

УДК

Э.Ф.Аминева (ст.гр. МЭК-15-15-01), В.В. Бирюкова (доцент, к.э.н.)
*ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический
университет», город Уфа*

ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ

Аннотация

Рыночная экономика сейчас предъявляет новейшие запросы к производственно-хозяйственной деятельности компаний, и прежде всего только к управлению ими. При создании стратегий развития компании требуется учесть конкретные причины, которые определяют перспективы и ограничение имеющихся потенциалов экономического роста. Создание стратегий гарантируется возможностью формовать ситуацию, обнаружить необходимость изменений, а также предугадывать вектор и настроение грядущих изменений.

Многообразие и растущая сложность рыночных критерий, напряженность и динамизм хозяйственных действий требуют от хозяйствующих субъектов наибольшего применения всех способностей и резервов.

В настоящий период времени сформировалась необходимость в осуществлении таким управлением фирмы, которое обеспечивало бы их эффективное приспособление к быстроменяющейся окружающей среде. В силу большой степени непостоянности среды, процесс управления, основанный на предвидение будущего методом экстраполяции исторически сформировавшихся тенденций, уступает приоритетам стратегических управлений, главная функция, которой – это разработка стратегий.

Первые глубокие разработки в области стратегии компаний и стратегического менеджмента относятся к концу 40-х началу 50-х годов ХІ века. Особый вклад в исследование предоставленной проблемы внесли труды ученых: Р. Акофф, И. Ансофф, И.А. Бланк, А.П. Винокур, П.Ф. Градов, П.Ф. Друкер, В. Краснова, Б.Г. Литвак, Д.Таргет, М. Портер, Э.А. Уткин и др.

В современной литературе встречаются последующие определения понятия стратегии:

- совокупность взаимосвязанных действий, нацеленных на приобретение устойчивого конкурентоспособного преимущества;
- ряд решений, какие являются движущей либо формирующей силой большинства предпринимаемых компанией действий;
- путь формирования конкурентных преимуществ с помощью характерных черт;
- искусство стремительных преобразований, портфель инициатив, направленных на рост фирмы и ее стоимости.

Ключевые слова: стратегический менеджмент, стратегия, школы стратегий, стратегическое управление.

Мы согласны с теми экономистами, которые определяют термин «стратегия» в форме процесса формирования долгосрочной цели и выбора пути ее достижения. Из этого следует, что в определении стратегии должна просматриваться как цель ее достижения, так и методика распределений ресурсов, которые необходимы для достижений данных целей, а так же инструменты и способы её реализации.

Бурное формирование теории и практики стратегического менеджмента в последние 30 лет характеризовалось происхождением и сменой приоритетов разных школ стратегий [2].

К предписывающим школам, какие демонстрируют, как обязана разрабатываться стратегия, относятся:

- школа дизайна – это разработки стратегий как процесса осмысления (Ф. Селзник, Ф. Чандлер, К. Эндрюс и др.) Характерные её достижения, которые в данный момент широкого употребляются в стратегии менеджмента, являются понятия компетенции, конкурентные преимущества, SWOT-анализ, понятие стратегии;

- школа планирования – это разработки стратегий как формального процесса. Предлагают формализации целей, сценарного подхода, бюджетирование и пр.;

- школа позиционирования – это разработки стратегий как аналитического процесса. Известны три стратегии Портера, ключевые позиции, пять конкурентных сил Портера.

К школам, которые описывают реальные процессы разработки стратегии, относят:

- школа предпринимательства, которая рассматривает разработку стратегии, не в форме коллективного процесса, а в форме индивидуального творчества её руководителя или владельца;

- школа познания, рассматривающая строение стратегий в форме ментального процесса;

- школа обучения, рассматривающая процессы разработки стратегии в форме развивающегося процесса. В соответствии с этим стратегические управления рассматриваются как процесс коллективного обучения. В результате чего разрабатывается стержневые компетенции;

- школа власти, трактующая процессы разработок стратегий как процесса переговоров;

- школа культуры, которая образовалась в сфере стратегических управлений в 80-х гг. с учетом опыта японских компаний. Представители данной школы создано такое понятие как «стратегические ресурсы»;

- школа внешней среды, считает, что создание стратегии представляет некие процессы в отражении происходящего во внешней среде события.

К школам трансформации относятся школы конфигурации (Р. Майлс, К. Сноу и др.) Она определяет разработки стратегий в форме процесса трансформации (шесть трансформационных стратегий).

Все данные школы в настоящий период времени существуют и дополняют друг друга (рис. 2).

