

УДК 338.984

Баланович А.М.

старший викладач кафедри менеджменту та бізнесу
Харківського національного економічного університету
імені Семена КузнецяСУЧАСНІ НАПРЯМИ КЛАСИФІКАЦІЇ СТРАТЕГІЙ
РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВMODERN DIRECTIONS OF CLASSIFICATION
OF DEVELOPMENT STRATEGIES OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуті та узагальнені наявні підходи до класифікації стратегій розвитку промислових підприємств. Визначені основні групи стратегій та критерії їх класифікації. Надано власний підхід до класифікації стратегій, який базується на комплексному критерії, що включає товар, ринок, структуру, виробництво та технологію. На основі запропонованого підходу виокремлено такі групи стратегії розвитку: революційні, прогресивні, формуючі, подальшого розвитку, підтримки. Окремо виділені стратегії зростання та скорочення.

Ключові слова: стратегія розвитку, промислове підприємство, машинобудування, інтеграція, концентроване зростання, інтегроване зростання, диверсифіковане зростання.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены и обобщены существующие подходы к классификации стратегий развития промышленных предприятий. Определены основные группы стратегий и критерии их классификации. Предоставлен собственный подход к классификации стратегий, базирующийся на комплексном критерии, который включает товар, рынок, структуру, производство и технологию. На основе предложенного подхода выделены следующие группы стратегии развития: революционные, прогрессивные, формирующие, дальнейшего развития, поддержки. Отдельно выделены стратегии роста и сокращения.

Ключевые слова: стратегия развития, промышленное предприятие, машиностроение, интеграция, концентрированный рост, интегрированный рост, диверсифицированный рост.

ANNOTATION

The existing approaches to the classification of development strategies for industrial enterprises are reviewed and summarized. The main groups of strategies and criteria for their classification are defined. The author presents his own approach to the classification of strategies, based on comprehensive criteria, including goods, market, structure, production and technology. On the basis of the proposed approach, the following groups of development strategies are distinguished: revolutionary, progressive, shaping, further development, support. Growth and reduction strategies are singled out separately.

Keywords: development strategy, industrial enterprise, engineering, integration, concentrated growth, integrated growth, diversified growth.

Постановка проблеми. Нестабільність економічного середовища і високий рівень ринкових ризиків спонукають суб'єктів господарювання до активного пошуку ефективних, таких, що відповідають сьгоднішнім викликам, стратегій розвитку. В умовах, коли підприємства щодня мають розробляти, обґрунтовувати й приймати економічно вивірені господарські та управлінські рішення, питання тактики і стратегії розвитку є пріоритетними.

У кризових умовах зростає потреба у формуванні адекватних стратегій розвитку, які

б ураховували невизначеність зовнішнього середовища функціонування підприємства й давали змогу максимально зменшити вплив несприятливих соціально-економічних чинників, мінімізувавши тим самим ймовірність негативного результату або навіть банкрутства підприємства. Таким чином, удосконалення процедур моделювання поведінки економічних суб'єктів (зокрема, виробничих підприємств як складних економічних систем) під впливом як внутрішнього, так і зовнішнього середовища є важливим і актуальним науково-практичним завданням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем, пов'язаних із формуванням та вибором стратегії розвитку підприємства, присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема роботи І. Ансоффа, В.О. Василенка, О.С. Виханського, О.П. Градова, В.М. Гриньової, Ю.М. Дерев'янка, І.А. Ігнатєвої, В.А. Забродського, А.Т. Зуба, Т.І. Лепейко, А.А. Мазаракі, В.П. Мартиненка, Л.Г. Мельника, Б.М. Мізюка, В.С. Пономаренка, М.Е. Портера, О.І. Пушкаря, А. Стрікленда, Т.І. Ткаченко, А.А. Томпсона, З.Є. Шершньової.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас наукові дослідження і практика господарювання засвідчують, що існують обґрунтовані причини невідомого розвитку підприємств промисловості загалом та машинобудівної галузі зокрема, такі як недостатній рівень забезпеченості суб'єктів господарювання методичними рекомендаціями щодо діагностики та прогнозування розвитку зовнішнього середовища функціонування, недосконалість розроблених методологічних засад щодо вибору стратегії розвитку підприємств, діагностики та контролю системи показників, які б відображали хід реалізації стратегії розвитку й давали змогу оцінити ефективність її впровадження.

Мета статті полягає в розгляді та узагальненні наявних підходів до класифікації стратегій розвитку промислових підприємств, наданні власного підходу до класифікації стратегій, який базується на комплексному критерії, що включає товар, ринок, структуру, виробництво та технологію.

