

УДК 316.26

DOI: 10.18101/2304-4446-2018-4-79-82

СРЕДОВОЙ ПОДХОД В ТЕОРИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

© Огородникова Екатерина Сергеевна

кандидат экономических наук, доцент,

Уральский государственный экономический университет

Россия, 620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 62

E-mail: cmb_8@mail.ru

Трансформация взглядов ученых на учет параметров внешней среды в концепциях стратегического управления позволяет обозначить актуальность настоящего исследования. Несмотря на наблюдаемость и значимость процессов средового управления, до настоящего момента не произведены теоретические и методологические обобщения использования данного подхода в обосновании стратегической позиции компаний. Целью статьи является выделение элементов средового управления в теориях стратегического менеджмента — стратегического моделирования, отраслевых рынков, стратегического позиционирования, ресурсной теории, теории ключевых компетенций, теории динамических способностей и стратегических сетей.

Результатом проведенного исследования является вывод о необходимости определения формирования специфических сред, обуславливающих пути стратегического развития компаний. В качестве направлений формирования таких сред автором обозначены возможности инфраструктурного управления, целенаправленного формирования спроса и прямого регулирования.

Ключевые слова: средовое управление; теория стратегического моделирования; теория отраслевых рынков; теория стратегического позиционирования; ресурсная теория; теория ключевых компетенций; теория динамических способностей; теория стратегических сетей.

Рассматривая эволюцию концепций стратегического управления, можно проследить смену базовых факторов, используемых компаниями для формирования стратегической позиции. В работах по стратегическому управлению начиная с 1940-х годов стратегия рассматривалась как использование конкурентного преимущества, достижение которого должно было обеспечить спрос либо за счет низкой цены, либо за счет особых качественных характеристик продукта. Наличие преимуществ такого рода нельзя было назвать стратегической позицией, поскольку они не отличались устойчивостью, так как другие участники рынка заимствовали передовые приемы работы. Множественность стратегий участников предопределялась параметрами возможного сочетания производственных, технологических, маркетинговых, организационных и прочих факторов, давая компаниям краткосрочное лидерство в рамках локального функционирования.

Термин «стратегическая позиция» появился на следующем этапе эволюции стратегического управления в работах К. Акоффа, К. Эндрюса, Г. Минцберга, М. Портера [7]. Его содержание отражает способность сформировать устойчивое положение компании в отношении основных факторов деятельности в рамках отраслевого рынка, что предопределяет долгосрочную перспективу функционирования. Закладывая в бизнес-модель правильные элементы стратегического по-

зиционирования, компания в долгосрочной перспективе меняет структуру отрасли, вытесняя других участников.

Таблица 1
Элементы средового подхода в концепциях стратегического управления

Период	Концепции стратегического управления	Элементы средового управления
До 1960-х гг.	Теория стратегического моделирования	Стратегия как план использования возможностей внешней среды и минимизации внешних угроз
Конец 1970-х гг.	Теория отраслевых рынков	Ключевым фактором внешней среды признается спрос на продукт
1970-е гг.	Теория стратегического позиционирования	Стратегическая позиция как возможность влияния «внешних» сил
1980-е гг.	Ресурсные теории	Ограничение или предоставление доступа к ресурсам
1990-е гг.	Теория ключевых компетенций	Сужение воздействия внешних сил за счет сокращения функций, выполняемых компанией. Передача рисков путем аутсорсинга
1990-е гг.	Теория динамических способностей	Изменение динамики спроса в рамках глобальной экономики приводит к глобальному перемещению ресурсов
2000-е гг.	Теория стратегических сетей	Расширение объектной составляющей средового управления

Процессы информатизации и глобализации позволили расширить использование данной концепции, последовательно включая и расширяя ресурсную, компетентностную и организационную составляющую в инструментарий отстаивания конкурентной позиции. В рамках ресурсной теории источником стратегической позиции является наличие у компании редких и ограниченных ресурсов, соответственно, использование инструментов средового управления сосредоточено на получении или ограничении доступа к данным ресурсам. Средовой подход часто реализуем в рамках концепции стратегических барьеров доступа на рынки, когда возможности доступа к сырьевым источникам либо возможности благоприятного месторасположения объекта сервиса позволяют регулировать структуру и количество стратегических групп.

В рамках ресурсного подхода используется достаточно широкий перечень инструментов стратегического анализа, направленных на определение взаимосвязей ресурсов и стратегической позиции, например матрицы «качество — ресурсоемкость», «производительность — инновации» и другие, позволяющие создавать труднокопируемые уникальные комплексы ресурсов и организационных компетенций. Так, в работе *C. K. Prahalad and G. Hamel* отражена необходимость выделения ключевых компетенций, отражающих те виды деятельности, на кото-

рых специализируется компания в отличие от передаваемых партнерам на аутсорсинг [1]. Компетенции напрямую связаны с ресурсами, но при этом более четко отражают возможность отстаивать стратегическую позицию компании, поскольку становятся менее зависимыми от средовых рычагов воздействия. В то же время особенности компаний партнеров могут стать инструментами средового управления, формируя, в частности, определенный уровень издержек и, соответственно, цены.

