

<https://doi.org/10.5281/zenodo.6327329>

УДК 005.071

## Трысячный В.И.

*Трысячный Владимир Иванович*, доктор экономических наук, профессор, Санкт-Петербургский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации, Россия, 198206, Санкт-Петербург, ул. Летчика Пилютова, д. 1. E-mail: trsyachny.vi@yandex.ru.

## Семантическая сущность категории «стратегическое управление»

**Аннотация.** В статье рассмотрены особенности представления категории «стратегическое управление» в качестве одного из приоритетных направлений развития организации ведущими российскими и зарубежными учеными с позиции исследования ее объективной и субъективной составляющей, а также анализа семантической сущности и трансформации значения в условиях повышения уровня влияния негативных экзогенных воздействий на российскую экономику в современных условиях. В зависимости от устанавливаемых целей выделяют разнообразные формы менеджмента – перспективное (длительное, среднесрочное), текущее, оперативное и стратегическое. В свою очередь стратегический менеджмент и планирование используются, как правило, при создании новых методов и инструментов деятельности инновационно ориентированных предприятий, что особенно актуально в условиях развития рыночных процессов в современной российской экономике.

**Ключевые слова:** стратегическое управление, организация, семантическая сущность, методы, инструменты, структурирование, инновационная составляющая.

## Trsyachny V.I.

*Trsyachny Vladimir Ivanovich*, Doctor of Economics, Professor, St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation, Russia, 198206, St. Petersburg, st. Pilot Pilyutov, 1. E-mail: trsyachny.vi@yandex.ru.

## The semantic essence of the category "strategic management"

**Abstract.** The article considers the features of presenting the category "strategic management" as one of the priority areas of development of the organization by leading Russian and foreign scientists from the point of view of studying its objective and subjective component, as well as analyzing the semantic essence and transformation of significance in conditions of increasing the level of influence of negative exogenous influences on the Russian economy in modern conditions. Depending on the goals set, various forms of management are distinguished – promising (long-term, medium-term), current, operational and strategic. In turn, strategic management and planning are used, as a rule, in the creation of new methods and tools for the activities of innovative enterprises, which is especially relevant in the conditions of the development of market processes in the modern Russian economy.

**Key words:** strategic management, organization, semantic entity, methods, tools, structuring, innovation component.

Для проведения исследования семантической сущности рассматриваемой категории необходимо проследить истоки этого явления, берущего свое начало от развития понятия «управление». Раз-

личным аспектам последнего посвящено много работ ученых в ретроспективном и современном периодах развития экономической теории и, как правило, понимается

целенаправленное действие субъекта управления на его объект.

По мнению С.И. Ожегова: «Управлять – направлять деятельность, действия кого-либо, чего-либо» [5, с. 186]. В работах Герчиковой И.Н. указывается, что употребляемые в недавнем прошлом термины «управленческая деятельность», «руководитель», «директор» трансформированы в «менеджмент» и «менеджер» соответственно. Причем последние стремительно вошли в российскую экономическую лексику и словарный обиход. Однако понятие «управление» намного обширнее, так как используется в разных сферах человеческой деятельности и органах власти (государственные и общественные организации, а также хозяйствующие субъекты и их подразделения) [1, с. 29]. В свою очередь категория «менеджмент» употребляется только по отношению к управлению социально-экономическими процессами на уровне конкретной организации, функционирующей в рыночной среде. Такая характеристика обуславливает суть менеджмента как самостоятельного вида профессиональной деятельности, устремленной на достижение в процессе любой хозяйственной деятельности компании конкретных запланированных целей посредством рационального приложения материальных и трудовых ресурсов с реализацией функций и использованием методов экономического механизма указанного явления. К ключевым особенностям рассматриваемой категории следует отнести:

- направленность компании на спрос и потребности рыночного сегмента и запросы конкретных клиентов, а также организацию производства той номенклатуры товаров, которая будет востребована и ее реализация принесет организации высокую прибыль;

- устойчивое стремление к росту эффективности производственного процесса: с минимальными затратами достижение оптимальной результативности;

- хозяйственная независимость, позволяющая обрести свободу реализации управленческих решений тем, кто ответ-

ственен за итоговые результаты функционирования компании и ее подразделений;

- непрерывную корректировку стратегических задач и программ в увязке с ситуацией на рынке;

- эффективность функционирования организации или ее финансово автономных подразделений проявляется в процессе обмена;

- целесообразность применения современных информационных систем с использованием компьютерной техники для многовариантных расчетов при разработке управленческих решений [3, с. 27; 4, с. 55].

По результатам анализа рассмотренных характеристик исследуемого понятия можно констатировать, все три группы данной категории раскрывают отдельные ее аспекты, по-разному отождествляются с указанным явлением, но строятся на совместном базисе.

