

## Проблемы несоответствия между целью стратегии и результатом

Токсанбаев Адилет Амалбекович, студент  
Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова

Научная статья посвящена исследовательскому анализу проблемы несоответствия между целью стратегии и результатом, разработка мероприятий, направленных на совершенствование стратегического управления предприятием. Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что финансовые и экономические цели стратегии развития компаний, которые устанавливаются российскими управляющими, зачастую завышены, с учетом того, что современные условия ведения бизнеса ухудшаются (тем самым происходит занижение фактических результатов и прибыли).

**Ключевые слова:** стратегический менеджмент; стратегическое управление; стратегическое планирование; стратегия; цель стратегии; результат стратегии.

Современный этап финансово-производственной деятельности хозяйствующих субъектов экономики Российской Федерации сталкивается с ухудшением условий ведения бизнеса. В первую очередь, такая характеристика обусловлена распространением пандемии коронавируса COVID-19, по причине влияния которой наблюдается спад инвестиционной и производственной активности со стороны предприятий, и обратный спад потребления со стороны населения.

Правительством РФ принимаются стратегические решения принятия антикризисных мер государственной поддержки национальной экономической системы, отраслей, рынков и предпринимательских субъектов. Однако, карантинные мероприятия и снижение показателей макроэкономических индикаторов нашей страны все равно приводят к отрицательному результату.

В частности, это имеет высокую степень влияния и на эффективность стратегического управления организацией, задачей которого является обеспечение стратегии развития и масштабирования производственной деятельности.

Целью каждого предприятия является достижение положительного финансового результата в виде прибыли и рост других основных экономических показателей, как объем производства, выручки, продаж и ряда других индикаторов.

Актуальность научного исследования на тематику «проблемы несоответствия между целью стратегии и результатом» обусловлена тем, что финансовые и экономические цели стратегии развития компаний, которые устанавливаются российскими управляющими, зачастую, завышены, с учетом того, что современные условия ведения бизнеса ухудшаются (тем самым происходит занижение фактических результатов и прибыли).

Цель стратегии предприятия – это главный мотив руководства и собственников предприятия формирования стратегии и ее реализации с использованием для этого необходимых ресурсов и средств [1].

Результат стратегии предприятия – это фактический результат финансово-производственной деятельности компании за определенный промежуток времени, отражающий экономические показатели ее бизнеса, характеристика которых позволяет оценить экономический эффект при соотношении доходов и расходов.

Поскольку предприятия экономики Российской Федерации сталкиваются с ухудшением условий ведения бизнеса, соответственно, возникает несоответствием между целями стратегии и стратегического плана с полученными фактическими результатами, отражающихся в экономических индикаторах и финансовых коэффициентах.

По этой причине, рассмотрим наиболее актуальные проблемы и риски стратегического управления на предприятиях российской экономики, которые возникают в условиях пандемии коронавируса и негативно воздействуют на стратегические аспекты функционирования предприятия, что приводит к получению отрицательных финансовых результатов, несоответствующих с плановыми показателями и целями стратегии [2; 3]:

1. Отсутствие сбалансированности краткосрочных и долгосрочных целей стратегического плана предприятия.

Из-за ухудшения рыночной конъюнктуры национальной экономики финансовые и экономические показатели ухудшаются, что не позволяет исполнять составленный бюджет организации. Как итог, краткосрочные цели не достигаются, что вредит перспективам и реализации долгосрочной стратегии.

2. Разработка и формализация маркетинговой стратегии предприятия.

Многие отечественные фирмы включают в маркетинговую стратегию всевозможные инструменты продвижения продукции. Из-за этого нет фокусировки на определенные направления. Ограничение трудовых, временных и финансовых ресурсов делает наличие отдельных каналов продаж неэффективными и попросту ненужными.

3. Наличие диспропорций в стратегии развития бизнеса между собственными интересами собственников и менеджеров и интересами корпоративно-социальной ответственности перед персоналом и обществом.

