

Урматова Б. У.

«Эл аралык бизнес» кафедрасын окуутучусу
Кыргыз Республикасынын эл аралык университети

Исмаилахунов И. К.

"Менеджмент» багытынын 2-курсунун магистранты
Кыргыз Республикасынын эл аралык университети

Нурматова А. К.

«Экономика» багытынын 2-курсунун магистранты
Кыргыз Республикасынын эл аралык университети

Урматова Б. У.

Преподаватель кафедры «Международный бизнес»
Международный университет Кыргызской Республики

Исмаилахунов И. К.

магистрант 2 курса направления «Менеджмент»
Международный университет Кыргызской Республики

Нурматова А. К.

магистрант 2 курса направления «Экономика»
Международный университет Кыргызской Республики

Urmatova B. U.

Teacher of the department "International Business"
International University of Kyrgyz Republic

Bema9706@yandex.com

+996-700-039-900

Ismailakhunov I. K.

2 td year master's student «Management»
International University of Kyrgyz Republic

Nurmatova A.K.

2 td year master's student «Economy»
International University of Kyrgyz Republic

КОМПАНИЯНЫН РЕНТАБЕЛДҮҮЛҮГҮН КАМСЫЗДООДО СТРАТЕГИЯЛЫК БАШКАРУУНУН РОЛУ

РОЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ПРИБЫЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

THE ROLE OF STRATEGIC MANAGEMENT IN ENSURING COMPANY PROFITABILITY

***Аннотациясы:** Бул макалада заманбап компаниянын стратегиялык пландаштыруу жана башкаруунун маанилүүлүгү талкууланат, анткени бул уюмдун өнүгүүсүнүн жалпы багытын жана максаттарын аныктайт. Башкаруу илими тармагында стратегияны аныктоодо бирдиктүү мамиле жок, бул стратегияны түзүү жана ишке ашыруу процессин татаалдаштырат. Заманбап бизнес шарттарында компаниянын ичинде жана анын айланасында болгон ар кандай аспектилерди жана татаал мамилелерди эске алуу маанилүү; терең жана ар тараптуу талдоо ийгиликтүү ишке ашырыла турган жана өзгөрүп жаткан шарттарга ылайыкташа турган стратегияны иштеп чыгууга жардам берет.*

Негизги сөздөр: стратегиялык менеджмент, пайда, келечеги, ролу, заманбап технологиялары, атаандаштыкка жөндөмдүүлүк, терминдер, концепция.

Аннотация: В данной статье речь идет о важности стратегического планирования и управления современной компанией, поскольку это определяет общее направление развития и цели организации. В области науки управления не существует единого подхода к определению стратегии, что может усложнять процесс формулирования и осуществления стратегии. В условиях современного бизнеса важно уметь учитывать различные аспекты и сложные взаимосвязи, которые существуют внутри и вокруг компании, глубокий и комплексный анализ поможет разработать стратегию, которая будет успешно реализована и приспособлена к изменяющимся условиям.

Ключевые слова: стратегическое управление, прибыль, перспективы, роль, современных технологии, конкурентоспособность, термины, понятие.

Abstract: This article discusses the importance of strategic planning and management of a modern company, since this determines the overall direction of development and goals of the organization. In the field of management science, there is no uniform approach to defining strategy, which can complicate the process of formulating and implementing strategy. In modern business conditions, it is important to be able to consider the various aspects and complex relationships that exist within and around the company; a deep and comprehensive analysis will help develop a strategy that will be successfully implemented and adapted to changing conditions.

Keywords: strategic management, profit, prospects, role, modern technologies, competitiveness, terms, concept.

Актуальность исследования темы. В современных условиях грамотный подход к вопросу осуществления стратегии в пределах каждой отдельной компании представляется ключевым фактором ее выживания в динамично развивающейся обстановке. Несмотря на высокие темпы происходящих изменений, стратегическое управление остается основополагающим элементом стабильности.

Цель исследования. Рассмотреть подходы выдающихся ученых к определению «стратегия» и проанализировать стратегические управленческие решения ведущих компаний мира.

Анализ и методы, результаты их обсуждения. В настоящее время успех компании тесно связан с ее способностью быстро адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и превосходить конкурентов в качестве, скорости предоставления услуг, ассортименте и ценообразовании. Исследователи утверждают, что оперативный сбор информации о деятельности компании позволяет руководству своевременно принимать необходимые решения. Однако оперативные действия компании должны быть четко согласованы и направлены на достижение определенных долгосрочных целей, в противном случае возникает риск регрессивного развития. В этой связи компания должна уметь четко определить свою стратегию и мобилизовать все ресурсы для достижения стратегических целей [1].

