

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НОВОГО ОБЩЕСТВА

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

ДРОНОВ СЕРГЕЙ МИХАЙЛОВИЧ

*магистрант кафедры экономики и маркетинга Саратовского
государственного технического университета имени Гагарина Ю.А. Саратов,
Россия.*

e-mail: dronov96sergio@yandex.ru

НАЙДЕНКОВ ВЛАДИМИР ИВАНОВИЧ

*к.э.н., доцент кафедры экономики и маркетинга Саратовского
государственного технического университета имени Гагарина Ю.А. Саратов,
Россия.*

e-mail: naydenkov@list.ru

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена формированию производственной стратегии предприятия и совершенствованию в процессе ее реализации. В статье уточнено понятие стратегии производства, приведены подходы различных авторов к определению производственной стратегии, описаны объект, предмет, цели и задачи производственной стратегии, уделено большое внимание ее взаимосвязи с другими стратегиями предприятия, а также рассмотрены ключевые факторы формирования стратегии производства. В конце статьи автор предлагает возможные направления совершенствования производственной стратегии предприятия и указывает на не полное использование резервов руководством компаний в целях повышения эффективности стратегии производства.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, мощности, качество, производственная стратегия, предприятие, производство.

PROBLEMS OF IMPROVING THE PRODUCTION STRATEGY OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE

SERGEY DRONOV

*Master's student of the Department of Economics and Marketing of the Saratov State
Technical University named after Yuri Gagarin Saratov, Russia.*

e-mail: dronov96sergio@yandex.ru

VLADIMIR NAIDENKOV

*Ph. D., associate Professor of Economics and marketing, Saratov state technical
University named after Gagarin Y. A. Saratov, Russia.*

e-mail: naydenkov@list.ru

ABSTRACT

The article is devoted to the formation of the production strategy of the enterprise and improvement in the process of its implementation. The article clarifies the concept of production strategies, given the approaches of various authors to definition of the production strategy described object, subject, goals and objectives of production strategy, paid great attention to its relationship with other strategies of the enterprise, and discusses the key factors of formation of strategy of production. At the end of the article, the author suggests possible ways to improve the production strategy of the enterprise and points out that the management of the companies does not fully use the reserves in order to improve the efficiency of the production strategy.

Keywords: marketing research, capacity, quality, production strategy, enterprise, production.

В современных условиях функционирования все большее число хозяйствующих субъектов заботится о стратегическом развитии своих производственных возможностей в целях максимального удовлетворения потребностей рынка посредством производства и реализации конкурентоспособной продукции при минимально возможном использовании всех имеющихся ресурсов и достижения благоприятных финансовых результатов от хозяйственной деятельности[2]. В долгосрочной перспективе решение этих задач во многом зависит от качества подготовки, реализации, оценки и совершенствования производственной стратегии (стратегии производства) предприятия[10].

В настоящее время в экономической литературе не сложилось единого мнения относительно понятия и сущности производственной стратегии предприятия, в связи с чем

существует довольно много подходов к определению данного термина как российскими, так и зарубежными учеными (таблица 1).

С одной стороны, данный факт является следствием того, что все большее число ученых в настоящее время стало посвящать свои работы исследованиям стратегии производства. С другой стороны, некоторые из трактовок, несмотря на их многообразие и различную направленность, на наш взгляд, являются несколько поверхностными и общими и не отражают всей многогранности и особенности такого термина как «стратегия производства».

В связи с чем, для наиболее полного понимания и отражения всей сущности производственной стратегии предприятия предлагаем на основе приведенных выше мнений сформулировать собственное определение стратегии производства, которое будет отличаться конкурентной составляющей и ориентацией на потребности рынка.

Таблица 1 – Подходы авторов к определению понятия «стратегия производства»

Автор	Определение
Ричард Б. Чейз, Николас Дж. Аквилано, Роберт Ф. Якобс	Стратегия производства - разработка общей политики и планов использования ресурсов предприятия, нацеленных на максимально эффективную поддержку долговременной конкурентной стратегии.
Уильям Дж. Стивенсон	Стратегия производства - подход, вытекающий из общей стратегии предприятия, задачей которого является направление его производственной деятельности.
Майкл Дж. Бейкер	Стратегическая цель стратегии производства - удовлетворение запросов рынка по ассортименту, объему и качеству выпускаемой продукции.
Э.С. Минаев, Н.Г. Агеева	Стратегия производства – часть общей стратегии предприятия, направленная на его производственную деятельность.
А.Н. Петров	Стратегия производства - разработка и реализация основных направлений деятельности предприятия в области выпуска продукции.
И.А. Шишкин	Стратегия производства - долгосрочное направление производственного развития предприятия, включающее в себя конкретную программу действий по созданию и реализации продукции и нацеленное на эффективное использование ресурсов.
С.В. Ряховский	Стратегия производства - подсистема генеральной стратегии предприятия, состоящая из совокупности элементов и выраженная в программе действий по созданию конкурентоспособного продукта на основе развития производственной системы с целью максимального удовлетворения потребностей покупателя.

