

Электронный научный журнал «Век качества» ISSN 2500-1841 <http://www.agequal.ru>

2022, №2 http://www.agequal.ru/pdf/2022/AGE_QUALITY_2_2022.pdf

Ссылка для цитирования этой статьи:

Азизова А.В. Разработка стратегии повышения эффективности производственной деятельности промышленной компании (самолетостроительной компании) // Электронный научный журнал «Век качества». 2022. №2. С. 112-129. Режим доступа: <http://www.agequal.ru/pdf/2022/222007.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 338.45

**Разработка стратегии повышения эффективности
производственной деятельности промышленной компании
(самолетостроительной компании)**

*Азизова Алия Вильевна,
старший преподаватель кафедры организации
аэропортовой деятельности и информационных технологий,
Ульяновский институт гражданской авиации
имени главного маршала авиации Б.П. Бугаева
ул. Можайского 8/8, г. Ульяновск
azizova-aliya@mail.ru*

В статье рассмотрены этапы разработки решений по выбору стратегии промышленного предприятия. Подробно проанализированы достоинства и недостатки каждого решения. С помощью экспертного метода на основе критерия пессимизма выбрана оптимальная стратегия повышения эффективности деятельности промышленного предприятия. Проведен расчет эффективности выбранной стратегии по диверсификации деятельности предприятия.

Ключевые слова: стратегия, решения, промышленный маркетинг, потребитель, самолет, эффективность, энерговооруженность, персонал.

В процессе разработки решений по стратегии повышения эффективности производственной деятельности промышленной компании выделяют три этапа:

1. Постановка задачи:

- описание проблемной ситуации;
- анализ проблемной ситуации;
- формирование и оценка альтернативных ситуаций;

- формулировка проблемы;
- оценка времени на решение проблемы;
- оценка ресурсов необходимых для разработки решения [19,34].

2. Разработка решения:

- формулировка цели;
- анализ ограничений;
- формирование альтернативных вариантов решения;
- выбор решающей таблицы;
- критерий выбора наилучшего решения.

3. Выбор решения:

- заполнение таблицы решений;
- выбор решения[1].

Разработаем управленческое решение по реализации стратегии развития АО «Авиастар-СП» для повышения его конкурентоспособности.

1. Постановка задачи

Описание проблемной ситуации: с 2012 г. АО «Авиастар-СП» вышел на прибыль в основном за счет продажи продукции. Приоритетной задачей отчетного периода стало производство Ил-76МД-90А. В 2019 г. реализовано продукции на сумму 1781 тыс. руб., в 2020 г. на 934 тыс. руб. Чистая прибыль составила в 2019 г. 23 тыс. руб., в 2020 г. 18 тыс. руб.

Анализ проблемной ситуации: проблемная ситуация заключается в увеличении прибыли и повышении конкурентоспособности АО «Авиастар-СП» на российском и международном рынках. Высокий уровень текучести персонала, слабый анализ маркетинговой деятельности, повышение цен на покупные полуфабрикаты и комплектующие со стороны поставщиков на АО «Авиастар-СП» - все это является причиной возникновения проблемной ситуации. Проблемная ситуация не является уникальной, аналогичные

проблемы возникают и у других предприятий. К примеру, КАПО им. Горбунова находилось на грани банкротства, выход из ситуации был найден за счет увеличения номенклатуры производимой продукции. В 2009 г. предприятие вошло в Объединенную авиастроительную корпорацию (ОАК).

Информация для анализа проблемной ситуации является достоверной, так как для проведения финансового анализа использовались «Бухгалтерский баланс» и «Отчет о прибылях и убытках». Проблемную ситуацию можно решить путем применения стратегии диверсификации. То есть необходимо развивать проекты по продвижению СБЕ (стратегическая бизнес-единица) по самолетам типа Ан-124, Ту-204, Ил-476, МС-21 и SSJ-100 [2]. Для этого необходимо инвестировать средства по продвижению данных СБЕ на рынок. Можно проводить рекламные кампании, например, на МАКС в Жуковском и др.

Формулировка проблемы. Проблемная ситуация состоит в необходимости разработки решения для повышения конкурентоспособности АО «Авиастар-СП».

Оценка времени на решение проблемы. На решение проблемной ситуации отведено 30 дней, в том числе на принятие решения – 10 дней, на его реализацию – 20 дней.

Оценка ресурсов, необходимых для разработки решения. Для разработки решения необходимы финансовые, временные ресурсы, трудовые и материальные ресурсы.

