

ВАРИАНТНОСТЬ ПОНЯТИЯ «СТРАТЕГИЯ»

Конончук Ирина Анатольевна, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Kononchuk Iryna, PhD in Economics, I_Kononchuk@mail.ru

Polesky State University

Аннотация. В статье рассмотрены точки зрения зарубежных авторов относительно понятия «стратегия».

Ключевые слова: стратегия, план, программа, действия, стратегические цели.

Современными практиками словно «стратегия» используется в профессиональной деятельности, вкладывая различный смысл и повествуя о различных сторонах экономической, финансовой, хозяйственной деятельности субъекта хозяйствования. Поэтому интересен опыт применения данного понятия зарубежными исследователями, являющимися основоположниками стратегического менеджмента.

Один из пионеров теории стратегии фирм А.Чандлер, придерживаясь ситуационного подхода, при котором учитывается набор обстоятельств, сложившихся в настоящее время, под стратегией понимал «... установление основных долгосрочных целей и задач предприятия и выработка программы или курса действия и распределения ресурсов, необходимых для достижения этих целей».

В последующем появились критики ученого в части соподчинения стратегии и структуры, утверждая, что именно особенности структуры организации предопределяют выбор действий, направленных на решение задач. Ицхак К. Адизес, разработавший теорию жизненных циклов организации, считает, что цель определяет структуру, используя которую строится стратегия в рамках принятой политики.

Взяв за основу чандлеровскую трактовку стратегии, американский профессор Кеннет Эндрюс определяет стратегию как политику в отношении организационной структуры и организационных процессов, выработанную с учетом возможностей рынка и имеющихся рисков, доступности материальных, технических, финансовых и управленческих ресурсов, личностных ценностей менеджеров и факторов социальной ответственности.

Почитатели ситуационного подхода, сторонники чандлеровского подхода в части того, что структура определяется стратегией, Майкл Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури под стратегией понимают детальный, всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии организации и достижение ее целей. Ключевыми содержательными аспектами являются следующее: вовлечение в процесс участников всех уровней управления, жесткое обоснование обширными исследованиями и фактическими данными о внешней среде, гибкость в связи с постоянно меняющейся деловой обстановкой, в которой находится фирма.

К сторонникам того, что стратегия является планом, определяющим направление развития организации, относятся известные ученые Филипп Котлер, Фридаг Х.Р., Шмидт В., Мак-Кин Д.

Джон О'Шонесси, специалист по маркетингу, полагает, что стратегия может быть построена на факторах успеха, к которым относит знания, эффективное производство, финансовые и иные компетенции, составляющие движущую силу организации. Поэтому в понятие стратегии закладывает программу использования ресурса (ключевого фактора) для достижения целей [1, с.57, с.61].

Также о важности ресурсов как базы, основы построения стратегии указывают известные специалисты по проблемам управления и стратегического планирования Дэвид Коллис и Синтия Монтомгери. Корпоративная стратегия представляется в виде треугольника, сторонами которого являются ресурсы, виды бизнеса и организация как механизм координации элементов стратегии и претворения их в жизнь. В данном контексте ресурсы представлены активами, которыми располагает фирма, профессиональными навыками сотрудников и возможностями. Причем ресурсы занимают лидирующую позицию по отношению к видам деятельности, определяя в каком бизнесе необходимо работать. Поэтому стратегию данные специалисты представляют в виде выстроенной системы взаимозависимых частей.

Ресурсный «взгляд» на стратегию, т.е. использование возможностей организации, обусловленных ресурсами и компетенциями, имеют также профессора стратегического управления Джери Джонсон, Кивен Шоулз, Ричард Уиттингтон. По мнению исследователей, к другим фундаментальным характеристикам стратегии, позволяющие раскрыть ее дефиницию, относятся долгосрочность принятого направления деятельности, учет диапазона функционирования компании, достижение преимущества, получение удовлетворения всеми причастными к принятию решений. Приведенные характеристики позволили профессорам сформулировать свое определение. «Стратегия – это направление и диапазон деятельности организации на длительный период времени, позволяющие ей достичь преимуществ в меняющейся среде за счет конфигурации ресурсов и компетенции с целью оправдать ожидания заинтересованных сторон» [2, с.32].