Итак, под производственной стратегией будем понимать подсистему общей стратегии предприятия, представляемую собой долгосрочную программу конкретных действий по созданию и реализации конкурентоспособной продукции посредством эффективного использования всех имеющихся ресурсов в производственной деятельности с целью наиболее полного удовлетворения потребностей рынка

и достижения благоприятных финансовых результатов.

В качестве объекта производственной стратегии выступают процессы планирования, осуществления и регулирования производственной деятельности предприятия, а предмета - организационно-экономические и производственно-технологические отношения [1], складывающиеся в процессе производственной деятельности между работниками и возникающие в процессе

исполнения производственных заказов между подразделениями предприятия.

Главная цель разработки и реализации производственной стратегии состоит в формировании и использовании таких конкурентных преимуществ, которые позволят предприятию своевременно удовлетворять запросы рынка по ассортименту, объему и качеству выпускаемой продукции на более высоком уровне по сравнению с конкурентами и достигать необходимые для поддержания и расширения бизнеса финансовые результаты от осуществления хозяйственной деятельности[4].

При этом достижение вышеобозначенной цели возможно за счет решения руководством предприятия следующих задач:

1) интенсивное наращивание производственных мощностей, освоение современных технологий и улучшение организации производства[3];

2) рациональное использование всех необходимых ресурсов и снижение себестоимости работ;

3) повышение уровня качества производимой продукции и его контроль на всех стадиях производственного цикла[6];

4) оптимизация размещения источников ресурсов, производственных мощностей и объектов инфраструктуры[11];

5) выбор оптимальных каналов и рынков сбыта продукции;

6) организация благоприятных взаимоотношений с покупателями, поставщиками, контрагентами и другими партнерами предприятия и т.д.[12].

Производственная стратегия, как следует из своего определения, является частью общей стратегии предприятия, вследствие этого она должна разрабатываться на основе деловой и корпоративной стратегии и соответствовать их планам и целям. Кроме этого, стратегия производства на горизонтальном уровне имеет тесные взаимосвязи со всеми другими функциональными стратегиями предприятия: продуктовой, маркетинговой, инновационной, финансовой, управления персоналом и материально-технического снабжения.

Действительно, для формирования и эффективной реализации производственной стратегии необходимо базироваться на результатах маркетинговых исследований для производства продукции по номенклатуре и ассортименту с теми характеристиками, которые будут полностью удовлетворять запросы потребителей [5]. При этом для создания конкурентоспособной продукции и совершенствования производственных процессов следует внедрять инновационные разработки, которые бы учитывали возможности предприятия и были бы адаптированы к его особенностям [7]. Кроме этого, производственная стратегия предъявляет определенные требования к персоналу и финансам организации, которые учитываются при разработке и реализации стратегии управления персоналом и финансовой стратегии соответственно, а для достижения непрерывного производственного

процесса необходимо соответствующее материально-техническое обеспечение, за которую ответственна стратегия материально-технического снабжения.

В связи с этим необходимо, чтобы руководители предприятия постоянно работали в тесном контакте со всеми функциональными отделами, службами и подразделениями и совместными усилиями разрабатывали стратегии, которые бы дополняли друг друга, становились единым целым и были

направлены на эффективное осуществление производственно-хозяйственной деятельности и достижение благоприятных финансовых результатов для поддержания и расширения бизнеса[9].

Следует отметить ключевые факторы формирования производственной стратегии, которые будут способствовать не только ее эффективной реализации, но и достижению предприятием конкурентных преимуществ в ведении бизнеса (рисунок 1).

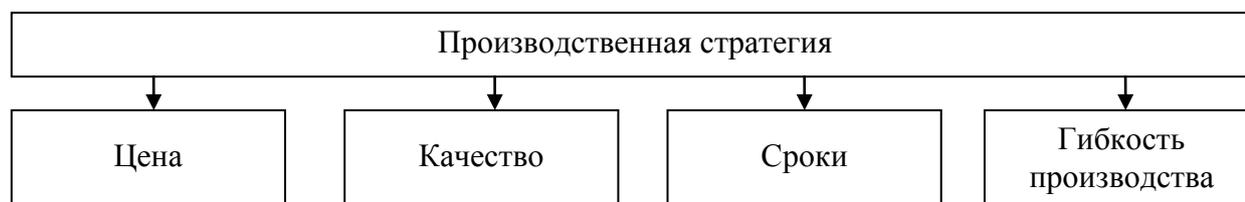


Рисунок 1 – Ключевые факторы формирования производственной стратегии предприятия

- Цена – стоимость сырья и комплектующих, необходимых для осуществления производственной деятельности, а также стоимость доступной для потребителя готовой продукции;

- Качество – относится как к сырью и материалам, необходимых для производства продукции, так и к характеристикам произведенной продукции в целом;

- Сроки – имеют многогранный характер и относятся к различным аспектам производственной деятельности (например, время от заказа необходимых материалов до их поступления на предприятие; время производства продукции и ее доставки на целевые рынки и т.д.);

- Гибкость производства – способность быстро адаптироваться к изменяющимся условиям внутренней и внешней среды с минимально возможными усилиями.

