

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА***

В статье содержатся систематизированные сведения об основных подходах к определению стратегии, к разработке стратегии развития компании, определены особенности разработки стратегии развития для компаний на основе бенчмаркинга в условиях кризиса.

Ключевые слова: стратегия развития, подходы к разработке стратегии развития компании, бенчмаркинг, стратегия развития образовательной организации.

Разработка стратегии развития компании относится к одной из числа достаточно интригующих прикладных вопросов в современной теории стратегического управления.

Разработка стратегии развития компании, в виду особенностей современных организаций рассматривается исследователями с точки зрения различных подходов, каждый из которых соответствует определенному типу компании и методов разработки стратегии.

Российский исследователь А.В. Брыкин определяет стратегию на основе 5 положений (пять «П»):

- 1) план, руководство, ориентир или направление развития из настоящего в будущее;
- 2) принципы поведения или модель поведения;
- 3) позиция;
- 4) перспектива;
- 5) прием, маневр с целью перехитрить соперника [6, с. 47].

Следовательно, понятие стратегии можно представить, как план действий, долгосрочно определенное развитие компании, способствующее достижению поставленных перед ней целей.

Рассмотрим различные подходы исследователей к формированию стратегии развития компании (табл.).

Данные подходы наиболее полно отражают основные концепции для определения стратегии развития компании. В условиях определенной предпринимательской среды (учитывая сферу деятельности субъекта предпринимательской деятельности, стадию развития организации), можно использовать данные подходы.

* Харьковская Яна Викторовна – магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: kaliandra@mail.ru.

** Ергодоева Оксана Бакасовна – доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: ergodoeva_oksana@mail.ru.

*** По материалам научно-практической конференции 2016 года «Социально-экономическое развитие региона и хозяйствующих субъектов».

Подходы к формированию стратегии развития компании [1–5]

№	Подходы	Исследователи	Основные положения
1.	Исходя из особенностей жизненного цикла организации	С.М. Казанцева, Д.Е. Клиросов, Т.В. Светник	Стратегия развития компании определяется исходя из основных стадий жизненного цикла компании. Каждому этапу жизненного цикла может соответствовать выбранная стратегия развития компании
2.	Определение стратегии развития компании с использованием подходов и методов многомерного моделирования	Н.Г. Шаламова, М.С. Ивашечкова	Стратегия развития компании определяется на базе комплексного использования квантово-экономического анализа и многомерного подхода представления данных. Многомерная модель представляет собой гиперкуб, в качестве измерений которого выбраны: 1) разрешённые сочетания уровней эволюционного развития товара, рынка и организации, являющиеся результатом квантово-экономического анализа, предрекающие успех инвестиционных проектов и заранее снижающие вероятность ошибки при выборе стратегии развития организации; 2) стадии жизненного цикла организации, как отражение её развития; 3) конкурентная позиция организации, отражающая её положение на рынке
3.	Маркетинговая концепция	Д.В. Журавлев	Стратегия развития компании рассматривается как комплекс мероприятий и действий, направленных на достижение маркетинговых целей организации. Концепция тесно связана с определением новых рынков, ценообразования, конкурентной борьбой
4.	Инновационная концепция	Е.А. Жукова	Формирование стратегий инновационного развития должно осуществляться на основе выбора проектов. Задачи: – определить требования к инновационным проектам; – осуществить отбор наиболее привлекательных инновационных проектов; – оценить затраты на реализацию проектов и возможные инновационные риски; – проранжировать инновационные проекты на основе расчета интегрального показателя; – сформировать стратегии инновационного развития предприятия
5.	Стратегия развития компании на основе системы сбалансированных показателей	С.А. Орлова	При разработке любой стратегии развития компании, в первую очередь, определяются финансовые параметры, которые необходимо достичь: 1. Финансы 2. Потребители 3. Бизнес-процессы 4. Обучение и развитие

Особенно интересным является подход с использованием методов многомерного моделирования. Такой подход при формировании стратегии развития для субъектов малого и среднего предпринимательства будет отражать

наиболее полную картину экономической действительности и позволит компании выбрать правильное направление развития с учетом рыночных условий.

