DOI: 10.17117/na.2015.10.01.293

Поступила (Received): 27.10.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.10.01.293.pdf>

Налчаджи Т.А., Маломатова Л.А.
Стратегический подход к управлению
промышленными предприятиями

Nalchadzhi T.A., Malomatova L.A.

A strategic approach to the management of industrial enterprises

В статье рассмотрены основные направления реализации стратегического подхода к управлению промышленными предприятиями в современных условиях, уточнены ориентиры стратегического развития предприятий. Обосновано значение стратегического подхода к управлению конкурентоспособностью предприятия. Выявлены параметры конкурентоспособности для предприятий промышленности, включающие товар, цену, типизацию продукта

Ключевые слова: стратегический подход к управлению, стратегические ориентиры, конкурентные преимущества

The article describes the guidelines for implementing the strategic approach to the management of industrial enterprises in the contemporary context, clarified guidance for the strategic development of enterprises. The significance of a strategic approach to managing enterprise competitiveness. Identified parameters of competitiveness for industrial enterprises, including product, price, type of product

Key words: strategic approach to management, strategic orientations, competitive advantage

Налчаджи Татьяна Александровна
Кандидат экономических наук, доцент
Кабардино-Балкарский государственный
университет им. Х.М. Бербекова
г. Нальчик, ул. Чернышевского, 179

Nalchadzhi Tatyana Alexandrovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Kabardino-Balkarian state university named H.M.
Berbekov
Nalchik, Chernyshevsky st. 179

Маломатова Ляна Ахмедовна
Студент
Кабардино-Балкарский государственный
университет им. Х.М. Бербекова
г. Нальчик, ул. Чернышевского, 179

Malomatova Lyana Akhmedovna
Student
Kabardino-Balkarian state university named H.M.
Berbekov
Nalchik, Chernyshevsky st. 179

Стратегия представляет собой совокупность правил, положенных в основу процесса разработки и применения управленческих решений, определяющих будущее состояние предприятия.

Разработка стратегии должна основываться на глубоком понимании рыночных процессов, оценке микро и макросреды, понимании своих сил и слабостей, возможностей и угроз. Быстрые изменения внешней среды, обилие неупорядоченной информации и отсутствие ориентиров для выбора направлений развития привели к появлению новых методов, систем и подходов к управлению.

В настоящее время актуальной становится необходимость формирования и реализации стратегического управления деятельностью промышленного предприятия. Стратегическое управление – это комплексная система постановки и реализации стратегических целей предприятия, основанная на прогнозировании внешней экономической среды и выработке способов адаптации к ее изменениям [24].

В качестве объекта стратегического управления рассматривается как предприятие в целом, так и его отдельные функциональные подразделения. Субъекты стратегического управления – менеджеры организаций и предприятий. Отсутствие адаптированных к изменениям макро и микросреды стратегий управления деятельностью приводит к тому, что управленческий процесс, реализуемый в отдельных подразделениях и функциональных зонах влечет возникновение противоречий и снижение эффективности управления в целом.

Процессы разработки эффективной системы управления деятельностью предприятия в нестабильной макросреде требуют комплексной реализации, направленной на достижения основополагающей цели управления предприятием в рыночной экономике [6].

Стратегия управления эффективностью деятельности предприятия – это комплексная стратегия, реализуемая посредством функциональных стратегий, в том числе через маркетинговую, производственную; инновационную; финансовую; инвестиционную; организационную [3].

Обоснование выбора стратегических направлений деятельности на предприятии осуществляется на основе определения состава целевых установок и задач, стоящих перед менеджментом предприятия. Маркетинговые стратегии основаны на исследовании рынка, слабых и сильных сторон конкурентов. Эта информация необходима в процессе принятия управленческих решений, направленных на решение стратегических задач.

Производственная стратегия – это комплекс мероприятий, направленных на формирование ассортиментной политики предприятия, совершенствование техники и технологии производства продукции, организации производства, обеспечивающих стабильное развитие предприятия на перспективу. Инновационная стратегия представляет собой комплекс, направленный на разработку и внедрение инноваций по важнейшим сферам производственно-хозяйственной деятельности предприятия, с целью достижения заданного уровня конкурентоспособности.

