

ТРАНСФОРМАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ РИСКОВ

А.В. Сапунов, канд. экон. наук, доцент

Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ
(Россия, г. Краснодар)

DOI:10.24412/2500-1000-2022-4-4-115-118

Аннотация. В статье рассматривается историческая трансформация стратегического планирования в организациях. Анализируются причины данного процесса. Проведен анализ факторов и предпосылок трансформации стратегического планирования. Анализируется влияние глобализации и геополитики на экономическое состояние организаций, действующих на территории Российской Федерации. Отмечается переориентация российского бизнеса на восточные рынки и экономическую интеграцию с Китаем. Определены проблемы стратегического планирования в России на разных этапах развития экономики. Выделены и рассмотрены отличительные черты стратегического планирования в условиях трансформации в России.

Ключевые слова: стратегическое планирование, жизненный цикл организации, глобализация, рынок, политика государства, логистика, прогресс, трансформация стратегического планирования.

Стратегическое планирование – неотъемлемая часть жизненного цикла любой общности людей. Практикой доказано, что успешное достижение цели зависит не только от приложенных усилий, но и от верно определенных приоритетов деятельности.

Жизненный цикл любой организации схож с жизненным циклом человека. Она так же рождается, взрослеет набираясь опыта, обретая стабильность, затем стареет и в конечном счете завершает цикл или начинает заново путем реорганизации или слияния. Тем самым становясь частью иного жизненного цикла.

На всем протяжении существования организации присутствует инструмент планирования:

- тактическое планирование (операционное);
- стратегическое планирование.

Принято считать, что стратегическое планирование отличается от тактического, лишь масштабом временных рамок, определением целей на далекое будущее в связи с чем, не требует частых пересмотров.

Подобная риторика общественного понимания данной тематики имеет основание. Однако считать подобный подход единственно верным – опрометчиво.

Долгое время в истории человечества планирование как инструмент, было закреплено в руках ограниченного, привилегированного круга лиц, а решения принимались на основании чувств, ощущений, наблюдениях, предсказаниях.

Основной целью человеческих общин было удовлетворение первостепенных нужд. Именно с древних времен берет свое начало стратегическое планирование. Для жизнедеятельности требовалось верно, спланировать посевные мероприятия [1].

С прогрессом пришло облегчение трудовой деятельности. Следует помнить – то, что человек 21 век считает мелочью, в древние времена послужило развитию человечества.

Появление колеса в бронзовом веке повлияли на стратегическое планирование общества того столетия. Таким же образом в середине 15 века книгопечатание произвело революцию, позволившую обществу ускорить ликвидацию безграмотности.

Следующее изобретение, повлиявшее на миропорядок в 19 веке – радиостанция. На рубеже 21 века произошла новая революция – цифровизация.

Чем больше появлялось в обществе инструментов обмена и передачи информации, тем быстрее происходило развитие

человеческого общества [2]. С возможностями всегда следуют и новые вызовы, опасности и риски. Лица, принимающие решения получили больше данных, на основе которых возможна минимизация принятия неверных решений, однако вместе с этим пришла и быстрая изменчивость окружающей среды. Подобный парадокс усиливается, и по сей день.

Современной организации приходится внимательно следить за новыми веяниями, законами, тенденциями рынка, общества и государства [3].

В целом, внешняя среда организации единая для всех, кто осуществляет свою деятельность в пределах одного географического района.

Применение такого инструмента как стратегическое планирование – попытка обрести некую стабильность в нестабильном мире. Одного лишь обилия информации сегодня недостаточно для устойчивого роста организации, так же, как и построение будущего на основании субъективного понимания одного или группы лидеров. Только симбиоз статистических данных и творческой составляющей человеческого разума способны оперативно отвечать новым вызовам рынка [4].

В отличие от операционного планирования, стратегическое совмещает в себе признаки образцов поведения и перспектив, пространства для маневров.

Стратегическое планирование претерпевает изменения и имеет свои предпосылки:

- внутренние;
- внешние;

Внутренние предпосылки трансформации стратегического планирования можно рассматривать в зависимости от:

- жизненного цикла организации;
- организационно-правовой формы;
- видов хозяйственной деятельности;
- ценности и цели высшего руководства.

Внешние факторы преимущественно не подвержены влиянию организации и несут рекомендательный или обязательный характер [5]:

- политика;
- экономика региона и страны;
- социальные факторы;

- природный ресурс региона;
- научно-технический прогресс;
- международные события.

Чем быстрее происходит рост организации, тем больше внешних факторов оказывают на нее давление.

Современные организации вне зависимости от уровня развития, жизненного цикла, рынка сбыта, и пр., вовлечены в политику государства, в которой совершают свою коммерческую деятельность. Даже представители малого и среднего бизнеса, чья деятельность ограничена рынком одной страны, вынуждены ощущать на себе последствия благоприятных или не благоприятных последствий экономической и политической сферы деятельности государства.

Неотвратимая глобализация мирового хозяйства, международного разделения труда переплетенная в экономики всех стран без исключения, превращают коммерческие компании, направленные на получение личной выгоды в инструмент обогащения государств. Подобная взаимозависимость государства и бизнеса обусловлена принципами построения рыночной экономики.

Российский бизнес на рубеже веков столкнулся с кризисом кадров и информации. Плановая экономика уступила место рыночной экономике, рынок стран СНГ был открыт для предложения. В этот период происходило развитие коммерческого стратегического планирования.

Информационное пространство только зарождалось, руководители не имели возможность свободно черпать информацию, вследствие чего первоочередным было сохранение организации, и ее стабилизация. Спрос превышал предложение [6].

