

УДК 65.01.338.121

Шевчук О.А.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ РЕСУРСНОГО ТА РИНКОВОГО ПІДХОДІВ

STRATEGIC DEVELOPMENT OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES ON THE BASIS OF RESOURCE AND MARKET APPROACHES

АНОТАЦІЯ

Статтю присвячено проблемам стратегічного розвитку машинобудівних підприємств на основі ресурсного та ринкового підходів. Доведено, що стратегічний розвиток досягається за рахунок удосконалення методів управління, бізнес-процесів та розвитку людського капіталу підприємства. Охарактеризовано структуру внутрішнього потенціалу машинобудівних підприємств. Запропоновано власне визначення стратегії розвитку машинобудівних підприємств. Обґрунтовано доцільність застосування на підприємствах системи стратегічного управління, заснованого на соціальній відповідальності.

Ключові слова: стратегія, стратегічний розвиток, внутрішній потенціал підприємства, людський капітал підприємства, система стратегічного управління.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена проблемам стратегического развития машиностроительных предприятий на основе ресурсного и рыночного подходов. Доказано, что стратегическое развитие достигается за счет совершенствования методов управления, бизнес-процессов и развития человеческого капитала. Охарактеризована структура внутреннего потенциала машиностроительных предприятий. Предложено собственное определение стратегии развития машиностроительных предприятий. Обоснована целесообразность применения на предприятиях системы стратегического управления, основанного на социальной ответственности.

Ключевые слова: стратегия, стратегическое развитие, внутренний потенциал предприятия, человеческий капитал предприятия, система стратегического управления.

ANNOTATION

The article is devoted to the problems of strategic development of machine-building enterprises on the basis of resource and market approaches. It is proved that strategic development is achieved by improving the methods of management, business processes and human capital development of the enterprise. The structure of the internal potential of machine-building enterprises is characterized. The actual definition of the strategy of development of machine-building enterprises is offered. The expediency of using the system of strategic management based on social responsibility on enterprises is substantiated.

Keywords: strategy, strategic development, internal potential of the enterprise, human capital of the enterprise, system of strategic management.

Постановка проблеми. В умовах трансформаційних перетворень конкурентні переваги отримують ті машинобудівні підприємства, які здатні передбачувати та керувати ризиками, зосереджуючись на якості, інноваціях та продуктивності. Застосування більш ефективних процесів виробництва, реалізації превентивних стратегій діяльності протягом усього життєвого циклу продукції призводить до мінімізації витрат економічних ресурсів, що є основою

для розвитку. Під розвитком розуміється перехід системи від одного рівня до іншого, що зумовлений відмінними характеристиками підприємства, його внутрішніми факторами, які забезпечують організаційну стійкість його функціонування, стабільність виробничо-господарської діяльності та її соціального складника і призводять до поліпшення іміджу, інвестиційної привабливості та збільшення вартості підприємства [1]. Такі підприємства характеризуються швидкою реакцією на зміни кон'юнктури ринку, інвестиційною та інноваційною активністю, фінансовою стабільністю та ліквідністю у довгостроковій перспективі, що досягаються за рахунок упровадження на підприємствах ефективної стратегії розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем, пов'язаних із формуванням та вибором стратегії розвитку підприємства, присвячено праці багатьох вітчизняних та зарубіжних учених, зокрема: І. Ансоффа, О. Виханського, В. Герасимчука, Г. Мінцберга, М. Портера, М. Саєнко, Р. Фатхутдінова та ін.

Більшість вітчизняних економістів визначає стратегію розвитку як довгостроковий план дій, спрямованих на ефективний розподіл ресурсів задля досягнення основних корпоративних цілей [2, с. 12], як певний план дій, що формується відповідно до ситуації [3; 4, с. 440], або як динамічну систему взаємопов'язаних дій, спрямованих на формування та підтримку конкурентних переваг [5, с. 27–29].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас недостатньо висвітлено проблем, пов'язаних з характеристикою стратегії розвитку машинобудівних підприємств на основі комбінації ресурсного та ринкового підходів, що й зумовило актуальність статті, її мету та логіку викладу положень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Слід відзначити, що в економічній літературі не існує єдиного підходу до визначення поняття «стратегія». Це пов'язано зі змінами поглядів на джерела конкурентних переваг, які забезпечують підприємству високі позиції на ринку. Так, один із засновників теорії стратегічного управління Е. Чандлер [6, с. 165–176] уважав, що вибір стратегії розвитку залежить

від організаційної структури підприємства, а сама стратегія – це визначення довгострокових цілей та розроблення програми їх реалізації на основі ефективного розподілу ресурсів (матеріальних, фінансових, людських та інтелектуальних).

