

УДК 005.511(075.8)

Кулиева А

Студент

СУЩНОСТЬ КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ НА СОВРЕМЕННОМ ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. Задача стратегического анализа деятельности и развития предприятия — одна из важнейших в условиях конкуренции. В статье представлены стратегические организационные изменения как интегративный процесс, в котором для успешного проведения изменений учитываются все элементы организации, такие как человеческие ресурсы, системы и технологии. Предложенная модель стратегических организационных изменений является попыткой связать программные и аппаратные компоненты организаций. Ввиду давления, ожидаемого от внешней среды, и критического видения организаций, исследования показывают, что высшему руководству необходимо создать гибкую и адаптивную инфраструктуру, которая должна привести современные и сложные организации к оптимальным уровням производительности.

Ключевые слова: организационное развитие, организационные изменения, оперативная интеграция, культура, лидер, экономическая эффективность.

UDC 005.511(075.8)

Kulieva A

Student

**THE ESSENCE OF CORPORATE STRATEGY IN A MODERN
INDUSTRIAL ENTERPRISE**

Annotation. The task of strategic analysis of the company's activities and development is one of the most important in a competitive environment. The article presents strategic organizational changes as an integrative process, in which all elements of the organization, such as human resources, systems and technologies, are taken into account for the successful implementation of changes. The proposed model of strategic organizational changes is an attempt to link the software and hardware components of organizations. Due to the pressure expected from the external environment and the critical vision of organizations, research shows that senior management needs to create a flexible and adaptive infrastructure that should lead modern and complex organizations to optimal levels of productivity.

Keywords: organizational development, organizational changes, operational integration, culture,

Корпоративные стратегии, вероятно, являются наиболее важным и широкомасштабным уровнем стратегии в рамках организационной стратегии. Уровень корпоративной стратегии касается всей организации на более или менее абстрактном уровне, где принимаются решения относительно общего роста и направления развития компании.

В большинстве работ, посвященных тематике корпоративной стратегии, рассматриваются виды финансовой стратегии предприятия. Так, в работе Бараненко С.П. и соавторов дается характеристика этапов разработки финансовой стратегии, приводится система формирования финансовой политики [1]. Кратко затронув тему корпоративного бизнеса за рубежом, автор Докучаев М.В. основное внимание уделяет российским крупнейшим корпорациям. В частности, детально рассматриваются вопросы стратегии развития корпоративных образований, институты собственности, специфика управленческой деятельности, в том числе такие аспекты, как государственное регулирование, планирование, бюджетирование, инвестиционная и ценовая политика, модернизация производственного

аппарата, тактика поведения на фондовом рынке [2]. Автором Кечеджиян М. рассмотрены изменения в окружающей среде, появление новых запросов и изменение позиции потребителя, возрастание конкуренции за ресурсы, появление новых возможностей для осуществления бизнеса, развитие информационных сетей, делающих возможным молниеносное распространение информации, изменение роли человеческих ресурсов, а также ряд других факторов привели к резкому возрастанию значения стратегического управления фирмы. В данной книге рассмотрен процесс разработки стратегии ООО «XXI Век» - одного из крупнейших торгово-производственных компаний на региональном рынке производства продуктов питания [3]. В книге автора Радиевский М.В. рассматривается сущность организации производства на современном промышленном предприятии. Характеризуются особенности разработки инновационной стратегии рациональной организации производства. Раскрывается содержание процесса организации производства, методы расчета программы выпуска и реализации продукции на основе маркетинговых исследований, синхронизации движения ресурсов и оперативного управления процессом создания, изготовления и продажи товара для получения максимальной прибыли. Обосновывается особенность формирования информационной системы на базе CALS-технологий и экономического механизма управления производством, оптимизирующего затраты средств и регулирующего денежные потоки на предприятии. Работа предназначена для студентов вузов, менеджеров, работников предприятий, предпринимателей и лиц, интересующихся вопросами организации и управления производством [4].

Автором Мансуровым Р. в его книге рассмотрены разработке и реализации стратегии развития организации, дается их практическое применение в деятельности организаций [5]. Автором Шестопап Ю.Т. изложены теоретические и методологические основы стратегического менеджмента. Рассмотрен широкий спектр тем от анализа среды до реализации стратегий. Приводится пример разработки и реализации

стратегий для конкретного промышленного предприятия. В учебнике автора Фомичева А.Н. комплексно исследованы основные вопросы теории, методологии и практики стратегического менеджмента, предложены возможные варианты их решения, обозначены перспективы развития стратегического управления хозяйственными организациями в современных социально-экономических условиях [7].

Таким образом, актуальность изучения тематики корпоративных стратегий не вызывает сомнения.

Основными компонентами корпоративной стратегии являются:

1. Видение
2. Постановка целей
3. Распределение ресурсов
4. Стратегические компромиссы (расстановка приоритетов)

Видение включает в себя определение направления деятельности организации на высоком уровне - а именно видение, миссию и, возможно, корпоративные ценности.

Постановка целей включает в себя разработку аспектов видения и превращение их в серию высокоуровневых (иногда все еще довольно абстрактных) целей для компании, обычно охватывающих 3-5 лет.

Распределение ресурсов относится к решениям, которые касаются наиболее эффективного распределения человеческих и капитальных ресурсов в контексте заявленных целей и задач.

