в таком случае, используется прибыль предпринимателя? На удовлетворение его собственных потребностей или на другие непроизводственные цели.

Как правило, предприниматели стараются увеличить свое богатство путем поступательного, нарастающего движения капитала и поэтому заинтересованы в расширенном воспроизводстве. Это означает непрерывное увеличение производства продукции за счет накопления. Накопление на предприятии характе-