

## ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ СТРАТЕГИЯ КАК ОСНОВА ДОСТИЖЕНИЯ ДОЛГОСРОЧНЫХ ЦЕЛЕЙ КОМПАНИИ

### PRODUCTION STRATEGY AS THE BASIS FOR ACHIEVING THE COMPANY'S LONG-TERM GOALS

**Альджадай Абдуллах Мохмод А,**  
магистрант Института социально-  
гуманитарного образования  
ФГБОУ ВО «Московский педагогический  
государственный университет»

**Алькасем Рахаф Халид И,**  
магистрант Института социально-  
гуманитарного образования  
ФГБОУ ВО «Московский педагогический  
государственный университет»,

**Аннотация.** В статье обоснована необходимость разработки производственной стратегии предприятия на современном этапе. Определены основные этапы разработки производственной стратегии предприятия. Сделан вывод о том, что именно на основе эффективной реализации производственной стратегии возможно достижение долгосрочных целей компании.

**Ключевые слова:** производственная стратегия, производственный процесс, интересы компании, цели компании, технологический потенциал, кадровый потенциал, этапы разработки стратегии.

**Annotation.** The article substantiates the need to develop a production strategy for an enterprise at the present stage. The main stages of developing the production strategy of the enterprise are determined. It is concluded that it is on the basis of the effective implementation of the production strategy that the long-term goals of the company can be achieved.

**Key words:** production strategy, production process, company interests, company goals, technological potential, human resources, stages of strategy development.

Сбалансированное промышленное развитие – это стратегия, обеспечивающая текущие потребности предприятий и всех заинтересованных сторон и сохранение человеческих и природных ресурсов для будущих поколений. Большая часть экологических проблем связана с развитием экономики. Усилия по сохранению чистой и здоровой окружающей среды все больше усложняют условия ведения бизнеса. С другой

стороны, применение принципов устойчивого развития в деятельности промышленных предприятий становится все более важной предпосылкой повышения конкурентоспособности. Кроме того, сбалансированное развитие открывает новые возможности для бизнеса, такие как развитие экологически и социально приемлемых процессов, а также развитие продукции и связанное с этим открытие новых рынков.

Сбалансированное развитие отрасли будет реальным только в том случае, если большинство предприятий будут системно реализовывать меры по сбалансированному развитию отрасли. Например, обращать внимание на системы менеджмента качества и охраны окружающей среды. Суть таких систем менеджмента заключается в создании непрерывного цикла улучшений с привлечением всех сотрудников организации. Системы менеджмента качества и охраны окружающей среды могут быть сертифицированы в соответствии с международными стандартами ISO 9001 и ISO 14001 или зарегистрированы в системе экологического менеджмента и аудита.

Меры, связанные с продуктом, для устойчивого развития отрасли. Эти меры помогают снизить воздействие продукта на окружающую среду на протяжении всего его жизненного цикла. Могут применяться различные меры: экодизайн, оценка жизненного цикла, ответственность производителя, экологическая маркировка.

Сбалансированные отчеты о производительности разработки. Подготовка отчетов об эффективности сбалансированного развития побуждает компании больше анализировать свою деятельность и совершенствовать ее. С другой стороны, такие доклады повышают осведомленность общественности об устойчивом развитии.

Основными задачами для достижения сбалансированного развития отрасли являются:

1. повысить конкурентоспособность промышленности за счет более рационального использования ресурсов;
2. рациональное использование энергетических и природных ресурсов; снижение негативного воздействия производства, продукции и услуг на окружающую среду; увеличить использование возобновляемых источников энергии;
3. обеспечение сбалансированного развития регионов и эффективного использования их потенциала;
4. улучшение условий труда и содействие созданию новых рабочих мест.

Основная задача органов власти – периодически анализировать и совершенствовать законодательную базу, влияющую на сбалансированное развитие промышленности, т.е. стремиться к тому, чтобы закон стимулировал предприятия внедрять меры по

устойчивому развитию промышленности, повышающие экономическую и экологическую эффективность.