Следующим фактором, повлиявшим на трансформацию стратегического планирования, стало появление конкуренции в лице зарубежных компаний. Местные организации, не опытные, подвижные энтузиазмом и благоприятным откликом рынка, во многом не были готовы оказать достойное соперничество крупным компаниям. Структура организации труда была проверена временем, в связи, с чем более стабильна. Конкуренты совершали меньше

ошибок, имели стратегические модели поведения и объемные инвестиции.

Долгое время основным инструментом стратегического планирования стало подражание западным компаниям, и за редким исключением, разработка своих концепций, но всё так же основываясь на опыте зарубежных организаций.

Мировой финансовый кризис 2008-2009 года показал, насколько хрупкой и взаимосвязанной может быть экономика [7].

Рост социального напряжения, вызванный курсом заимствования западных моделей экономики, повлекший за собой кризис, благосклонно принял государственную политику, направленную на протекционизм и переориентизацию экономики с Запада на Восток [8].

Отличительной чертой стратегического планирования стали:

- построение запасов;
- рост экспорта;
- минимизация рисков;
- поиск и укрепление на новых рынках сбыта;
- цифровизация и автоматизация;
- повышенное внимание к антикризисному управлению.

Четыре года роста экономики были благоприятны для всех, однако вовлеченность всех субъектов рынка в политику государства определила слабые стороны целых отраслей, что не успели, не пожелали или не сумели перестроиться под современные вызовы [9].

Российские и зарубежные компании столкнулись с ограничениями ближайших крупных рынков сбыта, политическое противостояние интересов повлекло искусственное ограничение торговли.

Современные тенденции миропорядка и беспрецедентные экономические санкции в начале 2022 года, требуют от российских компаний немедленного пересмотра стра-

тегических планов. Внешние рынки Европы непредсказуемы, поэтому, не безопасны в долгосрочной перспективе. На замену им выходят рынки Ближнего Востока и Азии во главе с Китаем.

Цифровое пространство локализуется, отрезая четверть рынка от зарубежного программного обеспечения, на котором вели свою деятельность организации малого и среднего бизнеса сферы услуг.

Логистические цепи поставок нарушены, в ближайшем будущем ситуация лишь усугубится для российских экспортёров. Компаниям, чья деятельность полностью осуществлялась на импортированном сырье и продукте, придется заменить расходный материал из иных источников.

Отвечая на сегодняшние реалии, стратегическое планирование трансформируется, обретая новые черты.

- импортозамещение отечественным товаром и сырьем;
- ведущая роль антикризисных мер;
- направленность на внутренний рынок;
- укрепление рыночных отношений с Азией;

- усиление непрерывности процесса формирования стратегии организации, для максимально оперативного ответа новым вызовам.

Естественно, что многие управленческие решения по построению стратегий организаций на устойчивое развитие вне зависимости от экономического давления третьих стран, должны были приниматься еще в середине 2015 года. Однако, несмотря на многочисленные проблемы у современных российских организаций появляются новые возможности, и их долгосрочные стратегии должны быть построены с учетом этого обстоятельства, и в конечном счете это позволит реализовать огромный экономический потенциал экономики России.

Библиографический список

1. Кафидов В.В. Современные концепции управления: учебник. – М.: КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА, 2020. – 442 с.
2. Управление бизнесом в цифровой экономике: вызовы и решения / под ред. И.А. Аренкова, Т.А. Лезиной, М.К. Ценжарик, Е.Г. Черновой. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2019. – 360 с.
3. Перспективы цифровой трансформации сельского хозяйства: монография / М.А. Жукова, А.В. Улезько. – Воронеж: ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, 2021. – 179 с.

4. Анцупов А.Я. Стратегическое управление: монография. – 4-е изд., испр. и перераб. – М.: Проспект, 2020. – 344 с.
5. Финансирование и коммерциализация инноваций: Учебник для магистров / В.Н. Щербаков, А.В. Дубровский, Ю.В. Мишин и др. Под ред. д-ра экон. наук, проф. В.Н. Щербакова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. – 492 с.
6. Цифровая экономика: учебник / М.Д. Сулейманов; [науч. ред. В.А. Кашин, М.М. Юмаев]. – М.: Редакционно-издательский дом Российского нового университета, 2020. – 356 с.
7. Сапунова Т.А. Планирование производственной деятельности предприятия // Modern Science. – 2020. – № 12-4. – С. 147-152.
8. Мониторинг и оценка результативности и эффективности цифровизации государственного управления: методические подходы: монография // Е. И. Добролюбова, В. Н. Южаков – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2020. – 154 с.
9. Царенко А.С. Управление проектами: учебное пособие для СПО. – Санкт-Петербург: Лань, 2021. – 236 с.

TRANSFORMATION OF STRATEGIC MANAGEMENT IN ORGANIZATIONS

A.V. Sapunov, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*
Academy of Marketing and Socio-Information Technologies – IMSIT
(Russia, Krasnodar)

***Abstract.** The article deals with the historical transformation of strategic planning in organizations. The reasons for this process are analyzed. The analysis of factors and prerequisites for the transformation of strategic planning has been carried out. The influence of globalization and geopolitics on the economic condition of organizations operating on the territory of the Russian Federation is analyzed. There is a reorientation of Russian business to Eastern markets and economic integration with China. The problems of strategic planning in Russia at different stages of economic development are identified. The distinctive features of strategic planning in the conditions of transformation in Russia are singled out and considered.*

***Keywords:** strategic planning, organization life cycle, globalization, market, state policy, logistics, progress, transformation of strategic management.*