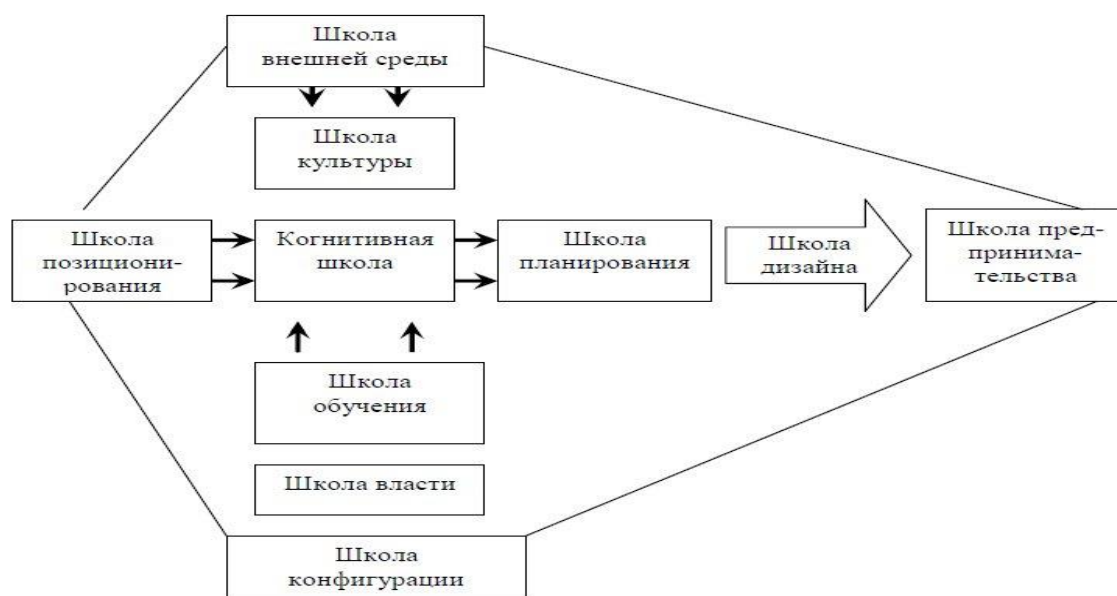


Рисунок 1 – Взаимосвязь школ стратегий

Анализ и сопоставление различных школ определяет:

1) Жизнеспособности и такие позиции в фирме, как отсутствие стратегий и нецелесообразность в её разработке. Несмотря на отсутствие стратегии, фирма может придуманными действиями обеспечивать свою гибкость и жизнеспособность;

2) Стратегии должны быть гибкими. Точные, неизменные стратегии – угроза гибкости бизнеса. Это как шоры для лошади – не дают сбиться с пути, но не позволяют увидеть то, что происходит вокруг.

В литературе встречается негативная оценка эффективности стратегий, стратегического метода управления, приводятся примеры неудачи компании, разработавших стратегии. Очень часто и в современной практике стратегические управления заканчиваются на этапах разработок стратегий и бумажное оформление соответствующих документов. Эффект от подобных стратегий нулевой, и отсюда делался вывод о ненужности самой стратегии. При проведении мониторинга выявлено лишь 10% сформулированных стратегий реализуемых на практике.

Для анализа стратегий фирмы, на наш взгляд, можно использовать следующие качественные оценочные показатели:

- Осуществимость, т.е. реализуемость стратегий с учетом имеющихся у компании ресурсов и заинтересованность сотрудников. Так, стратегии роста требуют большего, чем стратегии постепенных совершенствований;
- Последовательность и гармоничность, т.е. согласованность в организационном действии, адаптации к внешним условиям;

Стратегическое управление в отличие от свободной импровизации концентрирует деятельность предприятия на достижение целей, мотивирует сотрудников на поиск новых возможностей и угроз для организации, способствует непрерывному развитию, даёт менеджерам ясные критерии и оценки проектов. Успешный бизнес-результат предвидящего менеджмента.

A.F. Amineva (st.gr. IEC 15-15-01), V. V. Birukova (Associate Professor, Ph.D.)

BASES OF FORMATION ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY

The market economy is now presents the latest requests for production and business activities of companies, primarily only to the management. In developing the strategy of the company is required to take into account the specific reasons for defining the prospects and limitations of the existing potential for economic growth. Formation of strategy guaranteed the ability to mold the situation, find the need for change, as well as to anticipate the vector and the mood of the coming changes.

The variety and growing complexity of the market test, the tension and dynamism of the economic activities of business entities require the greatest use of all abilities and reserves.

At present, it formed the need for the implementation of the enterprise management, which would ensure their effective adaptation to the rapidly changing environment. Due to the high degree of inconstancy environment management process based on the prediction of the future by extrapolating historical trends formed, gives priority strategic management, the main function of which is to develop a strategy.

The first deep development in the field of strategy and strategic management of companies related to the late 40's and early 50-ies XI century. Special contribution to the study of problems have provided works of scientists: R. Ackoff, Ansoff I., IA Blank, AP Winokur, PF Grads, PF Drucker, B. Krasnov, BG Litvak, D.Target, M. Porter, EA Utkin and others.

In modern literature there are the following definition of strategy:

- A set of interrelated activities aimed at acquisition of a sustainable competitive advantage;
- A number of decisions, which are the driving force behind most of any formative action taken by the company;
- The way the formation of the competitive advantages with the help of the characteristic features;
- The art of rapid change, the portfolio of initiatives aimed at the growth of the company and its value.

Keywords: strategic management, strategy, strategies, schools, strategic management.

Библиографический список

1. Друкер П.Ф. Эффективное управление. – М.: Гранд, 2001.- 358 с.
2. Минцурберг Г. Школа стратегий / Г. Минцурберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел. – СПб.: Питер, 2001.- 402 с.
3. Койн К. Как упорядочить процесс разработки стратегии. URL: www.cfin.ru/management/strategyprocess.shtml. (дата обращения 11.05.2016)