

**Жукенова Динара Аскарровна**

Магистрант

**Направление:** Экономика

**Магистерская программа:** Экономика фирмы

### **Разработка стратегии производства на примере ТОО «Радуга»**

**Аннотация:** В данной статье рассмотрен процесс разработки стратегии производства на примере конкретного предприятия. Поиск направлений диверсификации производства для предприятий отечественной экономики является сегодня весьма актуальным. Необходимость приспособления к новым экономическим условиям объективно заставляет искать наиболее выгодные сферы приложения созданного производственного потенциала.

**Ключевые слова:** стратегия, диверсификация, дистрибьюция, фонд производство, конкуренция, конкурентоспособность.

ТОО «Радуга» – это крупная производственно-дистрибьюционная компания, занимающая лидирующие позиции на рынке Казахстана. Выбранная в самом начале деятельности организации стратегия роста привела к успеху компании. Об этом свидетельствует реализация критериев, нужных для успеха стратегии и которые владелец организации определил сам. Один из важнейших критериев – это динамика стабильно увеличивающегося оборота. Согласно отчету предприятия за последние 5 лет деятельности, этот показатель положителен. Все свидетельствует о правильности выбора стратегии.

Однако компания развивается, и данная стратегия изжила себя. Компании требуется новая стратегия, разработанная в соответствии с нынешним положением фирмы на рынке, уже имеющимися успехами, новыми и приобретенными ресурсами.

Самым удачным вариантом в данном положении фирмы считаю выбор одной из стратегий развития – стратегию конгломеративной диверсификации.

Стратегия конгломеративной диверсификации состоит в том, что фирма расширяется за счет производства новых продуктов, технологически не связанных с уже производимыми, которые реализуются на новых рынках [1, с. 25]. Это одна из самых сложных для реализации стратегий развития, так как ее успешное осуществление зависит от многих факторов, в частности от компетентности имеющегося персонала, особенно менеджеров, сезонности в жизни рынка, наличия необходимых сумм денег и т. п.

Данная стратегия обеспечит наращивание конкурентных преимуществ за счет активного внедрения на новые рынки, диверсификации производства, постоянного осуществления нововведений. Все это компания в состоянии осуществить, так как обладает достаточными ресурсами. Так же, в соответствии с этой стратегией компания должна осуществлять постоянные нововведения. К ним можно отнести новые акции, распродажи, новые услуги. Но нужно учитывать, что все действия, связанные с внедрением новой стратегии, могут оказаться малоэффективными или даже напрасными, если не подкрепить их сильной рекламной кампанией [2, с. 108].

Одним из направлений стратегии ТОО «Радуга» следует выделить производство, которое подразделяется на производство товаров народного потребления и производство продуктов питания.

В связи с этим необходимо начать расширение и модернизацию существующих производственных мощностей.

Во-первых, планируется открытие новых линий в цехе гранулы и пластмассовых изделий, запуск нового оборудования по производству мусорных пакетов, пакетов-маек, водопроводных, канализационных и электромонтажных труб, сушилок для белья, гладильных досок, расширение ассортимента продукции, выпускаемой на термопластах.

Во-вторых, на двух этажах вновь отремонтированного здания (один из цехов бывшего Петропавловского завода тяжелого машиностроения (ПЗТМ), который приобрела ТОО «Радуга») планируется разместить завод по производству сухих завтраков и кукурузной палочки.

Кукурузную палочку выпускали и прежде, и казахстанский покупатель уже знает продукцию ТОО «Радуга», составившую серьезную конкуренцию таким торговым маркам как «Сластена», «Витек», «Хрум-Хрум» и другие.

Имеющееся оборудование будет заменено на новое – более модернизированное, общая протяженность технологической линии по производству палочки составит пятьдесят метров. Новое оборудование позволит повысить производительность в три раза.

Кроме этого, будет запущена новая технологическая линия по производству сухих завтраков общей протяженностью сто двадцать метров.

Производство палочек будет полностью автоматизированное. Технология – эксклюзивная, отработанная директором производства Б. Кулдановой и технологами Е. Асаенок и П. Белоусовым.

Для поддержания качества выпускаемой продукции при заводе будет оборудована лаборатория, которую в скором времени планируется аттестовать.

