

МЕТОДЫ И МОДЕЛИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Наукові праці МАУП, 2001, вип. 1, с. 192–194

Управленческое планирование имеет свою предысторию и определенные перспективы развития. По определению Б. Карлофа, понятие стратегии взято из военного лексикона, где оно означает планирование и проведение в жизнь политики страны или военно-политического союза государств с использованием всех доступных средств. Это определение характеризует применение широких долгосрочных методов и подходов. В настоящее время специалисты отмечают, что наиболее простым и эффективным практическим методом стратегического планирования является логико-интуитивный. Но самый большой его недостаток — невозможность формализации в виде алгоритма, не поддающаяся описанию зависимость результата от навыков человека, что вносит свою специфику в процесс обучения стратегии.

Сегодня задача точного математического решения стратегических проблем осложнена отсутствием полной информации о влиянии многих факторов. Однако предлагаемый метод представления объекта стратегического планирования в виде модели дает возможность уже на первом этапе прогнозировать возможные функциональные зависимости. Для этого необходимо выделить среду и систему, на которые направлено стратегическое планирование. Внешняя среда в экономике бесконечна, и для достижения какой-либо цели необходимо выделить из нее объект. В систему из бесконечной среды включают все те и только те элементы, которые необходимы и достаточны для функционирования системы, обеспечивающего достижение ее целей. Цель очень важна, так как именно она определяет принципы, по которым строится объект (организация). Правильное уяснение цели облегчает определение круга задач, что, в свою очередь, наводит на способы определения процессов и решения поставленных задач. Постановка цели — сложный процесс, имеющий стратегическую направленность.

Цели должны быть конкретными и измеримыми, ориентированными во времени, достижимыми.

Они бывают финансовыми, экономическими, технологическими, политическими, социальными. Перед коммерческой организацией чаще всего ставятся такие цели: максимизация прибыли, минимизация убытков, конкурентные преимущества (деловая стратегия), захват и расширение рынков сбыта и поставщиков, улучшение качества продукции и условий работы персонала, удовлетворение запросов потребителей. Для любой развивающейся организации важна также стратегия развития масштабов ее деятельности. Любая стратегия зависит от общих и конкретных целей организации (рис. 1). Правая граница функции (точка *c*) соответствует моменту окончания действия стратегии (в том случае, когда глобальная цель состоит в достижении определенного количества подцелей).

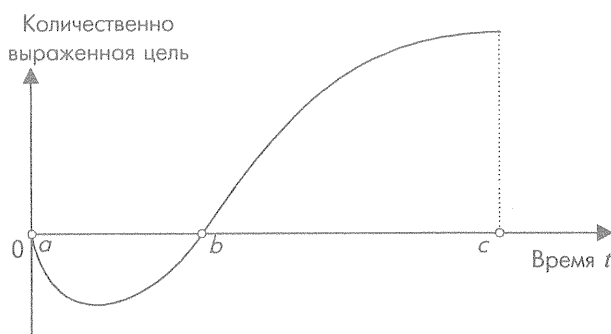


Рис. 1. Функции стратегии

Введем некоторые понятия возможных состояний (моделей) стратегической функции.

Относительные упущения — это обратимый, стратегический процесс, который является классическим примером поведения объекта с возможными неудачами или убытками. Бывает, что только пренебрегая второстепенными целями, можно

достичь глобальной цели. Такое поведение объекта в менеджменте и военном деле называется тактикой.

Абсолютные упущения — процесс, не связанный со стратегией. Он является следствием неадекватных действий организации по отношению к ее внешней среде и другим факторам. Этот процесс необратим, положительных последствий в перспективе он не имеет. Это обыкновенные убытки, которые организация несет до тех пор, пока функция отрицательна (на отрезке $[a, b]$).

Отрицательный знак показателя “цель” может указывать на условие ее достижения, а может быть абсолютно не связанной с нею и обозначать чистое упущение (так, на рис. 1 не видно, будут упущения в дальнейшем прибыльны для организации или нет). Отрицательный показатель по какому-либо признаку всегда должен быть меньше его положительного эффекта, т. е. интеграл времени действия стратегии должен быть строго положительным:

$$\int_a^b f(t)dt > 0.$$

На практике указанный интеграл приравнивают к определенному числу, т. е. выполняемому плану, с целью найти нужную стратегию. Для конкретизации расчетов можно составить системы уравнений, содержащие кроме функции стратегии возможные ее ограничения.

Рассмотренный вариант относится к задачам в условиях определенности. В реальности же существует множество факторов влияния на эту функцию, которое в математике называется условием неопределенности. Возьмем наиболее распространенную стратегию — максимизацию прибыли и рассмотрим возможные тактики ее достижения (рис. 2).

Прибыль часто зависит от затрат. Последние возмещаются полностью или частично либо вообще не возмещаются, т. е. составляют убытки для организации. Стратегические убытки и бухгалтерские затраты — не тождественные, но схожие понятия. Прибыль как баланс доходов и расходов за отчетный период считают конечным результатом финансовой деятельности организации. Стратегические относительные убытки имеют определенный временной лаг и могут быть растянуты на длительный период. Стратегические убытки могут относиться к сфере стимулирования потребителей, покупателей или к методам рекламы и должны дать положительный эффект (возмещение вложений). Стратегические упущения могут проявляться не только в убытках, но и в бездействии (на рынке). Они отражаются на

прибыли. Прибыль в дальнейшем может стать условием для достижения глобальных целей организации.

