



Столыпинский
вестник

Научная статья

Original article

УДК 658.14

АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ СТРАТЕГИЙ РОСТА КОМПАНИИ ANALYSIS OF EXISTING COMPANY GROWTH STRATEGIES

Климов И.С., магистрант кафедры менеджмента и предпринимательства, Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург, Россия, klimov@ide-rus.ru

Klimov I.S., master student of the department of management and entrepreneurship, Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russia, klimov@ide-rus.ru

Аннотация. Любой участник хозяйственной деятельности, имеющий собственные экономические интересы и реализующий специфические функции, регулярно взаимодействует с окружающей средой. в статье сделан анализ наиболее часто используемых современными хозяйствующими субъектами бизнес – стратегий. Указаны их ключевые особенности и типичные черты. Сделаны общие выводы о предполагаемых результатах использования тех или иных общекорпоративных долгосрочных планов развития предприятия.

Abstract. Any participant in economic activity, which has its own economic interests and implements specific functions, regularly interacts with the environment. The article analyzes the most commonly used business strategies by modern business

entities. Their key features and typical features are indicated. General conclusions are drawn about the expected results of the use of certain corporate long-term plans for the development of the enterprise.

Ключевые слова: бизнес – стратегии, рост компании, управление ростом.

Keywords: business strategies, company growth, growth management.

Такие факторы его жизнедеятельности, как выживаемость и адаптивность, в значительной мере зависят от стратегии работы, обусловленной способностью оказывать влияние на весь рынок товара, использовать преимущества процесса усиления по всему миру взаимозависимости национальных экономик в силу увеличения скорости движения продукции и капиталов через границы государств, возможности широко развитого информационного и других инфраструктурных пространств [5, с. 50].

Понятие стратегии подразумевает в первую очередь оптимальный выбор и реализацию функций управленческого статуса. В тот период, когда порядок управления субъектом экономической деятельности только формировался, то есть в начале 20 столетия, его основой считалось краткосрочное планирование, включавшее контроль сложившейся финансовой модели. и регулярный анализ бюджета компаний. Причинами такого подхода были относительная стабильность внешней среды, более низкий по сравнению с нынешним уровень воздействия на хозяйствующий субъект внешних факторов и наличие у организаций достаточных объемов ресурсов. Это не требовало специальных адаптационных механизмов, так как при формировании периодического бюджета осуществлялся подробный учет поступлений и издержек как следствия реализации отношений по производству, распределению, обмену, потреблению продукции.

Позже общество осознало необходимость планировать экономическую деятельность на долгосрочную перспективу и, соответственно, ориентировать управление хозяйствующими субъектами на достижение долгосрочных целей.

Такие выводы стали следствием существенных изменений в социально – экономической сфере: усиливалось соперничество участников рынка за лучшие условия производства и реализации товаров; совершенствовались технологии; появлялись новые научные разработки, активно внедряемые в процессы выпуска продукции; более сложными становилась коммуникация субъектов хозяйственной деятельности, на базе которых начали возникать транснациональные корпорации [1, с. 326].

Перечисленные факторы привели к формированию стратегического менеджмента, в качестве основной функции которого выступает улучшение жизнеспособности и мощи хозяйствующего субъекта по отношению к предприятиям, соперничающим с ним в достижении целей идентичного плана [6, с. 301]. Опираются такие организации прежде всего на человеческий ресурс, а ориентируются на потребительские запросы. Выживают они, достигая намеченных долгосрочных целей, а также уникальных характеристик, выгодно отличающих их от аналогичных субъектов рынка, посредством гибкого реагирования на вызовы окружающей среды, своевременных структурных и качественных изменений внутреннего характера.

Таким образом, выбрав определенные ориентиры, компания разрабатывает ключевые цели долгосрочного характера, утверждает план мероприятий и оценивает соответствие им существующих финансовых, человеческих и материальных ресурсов.

Накопленный в течение нескольких десятилетий мировой и отечественный опыт исследования стратегий предприятий позволяет выделить среди них несколько групп.

Первой группе свойственен концентрированный рост. К ней относится большинство субъектов малого предпринимательства, которые не в состоянии реализовывать намеченные цели за счет значительных инвестиций в основные фонды. Они усиливают свои позиции с уже готовым продуктом на хорошо

освоенных рынках, расширяя спектр их ниш. Для этого они стимулируют потребителя, обращая его внимание на преимущества каких – то определенных свойств товара [2, с. 120]. То есть меняются ориентиры географического или демографического характера, и этим обеспечивается развитие рынка.