2. Разработка решения

Формулировка цели:

- 1) максимизировать прибыль, критерий достижения цели – коэффициент рентабельности основной деятельности больше 20%, показатель достижения цели – текущее значение коэффициента

рентабельности основной деятельности 0,8%, приоритет цели – 1-е место;

- 2) расширить рынок сбыта, критерий достижения цели – реклама во всех СМИ, показатель достижения цели – текущая информированность о продукции предприятия небольшая, приоритет цели – 2-е место.

Анализ ограничений:

- 1) организационные ограничения: текучесть кадров, плохое стимулирование;
- 2) экономические ограничения: низкая заработная плата, улучшение финансового положения на конец отчетного периода (не соответствует некоторым оптимальным значениям), создание дополнительных рабочих мест;
- 3) материальные ограничения - недостаток материалов и полуфабрикатов.

Формирование альтернативных вариантов решения:

– Сервисное обслуживание и поэтапная модернизация самолетов семейства АН-124-100: инвестировать средства в сервисное обслуживание и модернизацию самолета. Шаблон «Дополнительные возможности» - измеритель в бизнес-модели (что?) [3, 9].

Преимущества данного варианта:

- поддержание летной годности самолета для повышения конкурентоспособности на международном и региональном рынке;
- поддержка авиационных предприятий, производящих самолеты и авиакомпоненты к ним;
- рабочие места для рабочих и специалистов, работающих в авиатранспортной отрасли;
- поступление налогов в бюджет;

- поддержка учебных заведений, выпускающих специалистов и рабочих для авиатранспортной отрасли;
- реализация Стратегии развития ОАК до 2025 г., которой предусмотрено:
 - опережающий (по сравнению со среднероссийским) рост производства – увеличение выручки к 2015 г. в 3,5 раза;
 - достижение 10% доли на мировом рынке в сегментах гражданской и военно-транспортной авиации (по состоянию на 2007 г. доля российских авиапроизводителей в сегменте «Гражданская авиация» составляла менее 1%, в сегменте «Военная авиация» - 12%);
 - повышение эффективности – рост производительности труда в 4-4,5 раза [4,5].

Недостатки данного варианта:

- длительный цикл производства отечественных самолетов, компания не успевает удовлетворять потребности заказчиков;
- нехватка квалифицированных кадров;
- потеря многих производителей авиакомпонентов за период рыночной экономики;
- недостаток финансовых ресурсов у производителей самолетов.

С законодательной точки зрения, данное решение является правомерным. С экономической точки зрения, для предприятия это плюс в том, что данный тип самолета является конкурентоспособным и востребованным на рынке. У АО «Авиастар-СП» контракт с Минобороны России на модернизацию шести судов.

– Использование шаблона «Обратная инновация» для серийного производства модернизированных Ил-476. Самолет сначала производится для развивающихся стран, а затем перепродается по низкой цене в промышленно развитых странах - измеритель в бизнес-модели (что?).

Основная задача работы промышленного сообщества – выработать единообразные стандарты и подходы к поставщикам, направленные на повышение эффективности их деятельности и снижение себестоимости финальной продукции – ВС Ил-76МД-90А, за которым прочно закрепился статус «будущего авиастроения России». Первый полет самолета был совершен в октябре 2012 г. 4 октября 2012 г. Минобороны России и ОАО «Объединенная авиастроительная корпорация» подписали контракт на 39 транспортных самолетов Ил-76МД-90А, производимых в АО «Авиастар-СП». Сумма контракта составила 140 млрд руб.

Преимуществами данного решения:

- вероятность получения высокой прибыли;
- улучшение показателей оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности, средств в расчетах, запасов, собственного и совокупного капитала;
- завоевание рынка грузовых самолетов;
- высокая заработная плата;
- стабильные рабочие места.

Недостатками решения являются:

- неопределенность в дальнейшем функционировании в плане закупки комплектующих;
- возможна значительная потеря времени на получение высокой прибыли.

С законодательной точки зрения, решение правомерное, предприятие имеет право на дальнейшее функционирование и развитие.

С экономической точки зрения, это решение может оказаться выгодным в случае извлечения им прибыли.

– Внедрение связей с общественностью (Public Relations - PR) в системе промышленного маркетинга – по характеру экономическое, по типу стандартное.

