

*К ВОПРОСУ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОГО УТОЧНЕНИЯ БАЗОВЫХ ПОНЯТИЙ
СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА СОВРЕМЕННОГО
ПРОМЫШЛЕННОГО БИЗНЕСА*

В.Э. ГАРЬКОВЕНКО

*Кубанский государственный технологический университет,
350072, Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Московская, 2;
электронная почта: Garkovenko_V@mail.ru*

Статья посвящена вопросам стратегического менеджмента в промышленном бизнесе. Рассматриваются авторские позиции к стратегическому управлению. Подчеркивается множественность стратегических целей в управлении, где ключевые стратегические цели определяются в зависимости от того, с позиции каких акторов они ставятся. Рассматриваются авторские подходы к границам стратегического управления. Кроме того, автором дается терминологическое уточнение понятий «стратегическое управление», «субъекты стратегического управления», «организационно-экономический механизм стратегического управления предприятием», «эффективность стратегических управленческих решений».

Ключевые слова: стратегия, стратегическое управление, субъект управления, организационно-экономический механизм, стратегические цели.

Современные условия хозяйствования субъектов рынка протекают под воздействием ряда неблагоприятных факторов, основными из которых является ухудшение конъюнктуры сырьевых рынков и ограничение субъектов предпринимательства РФ к мировым инвестиционным ресурсам. В этих условиях предприятию необходимо использовать в бизнес практике новые эффективные модели и методы управления, которые будут адаптированы к новым вызовам внешней среды. При этом на первый план выходят инструменты и механизмы стратегического менеджмента, как средства обеспечения эффективной реструктуризации бизнеса в целях обеспечения интересов государства, собственников бизнеса и персонала предприятия. Стратегическое управление современным бизнесом позволяет решить проблему наиболее эффективного использования ресурсов и факторов производства, что дает положительные результаты на микро-, мезо- и макроэкономических уровнях. Предложение и научно-практическая апробация новых эффективных механизмов и инструментов стратегического

менеджмента невозможна без изучения теоретического базиса, методологических и теоретических подходов к решению проблемы повышения эффективности и рациональности стратегического менеджмента на уровне конкретного предприятия.

Попыткам решить проблему эффективного долгосрочного развития бизнеса через совершенствование моделей и методов посвящены труды многих зарубежных и отечественных ученых и практиков. Вместе с тем, на сегодняшний день не выработано единого научного представления о сущности, принципах и методах стратегического управления развитием предприятия. Анализ различных авторских позиций позволяет приблизиться к научному осознанию и моделированию эффективных механизмов стратегического управления в современных кризисных условиях функционирования бизнеса.

Стратегическое управление многими авторами рассматривается как осознанный вид деятельности, направленный на реализацию целей хозяйствующего субъекта через формирование и максимизацию конкурентных преимуществ в рынке. Рассмотрение стратегического менеджмента через призму конкурентоспособности дает ряд неоспоримых преимуществ. Формируется система взглядов на развитие бизнеса с позиции конкурентного соперничества, что в свою очередь приводит к большему удовлетворению потребительского сектора экономики, положительно сказывается на конкурентоспособности территорий и отраслей, позволяет дефрагментировать управленческие решения в двух векторах: в направлении ценовой конкурентоспособности (совершенствование производства, его оптимизация, повышение производительности, лидерование по затратам и цене) и в направлении неценовой конкурентоспособности (повышение качества и ценности товара). Вместе с тем, такой подход имеет ряд недостатков: недостаточное внимание использованию ресурсов, изменение конструкции стратегического менеджмента в условиях неконкурентных

рынков, слабый учет интересов персонала, собственников бизнеса и государства (роль которого в экономике в последнее время усиливается)

