

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Ан Кирилл

Преподаватель кафедры «Менеджмент и маркетинг» ТМУК

На сегодняшний день как во всем мире в целом, так и в Республике Узбекистан в частности руководители малого и среднего бизнеса зачастую не пользуются, и порой даже не догадываются о тех преимуществах, который может дать стратегический менеджмент и различные концепции стратегического управления. И хотя в больших компаниях у многих лиц, занимающих высокие управленческие должности, и присутствует понимание важности построения стратегии для долгосрочного и устойчивого роста предприятия, все же присутствует весьма внушительный процент топ менеджеров, которые не рассматривают стратегический менеджмент как краеугольный камень при управлении компанией.

И несмотря на текущую конъюнктуру, нельзя не обращать внимание на важность стратегического управления, которое и обеспечивает здоровое функционирование всех элементов компании, которые в свою очередь и формируют предприятие целиком. Кроме того, в условиях увеличения конкуренции, для каждой компании на первый план выступает цель сохранения и повышения собственной конкурентоспособности, так как в ином случае они будут поглощены, либо же просто уйдут с рынка в силу отсутствия прибыли.

При построении правильной стратегии и определении наиболее подходящей концепции стратегического управления, руководитель организации способен принимать наиболее правильные и эффективные решения, которые позволят предприятию не только удержаться на плаву, но достичь определенных успехов в своей нише.

Проблема стратегического управления компании актуальна в том числе и с практической стороны, в силу отнюдь не полного владения топ менеджментом организаций современными методами оценивания конкурентоспособности и инструментами создания наиболее устойчивых стратегий.

Стратегический менеджмент является быстро развивающейся сферой науки и практики управления, которая возникла в ответ на возрастание динамики внешней среды бизнеса. Теория стратегического планирования и управления была разработана американскими исследователями бизнеса и консультационными фирмами, а затем данный аппарат вошел в арсенал методов внутрифирменного планирования большинства развитых стран.

Несмотря на то, что существует довольно большое количество концепций стратегического менеджмента, предложенных многими учеными, профессорами ведущих ВУЗов, а также знаменитыми управленцами, имеющими степень MBA элитных бизнес школ, все же можно заметить, что так или иначе они сходятся в ключевых аспектах, таких как: определение наиболее эффективных сторон фирмы, то есть ее сильные стороны, то что позволяет быть лучше конкурентов, долгосрочное планирование целей и задач компании, умение не отходить от заранее определенных принципов и мисси организации, контроль рисков, в том числе и путем диверсификации производства, правильный подход к управлению персоналом, и конечно поддержание высокого уровня корпоративной культуры. Обобщая все вышперечисленное, автором выделяется три основных принципа построения грамотной концепции стратегического управления.

1. Определение миссии, то есть главной цели предприятия.
2. Построение стратегии, которая в том числе учитывает и сильные стороны организации.
3. Формирование корпоративной культуры.

Отсутствие правильно выбранной концепции и стратегии в целом не позволяет многим предприятиям раскрыть свой потенциал и именно поэтому большое количество малых и средних предприятий закрываются, не просуществовав и пять лет на рынке.

По данным Госкомстата Узбекистана, каждый год закрывается около двадцати тысяч предприятий, и четверть из них – добровольно. Большинство из них делают это в виду банкротства, не в состоянии заплатить по обязательствам, или имея крайне малую прибыль со своей предпринимательской деятельности.

Во многом причиной такой ситуации можно назвать отсутствие понимания важности стратегического менеджмента и важности применения его концепций. Как уже упоминалось выше – без наличия четкого стратегического плана, любое предприятие, вне зависимости от сферы его деятельности обречено утратить конкурентоспособность, а значит и вполне вероятно – потерять со временем значительную долю рынка.

Решением данной проблемы может являться простое понимание сути стратегического управления и внедрение его в управление компанией. В развитых странах стратегическому менеджменту уделяется довольно большое внимание, особенно в крупных и успешных корпорациях, где на руководящие должности приглашаются топ менеджеры, закончившие специальные бизнес-школы, и владеющие всеми навыками стратегического менеджера. Однако следует помнить,

что простое наличие осознанного человека на руководящей должности не способно полностью устранить проблему, по крайней мере, без его решительных действий, ведь стратегическое управление – это комплексный процесс, который в первую очередь зиждется не на теории, а на практике, то есть требует глубоко проработанных, взвешенных и направленных на результат решений.