Преимущества данного решения:

- установление взаимопонимания между отдельными группами и организациями помогает плюралистическому обществу принимать решения и действовать более эффективно, обеспечивая гармонизацию частной и общественной деятельности;
- PR служит многим общественным институтам: предпринимательству; профсоюзам; правительственным учреждениям; фондам; больницам, общеобразовательным, религиозным организациям и др.;
- установление прочных связей с различными объединениями, аудиториями, общественными группами, потребителями, акционерами, то есть с обществом в целом;
- специалист по PR выступает в роли информатора и советчика руководителя, помогая ему перевести личные цели и задачи в разумную, приемлемую для общественности политику;
- имидж предприятия по завоеванию рынка;
- привлечение к работе на предприятие квалифицированной рабочей силы, улучшение работы с кадрами, повышение уровня взаимопонимания со служащими;
- установление надежных и доверительных взаимоотношений со смежниками, перевозчиками грузов (автомобильными, железнодорожными и авиапредприятиями);
- извлечение высокой прибыли в интересах предприятия;
- удовлетворение общественных и личных потребностей;
- завоевание рынка сбыта [6].

Недостатками решения являются: дополнительные затраты на СМИ, рекламный материал, выставки и ярмарки, кино-, аудио- и визуальные средства, Интернет, конференции и презентации.

С законодательной точки зрения, решение является правомерным.

С экономической точки зрения, это выгодное финансово-организационное решение, которое позволит предприятию получить большую прибыль, расширить сферу своей деятельности.

– Совершенствование функций промышленного маркетинга рб (personal) в «системе 8p» - для измерителя (как?) в бизнес-модели. Данная составляющая функций промышленного маркетинга определяет кадровую политику в системе маркетинговой службы, в системе производства, продвижения и сбыта товара. Отбор кадров, последующее их обучение с целью повышения профессионализма и квалификации. Обучение этике поведения, иностранным языкам, стремлению быть достойным представителем конкретного предприятия [7].

Преимуществами данного решения являются:

- повышение мотивации персонала;
- увеличение прибыли;
- повышение производительности труда;
- улучшения качества производимой продукции [8].

Недостаток решения: увеличение затрат на обучение персонала.

С законодательной точки зрения, решение является правомерным.

С экономической точки зрения, это выгодное финансовое решение, которое позволит предприятию получить большую прибыль.

– Выбор решающей таблицы - в проблемной ситуации «Увеличение прибыли и повышении конкурентоспособности АО «Авиастар-СП» на российском и международном рынках» решающей таблицей будет таблица типа IA, где I – индивидуальное лицо, A – много целей (таблица 1).

Таблица 1

Определение решения

Y_i/A_j	A1	A2	Aj
Y1	f11	f12	f1j
Y2	f21	f22	f2j
Yn	fn1	Fn2	fni

В таблице 1 значение функции предпочтения (f_{ni}) дает оценку степени достижения целей каждым решением.

Критерий выбора наилучшего решения – в нашей проблемной ситуации будем следовать критерию пессимизма. Мы выбираем по всем ситуациям наименьшее значение, а затем для определения наилучшего решения находим максимальное из всех минимальных β_i ($y^* = \min \max \{f_{ni}\}$).

3. Выбор решения:

- **Заполнение таблицы решений** (Таблица 2.).

Таблица 2

Выбор решения

Y_i/A_j	A1	A2	β_1	β_2
Y1	3	1	1	
Y2	10	9	9	9
Y3	8	7	7	
Y4	10	8	8	
Y4				

Источник: составлено автором

(Шкала: от 0 до 10)

Y_i – решение; A_j – цель.

Y1 –сервисное обслуживание и поэтапная модернизации самолетов семейства АН-124-100; Y2 – Стратегия по серийному производству модернизированных Ил-76; Y3 – Внедрение связей с общественностью (PR) в системе промышленного маркетинга; Y4 - внедрение и реализация функции промышленного маркетинга рб (personal) в «системе 8р».

A1 – максимизировать прибыль; A2 – расширить рынок сбыта.

Из таблицы 2 видно, что наилучшим решением является решение Y2 - Стратегия диверсификации по серийному производству модернизированных Ил-76.

• **Выбор решения:**

а) Анализ решений на соответствие ограничений.