По мнению А. Ю. Юданова, современные компании, в зависимости от внедряемых стратегий, можно структурировать в четыре вида организаций (типа стратегий):

- силовая сосредоточена на массовом производстве продукции надлежащего качества с низкой стоимостью;

- нишевая дорогостоящую продукцию, с повышенными качественными характеристиками, компания направляет потребителям, которых не устраивают ординарные товары;

- соединяющая сформирована на индивидуализации удовлетворения потребностей, что увеличивает потребительскую составляющую продукции компании;

- эксплорентная соединена с образованием новых или с действенным переустroйством действующих рыночных сегментов и разрешает приобретение максимальной выгоды при успешной реализации, однако сопутствуют наибольшие риски [8, с. 105-107].

Широко известны другие классификации стратегий. Так, по мнению М. И. Круглова, в общей стратегии хозяйствую-

шего субъекта на первом этапе структурирования приводятся определенные стратегии, берущиеся из альтернатив и разрабатываемые с направлениями менеджмента данного уровня, и дифференцированные стратегии, уточняющие пути достижения конкретных целей [2, с. 34]. К первым относятся трудовая, организационная и предпринимательская стратегии. Последнюю подразделяют на:

- стратегии деятельности;
- удовлетворения потребностей;
- роста потенциала компании;
- научно-технического развития;
- маркетинговые;
- конкуренции на рынке;
- конкуренции и кооперации в создании нововведений.

При структурировании второго вида выделяют следующие дифференцированные стратегии:

- стратегии структуры;
- целеполагания и оценки результатов деятельности;
- организации управляющих воздействий;
- организации управления в компании.

Последний тип стратегии структурируется на два основных вида:

- стратегия мотивации труда;
- стратегия влияния научно-технического развития на потребность в трудовых ресурсах и их облик [137, с. 504-510].

К. П. Янковский и И.Ф. Мухарь утверждают, что стратегия современной компании является совокупностью нескольких составляющих (предпринимательской, производственной, технико-технической, маркетинговой, инвестиционно-инновационной). Последнюю целесообразно подвергать рассмотрению в качестве базовой для всех целей, достигаемых организациями-производителями [9, с. 36-37]. Вместе с тем сопоставление стратегии нововведений, как и остальных типов стратегий, с содержанием общей стратегии предприятия, выступает непре-

ложным фактором реализации последних. Также отмечается, что по уровню вовлеченности стратегического функционирования в настоящие экономико-финансовые процессы выделяют два типа стратегий:

- портфельные (инвестирование в акции и другие ценные бумаги);
- деловые (настоящие).

Последние подразделяют на продуктовые (определенная продукция) и функциональные (по результатам осуществления конкретных функций хозяйственной деятельности компании). Они используются для надлежащего распределения ограниченных ресурсов подсистем фирмы. Продуктовые, в свою очередь, имеют отношение к отдельным товарам и услугам. Это структурирование подходит и к инновационной стратегии, как и структурирование на такие стратегии как:

- рисковые (агрессивные, наступательные);
- безопасные (оборонительные).

По названным группам стратегий выделяют их разновидности по отдельным подходам. Так можно структурировать: получение преимуществ по издержкам; ориентация на определенный рыночный сегмент; нацеленность на развивающиеся рынки и пр.

В настоящем исследовании основной акцент будет сделан на деловую инновационную стратегию для развития предприятий химической отрасли. При этом ее цель заключается в достижении долгосрочных конкурентных преимуществ, способных повысить предприятию рентабельность за счет организации производств реальной продукции.

Как отмечает ряд авторов, объем производства товаров инновационно активных предприятий на один рубль затрат в среднем больше в 8 раз, чем при использовании обычных технологий. Нововведения предоставляют возможность (инновационный мультипликатор-акселератор) создавать повышенную инвестиционную прибыль при осуществлении инновационных проектов. Это формирует фи-

нансовую, технико-технологическую и поведенческую основу развития конкурентоспособности промышленного комплекса.

В процессе формирования стратегии следует первоначально провести анализ, который охватывает следующие мероприятия:

- заблаговременное формулирование целей функционирования в кратко- и долгосрочном периоде;
- определение прогнозных значений динамики целевых индикаторов в согласовании с поставленными целями компании;
- нахождение разницы между значениями целей и прогноза;
- разработка комплекса мероприятий по ликвидации этой разницы и нахождение требуемых для этого ресурсов;
- корректировка целей и стратегии хозяйствующего субъекта в направлении формирования необходимых ресурсов.

Представленный анализ формирует основу для формирования стратегий по ликвидации разрыва между необходимым и прогнозируемым состоянием объекта воздействия.

Для создания действенной деловой стратегии необходимо проведение следующих действий:

- формирование стратегического назначения организации (установление организационной миссии компании);
- нахождение целей функционирования (сосредоточение привидения и разработку целей фирмы);

– выражение и осуществление стратегии для достижения желаемых конечных состояний.

Характер стратегии качественно предопределяет состав и содержание составляющих стратегического менеджмента, включая обеспечение устойчивого развития и экономической безопасности организации [6, с. 115; 7, с. 102].

