

Андреев Г.О. студент,

2 курс, Институт Финансов Экономике и Управления,

Тольяттинский государственный университет,

Тольятти (Россия)

Квашнина А.А. магистрант,

1 курс, Гуманитарно-педагогический институт,

Тольяттинский государственный университет,

Тольятти (Россия)

Andreev G.O. student,

2 course, Institute of Finance, Economics and Management,

Togliatti State University,

Togliatti (Russia)

Kvashnina A.A. Master's student,

1st year, Humanities and Pedagogical Institute,

Togliatti State University,

Togliatti (Russia)

ВВЕДЕНИЕ ПОЛИТИКИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: На любом предприятии со временем наступает момент, когда необходимо выстраивать новую стратегию ведения бизнеса. В данной статье рассмотрим какие условия необходимо учитывать при

внедрении новой политики работ, какие бывают проблемы при их использовании. Также разобраны методы постановки новых задач для сотрудников.

Ключевые слова: : предприятие, стратегия бизнеса, бизнес-план, политика предприятия, экономика, менеджмент

Abstract: At any enterprise, over time, there comes a time when it is necessary to build a new business strategy. In this article, we will consider what conditions must be taken into account when implementing a new work policy, what problems there are when using them. Methods of setting new tasks for employees are also analyzed.

Key words: enterprise, business strategy, business plan, enterprise policy, economics, management

Повышение производительности фирмы напрямую зависит от выбора политики развития, но необходимо чтобы она соответствовала некоторым условиям:

- практичность и реальное видение осуществления задач компании;
- глубокий анализ текущего положения на производстве;
- информирование о возможных будущих преобразованиях на рынке;
- вовлечение личного состава в исследование инноваций рынка;
- целесообразность выбора задач и поставленных целей;
- регулирование и корректировка процесса работ;

Уровень информированности о нововведениях относится к одному из самых важных факторов в выборе политики продвижения компании, он напрямую способствует повышению продуктивности работы. Если компетенция сотрудников на низком уровне, то и результативность всей

фирмы снижается в разы. Анализ слабых мест в бизнесе и их причин является вторым по важности фактором. Выявление всех подводных камней позволит перестать совершать прежние ошибки, а значит прекратить нести убытки и расходы на отдельных фронтах производства. [3]

Следующей задачей будет стоять выбор актуальных тенденций на рынке, и тут следует грамотно и объективно учитывать все предвидения на ближайшие несколько лет. В противном случае, при некорректном выборе направления развития будут потрачены ресурсы в русло, которое не будет иметь спрос среди потребителя. Также не менее важно правильно поставить задачи. При выборе нужно брать в расчет пару параметров: сознательность выбора установок и их общность. [2]

Для установления задач, благодаря которым фирма может извлечь как можно больше отдачи, необходимо опираться на:

1. приобретенный опыт в ведении бизнеса;
2. экспертное решение и их прогнозы;
3. логика.

Рациональность и корректность задач, которые ставит руководство, также имеет большой вес при внедрении стратегии продвижения. Для исполнения поставленных целей необходимо, чтобы у предприятия имелись выделенные на них ресурсы и финансы. На очереди стоит такой фактор, как мотивация рабочих. Без обеспечения обстановки, в которой сотрудники готовы полностью отдаваться общим целям, внедрение новых технологий и в целом развитие становится невозможным. [1]

Способность регулирования всех процессов работ подразумевает собой актуальное приобретение данных о состоянии предприятия для перспективы оценки с прошлыми показателями и быстрого реагирования на возникающие проблемы при производстве. Чтобы организовать такую работу, необходимо установить контроль интервальных итогов работы для

мониторинга успеваемости, согласно поставленным задачам и плану. Невыполнение одного из установленных пунктов грозит к проседанию общего плана, что влияет на продуктивность компании. При верном подходе, а именно заинтересованности всех сотрудников в реализации плана и своевременный контроль работ, прогресс не заставит себя долго ждать. [4]

В общем политика может принять тезисный вид, имеющим в своем наборе ряд реальных действий, позволяющих достигать необходимые задачи. А создание бизнес-стратегии возможно только при наличии твердых знаний и при тщательном анализе рыночной ниши, объективности при оценивании положения предприятия, а также понимание собственных уникальности. [1]

Учитывая вышесказанное, значительную роль принимает вопрос создания системы модернизации управления предприятием в текущей ситуации, продуктивности при мониторинге за работой сотрудников, установки новых задач и предвидение актуальных проблем в ближайшем будущем. Как бы то ни было, разработка политики предприятия является достаточно молодым направлением. В наше время, когда новые технологии появляются чаще, чем раз в год, вопрос управления бизнесом постоянно развивается попутно с технологиями. Традиционные методы разработки политики продвижения уже не являются актуальными и в целом не позволяют фирме развиваться эффективно. [2]

Разберем основные проблемы при внедрении изменений в политику ведения бизнеса:

- необходимо четко видеть и представлять задачи, поставленные в компании, в противном случае возможны случайные и незапланированные события, при которых сотрудники не поймут, для чего были внедрены новые технологии;

- ведение развития на трех и более фронтах - это ошибочное решение, так как это грозит истощению ресурсов впустую. Намного эффективнее работать последовательно на каждом из направлений.
- изменения должны опираться на имеющийся бюджет и прогнозы экспертов. Не нужно занижать роль отдельных мелких нововведений;
- важно, чтобы обязанность за принятие решений лежала на одном человеке - руководителе. Важно удостовериться, что данный человек осознает свою ответственность;
- необходимо мотивировать собственных сотрудников, при внедрении новых технологий. Чем больше они понимают, что это принесет компании прибыль, тем лучше они будут обучаться работе в новых условиях;
- нужно удостовериться, что новая введенная технология позволяет вести учет и контроль. [3]

Подводя итог, можно сказать, что любая система требует грамотного подхода и развития всех отдельных опций (план, организация работ, мотивация сотрудников, мониторинг на производстве и т.п.). Так, управление внешними и внутренними факторами позволит компании выставить оптимальные цели, которые будут эффективно сказываться на производстве и работе предприятия в целом.

Список литературы:

1. Алёхина Е. И. Промышленная политика и маркетинговые стратегии как драйверы развития новой экономики в условиях глобализации и диверсификации производства : коллективная монография / Е.И. Алёхина [и др.] — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 360 с.

2. Дебердиева Е. М. Бережливое производство как инструментарий совершенствования производственной стратегии на отраслевых предприятиях : монография / Е.М. Дебердиева [и др.].. — Тюмень : Тюменский индустриальный университет, 2020. — 169 с.
3. Неудачин В.В. Реализация стратегии компании. Финансовый анализ и моделирование / Неудачин В.В.. — Москва : Дело, 2011. — 168 с.
4. Рейнгольд Е.А. Стоимость бизнеса и стратегия развития компании : основные принципы построения интегрированной системы / Рейнгольд Е.А., Черный Ю.И.. — Москва : Международная академия оценки и консалтинга, 2014. — 214 с.