

Д. Г. Кожевников

Научный руководитель

Л. К. Климович

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ СТРАТЕГИИ КАК ОДНОЙ ИЗ КЛЮЧЕВЫХ КАТЕГОРИЙ МЕНЕДЖМЕНТА

В современных условиях организации ведут свою деятельность в динамичной внешней среде, что влечет необходимость использования новых подходов к управлению функционированием и оперативному внедрению инновационных решений на всех этапах. Глобализация и трансформация бизнеса приводят к ужесточению конкуренции. Слабо прогнозируемое изменение потребительского спроса и сокращение жизненного цикла большинства потребительских товаров делает задачи менеджмента все более сложными, а риски менее прогнозируемыми и контролируруемыми. На этом фоне роль стратегического менеджмента возрастает с каждым днем, и без преувеличения можно говорить о невозможности эффективного существования организации без стратегии развития и реализации ее на практике.

Основной целью стратегии развития можно обозначить приобретение конкурентных преимуществ, направленных на эффективное функционирование организации и ее устойчивое развитие, несмотря на новые вызовы и риски. Стоит отметить, что практика показывает отсутствие четких запланированных этапов для ориентации на будущее развитие у большинства отечественных субъектов хозяйствования, а по состоянию на 2017 г. подавляющее большинство организаций Республики Беларусь и вовсе находятся в состоянии полного сокращения издержек, направленных на развитие, и применяют только ситуационный менеджмент.

Стратегия в переводе с древнегреческого языка означает «искусство полководца». Как раз военная тематика и легла в основу большинства ранних подходов к изучению стратегии организации. История возникновения данного понятия относится к временам глубокой древности. Первое упоминание о стратегии появилось в трактате «Военное искусство» Сунь Цзы, относящегося к V в. до н. э. В этой книге заложены основные принципы формирования стратегии, выбора оптимального варианта в разрезе военного сражения (атака противника, защита своих позиций). В контексте военной тематики также стоит отметить более позднюю работу Карла фон Клаузевица (первая половина XIX в.) трактат «О войне» [1, с. 77–78]. К. Клаузевиц говорил о том, что выработка стратегии представляет собой неограниченную творческую деятельность, надлежащим образом воспринимающую напряжение, конфликты и противоречия, неотъемлемо присущие войне как одной из разновидностей человеческой и социальной деятельности. В соответствии с его воззрениями стратегия призвана внести некую упорядоченность в хаос, стратег стремится предугадать, какие формы примет будущее. Для того чтобы стратегия состоялась, необходимо сочетать организацию с формальной командной цепочкой, в которой поступающие сверху приказы выполняются без обсуждения.

Современные специалисты стратегического управления развитием Б. Санто и Дж. Харрисон трактуют понятие стратегии с военной точки зрения, настаивая, что стратегия – это долгосрочный план и программа действий по осуществлению миссии и достижению целей компании. Подобный взгляд понимания стратегии, базирующийся на том, что все изменения предсказуемы, что все происходящие в среде процессы поддаются полному контролю и управлению, подробно рассматривается в исследованиях венгерского автора Б. Санто [2, с. 56]. Вместе с тем важно отметить, что скорость процессов изменения конъюнктуры постоянно возрастает, и данный подход с четкой последовательностью шагов в условиях рыночной экономики не учитывает возможность получения преимуществ от изменений. Ввиду этого, стратегические планы должны быть разработаны так, чтобы не только оставаться нерушимыми в течение долгого времени, но и быть гибкими, чтобы по потребности осуществить их изменение для повышения эффективности. Основной стратегический план необходимо рассматривать как программу, которая регулирует деятельность организации на протяжении значительного времени, при этом конъюнктура определяет неизбежность постоянных изменений.

Г. Минцберг проводит грань между принятой к исполнению и развивающейся стратегией. Гибкий подход к стратегии означает признание того, что «наше реальное бытие предполагает как предварительные размышления, так и адаптацию к ситуации, возникающей в процессе». Стратегия

требует изобретательности: «интуиция и нововведения не поддаются формализации или институционализации ... разработки стратегии, как и творчество, невозможно загнать в строгие рамки схем» [1, с. 39].

И. О. Энджел рассматривает как стратегическое любое явление, в течение длительного периода влияющее на характер организации. Оно может быть как положительным, так и отрицательным, но в любом случае это решения и действия, принимаемые людьми, имеющие стратегический характер и преследующие определенные цели [3, с. 12].

Не все стратегии имеют собственно стратегический характер и достигают заданных стратегических целей. Этот вывод сделан по результатам анализа влияния факторов неопределенности внешней среды и особенностей развития внутренней среды самой организации, где в любой момент могут произойти непредусмотренные действия и события. В своих исследованиях И. О. Энджел развивает следующую точку зрения: для характеристики стратегии нельзя использовать временные рамки, поскольку фактор времени связан только с продолжительностью оказываемого влияния на характер организации. Из этого следует, что стратегию нельзя разбивать на долгосрочные планы.

Еще один подход к исследованию стратегии как одной из ключевых категорий менеджмента предлагает российский ученый А. П. Градов. По его мнению, это набор правил и приемов, с помощью которых достигаются основополагающие цели развития той или иной системы. Стратегия экономического управления, или экономическая стратегия, вырабатывает правила и приемы, обеспечивающие экономически эффективное достижение стратегических целей, которое базируется на возбуждении заинтересованности всех участников процесса разработки и реализации стратегических программ в эффективном достижении этих целей [4, с. 115].

Более общее определение стратегии дает Ю. Д. Турусин. Он считает, что стратегию можно рассматривать как набор правил, которыми руководствуется организация при принятии управленческих решений, и в то же время – как общий комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии и достижение хозяйственных целей организации [5, с. 104].

Необходимо отметить, что традиционно в исследованиях по данной проблематике рассматриваются определения ведущих специалистов в области стратегического менеджмента, таких как И. Ансофф, П. Друкер, М. Портер и др. Наиболее распространенные, выверенные практикой и освещенные в литературе стратегии бизнеса обычно называются базисными, или эталонными [6]. Они отражают четыре различных подхода к росту фирмы и связаны с изменением состояния одного или нескольких следующих элементов: продукт, рынок, отрасль, положение фирмы внутри отрасли, технология. Каждый из данных пяти элементов может находиться в одном из двух состояний: существующее состояние или новое состояние.

Список использованной литературы

1. **Минцберг, Г.** Школы стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел ; под ред. Ю. Н. Кантуровского. – СПб. : Питер, 2001. – 336 с.
2. **Санто, Б.** Инновация как средство экономического развития : [пер. с венгер.] / Б. Санто. – М. : Прогресс, 2005. – 376 с.
3. **Энджел, И. О.** Управление исследованиями и инновациями / И. О. Энджел. – М. : Наука, 1993. – 132 с.
4. **Глухов, В. П.** Экономическая стратегия фирмы : учеб. пособие / В. П. Глухов, А. П. Градов, Ю. А. Григорьев ; под ред. А. П. Градова. – СПб. : Спец. лит., 1995. – 959 с.
5. **Проблемы** экономики и менеджмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://corpsys.ru/articles/strategy/strategicalvision1.aspx>. – Дата доступа : 03.09.2017.
6. **Целеполагание** и стратегическое управление социально-экономическим развитием организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://corpsys.ru/articles/strategy/goal-setting-strategic-management-3.aspx>. – Дата доступа : 07.09.2017.