

Е.В. Назмутдинова, аспирант¹
г. Тюмень

ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОТРАСЛЕВОЙ СТРАТЕГИИ В УСЛОВИЯХ КЛАСТЕРИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЫ РЕГИОНА

В статье рассматривается организационно-методическое обеспечение процесса разработки и выбора стратегии развития отдельной отрасли промышленности в контексте кластер-ориентированной региональной экономики. Приводится уточненный алгоритм формирования стратегии развития отрасли на различных уровнях стратегического управления: уровне отрасли, уровне ее отдельного сегмента и уровне отдельных типов стратегического поведения предприятий.

Ключевые слова: территориально-отраслевое развитие, отраслевая стратегия, кластеризация, конкурентоспособность предприятия.

Задачи перехода российской экономики на инновационную модель развития предъявляют новые требования к формированию конкурентоспособного индустриального комплекса страны. Начавшийся в ряде регионов РФ процесс формирования новой отраслевой структуры с позиции кластерного подхода, направленный на уход от сырьевой ориентации, диверсификацию экономик территорий и повышение конкурентоспособности регионов за счет активизации «точек роста», обуславливает необходимость осуществления действенного стратегического управления развитием производственной сферы территориально-экономических систем в сложившихся условиях.

В настоящее время имеется существенный арсенал разработок по осуществлению стратегических преобразований и исследованию территориально-отраслевого развития. В частности, данным вопросам посвящены известные всем работы И. Ансоффа, П. Друкера,

А.Томпсона, А.А. Арбатова, Л.Е. Басовского, М.Портера, Ф. Перру, Л.И. Абалкина, А.Г. Гранберга, Д.С. Львова и др. Вместе с тем целостная теория стратегического управления развитием отдельной отрасли находится на стадии становления, что в условиях новой индустриализации актуализирует потребность проведения дальнейших исследований в данной области. На страницах журнала также рассматривалась данная проблематика [1, 2].

Формирование и выбор отраслевой стратегии развития в условиях кластеризации производственной сферы, определяемой в соответствующих концептуальных документах основополагающей парадигмой стратегического развития многих субъектов РФ (в частности, Владимирской, Самарской, Тюменской областей) автор рекомендует осуществлять согласно предлагаемому алгоритму (рис. 1.).

При этом разработке стратегического плана развития отрасли предшествует актуализация потребности в разработке такого рода документа (инициативного или директивного характера) с учетом доминантных направлений развития региона.

¹ Назмутдинова Елена Викторовна – ассистент кафедры экономики, организации и управления производством Тюменского государственного нефтегазового университета; e-mail: elen1012@mail.ru.

