

УДК 330.65

МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТИПОЛОГИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Назмутдинова Е.В.

*ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный нефтегазовый университет»,
Тюмень, e-mail: elen1012@mail.ru*

Представлен методический подход определения типологии стратегического поведения производственных предприятий; предложена система стратегий развития бизнес-структур.

Ключевые слова: конкурентоспособность, типология стратегического поведения, стратегия

THE METHODOICAL APPROACH TO ASSESSMENT OF THE TYPOLOGY OF THE STRATEGIC BEHAVIOR INDUSTRIAL ENTERPRISE

Nazmutdinova E.V.

Tyumen State Oil and Gas University, Tyumen, e-mail: elen1012@mail.ru

Presented the methodical approach to assessment of the typology of the strategic behavior industrial enterprises; we consider the system of the strategies development for business-structures.

Keywords: competitiveness, typology of strategic behavior, strategy

Сегодня первоочередная задача обеспечения устойчивого стратегического развития производственного сектора мезоэкономики заключается в решении ключевой проблемы конкурентоспособности: увеличении числа и повышения устойчивости конкурентных преимуществ лидеров, а также сокращении доли неконкурентоспособных предприятий. Успешность решения поставленной задачи во многом обусловлена эффективностью системы стратегического планирования промышленных бизнес-структур, большинство из которых могут успешно функционировать лишь при условии верно выбранного вектора стратегического развития. Выявить необходимые предпосылки для успеха бизнеса и определить направления дальнейшего развития и адекватных способов действия компании позволяет определение типа стратегического поведения (стратегической позиции) предприятия.

Стратегическое позиционирование служит основой разработки стратегических альтернатив и выбора стратегий, способствуя обеспечению результативности управленческих воздействий и усилению адаптивности предприятия. Однако отсутствие отраслевой направленности в существующем организационно-методическом инструментарии стратегического позиционирования, трудность определения ключевых факторов, обуславливающих типологию стратегического поведения предприятий, а также сложность получения и высокая степень неопределенности результатов обуславливают необходимость дальнейшего

теоретического обоснования и практического решения проблемы обеспечения эффективности стратегических решений в области управления развитием предприятий отдельных секторов экономики.

Стратегическое поведение отраслевых предприятий обусловлено совокупностью определенных условий и факторов. Таким образом, на первый план выходит проблема выделения диапазона ключевых факторов, с одной стороны, обеспечивающих всестороннюю объективную оценку положения предприятия, а с другой – позволяющих уменьшить погрешность в точности принимаемых стратегических решений.

На наш взгляд, стратегическое позиционирование производственных предприятий целесообразно осуществлять исходя из уровня их конкурентоспособности с использованием матричной модели (данная модель подробно описана в монографии Тоньшевой Л.Л., Назмутдиновой Е.В. «Формирование стратегии развития отрасли: теоретический и реализационный аспекты») (рис. 1) [2].

При этом конкурентоспособность предприятия определяется по уточненному набору критериев «рыночной силы» предприятия по сравнению с конкурентами (позиционной конкурентоспособности) и его инновационной восприимчивости (динамической конкурентоспособности) (рис. 2). Соответствующие интегральные показатели конкурентоспособности (расчитываемые по аддитивной модели с нормируемыми весами) и закладываются в основу соответствующей матрицы



Рис. 1. Матрица типологии стратегического поведения производственных предприятий [1]

Возможность свободного определения типа стратегического поведения предприятия в зависимости от расположения на матрице позволяет выработать реко-

мендации для принятия решений в области дальнейшего развития предприятий определенного сектора промышленности (таблица).

