

Быстров А.А. Школа власти в общей классификации школ стратегического менеджмента: возможности и ограничения ее практического применения // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2018. – № 02 (февраль). – АРТ 92-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

УДК 65.01

Быстров Александр Александрович,

Студент 4 курса бакалавриата, факультет:

корпоративной экономики и предпринимательства

Научный руководитель: Комарова О.С., к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и

управления «НИНХ»»,

г. Новосибирск, Российская Федерация

e-mail: bystrov-a@mail.ru

**ШКОЛА ВЛАСТИ В ОБЩЕЙ КЛАССИФИКАЦИИ ШКОЛ
СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА: ВОЗМОЖНОСТИ И
ОГРАНИЧЕНИЯ ЕЕ ПРАКТИЧЕСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ**

Аннотация: В статье рассмотрены теоретические и прикладные аспекты школы власти стратегического менеджмента, дана критическая оценка ее основным положениям.

Ключевые слова: стратегический менеджмент, школы стратегического менеджмента, власть, школа власти, стратегия, управление.

Bystrov Aleksandr Aleksandrovich,

4th year student, faculty of corporate economy and entrepreneurship

Supervisor: Komarova O.S.

candidate of economic sciences, associate professor

FGBOU VO «Novosibirsk state University of Economics and management

«NINH»»,

Novosibirsk, Russian Federation

e-mail: bystrov-a@mail.ru

SCHOOL AUTHORITIES IN THE GENERAL CLASSIFICATION OF SCHOOLS OF STRATEGIC MANAGEMENT

Abstract: the paper considers theoretical and applied aspects of the school of strategic management are considered in the article, and its main provisions are critically evaluated.

Keywords: strategic management, school of strategic management, power, school of power, strategy, management.

Как и в любой научной дисциплине, стратегический менеджмент имеет различные области, которые разделяют одни и те же основные принципы, а также формулируют различные исследовательские акценты, подчеркивая определенные методологические приоритеты. Эти направления называются школами, в данном случае – это теория стратегического управления – школы стратегического управления. В литературе наиболее точный анализ школ стратегического менеджмента описан в трудах Г. Минцберга, Б. Олстрэнда и Дж. Лэмпела. Авторы

выделяют десять научных школ, описывая их в следующей последовательности:

- школа дизайна (процесс формирования стратегии представляется как осмысление);
- школа планирования (формирование стратегии – это формальный процесс);
- школа позиционирования (формирование стратегии – это аналитический процесс);
- школа предпринимательства (формирование стратегии – это предвидение);
- когнитивная школа (формирование стратегии – это ментальный процесс);
- школа обучения (формирование стратегии – это развивающийся процесс);
- школа власти (в основе формирования стратегии – ведение переговоров);
- школа организационной культуры (формирование стратегии – это коллективный процесс);
- школа внешней среды (формирование стратегии – это реактивный процесс);
- школа конфигурации (трансформация) [1].

Интерес к теоретическим положениям и прикладным аспектам школы власти обусловлен тем, что стратегия в контексте данной школы рассматривается как процесс ведения переговоров между конфликтующими сторонами. Школа власти также утверждает, что процесс формирования или

изменения стратегии объединен с открытой борьбой за власть и влияние, где в значительной мере обычно используются политические методы.

Представители школы власти (А. Макмиллан, Д. Саррасин и др.) рассматривали стратегию как процесс переговоров между конфликтующими группами внутри организации либо между организацией и внешней средой. В условиях жесткой конкурентной борьбы идеи по развитию любого подразделения, выдвигаемые линейными руководителями, через пристальное внимание высшего руководства могут «вырасти» в главную стратегическую линию организации в целом. Изучением таких отношений между высшими руководителями и всеми заинтересованными сторонами и руководствуется данная школа. Она рассматривает создание стратегии как политический процесс реализации стратегии организации, который является компромиссом интересов всех сторон [2].

Основные положения школы власти заключаются в следующем:

- формирование стратегии определяется властными и политическими силами, будь то процессы, происходящие внутри организации, или же действия организации во внешней среде;
- возникающие таким образом стратегии имеют случайный характер и принимают форму позиции, а не будущей возможности;
- микровласть рассматривает создание стратегии как взаимодействие, базирующееся на методах убеждения, переговоров, а иногда и прямой конфронтации, в форме политических игр вокруг перекрестных интересов и создающихся союзов, ни один из которых не обладает главенствующими положениями в течение длительного временного промежутка;

– макровласть рассматривает организацию как стремящуюся к своему благополучию за счет контроля над действиями других агентов рынка или путем кооперации с ними. При этом организации берут упор как на стратегическое маневрирование, так и на коллективные стратегии в различного рода сетевых структурах и альянсах.

Применяя термин «власть», в основном, обозначают влияние внешней экономики, которая была подведена довольно рядом к политике. Политика в данном случае будет значить как использование силы иными, нежели чисто экономическими способами. Такой подход предполагает использование неявных, нарушающих нормальное направление экономических процессов, методов, подходов, приемов, тем не менее, в равной степени допускает заключение преследующих аналогичные цели взаимовыгодных соглашений и альянсов. Главной целью альянса считают узнать какую-либо определённую информацию от партнера. Организации, которые являются наиболее успешными, используют стратегические союзы для того, чтобы обладать любыми навыками, выходящими за рамки официальных соглашений, а также систематически распространять приобретенный опыт в своих организациях [3].

В качестве удачного примера стратегического альянса можно привести несколько альянсов японской компании электроники Toshiba:

– альянс со шведской компанией Ericsson – одним из крупнейших в мире производителей телекоммуникационного оборудования – в целях разработки инновационного оборудования средств связи;

– стратегический альянс с компаниями IBM и Siemens с целью разработки и производства чипов памяти DRAM емкостью до 16 Гб для использования в больших компьютерах;

– совместный проект с подразделениями компании Time Warner по разработке новой интерактивной кабельной телевизионной технологии.

Таким образом, эти реальные примеры стратегических альянсов доказывают, что данные объединения идут на пользу компаниям, так как они сотрудничают на выгодных друг для друга условиях. Эти союзы позволяют обеими компаниям достигать успехов в бизнесе, а также, как следует из приведенных примеров, создавать инновационные продукты.

Однако, наряду с удачными альянсами, также существуют и примеры неудачных объединений. Так, например, к неудачным сценариям альянсов можно отнести:

- изменение стратегических целей одного из партнеров альянса;
- изменения в корпоративном руководстве одной из компаний;
- заведомо ложные ожидания о способностях и возможностях партнера;
- принципиально различные цели создания альянса;
- нереальные рыночные ожидания;
- недостаточные инвестиции;
- продажа акций предприятия в трудных финансовых условиях.

Из вышеизложенного следует, что создание стратегических альянсов не всегда идет на пользу компаниям, а только лишь в тех случаях, когда компании имеют сходные цели объединения, которые не изменятся в процессе деятельности альянса, ставят перед собой реальные цели и перспективы, а также имеют достаточный объем инвестиций.

Список использованной литературы:

1. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://edu-on.ru/predmet/strategicheskiy-menedzhment-4-1mm-4-2up/>;
2. Школа дизайна в стратегии [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://tech-valley.ru/shkola-dizayna-v-strategii/>;
3. Школы стратегий: школа власти, школа обучения, школа культуры, их основные положения. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://mybiblioteka.su/3-43016.html>.

Дата поступления в редакцию: 20.02.2018 г.

Опубликовано: 24.02.2018 г.

© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2018

© Быстров А.А., 2018