сифікують за такими ознаками: 1) продукт; 2) ринок; 3) галузь; 4) положення підприємства всередині галузі; 5) технологія. Враховуючи сутність наданих вище видів стратегій, ми вважаємо, що критерії необхідно уточнити. Продукт, ринок та технологія, безумовно, варто залишити як критерії, адже якісні зміни в цих сферах дійсно відображають набуття нового рівня, що відповідає наданому розумінню поняття «розвиток». Варто зауважити, що ці критерії класифікують як стратегії концентрованого зростання, так і стратегії диверсифікованого зростання. Інтегроване зростання – це фактично зміна структури підприємства, що дає підстави виділити саме його як критерій класифікації. Окремі стратегії диверсифікованого зростання також включають введення чи не введення нового виробництва як частини матеріально-технічної бази, що також дає змогу ввести як критерій класифікації виробництво. Щодо критеріїв галузі та положення підприємства всередині галузі, то, по-перше, серед всіх наданих стратегій розвитку жодна група не базується на них; по-друге, ринок як критерій відображає різницю в стратегіях залежно від дій підприємства, а дублювання не є доцільним; по-третє, аналіз галузі, як відомо, є завданням розробки конкурентних стратегій, які хоча і тісно взаємопов'язані зі стратегіями розвитку, проте становлять окрему групу; по-четверте, конкурентна позиція в галузі є критерієм вибору скоріше стратегій розвитку, ніж класифікацій, що підтверджується відомою матрицею Томпсона-Стрікленда з 4-ма квадрантами, де розміщені вищерозглянуті типи стратегій залежно від конкурентної позиції та зростання ринку. Таким чином, ми пропонуємо ввести такі п'ять критеріїв класифікації стратегій розвитку: 1) продукт; 2) ринок; 3) структура; 4) виробництво; 5) технологія.

Недоліком цих типів стратегій є поєднання різного набору критеріїв. Так, стратегії концентрованого зростання передбачають комбінації критеріїв «ринок – продукт». Причому посилення позицій фактично відображає лише кількісне зростання, що не передбачає набуття нового рівня якості, що відображає розвиток. Інтегроване зростання передбачає різні форми зміни структури, що не включає можливість зміни інших параметрів, тобто вихід на нові ринки з новою продукцією тощо. Найбільш прогресивна стратегія – конгломератна диверсифікація, яка передбачає впровадження нових технологій на новому виробництві для нового продукту й нового ринку, може бути реалізована поряд зі зміною структури – окремим видом інтеграції.

Для вирішення цих проблем розглянемо підхід до класифікації з позиції значення наданих критеріїв, які можуть бути такі: «1» – новий стан, «0» – старий стан, без змін. Комбінації критеріїв мають такий вигляд:

{Товар; Ринок; Структура; Виробництво; Технологія} = {«1» чи «0»; «1» чи «0»; «1» чи «0»; «1» чи «0»; «1» чи «0»; «1» чи «0»}.

В рамках розробленої класифікації зміна структури (різні види інтеграції) детально не розглядається, адже наголос робиться на набутті нею нового розширеного стану – об'єднання з іншими структурами. Також уточнимо поняття «товар». Базою дослідження є машинобудівні підприємства, які мають свої особливості, а саме їх продукція є досить наукоємною, що значно ускладнює швидко переорієнтацію. Причому потреби, які задовольняє ця продукція, є визначеними. Отже, під новим товаром варто розуміти або принципово новий продукт, або суттєво вдосконалений наявний. Оскільки це машинобудування, то суттєва модифікація може вимагати навіть більших інвестицій, ніж початок виробництва нового (наприклад, виробництво сільськогосподарського машинобудування, такого як, зокрема, комбайни, сіялки). Отже, окремі комбінації наданих критеріїв є недоцільними: наприклад, {0; 0; 1; 1; 1} – наявний товар на освоєному ринку за нової технології, нового виробництва та нової структури. Адже провадження нової технології та/або нового виробництва автоматично приведе до виникнення нового товару. З урахуванням вищезазначеного стратегії розвитку набувають такого вигляду (табл. 2).

Звернемо увагу на те, що в цій класифікації принципово виділено стратегії зростання, яка не є стратегією розвитку, адже не дає змогу дістатися нового якісного рівня. Крім того, окремо стратегії скорочення виділені як необхідна альтернатива для вибору для вітчизняних промислових підприємств (зокрема, для машинобудування), адже для більшості з них стратегії розвитку є недосяжними через несприятливе середовище. Детальна класифікація стратегій скорочення не наведена через те, що це не є завданням дослідження та характерно переважно для антикризового менеджменту.

Висновки. Таким чином, надана класифікація, по-перше, дає змогу розділити стратегії на групи залежно від рівня прогресивності нововведень, які відображають як ступінь ризикованості, так і рівень успіху; по-друге, дає можливість узагальнити всі наявні стратегії розвитку за одним комплексним критерієм; по-третє, на відміну від попередніх, які більше мають описативний характер, має комплексний характер та дає можливість визначити, яким підприємствам яку групу стратегій розвитку варто вибирати залежно від результатів стратегічного аналізу, бо вибір в рамках однієї групи є альтернативою між подібними варіантами стратегій, а вибір між різними групами є принциповим, адже, як ми можемо стверджувати, реалізація стратегій з різних груп можлива лише за відповідного рівня потенціалу, стану зовнішнього середовища загалом та ринкових тенденцій зокрема.