Типология стратегического поведения предприятий производственной сферы [2]

Тип стратегического поведения	Характеристика типа стратегического поведения	Рекомендуемая стратегия	Характеристика стратегии
1	2	3	4
«Безусловные лидеры»	Являются лидерами в ценовой политике, оптимизации затрат, отличаются большой широтой каналов распределения и т.д. Обладают высокой активностью в области осуществления инновационной деятельности	Стратегия лидерства за счет опережающей наукоемкости	Нацелена на достижение долговременного нахождения предприятия на передовых позициях по определенным направлениям деятельности за счет обеспечения наукоемкости продукции выше среднего уровня по отрасли
«Претенденты на лидерство»	Обладают средним уровнем позиционной конкурентоспособности, но проявляют очень высокую инновационную активность за счет постоянного генерирования и освоения новшеств. Зачастую ведут агрессивную конкурентную борьбу.	Стратегия радикального опережения	Выражает действия предприятия и его стремление выйти первым на рынок с радикально новым продуктом или новым способом его производства. Стратегия носит агрессивный характер и является одной из самых рискованных
«Последователи лидера»	Ориентированы на снижение риска инновационной деятельности. Копируют деятельность лидера, но действуют более осмотрительно и рассчитывают на меньшие ресурсы	Стратегия выжидания	Принимается крупными предприятиями в периоды выхода на рынок новых продуктов, спрос на которые еще не определен. В случае удаче фирмы-пионера перехватывается инициатива

Окончание таблицы

1	2	3	4
«Успешные»	Обладают средним уровнем конкурентоспособности, концентрируются на отдельных товарах и услугах и направляют свою активность на небольшой рыночный сегмент, которые другие участники конкуренции не видят или не принимают в расчет. Для них характерен высокий уровень специализации	Стратегия параллельной разработки	Проявляются в приобретении исследовательских лицензий с целью их дальнейшей доработки и использования в собственном производственном процессе. При этом предприятие получает собственные результаты в гораздо более короткие сроки и зачастую с меньшими затратами
«Адаптированные» предприятия	Отличаются либо высоким уровнем позиционной конкурентоспособности и практически полным отсутствием инновационной деятельности (тип 1), либо постоянными нововведениями и непрерывным обновлением портфеля продукции при отсутствии надежных каналов	Стратегия продуктовой и процессной имитации	Предприятие заимствует инновации со стороны, причем заимствование касается как продукции, так и процессов ее производства. Стратегия эффективна, когда предприятие значительно отстает от конкурентов по своему потенциалу или входит в новую для себя сферу
	Отличаются либо высоким уровнем позиционной конкурентоспособности и практически полным отсутствием инновационной деятельности (тип 1), либо постоянными нововведениями и непрерывным обновлением портфеля продукции при отсутствии надежных каналов распределения, большими затратами и уровнем коммерческого риска (тип 2)	Стратегия продуктовой и процессной имитации	Предприятие заимствует инновации со стороны, причем заимствование касается как продукции, так и процессов ее производства. Стратегия эффективна, когда предприятие значительно отстает от конкурентов по своему потенциалу или входит в новую для себя сферу бизнеса
«Выживающие» предприятия	Уровень инновационной восприимчивости персонала не позволяет им обеспечить конкурентные преимущества. Ситуация усугубляется крайне низким уровнем конкурентоспособности по «классическим» параметрам. В целом их деятельность отличается высокой степенью неопределенности и нестабильности	Стратегия поддержки продуктового ряда	Предприятие стремится улучшать потребительские свойства выпускаемых традиционных товаров, которые не подвержены сильному моральному старению
«Аутсайдеры»	Относятся к категории «неприбыльных», на грани банкротства. Инновационная деятельность не осуществляется. При определении направленности стратегических действий необходимо решить вопрос о целесообразности дальнейшего существования предприятия	Стратегия следования за рынком	Нацеливает предприятия на выпуск продукции наиболее рентабельной и пользующейся рыночным спросом в данный момент, полученные денежные средства направляются на повышение уровня инновационной активности

В том случае, когда рассматриваемый сектор промышленности представлен «однотипными» предприятиями, характерная для определенного типа стратегического поведения стратегия тиражируется на

уровень всего сегмента, в случае же существенных различий в уровне динамической и позиционной конкурентоспособности отраслевых предприятий используется комбинация стратегий.