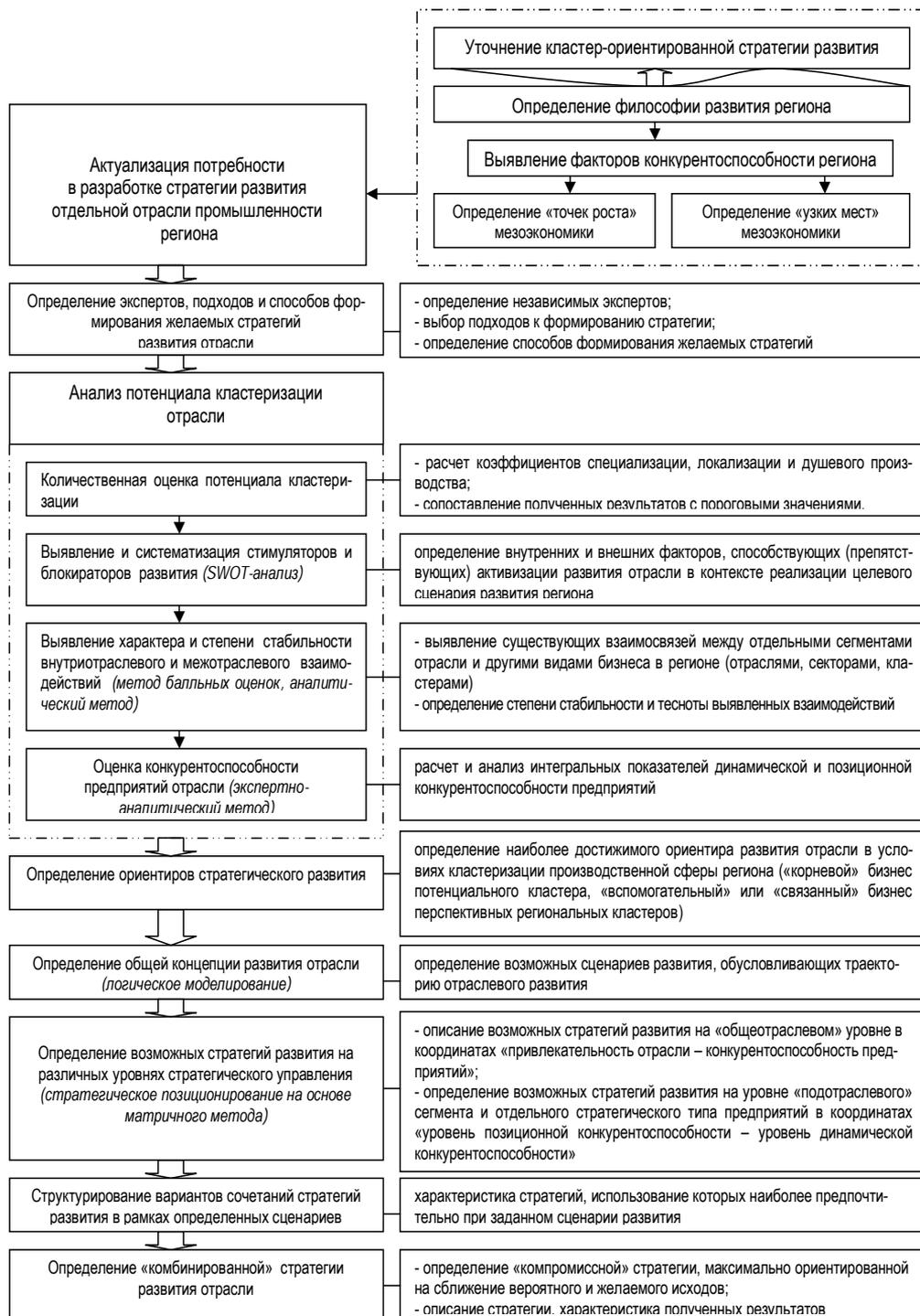


Рис. 1. Алгоритм формирования отраслевой стратегии в контексте кластеризации региональной экономики

Одной из ключевых особенностей предлагаемой последовательности обоснования стратегических преобразований в конкретном секторе промышленности является определение достаточности его потенциала кластеризации на основе качественных и количественных характеристик (уровень локализации и специализации производств отрасли в регионе, конкурентоспособности предприятий, характера взаимодействий различных видов бизнеса и др.), задающего основной вектор развития отрасли в контексте кластер-ориентированной мезоэкономики [3, с. 61]. Существенную роль в определении четкого целевого ориентира развития играет характер связи рассматриваемой отрасли и перспективных региональных кластеров (горизонтальный, вертикальный, фокусный, географический, технологический), а также степень их «соприкосновения» [4].

Необходимо отметить, что формируемая в рамках предлагаемого алгоритма стратегия развития отрасли носит заведомо «комбинированный» характер и представляет собой синтез наиболее предпочтительного набора преобразований на всех уровнях стратегического управления в сочетании, обеспечивающем максимальное приближение желаемого и вероятного исходов. Очевидно, что каждый определенный вид бизнеса представляет собой совокупность предприятий, динамика и эффективность функционирования которых существенно различаются. В связи с этим автор считает, что при формировании стратегии развития отдельного сектора промышленности должна обеспечиваться селективность управляющих воздействий в зависимости от типа стратегического поведения конкретного предприятия, а стратегическое управление развитием отдельного сектора промышленности должно осуществляться не только на уровне отрасли, но и на

уровне отдельного «подотраслевого» сегмента («локальная» стратегия) и определенного типа стратегического поведения предприятий данного сектора («индивидуализированная» стратегия).

При выборе «локальных» стратегий развития сегментов отрасли в данном алгоритме предусмотрено (помимо широко известных методов стратегического анализа, в частности, SWOT-анализа) использование матричного подхода, согласно которому в зависимости от сочетаний параметров «привлекательность отрасли» и «конкурентоспособность предприятий» (оцениваемых экспертно по шкале, где 0 – полное отсутствие признака, 3 – присутствие признака в полном объеме) возможно использование определенных стратегий – лидерства, сохранения существующего положения, усиления конкурентных преимуществ и др. (рис. 2.).

Исходными же критериями типологии стратегического поведения предлагается считать параметры конкурентоспособности предприятия, отражающими, с одной стороны, его «рыночную силу» по сравнению с конкурентами (уровень позиционной конкурентоспособности), а другой – потенциал фирмы в интегрировании, создании и реконфигурации инноваций в различных сферах (уровень динамической конкурентоспособности) (табл. 1). Интегральные показатели динамической и позиционной конкурентоспособности предприятия, определяемые на основании экспертно-аналитического метода по аддитивной модели с использованием ранее описанной шкалы, закладываются в основу матрицы, позволяющей выделить девять типов возможного стратегического поведения (рис.3).

