

**Трубчанин Сергей Ильич**  
студент  
ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет  
экономики и сервиса»  
г. Владивосток, Россия  
trubchanin2k@gmail.com

### **Стратегия организации - классификация и описание**

*На сегодняшний день экономика в целом и внешняя среда организации в частности достаточно быстро изменяются. Для того чтобы во время таких «минутных» изменений не потерять сущность организации и цель, ради которой она была создана необходимо иметь долгосрочный план деятельности, иное название данного плана - стратегия. Исходя из вышперечисленного цель данной статьи – описать понятие стратегии и её классификацию, а также способствовать применению стратегии в большем количестве организаций.*

**Ключевые слова:** менеджмент, стратегия, организация, управление организацией.

**Trubchanin Sergey**  
student  
Vladivostok State University of Economics and Service  
Vladivostok, Russia  
trubchanin2k@gmail.com

### **Organization Strategy - Classification and Description**

*Today, the economy in general and the external environment of the organization in particular are changing quite quickly. In order not to lose the essence of the organization and the purpose for which it was created during such "minute" changes, it is necessary to have a long-term plan of activity, another name for this plan is strategy. Based on the above, the purpose of this article is to describe the concept of strategy and its classification, as well as to promote the application of the strategy in more organizations.*

**Keywords:** management, strategy, organization, organization management.

На данный момент многие компании имеют стратегию и гордо размещают её на своем сайте, однако, каково качество проработки данной стратегии, действительно ли она используется в деятельности предприятия или носит лишь характер украшения и показателя «статуса» организации?

По моему мнению, значимость стратегии возрастает вместе с расширением самой организации, открытием филиалов, запуском продуктов в других сферах деятельности и т.д. Исходя из этого, я считаю возможным условно разделить все организации на четыре группы[1]:

- не использующие стратегию вообще;
- использующие стратегию как часть имиджа;
- начинающие использовать стратегию по назначению / частично использующие стратегию;
- полностью использующие стратегию.

Проблема – недостаточное использование стратегии в деятельности организации.

В качестве решения проблемы мы выделяем следующие подходы.

Безусловно, заставить все организации правильно составлять и использовать стратегию не представляется возможным, однако возможно систематизировать и обобщить способы создания стратегии предприятия, а также полноценно расшифровать понятие стратегии. Данные действия должны способствовать популяризации и упрощению правильного использования стратегии в деятельности организации.

Исходя из совокупности определений, можно выделить следующую формулировку понятия стратегия – это модель действий, которая предназначена для достижения целей предприятия, а её содержанием является набор определенных правил для принятия решений, используемый для определения основных направлений деятельности [1].

Стратегии можно классифицировать с точки зрения иерархии управления. Подразделяют операционную, функциональную, деловую и корпоративную стратегии[2].

Корпоративная стратегия – это стратегия, охватывающая все предприятие в целом, все цели и задачи, а также критерии достижения устанавливаются на все предприятие в целом для достижения к определенному моменту времени.

Существует четыре основных типа корпоративных стратегий организации[2]:

- стратегия концентрированного роста;
- стратегия интегрированного роста;
- стратегия сокращения;
- стратегия диверсификационного роста.

Деловая стратегия – стратегия, охватывающая всю текущую деятельность организации, ориентирована на соответствие текущих решений долгосрочным целям организации.

У компании, как правило, существует только одна деловая стратегия, исключение составляют компании, выпускающие несколько принципиально разных продуктов, у таких организаций существует по одной деловой стратегии для каждого типа продуктов.

Функциональная стратегия – часть корпоративной стратегии, детализированная для конкретной функции предприятия, например маркетинга или финансов. Достижение целей всех функциональных стратегий компании должно в сумме давать достижение целей корпоративной стратегии компании к определенному моменту времени.

В компании обычно выделяют следующие функциональные стратегии[2]:

- маркетинговая;

- инвестиционная;
- финансовая;
- производственная;
- инновационная;
- кадровая.

Оперативная стратегия - стратегия выполнения конкретной операции в соответствии с долгосрочными целями и направлениями развития организации, как правило, данная стратегия также используется в определенный момент времени и в последующем может изменяться.

Как ясно из описания данные стратегии можно условно подразделить на краткосрочные (моментные) и долгосрочные. К краткосрочным стратегиям относятся деловая и оперативная стратегия, долгосрочным – корпоративная и функциональная.

Краткосрочные стратегии составляются для каждого действия индивидуально. Имеют небольшой объем и короткий срок использования. Долгосрочные стратегии напротив составляются в единственном экземпляре и используются достаточно большой промежуток времени. Следует также отметить, что любая долгосрочная стратегия должна иметь три варианта выполнения – оптимистичный, пессимистичный и реалистичный. Из названия вариантов ясно, что они рассчитаны на различное состояние внешней и внутренней среды предприятия. Для каждого из этих вариантов показатели эффективности и выполнения стратегии должны быть рассчитаны отдельно.

Данная классификация стратегий достаточно понятно и подробно описывает стратегию организации в целом и её составляющие в частности. Это должно помочь небольшим компаниям понять значимость стратегии и необходимость её правильного построения.

## **Список источников и литературы**

1. Моисеенко В.А. Основные этапы разработки стратегии организации сферы услуг [Электронный ресурс] В.А. Моисеенко // Научная электронная библиотека «elibrary.ru» – 2020 – Режим доступа:

<https://elibrary.ru/item.asp?id=44047521>

2. Тюханова А.В. Стратегии. Деловая, корпоративная, операционная и функциональная типы стратегий услуг [Электронный ресурс] А.В. Тюханова // Научная электронная библиотека «elibrary.ru» – 2016 – Режим доступа:

<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26704452>

### **Выходные данные статьи:**

Трубчанин С. И. Стратегия организации - классификация и описание. // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2021. <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/491>