Концептуалізація визначення «конкурентної переваги» і розвиток неортодоксальних економічних теорій фірми дали можливість розглядати зовнішні фактори (структуру галузі, ринкові сили тощо) як джерело конкурентних переваг і визначати стратегію як дії, що спрямовані на досягнення високих позицій у галузі [7]. Джерелом такого визначення стало припущення про залежність виробничо-комерційної діяльності підприємства від зовнішніх сил, що контролюють потоки ресурсів, які необхідні для виробництва. Розвиток ресурсної теорії переніс увагу на внутрішні організаційні джерела конкурентних переваг. Це дало змогу визначити стратегію розвитку підприємства як прийняття рішень щодо розподілу внутрішніх ресурсів, які мають відповідати конкурентним вимогам зовнішнього середовища [8; 9].

Трансформаційні процеси в сучасному економічному просторі визначили потребу швидкої реакції підприємств на постійні зміни, що відбуваються на ринку, шляхом упровадження інноваційної, наукомісткої та високотехнологічної продукції за рахунок перегляду принципів мотивації працівників та моделей корпоративного управління, орієнтованих на зовнішні критерії оцінки результатів діяльності.

Отже, авторська позиція полягає у тому, що визначення стратегії розвитку має відбуватися у перебігу логічного зв'язку між ресурсним та ринковим підходами, що зумовлено двохстороннім зв'язком між позицією підприємства на ринку та його внутрішнім потенціалом.

Ми підтримуємо точку зору тих авторів [3; 4], які вважають, що стратегії розвитку повинні ґрунтуватися на ринковій позиції підприємства, яка характеризує ступінь ділової активності, розвитку та стійкості підприємства, а з іншого боку, є відображенням інтересів і мотивів діяльності людського капіталу, залученого до процесів його функціонування. У визначеному контексті йдеться про:

1) зовнішні та внутрішні позиції, де зовнішні позиції характеризують стан підприємства на ринку, а внутрішні – є набором фінансових, технологічних, структурних ресурсів, що є в наявності;

2) лінії поведінки, що характеризують вектор розвитку підприємства та пов'язані з історією його існування;

3) процеси, що, з одного боку, спрямовані на координацію та інтеграцію наявних ресурсів, а з іншого – стосуються організаційного навчання і виступають як динамічний процес адаптації до змін.

Поділяючи точку зору тих економістів, які вважають, що підприємства, які прагнуть до

довгострокового стійкого розвитку, домінантною стратегією вибирають диференціацію [9], визнаємо, що основним інструментом забезпечення стійкості стає здатність підприємства розпізнавати сигнали у зовнішньому середовищі шляхом підтримки внутрішнього потенціалу та динамічних здатностей як можливостей модифікувати та переглядати свої компетенції для досягнення кращої відповідності до змін зовнішнього середовища.

Для комплексного відображення процесів функціонування підприємства пропонується до застосування така структура внутрішнього потенціалу, в основі якої лежить взаємодія трьох основних складників, що характеризують стан розвитку підприємства:

1) людський капітал підприємства, який, спираючись на наукові погляди щодо природи виникнення та сутнісні характеристики [10], пропонується визначити як сукупність інтелектуального інноваційного потенціалу та соціально-психологічних особливостей індивідів на підприємстві, за рахунок яких формуються імперативи розвитку підприємства;

2) корпоративна культура, що виступає як набір цілей і цінностей підприємства, які об'єднують усіх співробітників, та передбачає лояльне відношення працівників до підприємства, мотивацію, гнучкість організаційного та функціонального використання персоналу, робочий клімат, що сприяє формуванню творчого підходу до праці;

3) управління, за рахунок якого визначається вектор економічного розвитку підприємства (планування майбутнього потенціалу успіху); здійснюється реалізація обраного шляху (перетворення наявного потенціалу у фактори успіху); виконується функція контролю над виконанням поставлених завдань.

Отже, поділяючи точку зору класиків на визначальну роль стратегії у підтриманні динамічної збалансованості фірми і концентрації її ресурсів на досягнення поставлених цілей, пропонуємо визначити стратегію розвитку машинобудівних підприємств як довгострокову адаптивну політику поведінки економічного агента у зовнішньому середовищі, що ґрунтується на ринковій позиції підприємства та забезпечує йому не негативні темпи зростання у запланованому періоді на основі оцінювання своїх потенційних можливостей щодо ефективного використання внутрішнього потенціалу. Таке визначення на відміну від наявних характеризує двохсторонні зв'язки, що виникають між позицією підприємства на ринку та його внутрішнім потенціалом.