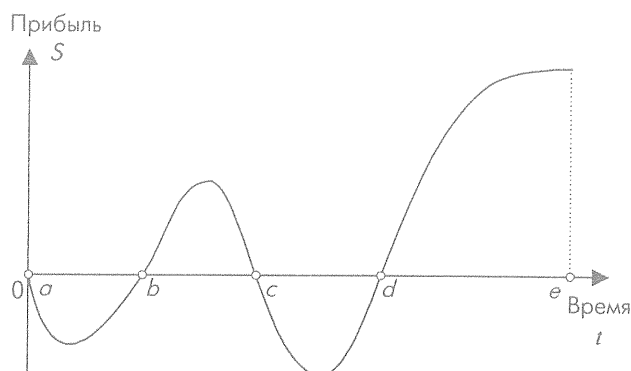


Рис. 2. Тактика (реализация стратегии)

Зависимость совокупной прибыли от относительных убытков может выражаться любой функцией. Назовем ее эффективностью использования стратегии. Очевидно, что в случае функциональной зависимости вида $F(x) = 0$ или $F(y) = 0$ влияние убытков на прибыль отсутствует. Координатные оси являются графиками деятельности без применения стратегии и влияния фактора времени.

Для построения реальной стратегической функции, где целью является прибыль, необходимо знать остальные факторы влияния (кроме фактора времени). Так, начатый на фирме “Дженерал Электрик” проект “Воздействие рыночных стратегий на прибыль” охватил свыше 200 фирм, занимающихся более чем 1500 направлениями по производству товаров и услуг. Было установлено свыше 30 факторов, оказывающих предсказуемое влияние на прибыль, т. е. была получена информация для системного анализа и выведения аналитических и статистических зависимостей, определения вида функции. Существует множество методов факторного анализа, применение которых позволяет получить оценку среды организации, влияющей на стратегию.

Математическое описание усложняется, когда у организации появляется несколько стратегических целей, более того — когда исполнимость задач изменяется в процессе реализации некоторых из них. Если цель не одна, функции стратегии перестают быть двухмерными: n -целей задаются в $(n+1)$ -мерном пространстве, потому что все цели t -вариантны, т. е. зависят от времени. Количественное выражение функции любой сложной стратегии можно найти взятием определенного интеграла на отрезке $[a, e]$.

Если считать одной из целей организации ее устойчивое существование, то необходимо исследовать механизм, который на разных этапах создает условия для дальнейшего развития организации.

Существует несколько вариантов развития организации: ограниченный рост, развитие и рост, сокращение, сочетание предыдущих.

Развитие организации может характеризоваться скоростью роста и темпами изменения сферы деятельности (изменением ее детерминации).

Модель стратегии заложена и в развитии системы биологического организма. Стратегическая устойчивость в биологии и стратегии имеет первостепенный характер. Она описывается с помощью понятия гомеостаза, которое включает в себя также целый ряд особенностей процессов развития отдельных организмов, сообществ, общественных групп и т. д. Такая устойчивость не означает отсутствие роста, скорее наоборот. Гомеостаз — это стратегическое развитие, где зачастую в качестве структурной единицы выступает популяция, а не особь. Под “границей гомеостаза” понимают область, за которой существование организма невозможно. Стремление к гомеостатическому равновесию — это естественное стремление организма к изменению своего состояния, параметров и характеристик, позволяющему находиться возможно дальше от границы гомеостаза. Такая модель существования наиболее приемлема для стратегии развития организации, так как она самая гармоничная и прогнозируемая на протяжении максимально длительного периода существования.

Исходя из принципов биологического системного равновесия можно предложить модель, которая позволяет использовать алгоритмические подходы к функционированию стратегической устойчивости [1]. В кибернетике существует понятие “рекурсия”, означающее такую организацию сложной системы, при которой выделяется некоторый набор базовых подсистем; система в процессе функционирования способна создавать неограниченное количество копий базовых систем, осуществлять их взаимодействие и уничтожать их; ее функционирование состоит из функционирования базовых подсистем и их активных копий; при вызове копии допускается ее изменение, определяемое ситуацией в момент вы-

зова. Рекурсия — это определение части целого через целое.

Копией при этом является дочерняя организация (внутреннее структурное подразделение), которая хоть и схожа с материнской, но существует самостоятельно, с определенной долей независимости. Под копией можно понимать и род деятельности. Такой общий подход можно использовать тогда, когда целью является устойчивое развитие.

Объективно существуют законы природы, которые оказывают влияние на стратегию или дают представление об основных принципах функционирования системы, понимаемой как объект, связанный с внешней средой. Даже при отсутствии корреляции происходят процессы, схожие для многих систем, в том числе экономических. На любом из этапов процесса стратегического планирования нужно использовать фундаментальные принципы. В физике таковыми являются законы сохранения массы, импульса и подобные, в общественных науках — прежде всего балансовые соотношения.



Литература

1. Анисимов А. В. Информатика. Творчество. Рекурсия. — К.: Наук. думка, 1988.
2. Баканов М. И., Шермет А. Д. Теория экономического анализа: Учебник. — 3-е изд., перераб. — М.: Финансы и статистика, 1994.
3. Белорус О., Рогач В. О концепции стратегического менеджмента // Экономика Украины. — 1992. — № 1. — С. 35–42.
4. Вершинин О. Е. Компьютер для менеджера. — М.: Высш. шк., 1990.
5. Деловая стратегия: Пер. с англ. — Уфа: Акад. менеджмента; М.: Экономика, 1993.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. — Новосибирск: Наука, 1992.
7. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. — М.: Дело ЛТД, 1994.
8. Хазен А. М. О возможном и невозможном в науке, или где границы моделирования интеллекта. — М.: Наука, 1988.