Стоимость проекта составит 14737 миллионов тенге, проект вошел в «Дорожную карту бизнеса – 2020», согласно которой ТОО «Радуга» получает кредитные ресурсы сроком на 5 года под 14 % годовых в АО «Народный банк», 7% из которых будет субсидировать фонд Даму.

В качестве обеспечения обязательств по кредиту ТОО «Радуга» предлагает для передачи в залог оборудование и здание администрации.

При выходе на полную мощность завод будет приносить ТОО «Радуга» чистой прибыли более 3 млрд. тенге в год.

Общие объемы производства в натуральном выражении составят 60 тонн кукурузной палочки и 50 тонн сухих завтраков в месяц. Продукция ТОО «Радуга» будет выходить под торговой маркой «Хит». Кроме того, для закрепления в дешевом сегменте, при сохранении вкусовых качеств, планируется выпуск кукурузной палочки «Капитан Хруст». Предположительно это будет пять SKU: шоколадные и карамелизированные шарики, медовые звездочки, шоколадное и карамелизированное ассорти.

Вторым этапом планируется наладить выпуск кукурузных хлопьев в ассортименте -12 SKU. После окончания ремонта на еще одном этаже – планируется запуск линий по расфасовке бульонов, киселей, супов, картофельного пюре в стаканчиках, овсяных хлопьев. Это будут продукты, как быстрого приготовления, так и требующие варки.

Продукция ТОО «Радуга» будет конкурентной, т.к. она будет иметь конкурентную цену, она производится из высококачественного сырья, имеющего высокую пищевую ценность, ее калорийность, состав, соответствие стандартам будет проверяться лабораторным путем.

Но произвести продукцию – это только поддела. Достижение конкурентоспособности своей продукции и увеличение объема ее реализации – это вторая, но не менее актуальная задача.

Сегодня можно с уверенностью сказать, что сухие завтраки ТОО «Радуга» – конкурентоспособный продукт, способный конкурировать с известными торговыми марками «Кунцево», «Союзпищепром» и другими.

Завод выгодно расположен на севере Казахстана в г. Петропавловске, на стыке транспортных коридоров России и Казахстана, имеется железнодорожный тупик. В этом же здании имеются складские площади общей площадью 1800 квадратных метров. Отдельно для сырья и для готовой продукции.

Пищевое производство тесно сотрудничает с коммерческим отделом головного предприятия. Понимая всю важность момента, когда и быстро, и максимально безболезненно необходимо вывести новый продукт собственного производства на рынок, не следует искать специалиста на стороне, а необходимо вменить эти функции директору по продажам Е. Мещерякову.

В его задачи входит анализ ситуации на рынке, существующих конкурентов, поиск рынков сбыта для готовой продукции, поиск качественного сырья в ближнем и дальнем зарубежье, руководство разработкой упаковки, участие в командной работе по отработке вкусовых качеств выпускаемой продукции, организация и контроль продаж.

Также ТОО «Радуга» рекомендуется вести работу по совершенствованию рекламной деятельности – проведение рекламных мероприятий; проведение выставок-дегустаций продовольственных товаров; проведение расширенных продаж-презентаций товаров.

Для стимулирования продаж в магазине «Радужный» необходимо проведение акций по снижению цен; использование скидок; применение дисконтных карт, выделение категории постоянных покупателей.

Все предложения по ценообразованию, так или иначе, связаны со снижением цен для привлечения новых клиентов и увеличения товарооборота. Таким образом, снижение цены приведет к увеличению товарооборота, а, следовательно, и к увеличению прибыли. Благодаря снижению цены товарооборот может увеличиться на 10–15%.

Таким образом, поиск направлений диверсификации производства для предприятий отечественной экономики является сегодня весьма актуальным. Необходимость приспособления к новым экономическим условиям объективно заставляет искать наиболее выгодные сферы приложения созданного производственного потенциала [3, с. 211]. ТОО «Радуга» – это современная компания, стремящаяся идти в ногу со временем, тоже стремится к созданию многопрофильного бизнеса и первые шаги в этом направлении уже сделаны.

### **Литература**

1. Лутченко В.Г., Соколов В.Г. Стратегическое управление предприятием // Содействие. 2015. № 12.
2. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебное пособие для вузов. М.: Экономистъ, 2013.
3. Балабан И.Ю., Костюковский Ю. Элементы методологии стратегического управления. СПб.: ИПМ им. М.В.Келдыша РАН, 2014.