

Шпак Галина Борисовна

канд. экон. наук, доцент

Матвеенко Мария Алексеевна

магистрант

ФГБОУ ВО «Хабаровский государственный
университет экономики и права»
г. Хабаровск, Хабаровский край

К ВОПРОСУ О СУЩНОСТИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: в данной статье раскрывается понятие «стратегия организации», представленное в различных источниках. Авторы описывают и сравнивают между собой теоретические подходы к трактовке термина «стратегия» и предлагают свой взгляд на данную проблему.

Ключевые слова: стратегия развития предприятия, стратегическое планирование, стратегическое управление, конкуренция, внешняя среда, внутренняя среда, конкурентное преимущество.

С течением времени в условиях рыночных отношений возросло значение стратегического анализа, так как правильно сформулированная стратегия позволяет организации выживать и развиваться в условиях постоянных изменений внешней среды. Ввиду того, что организация находится под влиянием множества факторов, как внешних, так и внутренних, нельзя недооценивать важность стратегического управления. Умение мыслить стратегически – это то, что отличает эффективного руководителя от бесперспективного начальника. Это способность выявлять новые возможности и угрозы, генерировать нестандартные идеи и видеть перспективы.

На сегодняшний день, в условиях неопределенности рыночной ситуации, обострения конкурентной борьбы и эскалации политических разногласий между странами, организация не может ограничиваться только текущим планированием и оперативным управлением. Поэтому существует необходимость стратегического плана действий. Организация не сможет успешно вести конкурентную

борьбу, если не будет иметь определенных ориентиров и направлений, ведущих к достижению цели ее функционирования. Ускорение изменений в окружающей среде, перемены в предпочтениях потребителей, ожесточение конкуренции, новые достижения науки и техники, а также многое другое привели к возрастанию роли стратегического управления и планирования. Стратегическое планирование позволяет своевременно и адекватно учитывать изменения как во внутренней, так и во внешней средах функционирования организации. Как показывает практика, организации, осуществляющие комплексное стратегическое планирование и управление, работают более успешно. Поэтому стратегия – это основа для обеспечения устойчивого экономического роста и развития организации.

Разработка стратегии должна исходить из существующих условий рынка, принятие решений должно носить упреждающий, а не реактивный характер.

Но все же, единого подхода к процессу создания и реализации той или иной стратегии не существует. Стратегию невозможно продумать до конца, поэтому этот процесс является непрерывным и уникальным для каждой организации. Необходимо учитывать позицию организации по отношению к конкурентам, специфику продукции, которую она производит, её потенциал, состояние среды экономической, социальной, политической и многое другое.

Существует многочисленное множество определений понятия стратегия. Как известно, само слово «стратегия» происходит от древнегреческого «*strategia*» и трактуется как «искусство полководца», наука о войне, общий, недетализированный план военной деятельности, охватывающий длительный период времени. А титул «стратег» означал руководителя, который имел широкие полномочия. История того времени свидетельствует, что удача сопутствовала тем полководцам, которые знали и умели грамотно спланировать военные действия, используя свои сильные стороны себе во благо, снижая влияние слабых сторон. Так или иначе, издревле стратегия являлась частью жизни людей.

Исходя из оригинального определения стратегии, экономическую стратегию можно охарактеризовать как искусство предпринимателя. Этот термин во-

шел в лексикон менеджеров лишь в 50-е годы двадцатого столетия. На тот момент стратегию чаще трактовали как политику и рассматривали в широком смысле как принятие долгосрочных мер управления предприятием.

В настоящее время имеет место множество точек зрения разных авторов и ученых на понятие «экономическая стратегия», однозначного определения термину до сих пор не дано. Так, одним из первых в 1962 году Альфред Чандлер дал определение стратегии и трактовал ее как «метод установления долгосрочных целей организации, программы ее действий и приоритетных направлений по размещению ресурсов». В данном случае долгосрочные цели устанавливаются на годы вперед и подлежат пересмотру только при изменении среды функционирования предприятия.

Преимуществом такого подхода является то, что он объединяет следующие аспекты:

- наличие цели, которая является образом желаемого результата;
- курс действий, определяющий движение к цели;
- ресурсы, за счет которых будет обеспечиваться достижение цели.

Недостатком, на наш взгляд, является то, что в таком определении стратегии отсутствует ориентация организации на ее внешнее окружение, конкурентов. В таком случае организация «зацикливается» исключительно на собственных внутренних проблемах.