Як адаптивну політику поведінки пропонуємо розглядати методи, засоби, інструменти досягнення довгострокових цілей підприємства та способи здійснення його місії через постановку обґрунтованих цілей і завдань; виділення певних принципів дій, метою яких є розширення обмежень попиту на продукцію підпри-

емства; формування вектору розвитку підприємства у довгостроковій перспективі.

На нашу думку, стратегія розвитку має охоплювати рішення, що стосуються поведінки підприємства на ринках товарів і факторів, та враховувати аспекти стратегічного управління, заснованого на соціальній відповідальності, що сприяє ефективному застосуванню внутрішнього потенціалу підприємства. При цьому, зважаючи на квазістабільність ринкової кон'юнктури, машинобудівні підприємства мають формувати стратегію з урахуванням наявного стану, тенденцій розвитку сфери їхньої економічної діяльності, що характеризуються:

1) позицією на ринку, що відображає як результативність діяльності, так і збільшення частки ринку;

2) людським капіталом підприємства, який виступає як сукупність інтелектуального потенціалу та соціально-психологічних особливостей індивідів, за рахунок яких створюються умови та механізми генерації різних видів новацій;

3) інноваціями, що пов'язані зі способом організації виробництва, застосуванням нових технологій та формуванням нових ринків товарів та послуг;

4) продуктивністю, що пов'язана з ефективністю використання внутрішнього потенціалу підприємства;

5) прибутковістю та рентабельністю як показниками ефективності економічної діяльності підприємства;

6) соціальною відповідальністю бізнесу щодо персоналу, соціальним потребам суспільства, екологічною та продуктовою відповідальністю;

7) системою управління як сукупністю прийомів, принципів, методів, засобів та важелів фінансового, економічного та організаційного впливу на виробничо-господарську діяльність.

Реалізацію поставлених завдань ми бачимо у формуванні системи управління, що складається з трьох основних елементів:

1) інформації про наявність і стан внутрішнього потенціалу підприємства та вибір цілеспрямованого впливу на об'єкт управління;

2) організації управління щодо структури, зв'язків, способів, методів та процесів прийняття рішень відносно виробничо-господарської діяльності;

3) процесів управління через аналіз, планування, прогнозування, організацію процесів, облік та контроль показників діяльності, мотивацію людського капіталу.

Висновки. На основі узагальнення висвітлених у літературі стратегій розвитку бізнесу доведено, що стратегія зростання досягається за рахунок удосконалення методів управління, бізнес-процесів та розвитку людського капіталу підприємства та має охоплювати певні рішення стосовно структури, обсягів виробництва та управління, бути спрямована на забезпечення основних цілей підприємства, зокрема: розширення виробничо-комерційної діяльності, збільшення доходів, показників рентабельності, частки ринку, чистого грошового потоку, вартості підприємства.

За результатами систематизації наявних наукових підходів до стратегічного розвитку виробничо-господарської систем визначено, що найбільш важливим завданням підприємства є застосування принципів стратегічного управління виробництвом, що сприяє ефективному застосуванню внутрішнього потенціалу підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шевчук О.А. Розвиток машинобудівних підприємств на закладах бізнес-лідерства / О.А. Шевчук. – К. : Спринт-Сервіс, 2014. – 285 с.
2. Саснюк М.Г. Стратегія підприємства : [підручник] / М.Г. Саснюк – Тернопіль : Економічна думка, 2006. – 390 с.
3. Минцберг Г. Стратегическое сафари: Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента / Г. Минцберг, Б. Альстранд, Ж. Лампель ; пер. с англ. Д. Раевской, Л. Царук. – М. : Альпина Паблишер, 2013. – 367 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент / Р.А. Фатхутдинов ; 7-е изд., испр. и доп. – М. : Дело, 2005. – 448 с.
5. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. ; пер. с англ. И. Ансофф при содействии Э.Дж. Макдонелла. – СПб. : Питер, 1999. – 414 с.
6. Катяло В.С. Эволюция теории стратегического управления : [монография] / В.С. Катяло. – СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, 2006. – 548 с.
7. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
8. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер ; пер. с англ. под ред. С.Г. Божук ; 7-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 496 с. – (Серия «Теория менеджмента»).
9. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке : [учеб. пособ.] / П. Друкер ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2000. – 272 с.
10. Беккер Г. Человеческое поведение: Экономический подход: избранные трактаты по экономической теории / Г. Беккер ; сост. науч. ред. пер., авт. послесл. Р.И. Капелюшников, пер. с англ. Е.В. Батракова. – М. : ГУ ВШЭ, 2003. – 671 с.