

6. Нехватка квалифицированных кадров. Особенно актуален этот вопрос для небольших регионов. Для работы на рынке нужны профессиональные страховщики, финансовые менеджеры, маркетологи, брокеры, оценщики рисков, актуарии, риск-менеджеры. В настоящее время в государственном перечне специальностей нет специальности «страховое дело», «актуарий», «андеррайтер», нет единых квалификационных требований к этим специальностям и критериев подготовки. Это приводит к большим издержкам в работе страховых организаций. Так на базе РОСГОССТРАХА создано специализированное учреждение «Бизнес-школа РГС», обладающее лицензией на право ведения образовательной деятельности. Бизнес-школа непрерывно проводит обучение сотрудников Компании во всех областях России.

Таким образом, при решении вопросов стратегического развития организации в условиях конкуренции отечественные страховщики заметно уступают иностранным в профессиональной подготовке. Обучение страхованию в Белгородской области также отстает от должного уровня, и в основном работники страховых компаний – это экономисты, юристы и медики.

Следует учитывать, что из-за неравномерного развития регионов, находящихся в разных условиях, существенно различаются и перспективы развития региональных рынков страхования. Примерно в трети регионов нет местных страховых компаний, по количеству страховых компаний во всех регионах преобладает Москва. Тем не менее региональные страховые рынки имеют устойчивую тенденцию к дальнейшему развитию. Однако для повышения эффективности функционирования страхового рынка регионов необходимо решение некоторых вопросов.

Решение таких проблем невозможно ежеминутно, оно требует обдуманных действий органов власти и страховых организаций, и тогда у региональных страховых рынков, в том числе и у страхового рынка Белгородской области появится возможность находиться на достаточно высоком уровне развития.

СТРАТЕГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ОРГАНИЗАЦИИ, ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ

Добродомова Т.Н.

НИУ «БелГУ», г. Белгород, Россия

В экономическую мысль понятие стратегии вошло в ходе эволюции концепций управления организацией, переходом к рассмотрению менеджмента как системы деятельности состоящей из двух подсистем – стратегической и оперативной. Стратегия организации призвана минимизировать неопределенность конкурентного поведения путем установления целей развития и обоснования путей их достижения.

В работах М. Портера приводятся три типа общих стратегий организации:

- стратегия стабильности, предусматривающая сосредоточение и поддержку существующих направлений деятельности организации;
- стратегия роста, предусматривающая увеличение масштабов деятельности организации;
- стратегия сокращения, используемой при критически негативном влиянии внешней или внутренней среды организации.

Каждому типу общей стратегии организации соответствует набор конкурентных стратегий, посредством которого конкретизируются пути достижения поставленной цели.

Общая стратегия роста находит свое конкретное выражение в конкурентных стратегиях, основными видами которых выступают:

- стратегия концентрированного роста;
- стратегия интегрированного роста;
- стратегия диверсифицированного роста.

Для описания данных стратегий мы будем использовать сочетание пяти основных характеристик функционирования организации: продукт, рынок, вид экономической деятельности, положение фирмы на рынке, технология, которые могут изменяться в результате реализации той или иной стратегии.

Первую группу конкурентных стратегий роста составляют так называемые стратегии концентрированного роста. Сюда попадают те стратегии, которые связаны с изменением продукта и (или) рынка и не затрагивают три других элемента. В случае следования этим стратегиям организация пытается улучшить свой продукт или начать производить новый, не меняя при этом вида деятельности. При этом организация ведет поиск возможностей улучшения своего положения на существующем рынке либо перехода на новый рынок.

Конкретными видами стратегий концентрированного роста являются:

- стратегия усиления позиций на рынке, при которой усилия организации направлены на то, чтобы с существующим продуктом завоевать лучшие позиции на существующем рынке за счет деятельности в области маркетинга. В рамках стратегии усиления позиций на рынке возможна также реализация стратегии горизонтальной интеграции, при которой организация пытается установить контроль над своими конкурентами;

- стратегия развития рынка, заключающаяся в поиске новых рынков для уже производимого продукта.

Если стратегии развития рынков опираются в основном на систему сбыта и агрессивную политику в области маркетинга, то стратегия развития продукта предполагает решение задачи роста за счет производства нового продукта, который будет реализовываться на рынке, уже освоенном организацией. Данная стратегия имеет целью рост продаж за счет разработки улучшенных или новых товаров, ориентированных на существующие рынки.

Главным инструментом данной группы стратегий роста является товарная политика и анализ сегментации.

Ко второй группе конкурентных стратегий роста относятся стратегии интегрированного роста, связанные с расширением организации путем добавления новых структур. Как правило, организация реализует стратегии интегрированного роста в том случае, если она находится в сильном отрасли, не может реализовать стратегии концентрированного роста и в то же время интегрированный рост не противоречит ее долгосрочным целям. Организация может осуществлять интегрированный рост, как путем приобретения собственности, так и путем расширения изнутри. При этом в обоих случаях происходит изменение отрасли функционирования.

Выделяются два основных вида стратегий интегрированного роста.

1. Стратегия обратной вертикальной интеграции, направленная на рост организации за счет приобретения либо усиления контроля над поставщиками. Она выступает единственно возможной в том случае, когда существующие поставщики не в состоянии по технологическим или иным причинам удовлетворить потребности организации в необходимых ресурсах. Еще одной целью реализации стратегии может быть доступ к новой технологии, необходимой для успеха базовой деятельности.

