

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЯМИ КАК АКТУАЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА

*Аль-Дахир Дахир Сулейманович,
Университет «Синергия», Москва
SPIN-код автора: 4065-0555*

STRATEGIC MANAGEMENT OF ORGANIZATIONS AS A DIRECTION OF PRACTICAL MANAGEMENT ACTIVITIES

*Al-Dakhir Dahir Suleimanovich
Synergy University, Moscow
SPIN-код автора: 4065-0555
DOI: [10.31618/nas.2413-5291.2020.2.56.252](https://doi.org/10.31618/nas.2413-5291.2020.2.56.252)*

Аннотация

В настоящей статье рассматривается современное понятие стратегического менеджмента, роль и содержание процесса стратегического управления в деятельности современной бизнес-единицы. Целью статьи является выявление негативно влияющих на бизнес факторов, нейтрализация которых может быть достигнута с помощью стратегического управления.

Abstract

This article discusses the modern concept of strategic management, the role and content of the strategic management process in the activities of a modern business unit. The purpose of the article is to identify factors negatively affecting business, which can be neutralized using strategic management.

Ключевые слова: стратегия, менеджмент, стратегический менеджмент, планирование, прогнозирование.

Key words: strategy, strategic management, planning, forecasting

Современная мировая экономика характеризуется существенным усилением конкурентной борьбы вследствие повышения доступа ко многим ресурсам благодаря распространению доступа в сеть Интернет и развитию всех направлений коммуникации с потребителем с ее использованием. Для обеспечения жизнеспособности бизнеса необходимо наличие научно, методически и фактически обоснованной стратегии деятельности организации.

Стратегический менеджмент является одним из ответов бизнеса на рост количества внешних факторов, оказывающих как положительное, так и отрицательное влияние на деятельность предприятия. Основными идейными вдохновителями теории стратегического планирования и управления были американские теоретики менеджмента и практики, занимающиеся консультированием фирм, одними из его основателей принято считать И. Ансоффа, А. Д. Чандлера, К. Эндрюса.

Понятие «стратегия» можно по-разному определять в зависимости от направления ее использования, масштабов реализации, вида экономической деятельности, в связи с чем не сформировано единого подхода к определению данного термина, однако, практически все авторы соглашаются с тем, что стратегия – это продуманная и обоснованная система правил и норм, на которые опирается управленец при принятии решений, влияющих на будущее бизнеса.

Таким образом, стратегия – это, во-первых, правило, регламентирующее порядок действий в процессе принятия решения на основе информации, доступной в данный момент времени, а во-вторых, процесс поиска наиболее эффективного использования ресурсов в соответствии с долгосрочными целями предприятия, с учетом текущей и прогнозируемой ситуации на рынке [2]. Таким образом, стратегию можно определять с методической точки зрения, т. е. как набор действий, необходимых для принятия решения, и с процессной точки зрения – как процесс поиска подходящего управленческого решения.

Существует многочисленное количество мнений о том, как правильно классифицировать подходы к стратегическому менеджменту (школы). Например, концептуальный подход рассматривает стратегический менеджмент как модель разработки стратегии, которая подходит внутренним и внешним возможностям фирмы, в ней экономическая стратегия рассматривается как совпадение между квалификацией и возможностями, определяющими положение фирмы в окружающей среде. Школа планирования, в рамках которой формирование процесса стратегии осуществляется командой квалифицированных специалистов в области планирования, объединенных в отдельное подразделение в рамках фирмы, деятельность которого полностью посвящена планированию, не всегда актуальна для малых и средних предприятий в силу ограниченности ресурсов, однако, это не отменяет потребность малых и средних

предприятий в стратегическом планировании. Школа позиционирования предполагает, что фирма имеет возможность достижения нескольких позиций на рынке за счет определенного набора преимуществ. Эти позиции можно защищать, сохраняя ресурсы для дальнейшего увеличения позиции на рынке с помощью отслеживания угрозы входа новых игроков, силы поставщиков, силы покупателей, угрозы появления субститутов, интенсивность соперничества между конкурирующими фирмами. Преимущество достигается за счет низкой себестоимости и дифференциации, тогда основные направления стратегии – это лидерство в издержках, дифференциация и фокусирование [3, с. 46].

