

Упаковка Tetra Recart® – первая упаковка на рынке, которая позволяет стерилизовать продукты питания, содержащие частицы. Она является экономически эффективной и экологичной альтернативой консервным банкам, стеклянной таре и пакетам. Эта упаковка подходит для широкого ассортимента продукции, в том числе овощей, томатов, готовых блюд, супов и кормов для домашних животных. В настоящее время эту упаковку используют заказчики Tetra Pak в более чем 50 странах.

Компания также является первой в разработке технологий безопасности продуктов питания, например пастеризации соков и высокотемпературной переработки (УНТ). Технология ультрапастеризации позволяет стерилизовать продукты питания в течение 2–4 с при температуре выше 135 °С (275 °F), т. е. достаточно высокой для того, чтобы уничтожить в молоке все бактерии и споры. Технология OneStep сочетает несколько процессов – сепарирование, стандартизацию и ультрапастеризацию, позволяя сократить на 50 % производственные затраты и на 30 % потерю молока.

Экологически чистые виды упаковок обладают множеством преимуществ. Они отвечают всем традиционным требованиям, которые предъявляются к эффективной упаковке, а также способны выделить бренд из общего ряда и привлечь к нему внимание покупателей за счет воздействия на базовые потребности и стремления. Несмотря на то, что разработка и производство экологических упаковок требует от производителя существенных затрат, вложения окупаются полностью, а новая рекламная политика, как показывает опыт известных брендов, позволяет сократить расходы и увеличить прибыль, что хорошо и для компании, и для окружающей среды.

УДК 65.0(075.8)

Маг. И.А. Рябченко
Рук. Н.В. Сырейщикова
ЮУрГУ, Челябинск

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Современный темп изменения и увеличения различных требований к выпускаемой продукции и самому предприятию настолько высок, что стратегический менеджмент (стратегическое планирование) представляется

единственным способом формального прогнозирования будущих проблем и возможностей. Оно должно обеспечивать высшему руководству возможности создания плана на длительный срок. Стратегический менеджмент дает также основу для принятия решения.

Сегодня стратегическое планирование становится скорее правилом, чем исключением. Многие успешные фирмы в России используют технологии стратегического менеджмента для решения своих задач, а идеи стратегического планирования и управления в бизнесе становятся едва ли не общим местом. Таким образом, можно сделать вывод об актуальности развития и улучшения стратегического менеджмента на любом современном предприятии.

Сущность стратегического менеджмента заключается в постоянном пересмотре ответов на следующие вопросы:

- где сейчас находится организация;
- в каком направлении она должна развиваться в будущем;
- как она собирается попасть в то положение, где ее хочет видеть руководство [1].

По мнению большинства специалистов, современный стратегический менеджмент – это программный способ мышления и управления, обеспечивающий согласование целей и возможностей предприятия с интересами всех заинтересованных в его деятельности сторон. Он предполагает не только определение генерального курса развития предприятия и организацию дела на этой основе, но и повышение мотивации, заинтересованности всех работников в его реализации. Это предполагает постановку нового комплекса процессов, отражающих приоритетность целей и динамики развития, обеспечения своевременности решений и действий, предвидения будущего, анализа последствий управляющих воздействий и инноваций.

Сравнительная характеристика классических концепций стратегического менеджмента представлена в таблице [1].

Общая схема разработки стратегии и факторы, определяющие её, изображены на рис. 1 и 2 [2, 3].

Разработана методика управления процессом стратегического менеджмента, которая включает применение системы BSC (сбалансированных показателей), показывающей, каким образом создается стоимость предприятия и применение процессно-ориентированного анализа рентабельности (ABPA) М. Мейера, позволяющего оценивать, каких ресурсов требует создание этой стоимости.

Классические стратегические концепции

Автор	Содержание	Центральная мысль	Сильные стороны	Слабые стороны
И. Ансофф	Организованное распознавание слабых сигналов и мероприятия для увеличения готовности компании к реакциям на изменения	Слабые сигналы (ранние признаки наступления важных событий)	Содействии достижению большей гибкости	Необходима открытость менеджмента
П.Ф. Друкер	Поднимаются и обсуждаются важнейшие стратегические вопросы, которые компания должна перед собой поставить	Создание понимания стратегических задач	Легкая понимаемость	Отсутствуют вспомогательные средства для выбора стратегии
Х. Итами	Представление нематериальных активов как основы для создания	Нематериальные активы	Ориентация на человека	Примеры из Японии, поэтому не универсальны
Х. Гельвайлер	Основополагающая систематика стратегического менеджмента и его связи с оперативными показателями управления	«Ранние» индикаторы стратегического управления	Интеграция целостной модели	Рассматриваемые показатели ориентации спорные
Х. Хинтерхубер	Структура и процесс стратегического менеджмента с учетом особого внимания к аспектам видения и организационной культуры	Процесс стратегического менеджмента	Реализация пробно расписывается	Разделение составных элементов не всегда ясно
М. Портер	Разработка конкурентных стратегий на уровне бизнес-несполей. Систематизация объяснения и организации конкурентных преимуществ	Анализ отрасли. Цепочка создания стоимости	Наглядность	Сбор данных и операционализация сложны