Решение Y1 –сервисное обслуживание и поэтапная модернизация самолетов семейства АН-124-100-соответствует ограничениям, в частности, следующим:

- 1) организационные ограничения: текучесть кадров, плохое стимулирование, ненормированный рабочий день. Ненормированный рабочий день отрицательно сказывается на финансовом положении предприятия, так как работающие устают и от этого работают непродуктивно. Текучесть кадров – это слишком плохой показатель для предприятия, вследствие этого в организации не удается сформироваться единая команда, которая работала бы на цель фирмы – получение высокой прибыли; также это дорого для организации, так как каждого нового работника нужно научить работать, то есть происходит трата временных, физических, умственных и финансовых ресурсов;
- 2) экономические ограничения: высокая доля займов и кредитов, убытки прошлых лет, низкая заработная плата, улучшение финансового положения в 2019 г., создание дополнительных рабочих мест, выплата

зарплаты в срок. Высокая доля займов и кредитов – в деле предприятия в основном участвуют кредиторы, то есть предприятие финансово зависимо, и в этом случае возникает риск неполучения кредиторами денег, так как предприятие не имеет собственных средств. Низкая заработная плата не стимулирует работающих на увеличение экономического потенциала организации [10];

- 3) материальные ограничения - недостаток материалов и полуфабрикатов; нехватка многих комплектующих; по многим полуфабрикатам нет поставщиков.

Данное решение соответствует многим ограничениям, таким как убытки прошлых лет, наличие больших займов и кредитов, плохая организация рабочего графика, текучесть кадров. Можно сказать о целесообразности принятия такого решения.

Решение Y2 - стратегия по производству модернизированных Ил-76 - будет наилучшим. Оно соответствует практически всем ограничениям:

- 1) организационные ограничения: текучесть кадров, плохое стимулирование, ненормированный рабочий день. Данная стратегия даст возможность улучшить все вышеприведенные условия;
- 2) экономические ограничения: высокая доля займов и кредитов – так как предприятие не имеет возможности справиться с выплатой долгов, ему необходимо найти путь получения прибыли и рассчитаться по всем займам; убытки прошлых лет также можно погасить за счет данной стратегии; низкая заработная плата – новый проект даст возможность получать более высокую зарплату, улучшение финансового положения на конец отчетного периода, создание дополнительных рабочих мест – стратегия позволит создать дополнительные рабочие места, выплата зарплаты в срок.

Решение Y2 - стратегия диверсификации по производству модернизированных Ил-76-будет наилучшим, так как оно соответствует ограничениям и его следует принять к реализации.

Решение Y3 - внедрение связей с общественностью (PR) в системе промышленного маркетинга- не соответствует многим ограничениям, таким как убытки, высокая доля займов и кредитов, но соответствует некоторым из ограничений: улучшение финансового положения на конец отчетного периода, выплата заработной платы в срок.

Решение Y3 можно принять к реализации в случае улучшения финансовых показателей АО «Авиастар-СП».

Решение Y4 – внедрение и реализация функции промышленного маркетинга рб (personal) в «системе 8р» - соответствует вышеперечисленным ограничениям:

- 1) организационные ограничения: текучесть кадров, плохое стимулирование, ненормированный рабочий день. Данное решение даст возможность повысить производительность труда, снизить текучесть кадров и повысить квалификацию персонала;
- 2) экономические ограничения также не входят в противоречия с данным решением. Данное решение позволит увеличить прибыль, снизить кредиторскую задолженность и повысит конкурентоспособность предприятия.

Решение Y4 - внедрение и реализация функции промышленного маркетинга рб (personal) в «системе 8р» - также будет считаться оптимальным при выборе решений.

б) Формальная процедура выбора решения.

Решение Y1-сервисное обслуживание и поэтапная модернизации самолетов семейства АН-124-100-в данной ситуации может быть принято, но это не выход из сложившейся ситуации, так как оно является лишь

дополнительной возможностью для предприятия. Поэтому можно применить другое, более эффективное решение. Решение Y1 будет промежуточным между решением Y2 - стратегия по серийному производству модернизированных Ил-76 и Y3 – внедрение связей с общественностью (PR) в системе промышленного маркетинга. Решение Y2 – стратегия по серийному производству модернизированных Ил-76 лучше решения Y1, так как оно в долгосрочной перспективе эффективно, но на реализацию решения Y1 потребуется меньше времени, чтобы изменить финансовые показатели предприятия в лучшую сторону, но незначительно. Решение Y3 - внедрение связей с общественностью (PR) в системе промышленного маркетинга - может быть принято, но также потребует временных затрат. Оно является наилучшим по сравнению с решением Y1, так как оно представляет реальный выход из кризисной финансовой ситуации. Оно даст возможность получить высокую прибыль, расплатиться с долгами, создать рабочие места, также у этого решения есть будущее – удовлетворение общественных потребностей. Решение Y4 - внедрение и реализация функции промышленного маркетинга рб (personal) в «системе 8р» - также может быть принято во внимание, но тоже потребует временных и финансовых затрат. По сравнению с решением Y2 – стратегия по серийному производству модернизированных Ил-76 - решение Y4 - внедрение и реализация функции промышленного маркетинга рб (personal) в «системе 8р» - будет хуже.