Интегрировав позиции и теоретические взгляды второй группы авторов, можно сделать вывод о том, что они рассматривают стратегическое управление предприятием как процесс, который интегрирует и системообразует совокупность управленческих воздействий на факторы внешней и внутренней среды предприятия. Рассмотрение стратегического управления как процесса позволяет выстроить иерархию управленческих решений, определив их подчиненность и соподчиненность, что дает возможность алгоритмизировать управленческий процесс и выстроить систему управленческого менеджмента, описав ее область и характер взаимоотношения элементов. Однако, интегрированная позиция этой группы авторов не уделяет достаточного внимания инструментам современного менеджмента, не рассматривает совокупность стимулов повышения эффективности с позиции основных участников рынка и потребления, что лишает процесс стратегического управления нацеленности на результат, который для различных субъектов управления дифференцирован.

Еще одна группа ученых рассматривает стратегическое управление как совокупность методов и инструментов, а также область знаний их применения на практике. Такая позиция акцентирует внимание на прикладных технологиях стратегического управления, что с одной стороны позволяет генерировать и применять на практике новые методы управления предприятием в долгосрочной перспективе, с другой стороны, представляется нам несколько урезанным форматом восприятия стратегического менеджмента как области науки и бизнес практики.

Таким образом, теоретический обзор показал, что в настоящее время отсутствует единая позиция по теоретическому определению понятия стратегическое управление. Более того, отсутствует единомыслие по поводу генеральной цели, которую должны преследовать принципы и методы стратегического управления. Одни авторы отмечают, что стратегическое

управление должно приводить к росту капитализации, другие акцентируют внимание на качественном росте (причем указывают различные критерии этого роста), ряд исследователей делают упор на приращении конкурентных преимуществ предприятия и его лидирующей роли в рынке.

Мы считаем, что в качестве генеральной цели может выступать одна из вышеприведенных целей, поскольку она являются взаимосвязанными и достижение одной из них невозможно без достижения другой. Вместе с тем, мы считаем, что стратегическая цель зависит от того, с чей позиции мы смотрим на развитие бизнеса – с позиции собственников, наемного персонала, государства и потребительского сектора. Каждый из этих субъектов управления предприятием формирует свою цель долгосрочного развития и роста бизнеса, поэтому для достижения максимального эффекта стратегического управления необходимо предложить и обосновать систему интеграции этих целей, которая послужит базисом для формирования методологии и методики стратегического менеджмента в условиях неблагоприятных вызовов внешней среды.

Второй уровень решаемых проблем связан с формированием концептуального представления стратегического менеджмента как процесса, организационной формы и совокупности прикладного методического инструментария, нацеленного на решение вышеуказанных целей. В связи с этим, следует отметить, что на сегодняшний момент времени отсутствует определение стратегического управления, которое в качестве рода и видовых признаков определяют именно процесс, организационные основы и инструментарий. Кроме того, следует также определить основные параметры и характеристики элементов системы стратегического менеджмента, включая задачи, объекты, субъекты, инструменты, принципы и т.д.

Например, С. Борнер и Р. Ведер определяют границы задач стратегического управления лишь выбором правильного ассортимента, делая акцент на маркетинговой составляющей успеха предприятия. Такая позиция этих авторов в отношении основных задач стратегического менеджмента

представляется нам несколько односторонней, сдвигающей стратегическое управление к маркетинговым аспектам. Мы считаем, что подобный уровень задач может в качестве основных рассматриваться стратегическим маркетингом, но не менеджментом, поскольку хотя задача и рассматривает аспекты взаимодействия с внешней средой, но является очень узкой, специализированной и отражает всю совокупность устремлений качественного стратегического менеджмента. Более того, вся система стратегического управления, построенная на таком базисе представляется нам сомнительной, акцентированной на качественном сбыте продукции, но не достаточной для роста капитализации и конкурентного статуса в широком его рассмотрении.