Также следует отметить, что в Республике Узбекистан в последние годы все больше менеджеров начинает постепенно понимать важность стратегии и учитывать упомянутые выше пункты, благодаря чему создают успешные проекты и руководят крупными устойчивыми организациями. Следование трем основным пунктам, упомянутым автором ранее позволит предпринимателю, либо топ менеджеру построить успешную компанию. И хотя тенденция в целом положительная, все же в Республике Узбекистан конъюнктура в целом остается негативной, при этом, движение в верном направлении вероятнее всего исправит в ближайшее время эту проблему.

Выявление основной задачи компании является приоритетным фактором создания успешной фирмы. Потому что, именно отвечая на вопрос почему компания существует, будет проще всего строить стратегию и общий подход к управлению, чем если сначала отвечать, что за товар фирма создает, и как она это делает. Опираясь на многочисленные исследования и анализ крупных корпораций, можно заметить, что наиболее успешны именно те компании, которые могут донести до своих потребителей почему они вообще существуют, и для чего выполняют те или иные действия.

Другим важным аспектом будет разработка общей стратегии компании. Тут также важно обратить внимание и на правильный выбор подхода. То есть опираясь на миссию организации, можно будет разработать четкий план и установить стандарты и границы, то есть как раз подход. Стратегия должна строиться на довольно продолжительное время, а чтобы была возможность ее реализации, следует разработать тактику достижения определенных целей, из которых и будет состоять основная стратегия предприятия.

Также при определении стратегии следует учитывать и то, что может обеспечить компании конкурентное преимущество. То есть понять, что именно организация может делать лучше, чем другие в данной отрасли. Потому что именно фокусировка на наиболее сильных сторонах предприятия может обеспечить долгосрочный экономический рост. Однако также важно и не сосредотачивать все имеющиеся ресурсы организации на чем-то одном, так как в таком случае невозможно будет построить гибкую и адаптирующуюся стратегию.

Корпоративная культура как часть формирования стратегии является также неотъемлемой её частью, поскольку она способствует сплочению и мотивации сотрудников, а следственно – повышению общей эффективности предприятия.

В плане мотивации и взаимодействия культура зачастую выступает в роли модератора, который направляет фокус сотрудников от самозащиты к достижению коллективных целей. В структурах, где неудачи воспринимаются как источник обучения, а не угрозы, снижаются в том числе и различные транзакционные издержки: к примеру, индивиды полагаются на общие ментальные модели, как бы предугадывая действия коллег без излишних согласований. Это теоретически ускоряет циклы принятия решений и инноваций, поскольку энергия уходит на адаптацию, а не на бюрократию. С другой стороны, культуры с доминирующим мотивом избегания риска чаще всего просто порождают инерцию, где предпочтение статус кво тормозит адаптивность, особенно в изменчивых средах.

Более того, качества взаимодействий также во многом зависят именно от определенных культурных предпосылок. В моделях, близких к адхократии, где автономия сочетается с ответственностью, индивиды чаще всего склонны брать инициативу, снижая зависимость от посредников. Теоретически это оптимизирует распределение задач, фокусируя усилия на ценности для внешней среды, а не на внутренних ритуалах. Иерархические культуры, напротив, склонны к "эффекту слоновьей тропы", где неэффективные привычки закрепляются, усиливая дублирование и потери.

Список литературы

1. Ткаченко Е.А. (2018). Стратегический менеджмент. Мировая наука, (4 (13)), 241-244.
2. Тебекин А.В., Петров В.С., & Тебекин П.А. (2015). Принципы прикладного менеджмента: стратегический менеджмент. Транспортное дело России, (3), 47-50.
3. Жемчугов А.М., & Жемчугов М.К. (2011). Система стратегического управления. Проблемы экономики и менеджмента, (3 (3)), 3-14.
4. Романова А.С., & Климчук А.В. (2008). Процесс стратегического управления. Актуальные вопросы экономических наук, (1), 432-436.
5. Хорев А.И., Морозов Л.Н., & Сухоруков Е.В. (2008). Формирование стратегии предприятия. Экономический анализ: теория и практика, (16), 8-11.
6. Марченкова Е.А. (2017). МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ. Форум молодых ученых, (4 (8)), 391-394.