Больше внимания необходимо уделять укреплению системы реализации требований закона и практической реализации требований. В настоящее время реализация требований по охране окружающей среды сосредоточена на очистке сточных вод и обращении с отходами. Необходимо больше заботиться о профилактических мерах.

Экономические меры, влияющие на сбалансированное развитие отрасли, должны периодически анализироваться и совершенствоваться, чтобы гарантировать, что осуществление мер по устойчивому развитию отрасли отвечает интересам предприятий. Например, он может увеличить экологические налоги и снизить налогообложение труда, тем самым стимулируя компании выделять больше средств на улучшение экологических показателей и создание новых рабочих мест.

Основные экономические меры заключаются в следующем:

1. сбалансированное применение субсидий и штрафов. Очень важно следить за тем, чтобы установка оборудования для очистки загрязнений субсидировалась. Необходимо поощрять предприятия за улучшение экологических показателей и другие достижения в области устойчивого развития;

2. система налогов на загрязнение окружающей среды и штрафов должна стимулировать введение превентивных мер;

3. ценовая политика на энергоносители, воду и другие природные ресурсы. Промышленность будет поощряться к внедрению мер по устойчивому развитию промышленности только в том случае, если эти цены не будут искусственно снижены;

4. экономические стимулы для получения более экологически чистой продукции.

Для того, чтобы меры по устойчивому развитию отрасли шире применялись в деятельности предприятий, необходимо уделять больше внимания распространению информации об этих инструментах. Должны быть подготовлены и распространены информационные публикации о мерах по устойчивому развитию промышленности и их применении, организованы семинары, использованы прямые контакты с компаниями, подготовлены статьи для различных информационных изданий. Эти инструменты также должны использоваться для распространения информации о международных инициативах по устойчивому развитию промышленности.

Информация об эффективности устойчивого развития предприятий должна быть доведена до сведения общественности. Следует поощрять инициативы к подготовке

докладов об устойчивом развитии, которые были бы доступны для общественности. Это может быть связано с внедрением Комплексной системы выдачи разрешений на предотвращение и контроль загрязнения. Также необходимо развивать соответствующие компетенции и инфраструктуру.

Основываясь на опыте различных премий для промышленных предприятий за успешную деятельность в различных сферах (премия в области качества, премия года за продукт года и т.д.), должна быть разработана и внедрена система награждения компаний, достигших хороших результатов в области устойчивого промышленного развития.

С точки зрения устойчивого развития промышленности важно обеспечить открытый диалог и сотрудничество между всеми заинтересованными сторонами, включая промышленность, органы государственной власти, научные круги, общественные и неправительственные организации, а также эффективный обмен информацией и опытом по применению мер по устойчивому развитию промышленности.

Таким образом, можно констатировать, что производственная стратегия — это концепция, подверженная постоянным изменениям, как и вся дисциплина науки управления. Комбинации различных подходов привели к успеху организации в принятии различных фундаментальных предположений. Эти допущения позволяют выделить четыре основных подхода к стратегии: планирующий, позиционный, ресурсный и поведенческий.

Традиционная школа планирования, предполагающая, что менеджер может свободно формировать судьбу предприятия, используя его ресурсы в окружающей среде, не имеет прямого отношения к рынку новых технологий. Материальные ресурсы все больше имитируются, а жизненный цикл продукта сокращается до такой степени, что становится трудно извлекать прибыль от владения этими ресурсами в течение удовлетворительного периода времени. Подход к планированию дополнительно уделяет слишком мало внимания конкурентной среде компании.

Компании, работающие в более медленно меняющейся конкурентной среде, могут позволить себе свободное планирование своих действий, хотя, конечно, некоторые элементы стратегии планирования можно найти и в других перспективах. Речь идет, в частности, о главной роли точки зрения руководителя в создании стратегии компании, примерами которой, безусловно, являются харизма и последовательность в навязывании своего видения компании Биллом Гейтсом и Стивом Джобсом. В следующих частях будут представлены компании Microsoft, Apple и Nintendo, которые, по нашему мнению,

используют позиционный, ресурсный и поведенческий стратегический менеджмент соответственно.