Ряд ученых разделяют точку зрения И. Ансоффа «деятельность по стратегическому управлению связана с постановкой целей и задач организации и поддержания ряда взаимоотношений между организацией и окружением, которые позволяют ей добиваться своих целей, соответствуют ее внутренним возможностям и позволяют оставаться восприимчивой к внешним требованиям». Эта группа ученых подходит к решению проблемы повышения эффективности стратегического управления предприятием с позиции улучшения процессуальных аспектов, то есть в основе их научной парадигмы лежит совершенствование организационных форм и процедур стратегического менеджмента. Такая позиция акцентирует внимание на формировании эффективных организационных механизмов управления, но обходит стороной формирование качественного методического инструментария, направленного на повышение практической значимости инструментального обеспечения управленческой деятельности в долгосрочной перспективе.

А.Чандлер, подходит к процессу стратегического управления как к алгоритму совершенствования внутренней среды компании. Такая позиция представляется нам полезной для определения оптимальных пропорций бизнеса, совершенствования организационного взаимодействия, но не решающей вопросы повышения качества взаимодействия организации с

внутренней средой. Особенно данные дисгармонии проявляются в современный момент времени, когда роль и значение внешних вызовов, а также степень их влияния усиливаются.

А. Слоан рассматривает проблему повышения эффективности стратегического менеджмента как процесс совершенствования стратегических управленческих решений по критериям своевременности и целесообразности. Такой подход формирует систему повышения качества стратегических управленческих решений, но обходит стороной совершенствование инструментального обеспечения и организационную составляющую стратегического менеджмента.

Ряд ученых рассматривают стратегическое управление с позиции роли человеческого фактора в ходе формирования и реализации комплекса управленческих решений.

Так, К. Эндрюс включает в состав субъектов стратегического менеджмента, обеспечивающего его качество и эффективность только лишь топ-менеджмент и высшее руководство. Мы считаем, что такая позиция не позволяет рассматривать всю совокупность мер стратегического менеджмента, поскольку из состава субъектов управления исключен персонал предприятия, его собственники, политика предприятий маркет-мейкеров, государство и т.п..

Группа ученых, развивая авторскую позицию К. Эндрюса, включает в состав «влияющих лиц» на качество стратегического менеджмента персонал предприятия, акцентируя внимание на необходимости включения в процессы стратегического управления работников предприятия. Нам такой подход представляется несколько гипертрофированным. Дело в том, что необходимо учитывать мнение персонала, однако, удовлетворение мнения и требований персонала, которые могут выражаться через профессиональные союзы и объединения, отчасти уменьшает коммерческую эффективность мер стратегического менеджмента на предприятии. То есть необходимо сформировать эффективные инструменты интерференции интересов

персонала, собственников и топ-менеджмента, а также государства в ходе формирования и реализации стратегических управленческих решений.

Таким образом, обзор теоретических и методологических основ стратегического управления как области научных знаний и практических навыков рассматривалось множеством ученых с различных позиций, однако, на сегодняшний момент отсутствует единообразие авторских позиций на определение стратегического управления предприятием и инструментарий, необходимый и достаточный для принятия эффективных стратегических управленческих решений.

Очевидно, что для качественного решения проблемы повышения эффективности стратегического менеджмента необходимо определить базовые понятия, которыми в дальнейшем можно оперировать.

Стратегическое управление – процесс долгосрочного управленческого воздействия на факторы производства со стороны субъектов управления для скорейшего и рационального (с позиции использования ресурсов) достижения стратегических целей предприятия.

Субъекты управления – личность, группа людей или организация (в том числе и государство), принимающие решения в сфере управления объектами, процессами или отношениями путём воздействия на управляемую систему для достижения поставленных целей. В качестве основных субъектов управления мы рассматриваем государство, собственников бизнеса, топ-менеджмент и персонал. Данные субъекты управления непосредственно формируют характер, тип и форматы стратегических управленческих решений. Однако, в качестве субъектов второго уровня (назовем их опосредованно влияющих на процесс стратегического управления) можно рассматривать профессиональные союзы, конкурентов, потребительский сектор экономики, предприятия маркет-мейкеры и т.п.