Сторонником того, что стратегия является совокупностью способов и методов действия, выступал английский экономист Хан Д. Подобной точки зрения придерживались специалисты, изучающие проблемы управления бизнесом, стратегическом планировании, построения бизнес-стратегий, А. Томпсон-мл, А. Стрикленд III, которые важное место отводят методике разработки стратегии, ее адаптации к изменяющимся внешним условиям и внутренним ресурсным возможностям, ее реализации, считая, что именно удачная стратегия и ее умелая реализация являются верным признаком качественного управления. Декларируя необходимость участия в разработке реализации стратегии менеджеров всех уровней, американские ученые представляют общую стратегию компании в виде иерархической схемы, в которой самый высокий уровень занимает корпоративная стратегия, подчиняющая себе стратегии более низких уровней, на более низком уровне – стратегия отдельного вида деятельности (стратегия бизнеса), далее идут функциональная, дифференцируемая по функциональным направлениям деятельности различных отделов, и оперативная.

Рассматривая во взаимосвязи стратегию и модель бизнеса, которая оказывает влияние на структуру издержек, уровень доходов, финансовые потоки, ученые под стратегией понимают комбинацию методов ведения бизнеса [3, с.32].

Ряд ученых под стратегией понимают заданное направление развития, путь действий. Например, придерживаясь теории стратегии Кеннета Эндрюс, Роланда Кристенсена, как и сам утверждал Портер М.Е. [4, с.26], выступая основоположником школы позиционирования в стратегическом менеджменте, то есть создания прочной позиции компании в отрасли, представляет стратегию (конкурентную) в виде комбинации целей (результатов), преследуемых компанией, и средств или методов, с помощью которых она намерена их достигать. Портеру видится стратегия в виде колеса, осью которой являются цели фирмы, т.е. общее определение ее конкурентных намерений и конкретных задач, а спицы колеса – ключевые направления деловой политики фирмы в соответствии со сферой деятельности компании.

Важное место в исследовании теории стратегии занимают разработки американца с русскими корнями Игоря Ансоффа. Ученый, будучи «родителем» школы планирования, детализировал концепцию Эндрюса, большое внимание уделяя внешним факторам. Увязывая эффективность планирования стратегии с ее воплощением, И. Ансофф представляет стратегию как набор правил для принятия управленческих решений или выборов в условиях ограниченности совокупных ресурсов.

Видные ученые-экономисты по вопросам корпоративного управления и конкуренции Пол Роберт Милгром, Джон Дональд Робертс в понятие стратегии вкладывают совокупность стратегических решений.

По Стивену М. Брегу, который предлагает конкретные практические рекомендации по разработке финансовых стратегий, под стратегией также понимаются качественные решения, влияющие на финансы компании. Голландский консультант по менеджменту Виссема Х. придерживался аналогичной концепции, указывая на то, что стратегия означает выбор и принятие решения.

На научный взгляд О.Уолкер-младший, Х.Бойд-младший, Ж.-К. Ларше, Дж.Маллинз, стратегия предполагает нахождение ответов по следующим вопросам: определение задач, которые необходимо выполнить, выявить отрасли, на которых необходимо сфокусироваться, и выявить ресурсы, которые необходимо использовать для соответствия возможностям и угрозам внешней среды. Поэтому понятие «стратегия» раскрыли следующим образом: стратегия – это фундаментальная модель существующих и планируемых задач, распределения ресурсов и взаимодействия организации с факторами внешней среды.

Исследуемые представления рассматриваемого понятия не являются взаимоисключающими, а выступают больше как взаимодополняющие друг друга. Поэтому отдельные ученые (Генри Минцберг, Брюс Альстрэнд, Джозеф Лэмпел, Дэвид Кэмпбэл, Джордж Стоунхаус, Билл Хьюстон) считают, что стратегия одновременно может выступать планом, принципом поведения, позицией, перспективой и приемом [5, с.16-20].

Таким образом, зарубежные исследователи отождествляют понятие «стратегия» с планом, программой, политикой, принципами, действиями, моделью, что предопределено их приверженностью к различным школам стратегий, восприятием взаимосвязей между стратегией и организационной структурой компании, особенностями учета различных факторов, влияющих на принятие стратегического решения и их степени влияния на предпринимательскую деятельность и другими аспектами исследуемого многоликого понятия.

Список использованных источников

1. О'Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг: Стратегический подход : научное издание / Дж. О'Шонесси; пер. с англ Д.О. Ямпольская. - СПб. : Питер, 2001. – 864с.
2. Джонсон, Дж. Корпоративная стратегия : научное издание / Дж. Джонсон, К. Шоулз, Р. Уиттингтон ; пер. с англ. А.Ю. Заякин. - 7-е изд. - М. ; СПб. ; Киев : ИД Вильямс, 2007. - 800 с.
3. Томпсон-мл. Артур, А., Стрикленд III А., Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: Пер. с англ.– М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 928с.
4. Портер, Майкл Е. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер ; пер. с англ. : И. Минервин. - 2-е издание. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. - 454 с.
5. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий / Пер. с англ. Под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 336 с.