Финансовая стратегия разрабатывается с целью формирования достаточного количества финансовых ресурсов, оптимизации цены и структуры капитала предприятия [5]. Таким образом, финансовая стратегия предприятия сконцентрирована на достижении максимально возможного уровня чистой прибыли и обеспечение финансовой устойчивости предприятия в долгосрочной перспективе.

Формирование стратегии развития инвестиционной деятельности предприятия может быть представлена как процесс определения целей, приоритетных направлений и форм, оптимизации объема и структуры ресурсов инвестиционной деятельности [6].

Организационная стратегия представляет собой иерархическую систему реорганизации деятельности предприятия с целью реализации перспективных задач, направленных на совершенствование организации управления, создания новых связей внутри иерархической структуры управления [1].

Планирование – общая функция управления и элемент системы управления деятельностью предприятия реализуется посредством формирования системы взаимосвязанных планов и нормативов, направленных на обеспечение финансовыми, трудовыми, материальными ресурсами и оптимизацию управленческих решений. Стратегическое планирование предполагает разработку и обоснование целевых установок, задач, масштабов и сфер деятельности в долгосрочной перспективе.

Целями стратегического управления являются адаптация предприятия к прогнозируемым изменениям макросреды, завоевание устойчивой позиции на рынке, гарантирующей финансовую стабильность, платёжеспособность и ликвидность предприятия в условиях конкуренции.

Одним из важнейших условий, обеспечивающих эффективную работу субъекта хозяйствования, является сбалансированность действий менеджмента, направленных на достижение главной цели хозяйствующего субъекта управления. В этих условиях основной задачей координации становится это достижение согласованности работы всех элементов управления [2].

На процессы формирования стратегий развития предприятий оказывает существенное влияние уровень его конкурентоспособности на рынке. Высокая конкурентоспособность промышленного предприятия может быть охарактеризована количеством потребителей, совершающих повторную покупку продукции данного производителя.

В условиях рынка для достижения результатов в конкурентной борьбе предприятию необходимо:

1) достичь достаточного уровня конкурентоспособности продукции на завоёванных сегментах рынка;

2) достичь такого уровня конкурентоспособности предприятия и его подразделений, который (уровень) позволит предприятию быть конкурентоспособным в сравнении с ведущими лидерами отрасли. Это позволит создать необходимые заделы для будущего развития предприятия [7].

Таким образом, разработка и реализация оптимальной стратегии управления деятельностью предприятия создаст возможности экономического роста и перспективного развития. Среди актуальных задач стратегического управления деятельностью предприятия в условиях нестабильной макро и микросреды становится оценка результативности стратегии развития предприятия.

Список используемых источников:

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. М.: Финансы и статистика, 2008. 432 с.
2. Макарова В.И., Бобренева Е.А., Стародубов В.П., Самуйлова М.Е., Андреева И.А. Анализ и планирование финансовой деятельности предприятия. Тольятти: Волжский университет им. В.Н. Татищева, 2011. Ч.1. 218 с.

3. Гавриленко Н.И. Роль стратегического маркетинга в управлении предприятием в условиях рыночных отношений // Финансы и кредит. 2005. №22.
4. Гольцов А.В. Стратегический маркетинг. Рязань: Март, 2008.
5. Зинковская Н.В. Моделирование стратегии развития предприятия в условиях рыночной экономики. М.: Экономика, 2009.
6. Макарова В.И., Бобренева Е.А., Зеленкина М.Е. Инвестиционный анализ. Тольятти: Волжский университет им. В.Н. Татищева, 2006. 253 с.
7. Портер М. Основы конкурентной борьбы. Спб.-М.-Киев: Вильям, 2000. 602 с.

© 2015, Налчаджи Т.А., Маломатова Л.А.
Стратегический подход к управлению
промышленными предприятиями

© 2015, Nalchadzhi T.A., Malomatova L.A.
A strategic approach to the management of
industrial enterprises