«Безусловные лидеры» – предприятия, имеющие максимальную рыночную долю и обладающие высокой активностью в области осуществления инновационной деятельности.

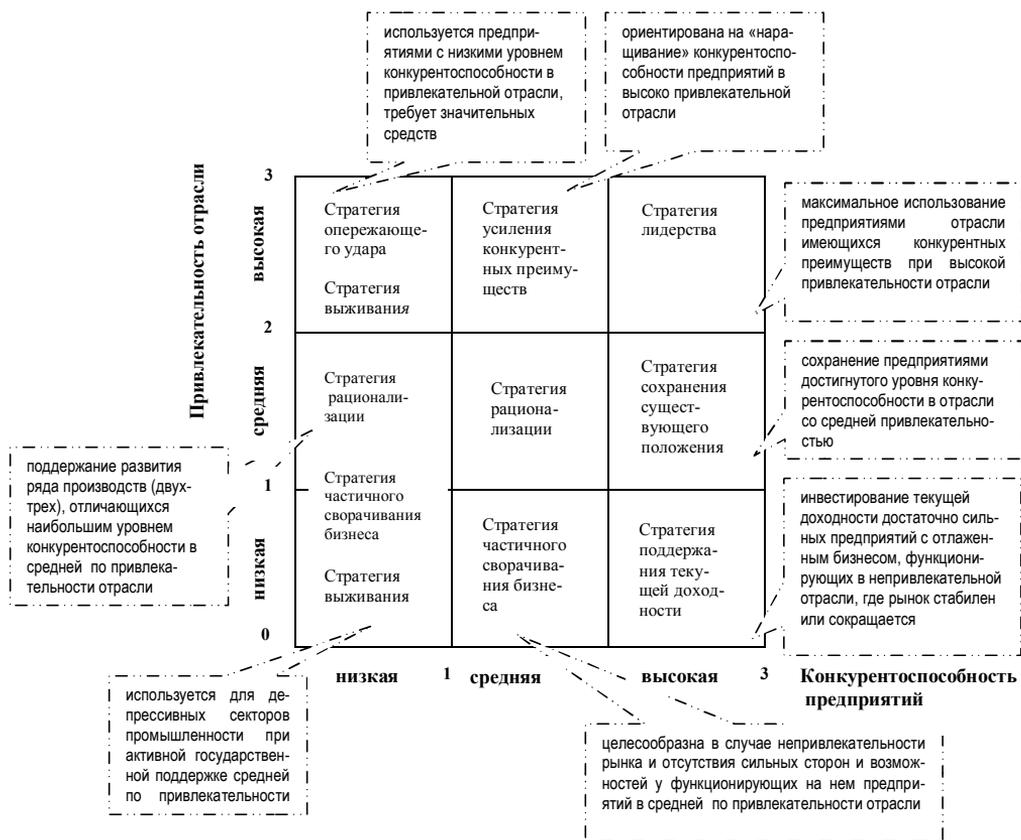


Рис. 2. Матрица выбора «локальной» стратегии



Рис.3. Матрица типологии стратегического поведения предприятий

Таблица 1

Параметры позиционной и динамической конкурентоспособности предприятия

Параметры позиционной конкурентоспособности	Параметры динамической конкурентоспособности
<i>Производственные:</i> портфель продукции; качество продукции; цена продукции; уровень затрат на производство продукции.	<i>Инновационная активность предприятия:</i> научеёмкость продукции; показатель инновационности ТАТ; количество сотрудников, занятых НИОКР;
<i>Маркетинговые:</i> знание рынка и потребностей клиента; эффективность рекламы.	динамика обновления портфеля продукции; количество приобретенных (переданных) новых технологий (технических достижений);
<i>Сбытовые:</i> развитая торговая сеть; уровень сервиса; своевременность исполнения и доставки заказов.	количество инновационных разработок или внедрений; длительность процесса разработки нового продукта (технологии);
<i>Организационно-управленческие:</i> уровень развития информационных технологий управления; отлаженность системы управления бизнес-процессами.	длительность производственного цикла нового продукта; воспроизводство созданных (приобретенных) инноваций в течение последних 3-х лет.
<i>Финансово-экономические:</i> платежеспособность предприятия; ликвидность предприятия; деловая активность предприятия.	<i>Восприимчивость инноваций персоналом:</i> стремление к самообучению; инициативность в осуществлении инновационной деятельности;
<i>Профессиональные:</i> квалификация и компетентность персонала; обеспеченность персоналом, отвечающим предъявляемым требованиям.	лояльность к нововведениям.