Представителем второго подхода является Игорь Ансофф, который определяет стратегию как «свод правил для выбора решений», используемых организацией в своей деятельности. Он рассматривает стратегию как категорию планирования, что является преимуществом определения. Но автор заостряет внимание исключительно на правилах поведения организации без какого-то либо ресурсного обеспечения, которое необходимо на пути к цели.

Генри Минцберг, представитель третьего подхода, придерживается точки зрения, что стратегия базируется на комбинации пяти «П»: план действий, прин-

цип поведения, позиция, перспектива и прием, чтобы обыграть соперника. Плюсом подобного видения стратегии является то, что автор затронул такие важные аспекты стратегии, как планирование и отношения с внешней средой.

Похожей точки зрения придерживается и Л.И. Евенко, который трактует стратегию как определенный план действий, созданный исходя из изменений внешней среды, с помощью постановки целей на долгосрочную перспективу, их ресурсообеспечения и последующего планирования. Особое внимание здесь уделяется разработке планов, которые служат целям контроля достижения тех или иных ориентиров компании. Данное определение раскрывает цикличность планирования, его непрерывность и это является сильной стороной подхода, так как, на наш взгляд, планирование необходимо на всех этапах разработки и реализации стратегии. Но чрезмерно детализированное планирование может заслонить собой возможности и потенциальные опасности для организации ввиду шаблонности мышления.

Несколько иного взгляда придерживается Майкл Портер, который рассматривает стратегию как способ реакции на внешние возможности и угрозы, внутренние сильные и слабые стороны. В данном случае основной задачей стратегии является достижение организацией конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе. Преимуществом такого подхода является его направленность на внешнюю среду организации, а именно, на потребителя. Но, к сожалению, все возможности, как и угрозы, предусмотреть невозможно. Поэтому необходим план действий, а не реактивное, ситуационное поведение организации.

Сторонники пятого подхода, А. Паньков и Д. Хохлов, считают, что стратегия организации – это инструмент для достижения желаемых результатов, который отличает организацию в сознании потребителя от ряда других компаний, удовлетворяющих те же потребности и ведущих к выбору данной компании ее целевыми потребителями. Она в определенной степени воплощает в себе модель управления организацией, а, следовательно, формирует образ мышления членов организации. Смысл данного определения заключается в том, что организация

должна использовать в конкурентной борьбе присущие только ей сильные стороны – свои уникальные конкурентные преимущества. Другими словами, авторы считают важным позиционирование на рынке.

На наш взгляд, такое описание стратегии является весьма исчерпывающим и дает полное определение такому понятию, как стратегия. Но какими бы уникальными ни были конкурентные преимущества, они не дадут результата, если собственники бизнеса не будут обладать так называемой стратегической способностью – способностью выбирать наиболее подходящее видение, формулировать реалистичные намерения, точно соотносить ресурсы с возможностями и умело разрабатывать и реализовывать стратегические планы.

В связи с этим под стратегией будем понимать совокупность норм, обеспечивающих своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, ориентирующих производственную деятельность на запросы потребителей, что дает возможность организации выживать в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей, а также соответствовать миссии и целям организации.

Данное определение полностью раскрывает суть термина «стратегия», так как отражает все ее необходимые аспекты: ориентированность как на внутреннюю, так и на внешнюю среду, видение долгосрочных перспектив и планирование, соответствие миссии и общему видению организации.

Таким образом, экономическая стратегия позволяет изучить, с точки зрения теории и практики, закономерности внешней и внутренней среды, подготовить организацию к возможным изменениям, обозначить цели, распределить ресурсы для их достижения и определить стратегические приоритеты. Стратегия определяет не только то, как вести себя по отношению к конкуренту. Точно сформулированная стратегия дает возможность использовать и распределять ограниченные внутренние ресурсы организации таким образом, чтобы успешно приспособливаться к условиям постоянно меняющейся внешней среды, а одним из факторов успешности реализации стратегии является готовность всех членов организации делать ставку на долгосрочное развитие.

Список литературы

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание / И.Ансофф. – СПб.: Питер, 2009. – 303 с.
2. Евенко Л.И. Уроки американского менеджмента / Л.И. Евенко. – М.: Дело, 2009. – 492 с.
3. Минцберг Г. Школы стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел. – СПб.: Питер, 2000. – 336 с.
4. Портер М. Конкуренция / М. Портер. – М.: Вильямс, 2005. – 608 с.
5. Паньков А. Лабиринты стратегии. 8К / А. Паньков, Д. Хохлов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 144 с.
6. Царёв В.В. Внутрифирменное планирование / В.В. Царёв. – СПб.: Питер, 2009. – 496 с.