Момент формулировки стратегии является критически важным для компании, поскольку это определяет общее направление развития и цели организации. Однако, действительно, существует некоторое недопонимание относительно терминов "стратегическое управление" и "стратегический план", и это может приводить к путанице в понимании стратегического управления. Также стоит отметить, что в области науки управления не существует единого подхода к определению стратегии, что может усложнять процесс формулирования и осуществления стратегии.

Понятие стратегии подверглось длительной эволюции, и отсутствие единства в понимании этого понятия может считаться парадоксом в современной науке управления. Это в свою очередь привело к популярности устаревших трактовок стратегии, и использо-

ванию переживших свое значение определений в современной практике. Важно различать между стратегическим планированием и стратегическим управлением, поскольку эти понятия имеют различное содержание и подходы. Современная практика управления показывает, что разграничение и понимание различий между этими понятиями важно для успешного стратегического развития компании

История развития понятия стратегии связана с работами выдающихся ученых и практиков управления, таких как А. Чендлер, П. Друкер, Т. Левитта, И. Ансофф и других. Их труды, опубликованные в 1960-е годы, сыграли важную роль в систематизации и уточнении понятий и принципов стратегического менеджмента. Это важный этап в развитии понимания стратегии, который оказал значительное влияние на современную теорию и практику управления.

Таблица 1. Определения термина «Стратегия»

Автор	Интерпретация концепции стратегии	Сущность термина "стратегия"
И. Ансофф	Стратегия – это набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности	Это определение стратегии уделяет внимание её роли в обеспечении роста и устойчивости организации в условиях изменчивости и нестабильности. Стратегия определяет путь развития, который помогает организации сохранить баланс и общее направление роста в сложных условиях.
М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури	Стратегия – это детальный, всесторонний, комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии организации и достижение ее целей	Это определение стратегии уделяет внимание детальному планированию всех необходимых действий для достижения целей и выполнения поставленных задач. Однако следует учитывать, что стратегия, основанная на предположении о статичности внутренней и внешней среды организации, может оказаться недостаточно гибкой для эффективного управления в условиях быстро меняющегося бизнес-окружения.
А. Томпсон, А. Стрикленд	Стратегия – это управленческий план, направленный на укрепление позиций организации, удовлетворение потребностей ее клиентов и достижение определенных результатов деятельности	Представленное определение стратегии подчеркивает ее цель ориентированность на укрепление конкурентных позиций, удовлетворение потребностей клиентов и достижение конкретных результатов. Оно также выделяет несколько ключевых вопросов, которые стратегия компании должна решать, таких как расширение бизнеса, превосходение конкурентов

		тов, удовлетворение потребностей потребителей, реагирование на изменения рыночных условий, управление функциональными подразделениями и достижение целей.
Ф. Котлер	Речь идет преимущественно о стратегии маркетинга. Это рациональное логическое построение, руководствуясь которым организация рассчитывает решить свои маркетинговые задачи	комплексное понимание стратегии включает в себя конкретные стратегические понятия, которые отражают основные направления и задачи организации

Таблица 1 демонстрирует разнообразие подходов к стратегическому планированию, понимание его сути и функций. Со временем термин "стратегия" стал широко используемым и интерпретируемым, что, по нашему мнению, затрудняет унификацию его значения и ограничивает эффективность его применения на практике. В результате существуют два различных толкования понятия "стратегия" в теории и практике управления [2].

В первом случае стратегия – это устоявшийся, четко определенный на долгосрочную перспективу план достижения определенной цели, а процесс формирования стратегии – это процесс определения цели и разработки плана. Этот подход основан на предположении, что все предстоящие изменения предсказуемы, происходящие в окружающей среде процессы являются детерминированными и поддаются полному контролю и управлению.

Стратегия предприятия включает в себя долгосрочное направление развития, определенную сферу деятельности, внутрипроизводственные отношения и позицию предприятия в окружающей среде. Важно правильно определить стратегические цели и выбрать механизмы и инструменты для их достижения. Однако, как уже было упомянуто, ключевой аспект успешной стратегии – это ее реализация. Необходимо организовать систему мониторинга и оценки выполнения стратегии, а также определить ответственность за ее реализацию на различных уровнях управления.

Критическое осмысление понятия стратегии как ключевого инструмента развития компании также помогает увидеть важность регулярного пересмотра стратегических планов и их адаптации к изменяющейся среде. Стратегическое управление должно быть способно реагировать на динамические изменения, а также на новые возможности и вызовы, возникающие на рынке.