Немаловажную роль на этапе формирования и реализации производственной стратегии предприятия играет выявление и оценка потенциально возможных резервов для разработки на их основе мероприятий, направленных на корректировку и повышение эффективности стратегии производства [8].

Несмотря на довольно обширное изучение производственной стратегии различными российскими и зарубежными учеными-

экономистами, в их работах, как и в экономической литературе в целом не нашлось достаточного отражения возможным направлениям ее совершенствования.

В связи с чем, подробно изучив теоретические аспекты производственной стратегии, предлагаем восполнить этот пробел следующими мероприятиями, которые могут быть использованы руководством различных предприятий в качестве резервов в рамках совершенствования стратегии производства и повышения степени эффективности ее реализации:

- увеличение загрузки производственных мощностей путем роста выпускаемой продукции, освоения производства новых видов изделий;
- сокращение длительности производственного цикла за счет снижения простоев в процессе производства и сведения к минимуму перерывов;
- сокращение запасов сырья, материалов, незавершенного производства и готовой продукции;
- снижение доли бракованной продукции и повышение ее потребительских свойств путем оптимального использования качественного сырья и материалов, современной технологии производства;
- оптимизация рабочих, задействованных в процессе производства, и обеспечение их всеми необходимыми средствами и условиями труда;

- введение нового оборудования с улучшенными характеристиками, повышение уровня механизации и автоматизации производственных процессов;
- повышение квалификации рабочих и обеспечение освоения ими передового опыта;
- улучшение условий работы на предприятии;
- совершенствование производственной структуры предприятия и методов управления в процессе производства;
- повышение качества работы с поставщиками сырья с тем, чтобы свести к минимуму возможные риски в процессе производства продукции вследствие нехватки сырья или его неприемлемого качества.

Однако хотелось бы отметить, что на практике возможности совершенствования производственной стратегии на многих отечественных предприятиях в полной мере не используются. Одной из причин такого положения является то, что задачи повышения эффективности производства и отдачи от реализации производственной стратегии мало связываются с организационными направлениями работы предприятий. При этом возникает необходимость определить и обосновать роль и место организации производства в комплексе мер по обеспечению роста эффективности работы предприятий, попытаться сформировать научную концепцию эффективной организации производства в рамках разработки

производственной стратегии на предприятиях, которая ориентировала бы руководителей на решение задач роста эффективности производства в долгосрочной перспективе. Но на реализацию такой стратегии требуются крупные инвестиции и довольно длительное время для ее внедрения. Поэтому многие отечественные предприятия применяют стратегию другого типа, которая направлена на оптимизацию текущих финансовых показателей, использование малоквалифицированной рабочей силы, искусственное завышение цен, решение возникающих частных проблем и сбоев в процессе производства.

Таким образом, резюмируя вышесказанное, стоит отметить, что производственная стратегия предприятия представляет собой долгосрочную программу конкретных действий по созданию и реализации продукции, цель которой заключается в достижении таких конкурентных преимуществ, которые позволят наиболее полно

удовлетворять потребности рынка и достигать необходимые для компании финансовые результаты при оптимальном использовании необходимых ресурсов. При этом в процессе формирования и реализации производственной стратегии необходимо согласовывать ее не только с общей стратегией предприятия, но и с другими функциональными стратегиями с тем, чтобы достигать наиболее эффективных результатов от производственно-хозяйственной деятельности за максимально короткое время. Ко всему прочему, предложенные направления совершенствования стратегии производства, ввиду их отсутствия в экономической литературе, позволят руководству предприятия заранее проработать и оценить данные варианты как с точки зрения затрат на их осуществление, так и с точки зрения необходимого времени на реализацию и затем выбрать наиболее оптимальные для компании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балабай С.В., Абубекерова Э.Ф. Рост влияния обыденного сознания на политическое поведение россиян // Власть. 2018. Т. 26. № 6. С.117-122.
2. Болдырева Т.В., Плеханов С.В. Расстановка приоритетов компании в стратегическом планировании, как средство достижения конкурентного преимущества в условиях рынка В сборнике: ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ. Материалы всероссийской научно-практической конференции. Под общей редакцией И. В. Кузнецовой. 2018. С. 24-29.
3. Верещагина Л.С., Кублин И.М., Тинякова В.И. Необходимость эквивиальности системы управления освоением инновационной продукции// Инновации. 2018. № 4 (234). С. 107-115.
4. Есина А.А., Найденков В.И. Управление финансовыми ресурсами коммерческой организации // Социальные науки. 2019. № 1 (24). С. 10-17.