Вторую группу отличает интегрированный рост. В рамках вертикальной интеграции обратного свойства структуры, которые поставляют те или иные элементы, необходимые для создания продукта, поглощаются или подпадают под более сильное влияние. Хозяйствующие субъекты, выбравшие для себя этот способ роста, оптимизируют у себя снабженческую функцию и добиваются ее бесперебойной работы. Кроме того, они получают еще и новый источник денежных средств.

Идущая вперед интеграция вертикального характера – это поглощение структур, реализующих товары, производимые организацией или взятие их под полный контроль. Обычно к этой стратегии прибегают крупные сетевые компании, так как она позволяет держать под контролем организацию сбыта продукции и распределение ее по сети сбыта, а также осваивать посредническую надбавку на стадиях движения продукта от производителя до реального либо потенциального потребителя. Основанная на принципе интеграции сетевая организация потребительского рынка позволяет объединить предприятия, осуществляющие оптовую и розничную торговлю и обеспечить их экономическую активность на межрегиональном уровне.

К третьей группе относят предприятия с диверсифицированным ростом [4, с. 82]. Они производят новый товар посредством освоенных ранее технологий, тогда как доходность базируется на создании прежней продукции.

В рамках стратегии горизонтальной диверсификации новые технологии применяются как для производства нового товара, так и для его продажи.

Компании, осваивающие стратегию конгломератной диверсификации, для нового товара создают новые технологии и выводят продукцию на неосвоенные

рынки. Реализуется эта стратегия достаточно сложно.

В четвертую группу входят стратегии, используемые для частичного или полного завершения функционирования компаний. Стратегий ликвидации четыре [3, с. 119]: 1. Если какие – то факторы внешнего или внутреннего свойства деструктивно воздействуют на бизнес и вести его в дальнейшем не представляется возможным, применяют стратегию ликвидации, то есть полного прекращения деятельности. 2. Когда в результате прогнозирования устанавливается, что у деятельности хозяйствующего субъекта больше нет благоприятных перспектив, фирма прибегает к маркетинговой стратегии, выраженной в прекращении инвестиций в продукт в целях получения максимальной прибыли. Эту стратегию называют "сбором урожая". 3. В определенных ситуациях в совокупности стратегических бизнес – групп либо отдельных бизнесов, которые функционируют в рамках одной компании может быть принято решение о частичном сокращении деятельности, чтобы увеличить период функционирования. В таких случаях говорят о применении стратегии сокращения. 4. Многие компании в силу тех или иных обстоятельств на время исключают крупные источники затрат: применение стратегии сокращения расходов позволяет предприятию восстановиться.

Пятую группу составляют компании, ориентирующиеся на эталоны адаптации к потенциальным перспективам и угрозам внешней среды. Их отличают высокая инициативность сотрудников, открытость руководства, высокий уровень развития внутренних коммуникаций, позволяющих быстро реагировать на любые события экономической жизни, систематический и результативный анализ имеющегося потенциала.

Существует еще целый ряд стратегий роста организаций, имеющих отличительные черты и особенности. Но все они, как и перечисленные выше стратегии, обладают общими признаками, позволяющими повысить эффективность работы компании на достаточно длительный период: наличие комплексных всесторонних планов действий, учитывающих внутренние потенциал

и ресурсы, качественный прогноз трансформаций внешних факторов и выработка путей качественной адаптации к ним. Применение этих принципов в практике любого субъекта хозяйствования гарантирует стабильные результаты на долгосрочную перспективу.