Таким образом, стратегическое управление или стратегический менеджмент ставят во главу угла человеческий потенциал, устанавливают взаимосвязь между производственной деятельностью и запросами потребителей, позволяет осуществлять гибкое регулирование деятельностью компании в зависимости от вызовов внешней среды - совокупность перечисленных условий позволяет достичь экономической эффективности осуществляемой деятельности и, соответственно, достичь долгосрочной конкурентоспособности предприятия.

Стоит отметить, что на сегодняшний день стратегическое управление – это активное направление деятельности не только с точки зрения предприятий, т. е. микроуровня социально-экономической системы, но и с точки зрения мезо- и макроуровня. Так, например, в 2008 г. Правительством Российской Федерации была одобрена Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. [4]. По мере реализации положений, указанных в этом документе, стратегическое управление было перенесено и на отраслевой, и на региональный уровни: в 2014 г. вступил в силу Федеральный закон «О стратегическом планировании в Российской Федерации» №172-ФЗ от 28 июня 2014 г., который утвердил цели и задачи стратегического планирования, порядок разработки и регистрации документов стратегического планирования, а также перечень документов стратегического планирования, обязательных к разработке и последующей реализации. В перечень входят стратегии социально-экономического развития страны и субъектов, национальной безопасности и научно-технологического развития страны и т. д.

Адаптация концепции стратегического управления на макроуровне, на наш взгляд, говорит о состоятельности данной концепции, однако, на микроуровне ее актуальность в разрезе российской экономики обусловлена гораздо большим количеством факторов.

По данным Всемирного банка, в рейтинге Doing Business Россия занимает 28 место в 2020 г. [5]. По результатам опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения, проведенного в 2019 г., 35% опрошенных предпринимателей

оценили условия для ведения бизнеса в России как однозначно неблагоприятные, 36% - как неблагоприятные, и только 25% посчитали, что условия благоприятны, 2% - как однозначно благоприятные. Вместе с тем 76% опрошенных выбирают иметь свое дело даже при существующих рисках. В качестве факторов, которые сильнее всего негативно влияют на условия ведения бизнеса в России, были выбраны: уровень благосостояния населения (50%), распространенность коррупции (48%), монополизация цен (36%), доступность кредитов (25%). Кроме того, 32% опрошенных считают, что в России очень высок риск непредсказуемого изменения законодательства (32%), а также снижения покупательной способности населения (39%) [1]. Таким образом, конкурентная среда российского рынка крайне непредсказуема и требует наличия возможности и, главное, способности подстраиваться под изменяющиеся условия внешней среды. Перед предпринимателями стоит непростая дилемма: в условиях риска снижения спроса, т. е. наличия потребности в сокращении себестоимости, необходимо соответствовать притязаниям потребителей, т. е. внедрять различные инновации, обновлять ассортиментный ряд, инвестировать в маркетинг и коммуникации с потребителями.

Процессы цифровизации, распространяющиеся и углубляющиеся в мировой экономике, часто приводят, с одной стороны, к упрощению всех видов деятельности бизнеса, с другой стороны, к росту стоимости нематериальных активов, инноваций и разработок, т. е. инвестиций, срок окупаемости которых однозначно больше года, или обслуживание которых требует ежегодных вложений. Например, использование блокчейна предполагает регулярную покупку новых хранилищ памяти, использование программного обеспечения для CRM-систем, для ведения бухгалтерского учета и проч. требует ежегодного платного обновления лицензий или прав аренды интеллектуальной собственности, при этом волатильность курса рубля делает рентабельность внешнеэкономической деятельности мало предсказуемой, а цены на ресурсы не снижаются. Каждое из этих условий по-разному может сказаться на компании в зависимости от сферы ее экономической деятельности и ее размера, но для любого бизнеса они однозначно приводят к формированию перечня факторов, которые необходимо учитывать в процессе планирования своей деятельности.