5. Ивер Н.Н., Семенова Е.А., Шиндряева А.П. Взгляд на формирование конкурентной стратегии промышленного предприятия // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. 2017. № 1 (13). С.21-26.
6. Киреева Н.А., Прущак О.В. Продовольственная безопасность региона: методология оценки, тенденции, прогноз // Региональные агросистемы: экономика и социология. 2019. №1. С.1.
7. Красникова Я.В., Плеханов С.В. Механизм формирования лидогенерации в партнерских отношениях // Социальные науки. 2020. Т. 1. № 3-1 (30). С. 16-22.
8. Кублин И.М., Плеханов С.В., Санинский С.А., Тинякова В.И. Гармонизация производственных и экономических отношений при импортозамещении в АПК // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 4-2 (38). С. 71-76.
9. Кузнецова Н.А., Пукач Г.В., Пукач А.М. Проблемы адаптации бизнес-моделей к меняющейся среде // Экономические отношения. 2019. Т.9. №2. С.1363-1370.
10. Лукин А.С., Кублин И.М. Основные теоретические подходы к организации взаимодействия властных и предпринимательских структур // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2014. № 5 (54). С. 18-23.
11. Найденов В.И., Мартынович В.И., Миронов М.Г. Малое и среднее предпринимательство саратовской области: показатели развития и формы государственной поддержки // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2019. № 5 (79). С. 67-71.
12. Санинский С.А. Формирование и развитие системы взаимодействия производителей и потребителей машиностроительной продукции / Москва, 2010.

REFERENCES

1. Balabay S. V., Abubekerova E. F. The growth of the influence of everyday consciousness on the political behavior of Russians. 2018. Vol. 26. № 6. Pp. 117-122.
2. Boldyreva T. V., Plekhanov S. V. Setting the company's priorities in strategic planning, as a means of achieving competitive advantage in market conditions In the collection: INTEGRATION PROCESSES OF MODERN DEVELOPMENT OF SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS. Materials of the All-Russian scientific and practical conference. Under the general editorship of I. V. Kuznetsova. 2018. Pp. 24-29.
3. Vereshchagina L. S., Kublin I. M., Tinyakova V. I. The necessity of equifinality of the management system for the development of innovative products. 2018. № 4 (234). Pp. 107-115.
4. Esina A. A., Naidenkov V. I. Management of financial resources of a commercial organization // Social Sciences. 2019. № 1 (24). Pp. 10-17.

5. Iver N. N., Semenova E. A., Shindryaeva A. P. View on the formation of a competitive strategy of an industrial enterprise // Actual problems of economics and management. 2017. № 1 (13). Pp. 21-26.
6. Kireeva N. A., Prushchak O. V. Food security of the region: methodology of assessment, trends, forecast // Regional agrosystems: economics and sociology. 2019. № 1. p. 1.
7. Krasnikova Ya. V., Plekhanov S. V. The mechanism of formation of lead generation in partnership relations. 2020. Vol. 1. № 3-1 (30). Pp. 16-22.
8. Kublin I. M., Plekhanov S. V., Saninsky S. A., Tinyakova V. I. Harmonization of production and economic relations in import substitution in the agro-industrial complex / / Competitiveness in the global world: economics, science, technologies. 2017. № 4-2 (38). Pp. 71-76.
9. Kuznetsova N. A., Pukach G. V., Pukach A.M. Problems of adaptation of business models to the changing environment. 2019. Vol. 9. № 2. Pp. 1363-1370.
10. Lukin A. S., Kublin I. M. Basic theoretical approaches to the organization of interaction between government and business structures // Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsialno-ekonomicheskogo universiteta. 2014. № 5 (54). Pp. 18-23.
11. Naidenkov V. I., Kublin I. M., Jamalyan A. A. Problems of increasing the competitiveness of enterprises in the construction industry of the Saratov region. 2019. № 4 (24). Pp. 85-93.
12. Naidenkov V. I., Martynovich V. I., Mironov M. G. Small and medium-sized entrepreneurship of the Saratov region: indicators of development and forms of state support // Bulletin of the Saratov State Socio-Economic University. 2019. № 5 (79). Pp. 67-71.
13. Saninsky S. A. Formation and development of the system of interaction between manufacturers and consumers of machine-building products / Moscow, 2010.