4. Принятие стратегии на уровне единоличного мнения или нескольких главных менеджеров предприятия.

Разработка эффективного стратегического плана организации должна включать в себя подключение всех функциональных и линейных менеджеров. Возможна обратная связь и с рабочим персоналом, поскольку идеи и креативы талантливых сотрудников

позволяют совершенствовать процессы стратегического управления.

5. Риски использования так званых «универсальных стратегий».

Многие управляющие российских предприятий считают, что модель успешного развития одной компании можно заимствовать на собственном опыте. Это не верное решение, поскольку каждое стратегическое управление должно быть индивидуальным с позиции подхода, разработки и реализации.

6. Заблуждение менеджеров предприятий в том, что стратегическое управление способно точно моделировать прогноз будущего развития бизнеса.

Однако, на самом деле стратегия часто поддается корректировке и оптимизации. Именно по этой причине столь важным выступает процесс контроля и мониторинга с целью корректировки краткосрочных целей, долгосрочных целей и тактических действий предприятия на конкурентном рынке.

7. Отсутствие стратегического контроля, что приводит к формированию других проблем, перечисленных выше, как отсутствие сбалансированности целей и заблуждение точного моделирования прогноза будущего.

Исходя из этого, формирование проблемы несоответствия между целью стратегии и результатов характеризуется тем, что аспекты стратегического управления и планирования предприятия несовершенные, а учет динамичности внешней среды и изменение условий ведения бизнеса оперативно не учитываются [4].

С целью решения данной проблемы, необходимо предложить следующие инструменты и направления совершенствования системы стратегического управления предприятиями в условиях периода кризиса [5; 6]:

#### **Литература:**

1. Шешко С.Е. Стратегическое управление как основа развития современного предприятия // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2017. №13.
2. Булгаков А.Л. Актуальные проблемы современного стратегического менеджмента // Вестник ГУУ. 2016. №11.
3. Устинов О.Д. Стратегическое управление предприятием // Символ науки. 2016. №1-1.
4. Жумаева З.К. Эффективность стратегического управления предприятием // Наука и образование сегодня. 2016. №2 (3).
5. Соляник М.Н. Стратегическое планирование // Economics. 2018. №2 (34).
6. Андреев В.А. Совершенствование стратегического планирования на промышленных предприятиях // Евразийский научный журнал. URL: <http://journalpro.ru/articles/sovershenstvovanie-strategicheskogo-planirovaniya-na-promyshlennykh-predpriyatiyakh/> (дата обращения: 18.04.2021).

1. В рамках стратегического планирования развития предприятия необходимо формирование системы сбалансированных показателей, к которой будет привязана оценка экономической эффективности разработанного плана действий.

2. При разработке стратегического плана развития важно подключение сотрудников, которые ответственны за выполнение задач функционального обеспечения хозяйственной деятельности предприятия, чтобы они определили «болевые точки» и «вектор направления» стратегии.

3. Практическое применение различных информационных технологий, инноваций и программного обеспечения, которые способствуют автоматизации процедуры стратегического планирования, снижая затраты временных и трудовых ресурсов.

4. В случае, если бизнес имеет различные направления своей деятельности и включает в себя дифференциацию или диверсификацию продуктовой линейки, важно формирование конкретных стратегий развития, которые должны быть включены в общую структуру стратегического плана предприятия с подробным указанием целей.

5. Формирование специальной службы стратегического планирования предприятия, что возможно при помощи соблюдения следующих процедур, как формирование самой службы, разработка системы планов и реализация разработанных стратегий.

Таким образом, благодаря данным мероприятиям, система стратегического управления и планирования предприятий, формат разработанной стратегии и указанных в ее рамках целей будет более эффективным, что позволит хозяйствующим субъектам, как малого и среднего бизнеса, так и крупным компаниям проводить процедуру совершенствования системы стратегического управления предприятиями в условиях периода кризиса распространения пандемии коронавируса.