Именно стратегическое управление, рассчитанное на долгосрочную перспективу, но предусматривающее мониторинг и контроль и, соответственно, своевременные корректировки, достаточно эффективно и гибко может позволить учитывать изменение любого из вызовов внешней среды, чем и обусловлена актуальность данной деятельности менеджмента.

Современная теория управления организациями развивается пропорционально развитию техник, технологий, инструментов и взглядов на управление, а также пропорционально практическому изменению подходов к управлению организациями. Основные особенности, направляющие вектор развития бизнеса, - это цифровизация экономики и усиление потребности в инновациях, которые, с одной стороны, позволяют упростить бизнес-процессы, а с другой - требуют инвестиций в нематериальные активы в силу потребности в продвижении компании, товара, бренда на рынке, и интернационализация хозяйственных связей, что, с одной стороны, увеличивает потенциальный рынок безгранично, а с другой - усложняет хозяйственные связи необходимостью учета многочисленных факторов риска. В этих условиях для управленца особенно важно видеть долгосрочную перспективу и оценивать возможности своего бизнеса сейчас, но вместе с тем подстраивать каждое решение правильно к правильно выбранной стратегии. Иначе говоря, каждому управленцу сейчас необходимо обладать навыками и компетенциями, позволяющими ему поддерживать жизнеспособность бизнеса в долгосрочной перспективе, чего позволяет достичь стратегический менеджмент.

Список литературы

1. Бизнес в России: взгляд изнутри // ВЦИОМ, 2020. – Электронный ресурс. – URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9801>
2. Воронков, А.Н. Словарь по менеджменту [Текст]: учебное пособие/ А.Н.Воронков, Т. В. Колосова; Нижегород. гос. архит.-строит. ун-т. – Н. Новгород: ННГАСУ, 2013. – 125 с. ISBN – 978-5-87941
3. Ильина, О. Н. Методология управления проектами: становление, современное состояние и развитие: Монография / Ильина О. Н. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2017. — 208 с. — (Научная книга). - ISBN 978-5-16-101439-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/767898>
4. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 №1662-п (ред. от 28.09.2018) <О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года> (вместе с «Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года»)
5. Doing Business 2020 // World Bank, 2020. – Электронный ресурс. – URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/32436/9781464814402.pdf>

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Гуцариева Лиза Беслановна
магистрант
Университета «Синергия»,
Москва

PRACTICAL APPLICATION OF STRATEGIC PLANNING METHODS IN THE ENTERPRISE

Gutsarieva Lisa Beslanovna
graduate student,
Synergy University,
Moscow

DOI: [10.31618/nas.2413-5291.2020.2.56.253](https://doi.org/10.31618/nas.2413-5291.2020.2.56.253)

Аннотация

В условиях рыночной экономики и жесткой конкуренции стратегическое планирование обеспечивает стабильное положение организации и возможности ее развития. Несмотря на достаточную теоретическую изученность вопросов стратегического планирования у руководителей организаций на сегодняшний день возникают проблемы с формированием стратегии и повышением эффективности работы организации. В представленной статье рассмотрены процесс и методы стратегического планирования, а также их конкретное применение на примере рекламного агентства.

Abstract

In a market economy and fierce competition, strategic planning ensures the stable position of the organization and the opportunities for its development. Despite sufficient theoretical study of strategic planning issues, the heads of organizations today have problems with the formation of a strategy and improving the effectiveness of the organization. The presented article considers the process and methods of strategic planning, as well as their specific application using the example of an advertising agency.

Ключевые слова: стратегическое планирование, процесс, метод, стратегия, среда организации, SWOT-анализ, карта стратегических групп конкурентов, профиль конкурентных преимуществ, модель «Мак Кинзи».

Keywords: strategic planning, process, method, strategy, organization environment, SWOT analysis, competitive strategic group map, competitive advantage profile, McKinsey model.