«Претенденты на лидерство» обладают средним уровнем позиционной конкурентоспособности, но проявляющие очень высокую инновационную активность. За счет постоянного генерирования и освоения инноваций борются за увеличение рыночной доли продаж, зачастую агрессивно.

«Последователи лидера» – предприятия с высоким уровнем позиционной конкурентоспособности, но низкой инновационной активностью. Копируют деятельность лидера, однако действуют более осмотрительно и рассчитывают на меньшие ресурсы.

«Успешные» обладают средним уровнем конкурентоспособности, кон-

центрируются на отдельных товарах и услугах в небольшом рыночном сегменте, неосвоенном другими участниками конкуренции.

«Адаптированные» отличаются либо высоким уровнем позиционной конкурентоспособности и практически полным отсутствием инновационной деятельности (тип 1), либо постоянными нововведениями и непрерывным обновлением портфеля продукции при большом уровне коммерческого риска (тип 2).

«Выживающие» – уровень их инновационной восприимчивости не позволяет обеспечить конкурентные преимущества. Ситуация усугубляется крайне

низким уровнем конкурентоспособности по «классическим» параметрам.

«Аутсайдеры» относятся к категории «неприбыльных». Инновационная деятельность не осуществляется. При определении вектора развития необходимо решить вопрос о целесообразности дальнейшего существования предприятия.

Подобная идентификация предприятий позволяет определить соответствующие каждому стратегическому типу

«индивидуализированные» стратегии (табл.2).

Предложенный подход к разработке отраслевой стратегии имеет как преимущества, так и недостатки. К последним относятся сложности, связанные с применением экспертного подхода (несогласованность и субъективизм оценок, недостаточный уровень компетенции экспертов и др.), а также с обеспечением согласованности между управляю-

Таблица 2

Стратегии развития отдельных стратегических типов предприятий

Стратегия (тип стратегического поведения)	Характеристика стратегии
Стратегия лидерства за счет опережающей наукоемкости («Безусловные лидеры»)	Нацелена на достижение долговременного нахождения предприятия на передовых позициях по определенным направлениям деятельности за счет обеспечения наукоемкости продукции выше среднего по отрасли уровня.
Стратегия радикального опережения («Претендент на лидерство», «Адаптированный 2 типа»)	Выражает действия предприятия и его стремление выйти первым на рынок с радикально новым продуктом или новым способом его производства.
Стратегия выжидания («Последователи лидера»)	Принимается крупными ведущими предприятиями в периоды выхода на рынок новых продуктов, спрос на которые еще не определен. Первоначально на рынок выходит другая фирма, а затем в случае удачи инициативу перехватывает «ловкий второй».
Стратегия параллельной разработки («Успешный», «Адаптированный 1 типа»)	Проявляется в приобретении результатов НИОКР с целью их дальнейшей доработки и использования в собственном производственном процессе.
Стратегия продуктовой и процессной имитации («Выживающий» 1 типа)	Предприятие заимствует инновации со стороны, причем заимствование касается как продукции, так и процессов ее производства.
Стратегия поддержки продуктового ряда («Выживающий» 1 и 2 типа)	Предприятия стремятся улучшать потребительские свойства выпускаемых традиционных товаров, которые не подвержены сильному моральному старению.
Стратегия следования за рынком («Аутсайдер»)	Нацеливает предприятия на выпуск продукции наиболее рентабельной и пользующейся рыночным спросом в данный момент, полученные денежные средства в последствии направляются на повышение уровня инновационной активности

щими воздействиями, сформированными на различных уровнях управления. В то же время данный алгоритм, на наш взгляд, позволяет выработать конкретные рекомендации в области развития отдельного предприятия и отрасли в целом, а также способствует уточнению организационно-методического обеспечения стратегического развития конкретного сектора в контексте построения региональных кластерных структур.

Список литературы

1. Иванов Ю.Б. Организационный механизм создания кластерных структур: теория и практика формирования / Ю.Б. Иванов, Е.Н. Красносова,

А.Д. Олейник // Вестник УГТУ-УПИ. Серия экономика и управление. 2008. № 4. С. 49-57.

2. Сергеев А.М. Институциональный анализ инновационных кластеров /А.М. Сергеев// Вестник УГТУ-УПИ. Серия экономика и управление. 2008. № 1. С. 4-21.

3. Дворцов В.И. Пространственное развитие территорий на основе кластерных технологий / В.И. Дворцов // Менеджмент в России и за рубежом. 2008. № 2.

4. Лапыгин Ю.Н. Организация производственного взаимодействия на основе реализации кластерных принципов / Ю.Н. Лапыгин, Д.А. Корчажкина // Эл. науч. журнал ВлГУ «Экономика региона». 2007. № 18 (2).