Таблиця 2

Класифікація комплексних стратегій промислового підприємства

Групи стратегій	Типи стратегій
Стратегії розвитку	
Револьюційні	конгломератна диверсифікованість у взаємодії зі зворотною вертикальною інтеграцією {1; 1; 1; 1; 1}; конгломератна диверсифікованість у взаємодії з прямою вертикальною інтеграцією {1; 1; 1; 1; 1}; конгломератна диверсифікованість у взаємодії з горизонтальною інтеграцією {1; 1; 1; 1; 1}
Прогресивні	новий продукт на новому виробництві з новою технологією на наявному ринку за зміненої структури {1; 0; 1; 1; 1}; конгломератна диверсифікованість {1; 1; 0; 1; 1}; новий продукт на наявному виробництві з новою технологією на новому ринку за зміненої структури {1; 1; 1; 0; 1}; новий продукт на новому виробництві з наявною технологією на новому ринку за зміненої структури {1; 1; 1; 1; 0}
Формуючі	новий продукт на освоєному ринку за наявної структури на новому виробництві з новою технологією {1; 0; 0; 1; 1}; новий продукт з використанням нової технології з новою структурою на наявному ринку та наявному виробництві {1; 0; 1; 1; 0}; новий продукт на освоєному ринку за зміненої структури на новому виробництві з використанням нової технології {1; 0; 1; 1; 0}; новий продукт на новому ринку на наявному виробництві за наявної структури з використанням нової технології {1; 1; 0; 0; 1}; новий продукт на новому ринку за зміненої структури на наявному виробництві з використанням наявної технології {1; 1; 1; 0; 0}; новий продукт на новому ринку за наявної структури на новому виробництві з використанням наявної технології {1; 1; 0; 1; 0}
Подальшого розвитку	новий товар на новому ринку {1; 1; 0; 0; 0}; новий товар за зміненої структури {1; 0; 1; 0; 0}; новий товар на новому виробництві {1; 0; 0; 1; 0}; новий товар на новій технології {1; 0; 0; 0; 1}; маркетинг нових ринків з наявною продукцією у взаємодії з інтеграцією {0; 1; 1; 0; 0}
Підтримки	розвиток нового товару {1; 0; 0; 0; 0}; освоєння нового ринку {0; 1; 0; 0; 0}; зворотна вертикальна інтеграція {0; 0; 1; 0; 0}; пряма вертикальна інтеграція {0; 0; 1; 0; 0}; горизонтальна інтеграція {0; 0; 1; 0; 0}
Стратегія зростання	
стратегія розвитку основного товару {0; 0; 0; 0; 0}	
Стратегія скорочення	
ліквідація компанії; «збір урожаю» (розвороту); скорочення частини компанії (відділення); скорочення витрат (відновлення); реструктуризація	

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Управление развитием предприятия : [монография] / [Н.В. Афанасьев, В.Д. Рогожин, В.И. Рудыка]. – Х. : Изд. дом «ИНЖЭК», 2003. – 184 с.
- Мізюк Б.М. Основи стратегічного управління : [підручник] / Б.М. Мізюк. – Львів : Магнолія, 2009. – 544 с.
- Безпарточний М.Г. Обґрунтування стратегій розвитку торговельних підприємств / М.Г. Безпарточний // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2015. – Вип. 1 (56). – С. 19–26.
- Сімченко Н.О. Економічний розвиток підприємства: сутність та визначення / Н.О. Сімченко, А.В. Дакус // Актуальні проблеми економіки та управління. – 2011. – Вип. 5. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://probl-ecopomtu.kpi.ua/node/17>.
- Талавиря О.М. Аспекти розробки економічної стратегії розвитку підприємств / О.М. Талавиря // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2016. – Серія Економіка. Вип. 1 (47). – Т. 2. – С. 335–339.
- Хоменко О.І. Види стратегій та інструментарій формування стратегії розвитку підприємства / О.І. Хоменко // Управління розвитком. – 2015. – № 3 (181). – С. 131–137.
- Калиніченко Ю.В. Стратегічний розвиток підприємства: теоретичні та практичні аспекти / Ю.В. Калиніченко // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 4 (29). – С. 106–115. – (проблеми мікро- та макроекономіки України).
- Боярська М.О. Аналіз стратегії розвитку підприємства / М.О. Боярська // Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 5. – С. 306–310.
- Спіфанова І.Ю. Формування стратегії розвитку підприємства в сучасних умовах / І.Ю. Спіфанова, М.Ю. Дзюбко // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. – 2017. – Т. 22. – Вип. 2 (55). – С. 99–103.
- Міщенко А.П. Стратегічне управління : [навч. посіб.] / А.П. Міщенко. – К. : Центр навч. літератури, 2004. – 336 с.
- Єрмаков О.Ю. Методологія формування стратегій розвитку сільськогосподарських підприємств / О.Ю. Єрмаков, О.О. Лайко // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. – 2014. – Вип. 200 (2). – С. 107–114.
- Exploring corporate strategy / [G. Johnson, K. Scholes, R. Whittington]. – Eighth edition. – England : Edinburg Gate, Pearson Education Limited. – 622 p.
- Крочак М.С. Формування стратегії розвитку промислових підприємств в умовах невизначеності / М.С. Крочак // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2017. – Серія: Економіка. – Вип. 1 (7). – С. 85–90.