



УДК 658.5

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Таскинбайкызы Жанаргул

старший преподаватель кафедры «Менеджмент»

Каспийский университет технологий и инжиниринга им. Ш.Есенова, Казахстан, г. Актау

Аннотация. Статья посвящена исследованию процесса планирования и его влияния на развитие компании. Планирование является способом совершенствования развития компании, показателей среды ее деятельности: производства и поставок продукции, потребления и использования ресурсов компании, рынка продукции и цен, затрат и результатов, денежных потоков и эффективности функционирования.

Ключевые слова: управление, планирование, стратегия, предприятие, эффективность

В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся мировой ситуации компании должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, но и вырабатывать долгосрочную стратегию поведения, которая позволяла бы им поспевать за изменениями, происходящими в их окружении. Практика же показывает, что в действиях предприятий стратегичность, как правило, отсутствует, что и приводит зачастую к поражению в рыночной борьбе. Это происходит из-за того, что, во-первых, организации планируют свою деятельность исходя из того, что окружение не будет меняться, либо в нем не будет происходить качественных изменений. Во-вторых, планирование начинается с анализа внутренних возможностей и ресурсов организации.

Понятие «стратегия» является центральным в теории управления. Так, например, В.С. Ефремов считает, что у любого предприятия, независимо от среды его «обитания», можно обнаружить определенную стратегию производственно-коммерческой деятельности. Она проявляется в подходах к принятию решений, затрагивающих жизненные интересы данного предприятия, в порядке распределения ресурсов, в системе производственно-коммерческих приоритетов, в принципах, на которых строится разрешение конфликтных ситуаций и т.п. Стратегия должна быть хотя бы потому, что организованный бизнес не может постоянно менять свой курс, не может быть стопроцентно гибким и реагировать на изменения в хозяйственной среде мгновенными изменениями своей организации. Стратегия бизнеса - это образ действий, обуславливающий вполне определенную и относительно устойчивую линию поведения производственно-коммерческой организации на достаточно продолжительном историческом интервале [1].



Многие аспекты данной проблемы требуют тщательного исследования и практической апробации. Динамичность, сложность и слабо предсказуемость окружающей среды требуют выработки стратегии развития отечественной экономики на всех уровнях ее функционирования, как важнейшего инструмента методологии стратегического управления. Разработка и применение методологии и конкретных форм стратегического управления вызваны глубокими объективными причинами, обусловленными ускорением темпов и характером изменений рыночной среды.

Представителями первого подхода являются Чандлер А., Кинг У. и Клиланд Д., Виханский О. и некоторые другие. По их мнению, стратегия – это конкретное направление развития или концепция управления, определяющая такое направление, что послужило основанием для обозначения данного подхода «концептуальным». Чандлер А. определяет стратегию, как некую долгосрочную концепцию управления, в рамках которой «определяются долгосрочные ориентиры развития и цели фирмы, долгосрочный курс действий по достижению целей и распределению ресурсов, требуемых для воплощения стратегии» [2]. Аналогичное определение дают сторонники системного подхода в управлении Кинг У. и Клиланд Д. Они считают, что стратегия – это «общее направление, и если даже его нельзя указать точно, то, как правило, все равно полезнее иметь не вполне четко определенное направление, чем никакого» [3]. Российский экономист Виханский О. определяет стратегию как «долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде, приводящие организацию к ее целям» [4].

Сторонники второго подхода рассматривают стратегию как определенный набор правил или модель действий. Назовем данный подход условно «практическим». Ярким представителем практического подхода является Ансофф И. Он различает четыре группы правил, которыми организация руководствуется в своей деятельности: правила оценки результатов деятельности, правила (стратегия) бизнеса, организационные (внутренние) правила и правила повседневной деятельности (оперативные приемы) [5]. Большое значение в определении стратегии уделяют вопросу использования ресурсов Томпсон А. и Стрикленд А. Они пишут: «стратегия - обобщающая модель действий, необходимых для достижения поставленных целей путем координации и распределения ресурсов компании» [6].

Главной задачей разработки стратегии является достижение конкурентных преимуществ и рентабельности организации» [7]. Данный автор является ярким представителем пятого, «интегрированного» подхода, который содержит различные стороны всех вышепересмотренных подходов. В литературе часто встречается еще одно определение, которое также носит обобщающий характер. Но, в данном случае, стратегия рассматривается как эффективная



концепция бизнеса, дополненная набором реальных действий. Причем, именно эти действия призваны обеспечить достижение реального конкурентного преимущества, способного сохраняться длительное время.