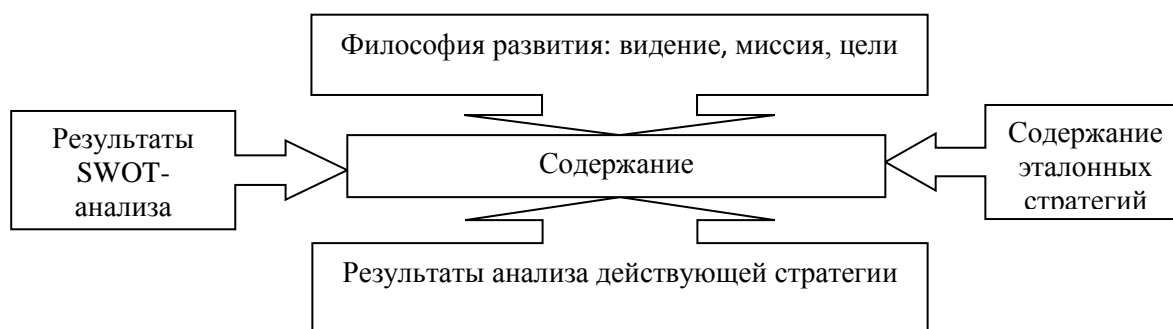


Рис. 1. Общая схема разработки стратегии

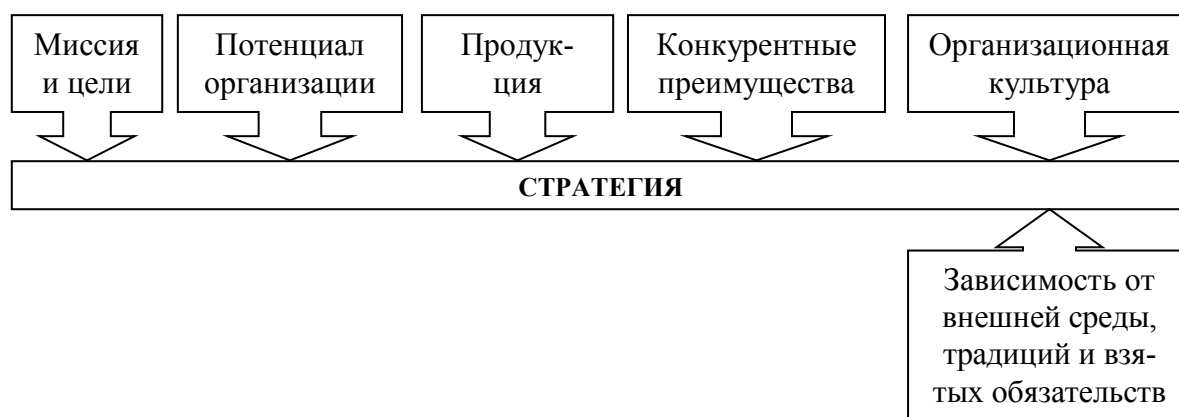


Рис. 2. Факторы, определяющие стратегию

Впервые для рассматриваемого предприятия были применены на практике методы функционального и информационного моделирования, а также диаграмм потоков данных с помощью инструмента визуального проектирования – пакета VPwin, версии 1.1. Его применение дало возможность для высшего руководства оптимизировать работу предприятия, проверить ее на соответствие стандартам ISO серии 9000, выявить слабые места в организационной структуре, снизить издержки, исключить ненужные операции, повысить гибкость и эффективность. Все это в целом позволило дать рекомендации по корректировке и совершенствованию деятельности предприятия.

Библиографический список

1. Стратегический менеджмент / под ред. А.Н. Петрова. – СПб.: Питер, 2010 – 496 с.
2. Рябченко И.А., Сырейщикова Н.В. Разработка методики проектирования миссии предприятия на примере ОАО «Молния»: матер. V Всерос. науч.-технич. конф. «Научное творчество молодежи – лесному комплексу России» – Екатеринбург: УГЛТУ, 2017. – С. 511–514.
3. Кимличенко Н.В., Сырейщикова Н.В. Совершенствование системы менеджмента качества путем эффективного стратегического управления предприятием: матер. XIII Всерос. науч.-технич. конф. «Научное творчество молодежи – лесному комплексу России» – Екатеринбург: УГЛТУ, 2009. Ч. 1. – С. 110–114.