

## СТРАТЕГИЯ НЕПРЯМЫХ ДЕЙСТВИЙ КАК СОВРЕМЕННАЯ ФИЛОСОФИЯ МЕНЕДЖМЕНТА

Наукові праці МАУП, 2001, вип. I, с. 81–82

С конца 60-х годов в теории и практике управления начали широко использоваться термины “стратегическое управление” и “стратегия управления”. Их применение было обусловлено необходимостью идентификации отличительных особенностей управления на высшем, институциональном уровне. А это, в свою очередь, предопределялось значительными изменениями в предпринимательской среде под воздействием развития явлений “постиндустриальной эпохи”.

Большое количество опубликованных работ было посвящено различным проблемам стратегического управления и подходам к их освещению.

Объем статьи не позволяет проанализировать все или хотя бы большинство точек зрения на сущность и особенности стратегического управления, поэтому мы рассмотрим лишь некоторые, наиболее интересные, но не нашедшие отражения в публикациях аспекты стратегического управления.

Обобщая разнообразие точки зрения, можно, на наш взгляд, выделить следующие направления интерпретации сущности и особенностей стратегического управления, которые интегрируют два наиболее широко распространенных подхода.

Авторы первого направления подходят к этой проблеме методически более или менее традиционно. Его представители в различных вариациях приводят дефиниции стратегического управления. Они, как правило, не ограничиваются одной дефиницией, а зачастую обосновывают и доказывают равноправное существование нескольких, стараясь вывести унифицированную дефиницию и в значительной мере формализуя ее. Такой подход представляется вполне правомерным, поскольку можно согласиться с адептами данного направления в том, что невозможно создать хотя бы две тождественные системы стратегического управления. Отметим, что теоретически, в обобщенном виде, стратегическое управление они рассматри-

вают как выбор или разработку стратегии во взаимосвязи с внешней средой и выполнение (реализацию) выбранной стратегии.

При разработке стратегии на уровне предприятия или конкретного бизнеса они дополняют свой подход использованием так называемых эталонных стратегий, дополняющих друг друга. При этом у разных авторов количество эталонных стратегий варьируется от пяти до пятнадцати, а сходные по сути и смыслу стратегии могут иметь различные названия.

Другие авторы стратегическое управление рассматривают через призму существования десяти подходов или десяти школ стратегий, объединенных в три группы. Одновременно они приводят несколько дефиниций понятия “стратегия”, отличающихся по сущности, т. е. взаимодополняющих друг друга и характеризующих стратегию каждая в своем ракурсе. Сформулированные дефиниции, как правило, коррелируются с сущностью какой-либо школы стратегии.

Однако в подходах авторов обеих групп можно выделить один общий, интегрирующий признак — ярко выраженную нацеленность любой стратегии на создание разнообразнейшими приемами и методами конкурентных преимуществ предприятия по отношению к другим субъектам предпринимательства.

Методология практической реализации стратегии, точнее, ее явно прослеживающиеся аспекты, у различных предприятий и фирм также во многом аналогична.

В Украине существует множество успешно функционирующих предприятий, и в то же время большое количество обанкротившихся. Как успехи, так и неудачи традиционно объясняются эффективным или неэффективным менеджментом, агрессивным или неагрессивным маркетингом, и особенно искусством или отсутствием искусства

управления, а также воздействием непредсказуемых факторов внешней среды и многими другими причинами.

Исследования деятельности и стратегий зарубежных и отечественных предприятий, особенно их менеджмента, позволяют сделать интересный вывод о том, что в их функционировании, наряду с использованием одновременно нескольких стратегий, существует объединяющий их признак — наличие, как у айсберга, видимых и невидимых, явных и неявных форм действий.

Назовем явные формы экзотерическими (прямыми) действиями, а неявные — экзотерическими (непрямыми) действиями. Соответственно стратегию, в которой используются не прямые действия, допустимо называть *стратегией не прямых действий*.

Стратегия не прямых действий может иметь легитимный и нелегитимный характер. Она может осуществляться как в соответствии с моральными и этическими нормами, так и без их соблюдения.

Сущность стратегии не прямых действий — это часть общей стратегии предприятия (его высшего руководства), которая является недоступной для других или результаты которой проявляются только после достижения цели. Стратегия не прямых действий имеет внезапный характер с элементами глубокой психологической подготовки и воздействия, а также дезориентировки и дезинформации.

Действие этой стратегии направлено в первую очередь во внешнюю среду: на контрагентов, конкурентов, потребителей, общественное мнение. Внутри организации стратегия не прямых действий проявляется как деятельность по созданию преимуществ по отношению к конкурентам при минимизации затрат. Сущность стратегии не прямых действий проявляется в разработке и применении разнообразных приемов и способов создания конкурентных преимуществ, т. е. стратегия не прямых действий вписывается в общую цель любой стратегии.

Отметим, что некоторые стратегии и школы стратегий допускают в определенной мере использование экзотерических действий. Например, насту-

пательная и оборонительная стратегия предполагает наряду с другими методами применение “партизанского нападения”, а имитирование является формой стратегии оперативного реагирования. Школа позиционирования включает использование хитрых приемов, а школа власти — тайных приемов и методов. Однако ни школы стратегий, ни эталонные стратегии не акцентируют внимание на применении экзотерических действий.

Стратегия не прямых действий проявляется в широком использовании достижений научно-технического прогресса, инноваций, в осуществлении экономической, научной, технической и технологической разведки, в организации мер по безопасности предпринимательства, применении психологических приемов в маркетинге, особенно в системе мер по стимулированию сбыта и многих других формах.

Так, в частности, формой не прямых действий является пирамидальный и сетевой маркетинг, который только посвященным позволяет получить реальную, а не виртуальную выгоду.

Объективной предпосылкой применения стратегии не прямых действий в практике менеджмента в Украине служит наличие в стране трех секторов экономики, способствующее широкому распространению стратегии не прямых действий нелегитимного характера, в первую очередь применению разнообразных способов уклонения от налогов.

Таким образом, на наш взгляд, именно стратегия не прямых действий дает возможность субъектам предпринимательской деятельности создать реальные и эффективные конкурентные преимущества, поэтому термин “стратегия не прямых действий” имеет право на широкое применение наряду с другими видами стратегий.

В статье мы стремились прежде всего обратить внимание теоретиков и практиков управления на существование стратегии не прямых действий, на необходимость ее использования в предпринимательской деятельности. Мы считаем, что в настоящее время именно стратегия не прямых действий (ее легитимная часть) является реальной движущей силой любого бизнеса, т. е. эта стратегия — философия современного менеджмента.