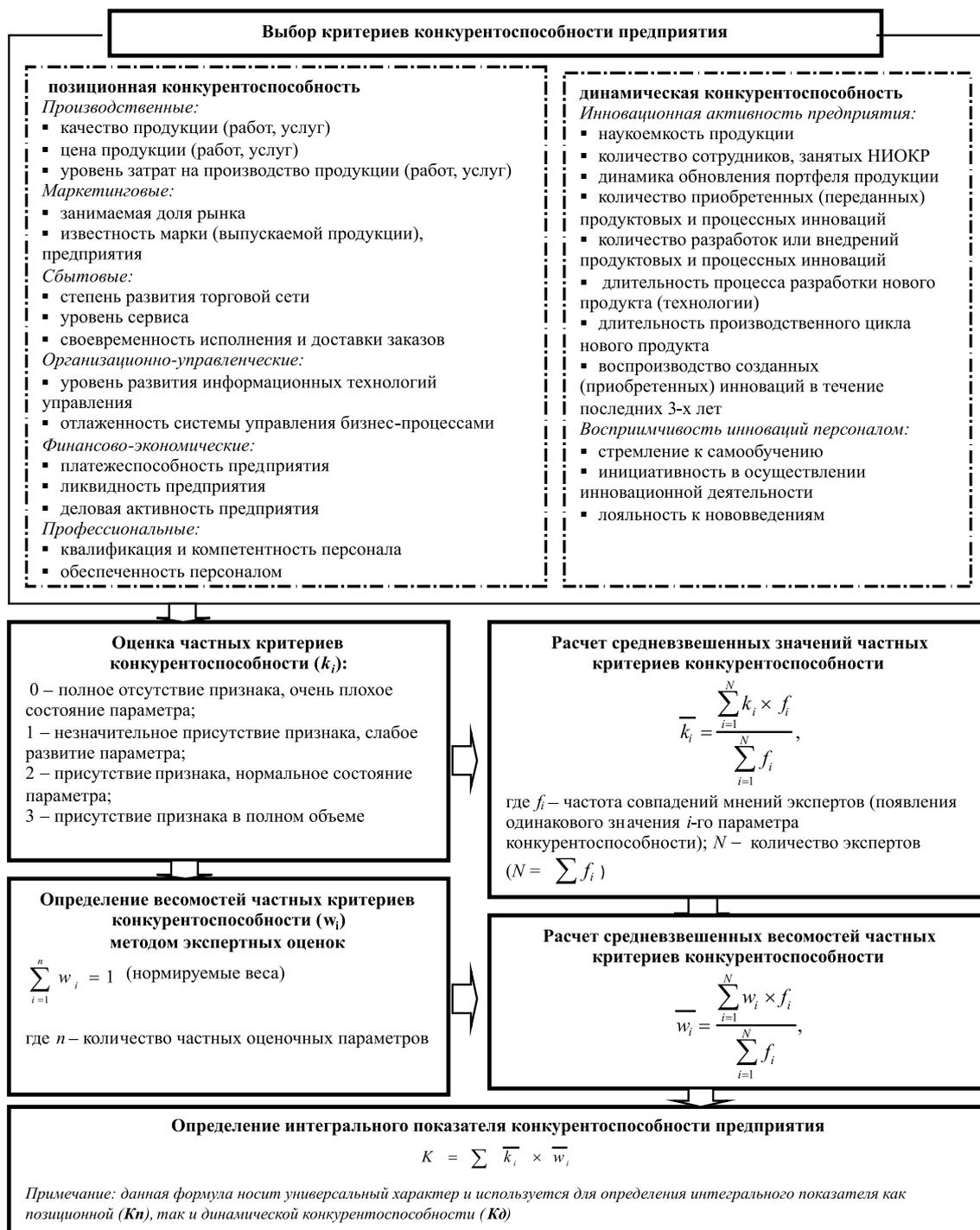


Рис. 2. Система критериев оценки уровня динамической и позиционной конкурентоспособности предприятия

Таким образом, по мнению автора, предложенный методический инструментарий способствует обеспечению селективности управляющих воздействий и повышению эффективности стратегирования развития производственных предприятиях.

Список литературы

1. Назмутдинова Е.В. Стратегическое поведение предприятий машиностроения Тюменского региона: текущая позиция и целевые ориентиры // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2008. – № 2. – С. 24–27.
2. Тоньшева Л.Л. Формирование стратегии развития отрасли: теоретический и реализационный аспекты / Л.Л. Тоньшева, Е.В. Назмутдинова. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2010. – 144 с.