В условиях кризиса в Российской Федерации с 2014 года, вопросам стратегического планирования и разработке стратегии исследований посвящается меньше, поскольку планировать деятельность компании в нестабильных, изменяющихся условиях невозможно. В связи с этим появляются новые подходы к разработке стратегии. Одними из таких направлений можно считать – управление знаниями и бенчмаркинг.

Дальнейшее развитие теории стратегического планирования в настоящее время направлено в сторону концепций компаний, основанных на знаниях. Появившиеся новые концепции разработки стратегии фирм, базирующиеся на стратегических аспектах управления знаниями (ресурсный подход, концепция динамических способностей и т.д.) могут стать источниками существенных конкурентных преимуществ именно для компаний, деятельность которых посвящена сфере образовательных услуг.

В связи с экономическим кризисом (валютным кризисом 2014 года) многие компании, которые имели разработанные стратегии развития на определенный период времени, стали пересматривать основные положения стратегического развития. Одной из современных технологий разработки стратегии можно считать бенчмаркинг.

Особенно важным является изучение вопроса разработки стратегии для компаний, деятельность которых зависит от конъюнктуры рынка и от государственных стандартов. Для примера, рассмотрим компанию «Х» г. Иркутска, которая занимается обучением, повышением квалификации в области охраны труда и промышленной безопасности.

Был проведен анализ рынка образовательных услуг г. Иркутска в области охраны труда и промышленной безопасности. Были исследованы 26 компаний с аналогичной деятельностью, по различным параметрам: дата основания, размер уставного капитала, годовой оборот за 2015 год, наличие курсов по направлениям, иные курсы и услуги. По итогу исследования было выяснено, что 30 % исследуемых компаний занимаются специальной оценкой условий труда.

С 1 января 2014 года вместо аттестации рабочих мест по условиям труда нужно проводить специальная оценка условий труда, порядок для которой прописан в Законе от 28 декабря 2013 г. № 426-ФЗ «О специальной оценке условий труда».

Используя технологии бенчмаркинга и перенимая опыт других компаний, предлагаем использование в дальнейшем развитии компании нового вида деятельности, что в условиях кризиса для образовательной организации принесет максимально положительный эффект.

Таким образом, применение руководством собственного стиля и новаторства в составлении стратегии развития компании, позволит сформировать уникальный путь движения компании, для максимально эффективного достижения поставленных задач.

Список использованной литературы

1. Васина А.С. Сущность и подходы к разработке стратегии развития организации / Экономика, социология, философия, право : Направления модернизации современного инновационного общества : материалы междунар. науч.-практ. конф. от 26.12.2014 г. – С. 76–79.

2. Зубарев А.Е. Теоретико-методологические аспекты формирования стратегии развития организации / А.Е. Зубарев, А.Ю. Молчан, Н.И. Будлянская // Тихоокеанский государственный университет. – Хабаровск. – 2015. – № 2 (37). – С. 147–152.

3. Коваленков Б.Б. Выбор стратегии предпринимательской организации и способа ее осуществления / Б.Б. Коваленков, А.А. Савушкин // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2015. – № 3. – С. 331–341.

4. Старшинова Т.А. О классификации стратегий предприятий / Т.А. Старшинова, Н.М. Перепелица. – Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2016. – № 1. – С. 134–139.

5. Орлова С.А. Оценка стратегии развития организации на основе сбалансированной системы показателей / С.А. Орлова // Известия ЮЗГУ. Серия Экономика. Социология. Менеджмент. – 2012. – № 2. – С. 109–113.

6. Брыкин А.В., Шумаев В.А. Организация стратегического развития экономики на основе форсайта / А.В. Брыкин, В.А. Шумаев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2009. – № 2. – С. 42–48.