В результате анализа альтернативных вариантов решения наилучшим следует считать решение Y2 – стратегия по серийному производству модернизированных Ил-76. Данное решение по характеру экономическое. В результате принятия данного решения предприятие нацелено получить большую прибыль и функционировать в дальнейшем.

Рассмотрим целесообразность осуществления стратегии диверсификации по серийному производству модернизированных Ил-76.

Рассчитаем энерговооруженность (тяговооруженность) по типам самолетов Ил-96-400 и Ил-76ТД-90А.

Протяженность разбега зависит как от величины скорости отрыва, так и от того, насколько быстро самолет набирает эту скорость, иными словами, от величины ускорения на разбеге. А величина ускорения на разбеге, в свою очередь, определяется энерговооруженностью (тяговооруженностью) самолета:

$$P/G, \quad (1)$$

где P - тяга силовой установки;

G - взлетный вес самолета.

Чем больше эта величина, тем, при всех прочих равных условиях, выше ускорение самолета во время разбега и тем, следовательно, раньше он достигает скорости отрыва. Тяговооруженность реактивных самолетов на взлете отличается от тяговооруженности поршневых. У реактивных самолетов длина разбега больше. Причина заключается в высокой скорости отрыва от земли. Поэтому наиболее перспективный путь к уменьшению длины разбега (при данной тяговооруженности самолета) заключается в уменьшении скорости отрыва, то есть, иначе говоря, в улучшении несущих свойств крыла.

Самолет Ил-96-400 имеет следующие характеристики:

- максимальный взлетный вес (кг)– 270 000;
- тяга силовой установки (кГс)- $4 \cdot 16\,000$.

$$\text{Энерговооруженность Ил-96-400} = (4 \cdot 16\,000) / 270\,000 = 0,237.$$

Самолет Ил-76ТД-90 имеет следующие технические характеристики:

- максимальный взлетный вес (кг)– 195 000;
- тяга силовой установки (кГс)- $4 \cdot 16\,000$.

$$\text{Энерговооруженность Ил-76ТД-90А} = (4 \cdot 16\,000) / 195\,000 = 0,32$$

В результате анализа энерговооруженности (тяговооруженности) на двух типах самолетов Ил-96-400, Ил-76ТД-90А можно сделать следующие выводы: по самолету типа Ил-96-400 энерговооруженность равна 0,237, по самолету Ил-

76ТД-90А энерговооруженность составляет 0,328. Наибольшая величина энерговооруженности по самолету типа Ил-76ТД-90А, то есть у данного типа самолета самое высокое ускорение во время разбега. Это является положительным фактором. Энерговооруженность по самолету типа Ил-96-400 является низкой по сравнению с Ил-76ТД-90А.

В процессе разработки решения для повышения конкурентоспособности АО «Авиастар-СП» после установки цели по максимизации прибыли, расширению рынка сбыта и анализа всех ограничений было выбрано по критерию пессимизма из альтернативных вариантов решений:

1) сервисное обслуживание и поэтапная модернизации самолетов семейства АН-124-100;

2) стратегия диверсификации по серийному производству модернизированных Ил -76;

3) внедрение связей с общественностью (PR) в системе промышленного маркетинга;

4) внедрение и реализация функции промышленного маркетинга рб (personal) в «системе 8р» - решение о реализации стратегии диверсификации по серийному производству модернизированных Ил-76. Оно будет наилучшим по сравнению с другими решениями, так как даст возможность предприятию получить высокую прибыль, расплатиться с кредиторами, создать рабочие места.

В результате анализа энерговооруженности (тяговооруженности) на двух типах самолетов Ил-96-400, Ил-76ТД-90А было выявлено, что энерговооруженность по самолету типа Ил-96-400 равна 0,237, по самолету Ил-76ТД-90А - 0,328. Наибольшая величина энерговооруженности у самолета типа Ил-76ТД-90А, что является положительным фактором. Энерговооруженность по самолету типа Ил-96-400 является более низкой по сравнению с Ил-76ТД-90А. Эти данные говорят о целесообразности принятия данного решения.