Ключевым моментом современной системы взглядов на данную дефиницию являются принципиальные положения теоретических подходов, представленных в таблице 1.

Таблица 1. Основные теоретические подходы к дефиниции «стратегия»

Подходы	Представители	Характеристика (признак)	Элементы
подход «концептуальный»	Чандлер, Кинг и Клиланд, Виханский, Дорогов, Круглов и др.	Направление (концепция) развития	Ориентиры, траектория развития; цели; сфера и форма деятельности организации
подход «практический»	Ансофф, Томпсон и Стрикленд, Попов, Туленков и др.	Модель действий, набор правил	Цели; ресурсы; оценка результатов; оперативные приемы и др.
подход «системный»	Хофер и Шендель; Глинн, Маркова, Перкинс; Клейнер, Тамбовцев, Качалов	Промежуточное, связующее звено	Организация и окружающая среда; цели и линия поведения; прошлое и будущее
подход «директивно-интуитивный»	Экономические словари, справочники, энциклопедии	Общий план работы; искусство управления	Плановые установки; степень мастерства руководителей
подход «интегрированный»	Минцберг, Винокуров и др.	5 «Р»; система управленческих решений; концепция и набор действий	План, прием, принцип поведения, позиция, перспективы; траектория развития, действия

Помимо вышеназванных, выделяют двенадцать относительно самостоятельных направлений стратегий (таблица 2).

Таблица 2. Направления стратегий предприятия

Направления стратегий	Сущность
-----------------------	----------



предприятия	
Товарная стратегия	совокупность стратегических решений, определяющих номенклатуру, объем и качество выпускаемой продукции
Маркетинговая стратегия	совокупность стратегических решений, определяющих поведение предприятия на рынке
Технологическая стратегия	стратегические решения, определяющие динамику технологии предприятия и влияние на нее рыночных факторов
Ресурсная стратегия	совокупность стратегических решений, определяющих поведение предприятия на рынке ресурсов предприятия
Финансовая стратегия	совокупность стратегических решений, определяющих поведение предприятия в области финансовой деятельности и получении финансовых результатов
Инновационная стратегия	совокупность стратегических решений, определяющих поведение предприятия в области инновационного развития
Социальная стратегия	совокупность стратегических решений, определяющих тип и структуру коллектива работников предприятия, а также характер взаимодействия с его акционерами
Стратегия качества	совокупность стратегических решений, направленных на обеспечение качества выпускаемой продукции
Стратегия управления	совокупность решений, определяющих характер управления предприятием при реализации избранной стратегии
Стратегия инвестиций	совокупность решений, определяющих инвестиционную политику предприятия
Стратегия реструктуризации	совокупность стратегических решений, определяющих приведение производственно-технологической и организационно-управленческой структур в соответствие с изменившимися условиями и стратегией функционирования предприятия

Как видно из приведенных примеров, что хорошо и правильно выбранная стратегия позволяет компании не только выжить, но и развиваться, захватывать новые рынки и в конечном итоге приносить больше прибыли.

На наш взгляд, наиболее полно отражающим сущность понятия «стратегия» является «интегрированный» подход, который объединяет все выше рассмотренные подходы в одно единое определение. Стратегия развития должна определять как концепцию и приоритеты



развития (перспективы и принципы поведения), так и программу действий (план и приемы), выступать связующим звеном системы (позиция). Несомненно, эффективность стратегии напрямую зависит от искусства управления, то есть от человеческого фактора.

Предлагаем определять стратегию - как общее направление действий, определяющих перспективное развитие предприятия по достижению конкурентных преимуществ, учитывая благоприятные возможности и опасности внешнего окружения, собственные преимущества и недостатки.

Таким образом, данный подход в наибольшей степени нацелен на учет всего комплекса элементов, раскрывающих сущность и содержание рассматриваемой экономической категории.

Список литературы:

1. Анисова Н.А. Стратегия развития предприятия: основы методологии, опыт, практические расчеты. – Екатеринбург, 2016 – 250 с.
2. Семенов А.Л., Соколов О.А. Теория и практика стратегического управления крупной капиталистической фирмой. - М.: МНИИПУ, 2015 - 119 с.
3. Кинг У., Клилланд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная политика. - М.: Прогресс, 2014. - 368 с.
4. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. – 2-е изд. перераб. и доп. М.: Гардарики, 2017. - 296 с.
5. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. - СПб.: Питер, 2018. - 416 с.
6. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 576 с.
7. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. - М.: Центр экономики и маркетинга. – 2015. - 160 с.