

Реализация стратегии роста промышленного предприятия с использованием рыночных инструментов

В рамках статьи проведен экономический анализ использования различных типов стратегий промышленными предприятиями и выявлены основные резервы повышения эффективности российских промышленных предприятий. В диссертации выявлено, что на сегодняшний день промышленные предприятия недостаточно используют технологические инструменты, социальный инструментарий стратегии роста промышленного предприятия, а также наблюдается явный крен в области использования финансового инструментария, что свойственно стратегии экспансии. Однако, данный дисбаланс достаточно сильно ограничивает уровень эффективности функционирования промышленных предприятий и не позволяет в полной мере реализовывать собственный потенциал.

В настоящее время российские промышленные предприятия все сильнее ощущают необходимость в стратегическом управлении, которое связано с постановкой долгосрочных целей, определением перспектив развития и указанием путей их достижения. В связи с этим, в статье проведен экономический анализ использования различных типов стратегий роста промышленных предприятий и выявлены основные резервы повышения эффективности деятельности промышленных предприятий России за счет использования основных рыночных инструментов¹.

Для целей статьи проведен опрос руководителей 60-ти крупных промышленных предприятий, основной задачей которого было выявление наиболее используемых стратегий управления. При проведении данного опроса были выбраны 5 базовых стратегий:

1. Антикризисная стратегия.
2. Стратегия выживания.
3. Стратегия удержания позиций.
4. Стратегия преобразований.
5. Стратегия роста²:
 - а) стратегия экспансии;
 - б) стратегия продуктовой диверсификации;
 - в) стратегия лидерства по объемам продаж.

В результате проведенного опроса (табл. 1) можно сформулировать несколько выводов. В частности, в 2006 году большинство руководителей выбрали стратегию роста как наиболее эффективную, что связано со сравнительно высоким уровнем экономической стабильности национальной экономики (это видно из сокраще-

¹ Рыночные инструменты – инструменты, доступ к которым промышленное предприятие может получить на рынке.

² Под стратегией роста понимается стратегия, предусматривающая рост более одного параметра деятельности промышленного предприятия.

ния количества ответов об использовании антикризисной стратегии управления как приоритетной), а также с переходом ряда промышленных предприятий в состояние экономической зрелости, когда рост предприятия вместе с рынком уже не представляется возможным и для наиболее эффективной реализации собственных конкурентных преимуществ требуется четкий и максимально развернутый план действий.

Таблица 1 – Результаты опроса руководителей 60-ти крупных промышленных предприятий об использовании базовых стратегий

Стратегия	2003	2004	2005	2006
1. Антикризисная стратегия	16%	13%	10%	8%
2. Стратегия выживания	14%	14%	11%	12%
3. Стратегия удержания позиций	42%	36%	33%	32%
4. Стратегия преобразований	2%	6%	10%	12%
5. Стратегия роста:	26%	31%	36%	36%
а) стратегия экспансии;	43%	52%	57%	64%
б) стратегия продуктовой диверсификации;	39%	32%	27%	21%
в) стратегия лидерства по объемам продаж.	18%	16%	16%	15%

Данный вывод основывается на стабильном сокращении количества ответов о стратегии удержания позиций, так как устойчивые и достаточно успешные промышленные предприятия в рамках своего целевого рынка осознают, что без диверсификации или экспансии уровень риска быть поглощенным (дружественно или враждебно) остается достаточно высоким, как и подверженность колебаниям рыночной конъюнктуры.

Отдельного внимания в рамках данного опроса заслуживает дополнительная разделение стратегии роста на 3 базовых направления: стратегии экспансии; стратегии продуктовой диверсификации и стратегии лидерства по объемам продаж. Результаты проведенного исследования показали, что большинство руководителей промышленных предприятий отдают свое предпочтение стратегии экспансии (64%) перед продуктовой диверсификацией (21%) и лидерству по объему продаж (15%), так как она является сравнительно (имеется ввиду сравнение 3-х базовых составляющих стратегии роста) безрисковой, по сравнению, например, с продуктовой диверсификацией, когда промышленное предприятие, затрачивая большое количество ресурсов (разного типа, а не только финансовых, как в стратегии экспансии), не снижает общие риски функционирования.

Также в проведенном опросе основное внимание было сосредоточено на рыночных инструментах, которые используют промышленные предприятия в металлургической отрасли при реализации стратегии роста (рис. 1). В результате данного

опроса было выявлено, что основное внимание руководителей промышленных предприятий было сосредоточено на использовании финансовых инструментов (48%) и информационных (32%), но почти не использовались технологические инструменты и социальные, соответственно 8% и 12%.



Рисунок 1 – Использование российскими металлургическими промышленными предприятиями рыночных инструментов при реализации стратегии роста

Интересную картину дают результаты проведенного опроса при проведении бенчмаркинга с мировыми показателями использования рыночных инструментов в рамках металлургической области (рис. 2).



Рисунок 2 – Использование мировыми лидерами металлургической отрасли рыночных инструментов при реализации стратегии роста

Таким образом, на основе сравнения двух приведенных выше рисунков можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день недостаточно используются технологические инструменты, социальный инструментарий стратегии роста промышленного предприятия, а также наблюдается явный крен в области финансового инструментария, что свойственно стратегии экспансии. Однако, для того, чтобы выходить на среднеевропейский и среднемировой уровень рентабельности, качества и объема предоставляемых услуг необходимо совершенствовать стратегию управления промышленными предприятиями, в том числе пересматривать структуру используемого российскими промышленными предприятиями рыночного инструментария.