Стратегические компромиссы лежат в основе корпоративного стратегического планирования. Не всегда возможно использовать все реальные возможности. Кроме того, деловые решения почти всегда сопряжены с определенным риском. Решения на корпоративном уровне должны учитывать эти факторы, чтобы прийти к оптимальному стратегическому сочетанию.

Известно, что полная организационная стратегия делится на три различных уровня, основанных на проблемах и целях трех иерархических

элементов, составляющих организацию - на корпоративном уровне, бизнес-уровне и функциональном уровне.

Поскольку мы уже кратко рассмотрели уровень корпоративной стратегии, полезно понять другие стратегические уровни, поскольку они относятся к корпоративной стратегии.

Уровень бизнес-стратегии - это стратегический уровень, который является посредником между абстрактными стратегическими целями, лежащими в основе корпоративной стратегии, и потребностями и возможностями уровня бизнес-единиц, для организаций с более чем одной бизнес-единицей.

Уровень бизнес-стратегии берет стратегическую цель корпоративного уровня, такую как "увеличение доли рынка в данном регионе или демографической ситуации", и превращает ее в более тонкую, практическую стратегическую цель, основанную на знаниях и опыте на уровне бизнеса.

Функциональный уровень - это самый тонкий уровень стратегии - сфера практических решений и проблем, которые менее значимы на стратегическом уровне бизнеса или корпорации. На функциональном уровне стратегии и цели с делового и корпоративного уровня превращаются в значимые, функциональные результаты, которые в конечном итоге определяют результаты бизнеса.

Например, функциональный уровень телекоммуникационной компании, такой как МТС, может состоять из районных менеджеров или даже менеджеров магазинов. На этом уровне стратегического планирования общие стратегические цели сводятся к конкретным стратегическим мерам.

Важно отметить, что хотя на иерархическом уровне корпоративную стратегию можно рассматривать как самый верхний уровень процесса корпоративного планирования, каждый уровень принятия решений предполагает двустороннее влияние.

Если взять пример производственного бизнеса, то на корпоративную стратегию обязательно будут влиять функциональные стратегические задачи,

такие как НИОКР и маркетинг, которые, в свою очередь, будут зависеть от производственных возможностей функциональных слоев, таких как капитал и персонал.

При этом корпоративная стратегия предлагает ряд преимуществ для любой организации, независимо от ее масштаба.

Корпоративная стратегия предлагает вашему бизнесу стратегическое направление. Без дифференциации между абстрактными потребностями и целями организации, которые очевидны на корпоративном стратегическом уровне, и ключевыми компетенциями и ресурсами, которые бизнес и функциональные подразделения могут использовать для реализации этих целей, трудно развивать и развивать бизнес.

Кроме того, корпоративная стратегия позволяет нам управлять изменениями и лучше понимать наши организации. В динамичном мире организациям необходимо идти в ногу с изменениями по мере их возникновения - постоянно определяя корпоративную стратегию и стратегические цели в связи с возможностями или угрозами по мере их появления, корпоративная стратегия позволяет нам работать оптимально.

Наконец, определив четкую корпоративную стратегию, организации могут улучшить процесс принятия решений и мотивировать своих сотрудников. Без четко определенной стратегии на корпоративном уровне подразделения на уровне бизнеса и функциональном уровне будут работать неоптимально. Абстрактный уровень принятия решений, который возможен только на корпоративном уровне, приведет к лучшим результатам на других уровнях принятия решений и поможет сотрудникам почувствовать, что у их организации есть четкое направление и цель.

Таким образом, можно сделать выводы о сущности понятия корпоративной стратегии. Следует отметить, что преимущества четко определенной корпоративной стратегии для организации возрастают по мере ее масштабирования. Хотя малый или даже средний бизнес вполне может обойтись без вложения времени в разработку корпоративной стратегии. По

мере роста и развития потребностей организации становится все более необходимым подходить к процессу стратегического планирования с учетом сложности организации.

Литература

1. Бараненко С.П., Михель В.С. Виды и элементы финансовой стратегии предприятия /Учебные записки российской академии предпринимательства – 2012. – №32.– С.17-24. Англ.–ISSN: 2073-6258.
2. Докучаев М.В. Российский корпоративный бизнес: проблемы управления, стратегия развития: монография/ М.В. Докучаев. – М.: Академия (Academia), 2017. – 512 с.
3. Кечеджиян Марина Разработка стратегии развития производственного предприятия / Кечеджиян Марина. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2018.–757 с.
4. Радиевский М.В. Организация производства: инновационная стратегия устойчивого развития предприятия. Учебник. Гриф УМО вузов России/ М.В. Радиевский. –М.: ИНФРА-М, 2018. – 643 с.
5. Мансуров Руслан Настольная книга Большого руководителя. Как на практике разрабатывается стратегия развития / Руслан Мансуров. – М.: Инфра-Инженерия, 2016.–310 с.
6. Шестопал Ю.Т. Стратегический менеджмент: Учебное пособие/Ю.Т. Шестопал, В.Д. Дорофеев. – М.: КноРус, 2017. – 464 с.
7. Фомичев А.Н. Стратегический менеджмент / Фомичев А.Н. – Электрон. текстовые данные.– М.: Дашков и К, 2016.– 468 с.