Компетентностный подход меняет способ формирования конкурентной позиции, выводя на первый план интеллектуальные ресурсы организации. В работе Л. В. Сааковой сформулирован когнитивный принцип формирования конкурентной позиции в противовес традиционному характерному для индустриальных систем развития [8].

Развитие данного инструментария прослеживается и в сетевой теории стратегического управления, поскольку формирование сети долгосрочных взаимоотношений с партнерами приводит к расширению воздействия среды. Создание партнерской сети создания ценности включает многочисленные элементы внешней среды компании, что определяет возможности средового управления путем получения адаптивной реакции участников рынка. Воздействие сред неизбежно приводит к росту рисков, обусловленных возможностью сужения рынков, инфраструктурной неполноценности и негативным прямым административным воздействием, причем данные риски формируются для всех участников сети. В начале XXI в. Д. Тис сформулировал теорию динамических способностей как комплекс возможных реакций на риски, порождаемые изменением условий внешней среды [2]. Ее сущность предполагает адаптивную модификацию конфигурации деятельности в соответствии с изменяющимися условиями. Средовое воздействие в данном случае предполагает изменение динамики спроса в условиях глобализации, пользуясь адаптивной реакцией компаний на данный фактор, субъекты средового управления осуществляют глобальное перемещение ресурсов, определяя темпы социально-экономического развития отдельных территорий. В работе Д. Тиса выделены следующие группы динамических способностей: во-первых, идентифицировать параметры внешней среды, во-вторых, воспользоваться возможностями внешней среды и, в-третьих, осуществлять соответствующие адаптивные реакции. Представленный механизм позволяет говорить о возможностях средового управления, поскольку, понимая адаптивную реакцию, можно предложить и соответствующий стимул.

Теория стратегических сетей существенно расширяет поле средового управления, включая в качестве объекта воздействия стратегические сети [3] — специфические образования, состоящие из комплекса взаимосвязанных организаций [4].

Приведенные выше теории в целом отражают нарастание внимания к вопросам средового управления в рамках обоснования стратегической позиции компании, однако налицо отсутствие теоретического обобщения вопросов, связанных с целенаправленным воздействием среды на поведение компаний и стратегических групп. В то время наблюдается активность по формированию специфических сред, обуславливающих пути стратегического развития целых отраслей. Изучение данных процессов в настоящее время производится в контексте современных теорий корпоративной социальной ответственности и стейкхолдер-менеджмента,

однако за рамками единой методологии анализа сред остаются возможности инфраструктурного управления, целенаправленного формирования спроса и прямого регулирования.

Литература

1. Prahalad C. K. and Hamel G. The core competence of the corporation // Harvard Business Review. 1990. Vol. 68, no. 3. P. 79–91.
2. Teece David J. Explicating Dynamic Capabilities: The Nature and Microfoundations of (Sustainable) Enterprise Performance // Strategic Management Journal (John Wiley & Sons). 2007. August. № 28(13). P. 1319–1350.
3. Tikkanen J., Halinen A. Network Approach to Strategic Management — Exploration to the Emerging Perspective // 19th Annual IMP Conference. Lugano, 2003. P. 1–22.
4. Venkatraman N., Subramaniam M. Theorizing the Future of Strategy : Questions for Shaping Strategy Research in the Knowledge Economy // Handbook of Strategy and Management / eds. A. Pettigrew, H. Thomas, R. Whittington, Sage Publications: L., 2002. P. 461–474.
5. Коковихин А. Ю., Огородникова Е. С., Плахин А. Е. Параметры удовлетворенности предпринимателей как элемент оценки инвестиционного климата в муниципальных образованиях // Муниципальная академия. 2017. № 4. С. 132–138.
6. Оценка конкурентной среды на региональных рынках / А. Ю. Коковихин [и др.] // Экономика региона. 2018. Т. 14, № 1. С. 79–94.
7. Портер М. Международная конкуренция. М.: Международные отношения, 1993. 896 с.
8. Саакова Л. В. Устойчивое и эффективное развитие корпоративных структур в экономике знаний: формирование интеллектуального капитала. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. 226.

ENVIRONMENTAL APPROACH IN THE THEORY OF STRATEGIC MANAGEMENT

Ekaterina S. Ogorodnikova

Cand. Sci. (Econ.), A/Prof.,

Ural State University of Economics

62 8 Marta St., Ekaterinburg 620144, Russia

E-mail: cmb_8@mail.ru

The relevance of this study is determined by the transformation of the scientists' views on consideration of environmental parameters in the conceptions of strategic management. Despite the observability and significance of environmental management processes, there are no theoretical and methodological generalizations of using this approach in substantiation of the strategic position of companies to date. The article is aimed at distinguishing the elements of environmental management in theories of strategic management — strategic modeling, industrial markets, strategic positioning, the resource theory, the theory of key competencies, the theory of dynamic abilities and strategic networks. As a result, we have concluded that there is a need to determine the formation of specific environments that condition the strategic development of companies. The possibilities of infrastructure management, targeted formation of demand and direct regulation are identified as the directions for development of such environments.

Keywords: environmental management; theory of strategic modeling, theory of industrial markets; theory of strategic positioning; resource theory; theory of key competencies; theory of dynamic abilities; theory of strategic networks.