Решение № 1 – сервисное обслуживание и поэтапная модернизации самолетов семейства АН-124-100 - хорошее, но ресурс ВС подходит к концу, и данное решение может стать неэффективным. Решение № 3 – внедрение связей с общественностью (PR) в системе промышленного маркетинга - также требует временных затрат. Решение № 4 – внедрение и реализация функции промышленного маркетинга рб (personal) в «системе 8р» - является хорошим, но требует временных и финансовых затрат на обучение персонала. Но при быстром реагировании на проблемы предприятия можно реализовывать решение № 4 в отношении персонала с момента диагностики проблемной ситуации.

Список литературы

1. Азизова А.В. Разработка маркетинговой стратегии в сфере авиационного производства самолетов/ А.В. Азизова //В мире научных открытий. - 2012.- № 2-5 (26). – С. 268-275.
2. Азизова А.В. Анализ внутренней среды АО "Авиастар-СП"/ А.В. Азизова // Вузовская наука в современных условиях: сб-к материалов 50-й научно-технической конференции (25-30 января 2016 г.) / В 3-х ч. -Ч. 3. - Ульяновск: УлГТУ, 2016.- 320 с.
3. Азизова А.В. Анализ бизнес-модели АО «Авиастар-СП» [Электронный ресурс] //Век качества. - 2021. - № 3. - С. 150-160. - Режим доступа: <http://www.agequal.ru/pdf/2021/321010.pdf> (доступ свободный).
4. Азизова А.В. Закономерности и тенденции развития самолетостроения/ А.В. Азизова // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. - 2017. - № 3 (15). - С. 5-11.
5. Государственная программа Российской Федерации «Развитие авиационной промышленности на 2013-2025 годы»: Утв. постановлением Правительства Российской Федерации от 15.04.2014 г. №303

- [Электронный ресурс]. - Режим доступа:
https://minpromtorg.gov.ru/docs/#!/gosudarstvennaya_programma_rossiyskoy_federacii_razvitie_aviacionnoy_promyshlennosti_na_20132025_gody.
6. Азизова А.В. Теоретико-методологические аспекты стратегии маркетинга авиационного предприятия/ А.В. Азизова // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. - 2016. - №7. - С. 9-13.
 7. Азизова А.В. Методические подходы к оценке эффективности производственной деятельности промышленных компаний / А.В. Азизова // Вузовская наука в современных условиях: сб-к материалов 54-й научно-технической конференции (27 января - 1 февраля 2020 г.) / В 3-х ч. - Ч. 3.-Ульяновск: УлГТУ, 2020. - С. 185-188.
 8. Азизова А.В. Методические подходы к оценке эффективности реинжиниринга бизнес-процессов / А.В. Азизова [Электронный ресурс]// Век качества. - 2020. - № 3. - С. 47-57. – Режим доступа: http://www.agequal.ru/pdf/2020/AGE_QUALITY_3_2020.pdf.
 9. Азизова А.В. Анализ экономической эффективности принятия маркетинговых решений/ А.В. Азизова // В мире научных открытий. - 2014. - № 1-2.- С. 1022-1042.
 - 10.Повышение эффективности производственной деятельности на основе индустрия 4.0. // Индустрия 5.0, цифровая экономика и интеллектуальные экосистемы (ЭКОПРОМ-2021): сб-к трудов Всероссийской (Национальной) научно-практической конференции, 18-20 ноября 2021 г. / Под ред. д-ра экон. наук, проф. Д.Г. Родионова, д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина. – СПб: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. -С. 62-66.

Development of a strategy for increasing the efficiency of production activities of an industrial company (aircraft manufacturing company)

Azizova Aliya Viliyevna

*Senior Lecturer of the Department of Organization of Airport Activities
and Information Technologies,*

*Ulyanovsk Institute of Civil Aviation
named after Air Chief Marshal B.P. Bugaeva,*

st. Mozhayskogo 8/8, Ulyanovsk

azizova-aliya@mail.ru

The article considers the stages of development of decisions on the choice of strategy for an industrial enterprise. The advantages and disadvantages of each solution are analyzed in detail. With the help of an expert method based on the criterion of pessimism, the optimal strategy for increasing the efficiency of an industrial enterprise was chosen. The calculation of the effectiveness of the chosen strategy for the diversification of the enterprise's activities was carried out.

Keywords: strategy, solutions, industrial marketing, consumer, aircraft, efficiency, power-to-weight ratio, personnel.