Подводя итог, необходимо отметить, что анализ известных трактовок и взглядов на проблему стратегического менеджмента фирмы и ее содержания позволил сформулировать ряд точек зрения: первая группа авторов утверждает, что для стратегического менеджмента одним из ключевых элементов обеспечения стратегии выступает организационная структура; представители второй в качестве основы формирования процесса стратегического управления указывают перечень научно-технологических и инновационных преимуществ, который обновляется в течение определенного периода; третьи исследователи ссылаются на то, что стратегическое управление создается на основе информации по внутреннему контролю инновационного функционирования; четвертая группа указывает, что стратегический управленческий учет есть помогающая информационная учетная подсистема для менеджмента хозяйствующего субъекта; представители последнего подхода отождествляют стратегическое управление и стратегический управленческий учет.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Герчикова И. Н. Менеджмент. 4-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 511с.
2. Круглов М. И. Стратегическое управление компанией. Учебник для ВУЗов. М.: Русская Деловая Литература, 1998. 768 с.
3. Молодых В. А. Инструменты контроллинга в системе управления промышленных предприятий / В. А. Молодых, В. В. Кузьменко, И. П. Кузьменко // Вестник Института дружбы народов Кавказа (Теория экономики и управления народным хозяйством). Экономические науки. 2012. № 2 (22). С. 25-31.
4. Молодых В. А. Проблемы оптимизации экономико-информационной среды мезоуровневых систем / В. А. Молодых, Л. М. Навойчик // В мире научных открытий. 2013. № 4-1 (40). С. 54-70.

5. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. 4-е изд., дополнительное. М.: Азбуковник, 1997. 944 с.
6. Трысячный В. И. Концептуальное обоснование развития предприятий химического комплекса региона Кузьменко В. В., Трысячный В. И. // Terra Economicus. 2013. Т. 11. № 1-3. С. 114-116.
7. Трысячный В. И. Политика импортозамещения как фактор укрепления экономической безопасности промышленности / В. И. Трысячный, А. Б. Мельников, В. В. Руденко // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2017. Т. 10. № 1. С. 99-109.
8. Юданов А. Ю. Конкуренция. Теория и практика. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Тандем, 2000. 303 с.
9. Янковский К. П., Мухарь И. Ф. Организация инвестиционной и инновационной деятельности. СПб : Питер, 2001. 448 с.

#### REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Gerchikova I. N. Menedzhment. 4-e izd., pererab. i dop. M.: JuNITI-DANA, 2005. 511s.
2. Kruglov M. I. Strategicheskoe upravlenie kompaniej. Uchebnik dlja VU-Zov. M.: Russkaja Delovaja Literatura, 1998. 768 s.
3. Molodyh V. A. Instrumenty kontrollinga v sisteme upravlenija promyshlennyh predpriyatij / V. A. Molodyh, V. V. Kuz'menko, I. P. Kuz'menko // Vestnik Instituta družby narodov Kavkaza (Teorija jekonomiki i upravlenija narodnym hozjajstvom). Jekonomicheskie nauki. 2012. № 2 (22). S. 25-31.
4. Molodyh V. A. Problemy optimizacii jekonomiko-informacionnoj sredy mezurovnevnyh sistem / V. A. Molodyh, L. M. Navojchik // V mire nauchnyh otkrytij. 2013. № 4-1 (40). S. 54-70.
5. Ozhegov S. I., Shvedova N. Ju. Tolkovyj slovar' russkogo jazyka: 80000 slov i frazeologicheskij vyrazhenij / Rossijskaja akademija nauk. Institut russkogo jazyka im. V.V. Vinogradova. 4-e izd., dopolnitel'noe. M.: Azbukovnik, 1997. 944 s.
6. Trysjachnyj V. I. Konceptual'noe obosnovanie razvitija predpriyatij himicheskogo kompleksa regiona Kuz'menko V. V., Trysjachnyj V. I. // Terra Economicus. 2013. Т. 11. № 1-3. S. 114-116.
7. Trysjachnyj V. I. Politika importozameshenija kak faktor ukreplenija jekonomicheskoj bez-opasnosti promyshlennosti / V. I. Trysjachnyj, A. B. Mel'nikov, V. V. Rudenko // Nauchno-tehnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politehnicheskogo universiteta. Jekonomicheskie nauki. 2017. Т. 10. № 1. S. 99-109.
8. Judanov A. Ju. Konkurencija. Teorija i praktika. 3-e izd., pererab. i dop. M.: Tandem, 2000. 303 s.
9. Jankovskij K. P., Muhar' I. F. Organizacija investicionnoj i innovacionnoj dejatel'no-sti. SPb : Piter, 2001. 448 s.

Поступила в редакцию 11.02.2022.

Принята к публикации 18.02.2022.

---

#### *Для цитирования:*

Трысячный В.И. Семантическая сущность категории «стратегическое управление» // Гуманитарный научный вестник. 2022. №2. С. 148-152. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/2022/02/TrysyachnyV.pdf>