Организационно-экономический механизм стратегического управления предприятием – это организационные формы взаимодействия субъектов

управления по поводу формирования стратегических управленческих решений и экономические методы их формирования.

Эффективность стратегических управленческих решений – соотношение коммерческих, бюджетных и социальных эффектов функционирования предприятия и денежного эквивалента ресурсного обеспечения процессов достижения этих эффектов.

Терминологическое уточнение данных дефиниций позволяет сформировать единообразие в отношении базовых понятий и определений стратегического управления промышленным бизнесом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Семидоцкий В.А., Якименко А.А. Стратегические приоритеты региональной инвестиционной политики Краснодарского края. Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2014. №1. С. 66-70.

2. Малые предприятия как важнейший фактор роста инвестиционного потенциала национальной экономики в условиях глобализации/Воронов А.А., Овчаренко Н.А.//Экономический анализ: теория и практика. -2005. -№ 3. - С. 19-23.

3. Семидоцкий В.А., Донцова И.А., Якименко А.А. Стратегическое планирование как фактор развития региона. Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2014. №6. С. 92-96

4. Семидоцкий В.А., Кутин М.В. Технология целеполагания как элемент механизма стратегического планирования в условиях обострения конкурентной борьбы//Вестн. финансовой акад. 2010. № 5.

5. Семидоцкий В.А., Ешугова Р.Н., Осин А.А. Сглаживание поляризации региональных социально-экономических систем -одно из направлений улучшения геоэкономики современной России. Вопросы экономики и права. - 2011. -№ 38. -С. 43-47.

REFERENCES

1. Semidockij V.A., Jakimenko A.A. Strategičeskie priority regional'noj investicionnoj politiki Krasnodarskogo kraja. Fundamental'nye i prikladnye issledovanija kooperativnogo sektora èkonomiki. 2014. №1. S. 66-70.

2. Malye predpriyatija kak važnejšij faktor rosta investicionnogo potenciala nacional'noj èkonomiki v uslovijax globalizacii/Voronov A.A., Ovčarenko N.A.//Èkonomičeskij analiz: teorija i praktika. -2005. -№ 3. -S. 19-23.

3. Semidockij V.A., Doncova I.A., Jakimenko A.A Strategičeskoe planirovanie kak faktor razvitija regiona. Fundamental'nye i prikladnye issledovanija kooperativnogo sektora èkonomiki. 2014. №6. S. 92-96

4. Semidockij V.A., Kutin M.V. Texnologija celepolaganija kak èlement mexanizma strategičeskogo planirovanija v uslovijax obostrenija konkurentnoj bor'by//Vestn. finansovoj akad. 2010. № 5.

5. Semidockij V.A., Ešugova R.N., Osin A.A. Sglašivanie poljarizacii regional'nyx social'no-èkonomičeskix sistem -odno iz napravlenij ulučšenija geoèkonomiki sovremennoj Rossii. Voprosy èkonomiki i prava. -2011. -№ 38. -S. 43-47.

THE QUESTION TERMINOLOGICAL CHANGES THE BASIC CONCEPTS OF STRATEGIC MANAGEMENT OF MODERN INDUSTRY BUSINESS

V.E. GARKOVENKO

*Kuban state Technical University,
2, Moskovskay st., Krasnodar, Russian Federation, 350072
e-mail: Garkovenko_V@mail.ru*

Article is devoted questions of strategic management in the industrial business. We consider the author's position in strategic management. It emphasizes the multiplicity of strategic objectives in the management, where key strategic objectives are defined depending on the position with any actors they are put. We consider the author's approach to the borders of strategic management. In addition, the author gives a terminological clarification of the concepts of "strategic management», «the subjects of Strategic Management», «organizational and economic mechanism of strategic management», «efficiency of strategic management decisions».

Key words: strategy, strategic management, the subject of management, organizational and economic mechanism, strategic goals.