С учетом этого, подход к стратегическому управлению, который автор описал, не только избегает упрощенного сокращения стратегии до плана действий, но также подчеркивает необходимость гибкости и адаптивности в процессе стратегического планирования.

Для достижения успеха в современной динамичной среде компании должны обладать способностью определять свои преимущества и стратегически ориентировать свои усилия для достижения результатов в условиях постоянных перемен. Это требует постоянной оценки окружающей среды, конкурентов, а также внутренних возможностей и ограничений компании [3].

Стратегическое планирование способствует фирме принимать эффективные управленческие решения для достижения таких целей как определение источников привлечения инвестиций, внедрение инновационных технологий, увеличение объема проданной продукции, улучшения сроков поставок, оптимизация затрат на производство, планирование роста прибыли и т.д. Все перечисленные управленческие решения имеют большую значи-

мость в развитии компании. Передовые мировые корпорации благодаря стратегическому подходу управления выходят на новый уровень, рассмотрим мировой рейтинг компаний по выручке за 2018-2022 гг.

Таблица 2. – Мировой рейтинг компаний по выручке за 2018-2022 гг.

№	Название компании	страна	2018	2019	2022
1	Walmart	США	1	1	1
2	Sinopec Group	Китай	3	2	5
3	Volkswagen	Германия	7	9	8
4	Exxon Mobil	США	9	8	12
5	Toyota Motor	Япония	6	10	13

Как видно по таблице 2, за весь рассматриваемый период американская компания Walmart находится на 1 месте, данная компания является крупнейшей сетью в мире оптовой и розничной торговли. Ведет свою деятельность в таких странах как США, Мексика, Канада, Великобритания, Китай и Япония. Конкурентам Walmart на рынке США являются Home Depot, Kroger, Sears Holdings Corporation, Costco и Target. Walmart при формировании стратегии фирмы уделяют особое внимание внедрению инновационных технологий, связанных с использованием в торговле RFID-меток [4].

Китай нефтехимическая корпорация Sinopec Group за 4 года опустился на 2 позиции, Данная корпорация создана в июле 1998 года. Контрольный пакет акций Sinopec Group принадлежит государству. На 2022 год выручка компании составляет 401,31 млрд долл. Стратегическим развитием компании занимается государство, которое несет ответственность за поддержание и повышение стоимости государственных активов [5].

Немецкая автомобильная марка Volkswagen, принадлежащая концерну Volkswagen AG, за рассматриваемый период входит в топ 10 прибыльных компаний мира, опережая за 2022 год Toyota Motor на 5 позиций. В 2016 году после "дизельгейт" скандала и снижения цен на 36 % автомобилей, компания была вынуждена разработать новую стратегию, в котором компания Volkswagen предусматривает активное развитие производства электрокаров, которое способствовало бы выставлению рыночных позиций концерна, ухудшившиеся в результате "дизельгейта". Компания планирует до 2025 года преобразовать бренд в три этапа, также стать ведущим игроком на рынке электромобилей к 2030 году [6].

Японская автомобилестроительная корпорация Toyota Motor за 2018-2022 гг. с 6 места опустился до 13, опередив корейскую компанию Samsung Electronics на 5 позиций. История данного бренда берет начало в начале 18 века изобретением автоматизированного ткацкого станка. С тех пор прошло около ста лет, сегодня компания Toyota Motor активно ведет свою деятельность на мировом рынке. При разработке стратегий компания делает большой акцент на инновациях и на применении новых стандартов. Приглашаются технические специалисты со всего мира, вводятся как новые внутренние стандарты, так внутренние системы контроля, которые в свою очередь оказывают положительное влияние на рабочие процессы [7].

Exxon Mobil это американская компания по добыче нефти. За последние годы опустилась на 3 позиции вниз, однако находится в первой двадцатке за 2022 год. За последние 5 лет, компания инвестировала 5 млрд. долл. в развитие новейших технологий. Компании принадлежат на сегодняшний день 38 нефтеперерабатывающих заводов в 21 стране мира, а также сеть автозаправочных станций более чем в 100 странах. Специалисты компании разработали долгосрочную стратегию, основанной на «Прогнозе развития энергетики до 2030 года», целью данной стратегии является увеличение мирового спроса на энергоре-

сурсь на 60%. Основываясь на данном прогнозе, компания Exxon Mobil планирует инвестировать 150 млрд. долл. на оснащение буровых платформ и нефтеперерабатывающих заводов, также вложить 20 млрд. долл. на проекты по разведке и добыче нефти и природного газа. Стратегическая политика компании привело к высоким производственным показателям [8].

