

Быков Николай

Выпускник факультета предпринимательства и управления
специальность «Менеджмент»

Научный руководитель: **Бондарь С.В.**,

к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга

Белорусский государственный аграрный технический университет,
г. Минск, Беларусь

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Функционирование организаций АПК в условиях динамично развивающейся среды хозяйствования обуславливает необходимость реализации нового подхода к решению задач стратегического планирования производства продукции и ее сбыта. Ориентация производства на потребителя, на изменение рыночного спроса, требуют формирования базовых стратегий развития организации, основанных на использовании гибких форм организации современного производства, быстрой адаптации к условиям внешней среды с учетом внутренних ресурсов и возможностей.

Исследование стратегических проблем, которые могут систематически возникать в организации, предопределяет один из самых важных аспектов всего процесса принятия решений: подавляющее большинство решений должно быть принято в рамках ограниченности имеющихся ресурсов. В зависимости от размеров предприятия стратегические решения связаны с выбором альтернативных направлений использования ресурсов. Поэтому основная задача менеджера состоит в таком распределении ресурсов, которое создает наибольший потенциал для достижения целей организации [1], в результате чего разрабатывается ее производственная стратегия. По мнению Ричарда Б. Чейза производственная стратегия заключается в разработке общей политики и планов использования ресурсов фирмы, нацеленных на максимально эффективную поддержку ее долговременной конкурентной стратегии[2].

Минаев Э.С. и Агеева Н.Г. дают следующее определение:

производственная стратегия – часть общей стратегии предприятия, направленная на производственную деятельность организации [3]. Таким образом, производственная стратегия – совокупность долгосрочных целей, политик и планов развития организации в области производства, вытекающих из общей стратегии предприятия, направленных на удовлетворение запросов потребителей по ассортименту, объему и качеству выпускаемой продукции.

Выделяют три группы факторов, влияющих на выбор производственной стратегии [4]: 1. Ресурсы (материальные и нематериальные активы организации, финансы, кадры, а также информация, которой обладает организация); 2. Коммуникации организации (внутренние связи, связи с поставщиками, связи с потребителями). 3. Система управления качеством.

Формирование производственной стратегии организации со стратегическим учетом всех производственных затрат — важнейший инструмент управления. Необходимость учета затрат на производство растет по мере того, как усложняются условия хозяйственной деятельности и возрастают требования к рентабельности.

Предприятия, пользующиеся хозяйственной самостоятельностью, должны иметь четкое представление в рамках формирующейся производственной стратегии предприятия об окупаемости различных видов производимой продукции, эффективности каждого принимаемого решения и их влияние на финансовые результаты, а также на величину затрат.

В современных условиях рыночной экономики для стратегического планирования на предприятиях АПК целесообразным является разработка программы деятельности предприятия на перспективу, которая должна включать следующие направления: как можно быстрее адаптировать хозяйственную деятельность и систему управления предприятия к изменяющимся внешним и внутренним экономическим условиям; сохранить трудовой потенциал организации; обеспечить устойчивое финансовое положение организации в отрасли и стабильное присутствие на её целевых рынках.

При этом стратегия предприятия должна формироваться из следующих элементов: максимальное участие предприятия в государственных программах развития отечественного аграрного производства; анализ спроса на производимую продукцию, по результатам которого необходимо выделить перечень наиболее значимых для предприятия позиций по критерию доходности, а также определить возможность выпуска новых товаров и предоставления новых услуг исходя их производственных мощностей и ресурсного потенциала организации; разработка эффективной коммуникационной политики, направленной на продвижение продукции; активизация коммерческой деятельности на агропромышленном предприятии; снижение себестоимости продукции.

При разработке программы развития предприятия АПК должны быть чётко определены направленность и сферы деятельности предприятия. Границами сфер деятельности могут быть производимая продукция, существующие рынки или сегменты рынков, технологические возможности предприятия. Границы программы должны соответствовать возможностям предприятия.

Список использованных источников

1. Баринов В.А., Харченко В.Л., Стратегический менеджмент: учебное пособие/ В.А. Баринов, В.Л. Харченко. — Москва: ИНФРА–М, 2017. — 236с.
2. Карлик, А.Е. Экономика предприятия: Учебник / А.Е. Карлик, М.Л. Шухгальтер. — СПб.: Питер, 2009. — 464с.
3. Зайцев, Л.Г. Стратегический менеджмент: учебник/ Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. — 2-е изд., — Москва: ИНФРА-М, 2015. — 567 с.
4. Малюк, В.И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры/ В.И. Малюк. — Москва: Юрайт, 2016. — 426 с.