

*Худяков Р.О. Стратегия организации: выбор или подход? // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2017. – № 06 (июнь). – АРТ 252-эл. – 0,1 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>*

**РУБРИКА: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

**УДК 330.567.2**

**Худяков Руслан Олегович**

студент 4 курса, факультет корпоративной экономики и предпринимательства

*Научный руководитель:* Малеваная М.В., к.э.н., старший преподаватель  
Новосибирский государственный университет экономики и управления  
г. Новосибирск, Российская Федерация  
e-mail: [ms.mmv84@mail.ru](mailto:ms.mmv84@mail.ru)

**СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ: ВЫБОР ИЛИ ПОДХОД?**

*Аннотация:* В статье рассмотрены причины выбора стратегии и основные этапы стратегического управления.

*Ключевые слова:* стратегия, уровень, этап, конкурентоспособность, среда.

**Khudyakov Ruslan**

4nd year student, features of corporate economics and entrepreneurship

Supervisor: M. Malevanaya, PhD, Senior Lecturer  
The Novosibirsk State University of Economics and Management  
Novosibirsk, Russian Federation

**ORGANIZATION STRATEGY: CHOICE OR APPROACH?**

*Abstract:* The article discusses the reasons for choosing a strategy and the main stages of strategic management.

*Keywords:* strategy, level, stage, competitiveness, environment.

В условиях нестабильной рыночной ситуации, стратегия организации является одним из самых важных факторов при дальнейшем развитии и функционировании организации. Конкурентные компании рефлексируют на изменения внешней среды и изменяют свою стратегию для адаптации под определенные условия.

Стратегическое управление – это современный инструмент управления развитием организации, направленным на повышение потенциала путем достижения конкурентоспособности в условиях нарастающих изменений во внешней среде и связанной с этим неопределенности [1].

Можно указать на несколько конструктивных определений, которые были предложены авторитетными разработчиками теории стратегического управления. Шендел и Хаттен рассматривали его как «процесс определения и (установления) связи организации с ее окружением, состоящий в реализации выбранных целей и в попытках достичь желаемого состояния взаимоотношений с окружением посредством распределения ресурсов, позволяющего эффективно и результативно действовать организации и ее подразделениям». По Хиггенсу, «стратегическое управление — это процесс управления с целью осуществления миссии организации посредством управления взаимодействием организации с ее окружением» (Higgins, p. 3), Пирс и Робинсон определяют стратегическое управление «как набор решений и действий по формулированию и выполнению стратегий, разработанных для того, чтобы достичь цели организации» (Pearce and Robinson, p. 6) [2].

Стратегическое управление организации в конечном итоге направленно на разработку стратегии, для достижения существующих целей.

По мнению А. Чандлера стратегия – это метод установления долгосрочных целей организации, программы ее действий и приоритетных направлений по размещению ресурсов.

На предприятии может быть разработано и реализовано четыре основных типа стратегий:

1. Стратегии концентрированного роста – стратегия усиления позиций на рынке, стратегия развития рынка, стратегия развития продукта.

2. Стратегии интегрированного роста – стратегия обратной вертикальной интеграции, стратегия вперед идущей вертикальной интеграции.

3. Стратегии диверсификационного роста – стратегия центрированной диверсификации, стратегия горизонтальной диверсификации.

4. Стратегии сокращения – стратегия ликвидации, стратегия «сбора сливок», стратегия сокращения.

Стратегия в компании разрабатывается и реализуется на всех уровнях стратегического управления:

«Первый уровень – корпоративный – присутствует в компаниях, действующих в нескольких сферах бизнеса».

Второй уровень – сферы бизнеса – На этом уровне разрабатывается и реализуется стратегия, базирующаяся на корпоративном стратегическом плане, основной целью которой является повышение конкурентоспособности организации и ее конкурентного потенциала.

Третий – функциональный – уровень руководителей функциональных сфер.

Четвертый – линейный – уровень руководителей подразделений организации или ее географически удаленных частей, например, представительств, филиалов [3].

Структура стратегического управления состоит из следующих этапов:

На первом этапе разрабатывается концепция стратегического развития предприятия, которая является наиболее статичной во всем процессе стратегического планирования. Для предприятия разработка концепции заключается в определении его миссии, а также организации системы управления им.

На втором этапе разработки конкурентно-рыночной стратегии определяются приоритетные цели.

Третий этап - проведение непосредственно маркетингового исследования. При этом, как показывает практика, в российских условиях маркетинговое исследование нередко становится первым этапом разработки маркетинговой стратегии. Подвергнув исследованию и анализу многие факторы макро- и микросреды, предприятие определяет целевые рынки, на которых оно собирается сосредоточить свои маркетинговые усилия.

На четвертом этапе формируется конкурентно-рыночная стратегия развития предприятия, представляющая собой систему планов и методов управления, обеспечивающих достижение стратегических целей.

Заключительный шестой этап включает определение механизмов контроля и осуществление корректирующих действий по мере необходимости [4].

На основе вышеперечисленного можно сделать вывод, что для повышения конкурентоспособности и успешного функционирования в

условиях нестабильной внешней среды, организация должна придерживаться определенной стратегии. Для выявления стратегии топ менеджеры организации должны провести анализ по всем соответствующим факторам. Если выбранная стратегия соответствует целям организации и выбрана с учетом реальных возможностей, то организация сможет вовремя рефлексировать на изменения в окружающей среде, не теряя свою конкурентоспособность.

#### **Список использованной литературы:**

1. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010.
2. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник - 2-е издание, перераб. и допол. - М.: Экономистъ -2005 - 30 стр
3. Стратегическое управление и планирование - <http://www.stplan.ru/articles/theory/strategy.htm>
4. Гавриленко Н.И. Формирование конкурентно-рыночных стратегий предприятий в условиях кризиса // Экономический журнал. 2009. Т. 16. № 2. С. 5-17.

*Дата поступления в редакцию: 14.06.2017 г.*

*Опубликовано: 14.06.2017 г.*

*© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2017*

*© Худяков Р.О., 2017*