Литература

1. Абдуллаева, С. Г. Разработка стратегии развития организации / С. Г. Абдуллаева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 49 (235). — С. 323-327.
2. Акмаева Р. И., Бабкин А. В., Елифанова Н. Ш. О стратегиях восстановления российских организаций после COVID-19 // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2020. Т. 13, № 3. С. 115–128.
3. Горшкова Л. А., Сандуляк С. Б. Комплексная система детерминант стратегии развития и оценки устойчивости бизнеса // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2020. Т. 13, № 4. С. 109–122.
4. Куликова, Е. С. Стратегия маркетинга территорий: цифровизация процессов и инвестиционное развитие / Е. С. Куликова // Умная цифровая экономика. – 2022. – Т. 2. – № 2. – С. 87-94. – EDN UPJSQF.
5. Назаров, А. Д. Информационные приоритеты стратегического управления устойчивым развитием города / А. Д. Назаров // Умная цифровая экономика. – 2021. – Т. 1. – № 1. – С. 37-46. – EDN ZGUFZP.
6. Николаева Е. В., Плетнёв Д. А., Козлова Е. В. Идентификация стратегий российских корпораций: маркеры и результаты // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2021. Т. 14, № 3. С. 73–85.
7. Николаева Е. В. Пространство стратегий предприятия // Вестник Челябинского государственного университета. 2021. № 3 (449). С. 46–53.
8. Плетнёв Д. А., Николаева Е. В., Козлова Е. В. Типология официальных стратегий крупных российских корпораций // Устойчивое развитие цифровой

экономики и кластерных структур: теория и практика : монография. СПб. : С.-Петербург. политех. ун-т Петра Великого, 2020. С. 300–321

9. Фионин, И. А. Оптимизация бизнес-процессов на энергетическом предприятии с применением ERP-систем / И. А. Фионин, Д. М. Назаров // Умная цифровая экономика. – 2022. – Т. 2. – № 2. – С. 13-20. – EDN AMNJYU.

References

1. Abdullayeva, S. G. Razrabotka strategii razvitiya organizatsii / S. G. Abdullayeva. — Tekst : neposredstvennyu // Molodoy uchenyy. — 2018. — № 49 (235). — S. 323-327.
2. Akmayeva R. I., Babkin A. V., Yepifanova N. SH. O strategii vosstanovleniya rossiyskikh organizatsiy posle COVID-19 // Nauchno-tehnicheskiye vedomosti SPbGPU. Ekonomicheskkiye nauki. 2020. T. 13, № 3. S. 115–128.
3. Gorshkova L. A., Sandulyak S. B. Kompleksnaya sistema determinant strategii razvitiya i otsenki ustoychivosti biznesa // Nauchno-tehnicheskiye vedomosti SPbGPU. Ekonomicheskkiye nauki. 2020. T. 13, № 4. S. 109–122.
4. Kulikova, Ye. S. Strategiya marketinga territoriy: tsifrovizatsiya protsessov i investitsionnoye razvitiye / Ye. S. Kulikova // Umnaya tsifrovaya ekonomika. – 2022. – Т. 2. – № 2. – S. 87-94. – EDN UPJSQF.
5. Nazarov, A. D. Informatsionnyye priority strategicheskogo upravleniya ustoychivym razvitiyem goroda / A. D. Nazarov // Umnaya tsifrovaya ekonomika. – 2021. – Т. 1. – № 1. – S. 37-46. – EDN ZGUFZP.
6. Nikolayeva Ye. V., Pletnov D. A., Kozlova Ye. V. Identifikatsiya srednikh rossiyskikh korporatsiy: markery i rezul'taty // Nauchno-tehnicheskiye vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politekhnicheskogo universiteta. Ekonomicheskkiye nauki. 2021. T. 14, № 3. S. 73–85.
7. Nikolayeva Ye. V. Prostranstvo obshchestvennogo predpriyatiya // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. 2021. № 3 (449). S. 46–53.

8. Pletnov D. A., Nikolayeva Ye. V., Kozlova Ye. V. Tipologiya krupnykh krupnykh korporatsiy // Ustoychivoye razvitiye tsifrovoy ekonomiki i klasternykh struktur: teoriya i praktika: monografiya. SPb. : S.-Peterb. politekh. un-t Petra Velikogo, 2020. S. 300–321
9. Fionin, I. A. Optimizatsiya biznes-protsessov na energeticheskom predpriyatii s primeneniym ERP-sistem / I. A. Fionin, D. M. Nazarov // Umnaya tsifrovaya ekonomika. – 2022. – Т. 2. – № 2. – S. 13-20. – EDN AMNJYU.

© Климов И.С., 2022 Научный сетевой журнал «Столтыпинский вестник» № 9/2022.

Для цитирования: Климов И.С. Анализ существующих стратегий роста компании // Научный сетевой журнал «Столтыпинский вестник» № 9/2022.