Следовательно, серьёзный подход к стратегическому планированию, который требует внимания и глубокого понимания сути и значимости стратегии в современной динамичной среде, способствует более гибкому и эффективному управлению компанией, что в свою очередь повышает ее конкурентоспособность и способность к устойчивому развитию.

Критически важно для компаний принимать во внимание не только внутренние изменения, но и внешние факторы, такие как рыночная конкуренция, технологические инновации, изменения в потребительском спросе и законодательстве. Прогрессивное развитие системы в такой среде может включать в себя создание механизмов быстрой адаптации к новым требованиям, инвестирование в исследования и разработки для разработки новых продуктов и услуг, а также постоянное развитие сотрудников и улучшение бизнес-процессов. С учетом нейтрального развития, компании могут рассматривать минимальные изменения, необходимые для поддержания текущего состояния и соответствия внешним требованиям. Однако, такой подход может оказаться недостаточным для долгосрочной успешной деятельности в быстро меняющейся среде.

В случае регрессивного развития, фирмам стоит быть особенно бдительными и предпринимать шаги для предотвращения ухудшения эффективности и конкурентоспособности. Это может включать в себя пересмотр текущих стратегий, модернизацию процессов и поиск новых возможностей для развития. В целом, понимание типов развития системы позволяет фирмам принимать эффективные стратегические решения, обеспечивая устойчивый рост и успешное развитие в меняющейся среде.

Заключение (новизна). В современных условиях создание стратегии развития и выбор комплексного механизма для ее реализации становятся все более актуальными задачами для организаций. Это связано с быстрыми изменениями во внешней среде и внутренних возможностях предприятия, а также с необходимостью эффективного реагирования на новые вызовы и постоянную адаптацию к изменяющимся условиям. Успешная стратегия развития должна быть основана на четко сформулированных целях и ориентироваться на достижение конкурентных преимуществ и устойчивого развития организации в долгосрочной перспективе. При этом выбор комплексного механизма для реализации стратегии должен быть адаптирован к конкретным условиям и потребностям организации. Важно отметить, что выработка стратегии развития и выбор механизма ее реализации должны быть основаны на анализе внешней и внутренней среды, а также учете сильных и слабых сторон организации, возможностей и угроз. Только такой научно обоснованный подход позволит организации принимать обоснованные стратегические решения и оказывать влияние на факторы управления в интересах достижения поставленных целей. В целом, в условиях современного бизнеса важно уметь учитывать различные аспекты и сложные взаимосвязи, которые существуют внутри и вокруг компании. Только такой глубокий и комплексный анализ поможет разработать стратегию, которая будет успешно реализована и приспособлена к изменяющимся условиям.

Список использованной литературы:

1. Лоцилна И.В. BSC и Business Studio [Электронный ресурс]: Электронный журнал ВУТЕ Россия. URL: <http://www.bytemag.ru/articles/detail.php?ID=6893> (дата обращения 15.04.2012).
2. Виханский О.С. Стратегическое управление. М.: Гардарики, 2006. 296 с.
3. Лафта Дж.К. Менеджмент: Учеб. пособие. М.: ТК Велби, 2005. 596 с.

4. Стратегия каналов компании Wal-Mart. [Электронный ресурс]:
Электронный журнал Syud me.org. URL: (дата обращения 18.11.2023)
https://studme.org/48471/marketing/strategiya_kanalov_kompanii_wal-mart
5. О Sinopec Group. [Электронный ресурс]: Официальный сайт Sinopec.
URL:
<http://www.sinopecgroup.com/group/ru/companyprofile/AboutSinopecGroup>
(дата обращения: 16.11.2023)
6. Volkswagen представил новую стратегию развития. [Электронный ресурс]: Авто- стат аналитическое агентство. URL:
<https://www.autostat.ru/news/47631/> (дата обращения: 20.11.2023)
7. TOYOTA НОВЫЕ АСПЕКТЫ. Корпоративные стандарты. Система контроля. [Электронный ресурс]: LiCO тренинговая и консалтинговая компания. URL:
https://lico.ru/o_kompanii/stati/rabota_s_klientom/korporativnye_standarty_ch_2/ (дата обращения: 19.11.2023)

Криворотько И.А. Анализ мировых торговых стратегий ведущих нефтяных компаний и перспективы их развития. [Электронный ресурс]: Экономические науки. URL:
<file:///C:/Users/user/Downloads/analiz-mirovyh-torgovyh-strategiy-veduschih-neftyanyh-kompaniy-i-perspektivy-ih-razvitiya.pdf> (дата обращения: 20.11.2023)