

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Далисова Наталья Анатольевна**, кандидат экономических наук, доцент,  
Доцент кафедры «Менеджмент в АПК», ИЭиУ АПК  
**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**  
*e-mail: [dalnata@mail.ru](mailto:dalnata@mail.ru)*

**Аннотация.** Данная статья касается вопросов стратегического развития предприятий. Стратегии развития бизнеса сегодня - это основной вектор в управлении бизнесом, который гарантирует устойчивое экономическое развитие организаций разных отраслей экономики, способствует повышению конкурентоспособности ее продуктов и услуг.

**Ключевые слова:** стратегия, предприятие, стратегема, стратегическое управление, развитие.

## IMPROVING THE COMPANY'S DEVELOPMENT STRATEGY

**Dalisova Natalia Anatolyevna**, candidate of economic sciences, associate professor  
docent of the department of «Management in the agro-industrial complex», Institute of Economics  
and Management in AIC  
**Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia**  
*e-mail: [dalnata@mail.ru](mailto:dalnata@mail.ru)*

**Abstract.** This article deals with the issues of strategic development of enterprises. Business development strategies today are the main vector in business management, which guarantees the sustainable economic development of organizations in various sectors of the economy, contributes to the competitiveness of its products and services.

**Key words:** strategy, enterprises, stratagem, strategic management, development.

Каждый бизнес по-своему уникален, следовательно и процесс разработки стратегии для каждого бизнеса уникален вдвойне. Это зависит от разных факторов: положения организации на рынке, динамики ее развития, ее потенциала, поведения конкурентов, особенностей производимых товаров или предоставляемых услуг, состояния региональной экономики, социо-культурной среды и многих других факторов, а так же развития инфраструктуры региона.

С развитием структура общества постоянно усложняется. Системы получения информации, ее анализа и хранения постоянно модернизируются и изменяются, системы управления становятся многозвенными и специализированными. Обладание преимуществом в ресурсах давно уже не является гарантией превосходства и победы в конкурентной борьбе. На первое место выдвигаются проблемы по оптимизации использования имеющегося потенциала организаций, распределению стратегических сил, оптимизации системы анализа и управления [1]. Компаниям необходимо грамотное распределение и использование ресурсов.

В связи с этим, для совершенствования и реализации выбранной стратегии, предприятиям необходимо обратить внимание и на тактику. Очень полезным может оказаться использование стратегем.

Стратегема — это просчитанная последовательность действий, направленная на решение конкретной задачи. Это правила, стратегические ходы и тактические приемы для достижения разных целей. Стратегемы использовались в военных действиях и военных хитростях. Сегодня стратегемы рассматриваются как уловки для достижения целей, дают рецепты возможных действий, определяют то поле, на котором ты находишься, те моральные и социальные нормы, которым ты следуешь.

Например, существует стратегема 53- Волшебная дудочка. Эффект феномена волшебной дудочки заключается в том, что некое явление и все, что с ним связано, наделяется особыми чертами или свойствами. Эффект способен переставить существующие акценты в восприятии окружающего мира. В бизнесе стратегема используется в тех случаях, когда надо каким то образом объяснить, почему именно эти товары имеют почти «волшебные» свойства, исключительные перспективы и их надо покупать. [4].

Рассмотрим элемент стратегемы на примере нового продукта.

Российский рынок молочной продукции является составной частью российской пищевой промышленности. Молочная промышленность - отрасль пищевой промышленности, объединяющая

предприятия по выработке продукции из молока. [2]. Производство молока продолжает показывать рост к прошлым периодам. Импорт снизился, так как увеличилось внутреннее производство (большая часть (35%) в структуре российского импорта молочной продукции в натуральном выражении приходится на сыр и творог). [5].

Для выбора направления развития и разработки стратегических альтернатив организации необходимо совершенствовать стратегию развития.

Создание стратегической карты – это очень важный шаг для определения причинно-следственных связей между соответствующими перспективами, целями, задачами и показателями. На этой карте показываются взаимоотношения между целями из четырех важнейших направлений: финансы, клиент, внутренние бизнес - процессы, обучение и развитие. Чтобы оценить степень достижения целей, нужно установить целевые значения критериев и выбрать критерии.

В результате проведения стратегического анализа ООО «Емельяновское» определено, что предприятие обладает достаточными мощностями, чтобы начать производить альбуминный творог. Этот продукт уникален для региона, что создает веское конкурентное преимущество.

Ценность альбуминового творога состоит в том, что этот вид кисломолочной продукции производится из молочной сыворотки, положительно влияет на работу пищеварительной системы, не нагружает организм излишком жиров. Продукт богат витаминным комплексом. Продукция на рынке является новинкой, конкуренты этот вид творога не освоили, что связано с ценовой доступностью этой продукции [3]. Продукция на рынке является новинкой, конкуренты этот вид творога не освоили, что связано с ценовой доступностью этой продукции. Изучив разнообразные заменители, видим, что продукт заменяет два вида творога: обычный и зерненный. Однако в данном случае интерес потребителей к продукции будет связан высокой концентрацией белковых молекул, низким содержанием жиров и доступной стоимостью.

Основным методом продвижения продукции станут интернет ресурсы, реклама в специализированных изданиях, адресная рассылка информации. Также будет использоваться система электронного заказа. Для обоснования свойств и ценности продукта широко применяются специальные научные термины, ссылки на новые методики и технологии и уже достигнутый другими положительный эффект.

Поэтому очень важно и необходимо учитывать особенности стратегического управления. Типы сравниваемых элементов управления отличаются, прежде всего, объектами управления. Оперативное управление в первую очередь регулирует производственную деятельность, хотя иногда и решает задачи развития, связанные с разработкой новых продуктов и технологий. Стратегическое управление имеет дело только с вопросами развития, а не с функционированием предприятия. Его главная цель - создание благоприятной среды для создания и реализации новых продуктов и новых возможностей для получения будущих выгод и других желаемых целей. Но не существует единой эталонной стратегии для больших и малых компаний в разных секторах. Каждое предприятие, даже одной отрасли уникально, и определение его стратегии тоже своеобразно.

### Список литературы

1. Абдуллаева С. Г. Разработка стратегии развития организации // Молодой ученый. — 2018. — №49. — С. 323-327.
2. Кузьмина В.А. Кодекс Алиментариус. Молоко и молочные продукты / Пер. с англ. Codex Alimentarius. Milk and milk products - М.: Издательство «Весь Мир», 2007 г. 118 с.
3. Соколова З. С. и др. Технология сыра и продуктов переработки сыворотки /З.С. Соколова, Л. И. Лакомова, В. Г. Тиняков. - М.: Агропромиздат, 1992.-335 с: ил.- (Учебники и учеб. пособия для высших учебных заведений).
4. Воеводин А.И. Стратегемы.-5-е изд.доп.- Красноярск,2011-300с.
5. <https://specagro.ru/analytics/202107/obzor-rynka-moloka-i-molokoproductov-za-3-mes-2021-goda>