Если считать основной функцией стратегии эффективную борьбу с конкуренцией, то позиционный подход к стратегии даст нам наибольший исследовательский материал. Исследователи этого направления ссылаются на работы Эдварда Чемберлина, который проследил, в том числе, уровень преимуществ, достигаемых компаниями, занимающими монопольное положение на рынке. Процесс создания стратегии в этой системе формализован. Это также подход, в котором сохранилась большая часть военной традиции науки о стратегии, что проявляется в терминологии и проблемах поиска и нейтрализации «врагов» в данном сегменте или на всем рынке. Таким образом, фирма добивается преимущества перед конкурентами, занимая определенное положение в среде (так называемая рента Чемберлена).

В силу области исследований, проводимых предшественником школы позиционного стратегического управления, выбор Microsoft в качестве примера использования позиционного мышления о стратегии не случаен. Кроме того, за Microsoft, а заодно и за ее президентом Биллом Гейтсом, стоит множество антимонопольных исков. В конце 1970-х компания IBM, производитель компьютерного оборудования, занимала доминирующее положение на рынке информационных технологий. Между тем, стратегия другого игрока в этом секторе, Apple, заключалась в том, чтобы сохранить контроль над своим оборудованием, производя собственное программное обеспечение, которое только соответствовало ему.

Чтобы проанализировать ключевое решение в достижении конкурентного преимущества, компании используют анализ Майкла Портера. В анализе конкуренции по М. Портеру выделяют четыре основных компонента: будущие цели, предположения, текущая стратегия и возможности. Будущие цели — это запас информации о конкурентах, в частности о том, удовлетворены ли они своим положением на рынке и достигнутыми результатами. Важнейшее значение имеет определение того, как конкуренты могут изменить свою стратегию и цели в ответ на изменения в окружающей среде. Анализируется технологический уровень, положение на рынке и статус компании в социальной среде. Предположения конкурентов влияют на их поведение. На этом этапе анализа мы можем попытаться предсказать реакцию и дальнейшее поведение конкурента. Позиция собственной компании, связанная с барьерами входа на рынок, текущим состоянием конкуренции на рынке, возможностями замещения, силой покупателей, силой

поставщиков. Возможности и угрозы, исходящие из внешней среды, определяют остальные элементы стратегии.

### Список литературы

1. Круи Майкл, Гэлаи Дэн, Минасян В. Б. Основы риск-менеджмента. — М.: Юрайт. 2024. 389 с.
2. Малюк В. И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития. — М.: Юрайт. 2024. 362 с.
3. Современные направления и тенденции развития экономики : Избранные труды / Е. Ф. Авдокушин, В. В. Демина, С. А. Демина [и др.]. – Москва : Издательство "Перо", 2022. – 362 с.
4. Теория и практика современного менеджмента: Учебное пособие для студентов направлений «Менеджмент» и «Экономика» / В. В. Демина, И. А. Заякина, А. Г. Кобзева, Е. В. Тинькова. – Курск : Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2023. – 160 с. – ISBN 978-5-907710-13-9. – DOI 10.47581/2023/Demina-Zayakina.01.
5. Усачева, И. Ю. К вопросу о роли металлургической отрасли в экономике России и направлениях совершенствования стратегического управления предприятиями / И. Ю. Усачева, В. В. Демина // Экономика промышленности. – 2019. – Т. 12, № 3. – С. 256-270. – DOI 10.17073/2072-1633-2019-3-256-270.
6. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов : учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев ; под редакцией Ю. В. Фролова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 154 с.
7. Ярунина, Т.А. Теоретические основы разработки стратегии развития организации / Т.А. Ярунина // Актуальные исследования. – 2020. – №2 (5). – С. 55-58.