2. Стратегия вперед идущей вертикальной интеграции выражается в росте организации за счет приобретения либо усиления контроля над структурами, находящимися между ней и конечным потребителем, а именно: системами распределения и продажи. Реализация данного вида стратегии возможна случае расширения сбыта или отсутствия посредников предоставляющих услуги надлежащего качества.

Отдельной областью использования стратегии вперед идущей вертикальной интеграции является необходимость изучения потребностей клиентов путем создания структур, работающих непосредственно с конечным потребителем.

Третьей группой конкурентных стратегий роста являются стратегии диверсифицированного роста, реализуемые в случае, когда организация дальше не может развиваться на существующем рынке с существующим продуктом в рамках данного вида экономической деятельности. К основным стратегиям диверсифицированного роста относят:

1. Стратегия концентрической диверсификации базируется на поиске и использовании дополнительных возможностей производства новых продуктов, которые заключены в существующем виде деятельности. Целью реализации стратегии концентрической диверсификации состоит достижение синергетического эффекта и расширение потенциального рынка.

2. Стратегия горизонтальной диверсификации предполагает поиск возможностей развития организации на существующем рынке за счет новой продукции, требующей новой технологии, отличной от используемой. Согласно данной стратегии организация должна ориентироваться на производство таких технологически несвязанных продуктов, которые бы использовали уже имеющиеся возможности.

3. Стратегия конгломеративной диверсификации состоит в том, что организация расширяется за счет производства новых продуктов, технологически не связанных с уже производимыми, которые реализуются на новых рынках.

Как правило, условием успешной реализации стратегии конгломеративной диверсификации выступает наличие взаимодействия между новым и существующими видами деятельности в части рынка, технологии или производственного процесса.

На наш взгляд, содержание и направления реализации стратегии экономического роста должны рассматриваться в контексте иерархии социально-экономических систем. Это обусловлено различием в системе целеполагания различных экономических агентов. Так, если целью функционирования систем макро и мезо уровня является увеличение объемов

экономического производства, то есть экономический рост в его традиционном понимании, то целью экономических систем микроуровня как правило выступает удовлетворение потребностей учредителей, что не всегда связано с ростом производства, в пользу увеличения финансовых результатов деятельности.

Учитывая тот факт, что содержанием процесса производства выступает взаимодействие факторов производства в условиях контрактации экономических агентов на микроуровне, содержанием стратегии экономического роста макро- и мезоэкономических систем выступает формирование институциональной среды, обеспечивающей условия контрактации собственников ресурсов.

Таким образом, на наш взгляд, критерием реализации стратегии экономического роста, на данном этапе, выступает полнота вовлечения ресурсов производства в процесс экономической деятельности, вне зависимости от их распределения между конкретными экономическими агентами.

В свою очередь, стратегии функционирования экономических агентов микроуровня, обеспечивая достижение целей организаций, отражают их возможности доступа к экономическим ресурсам в процессе конкурентной борьбы. Реализация параллельных общих, конкурентных и функциональных стратегий множества экономических агентов обеспечивает эффективность использования производственных ресурсов и выступает важнейшим источником экономического роста.

Систему стратегий обеспечивающих экономический рост можно представить следующим образом (Рис.).



Рис. Система стратегий экономического роста

Таким образом, мы можем сформулировать определение стратегии экономического роста, под которой мы будем понимать целенаправленный образ стратегических и оперативных действий экономических агентов, следствием которого выступает устойчивая динамика результатов производственной деятельности, посредством обеспечения полноты, оптимальной структуры и цены ресурсов и эффективности их использования в условиях конкурентных отношений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник. – М.: Изд-во МГУ, 2004.
2. Портер М. Конкурентная стратегия. – М.: РГБ, 2007.
3. Прижигалинская Т.Н., Добродомова Т.Н., Терновский Д.С. Стратегия экономического роста организаций потребительской кооперации: монография. – Белгород: Кооперативное образование, 2008.

ПРОБЛЕМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ В СТРУКТУРАХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

*Дынников Е.А., Гисцева О.С.
НИУ «БелГУ», г. Белгород, Россия*

На современном этапе развития, когда внешняя среда значительно усложнилась, проблема устойчивого функционирования экономических систем остается актуальной. Неопределенность рыночной среды в России требует от субъектов экономических отношений проведения глубокого анализа протекающих на рынке процессов. Субъекты предпринимательства действуют в постоянно меняющихся условиях, обусловленных многообразием отношений, складывающихся между ними и другими экономическими субъектами. Нечеткость правового обеспечения, неразвитость рыночной и информационной инфраструктур, возрастающая криминализация экономической жизни, неотработанность финансово-кредитной системы, разрушение хозяйственных связей основных производственных структур вносят сильный дестабилизирующий фактор в процессы хозяйственной деятельности субъектов предпринимательства.

Неопределенность внешней среды обусловлена как объективными причинами, связанными с рыночной природой любой современной национальной экономики, издержками переходного периода, так и ошибками, игнорированием экономических и инновационных закономерностей, нечеткостью и непоследовательностью научно-технологической, структурной и в целом экономической политики государства в различных сферах, большими издержками формируемого механизма управления на разных уровнях народного хозяйства Российской Федерации [3, с.65].

Устойчивый рост экономики и благосостояния граждан нашей страны является одной из главных целей российского государства. Для ее достижения необходимо улучшить инвестиционный климат в стране, повысить защищенность финансовых ресурсов, инвестиций и капиталовложений. Чем