

П.В. Магданов

Современная концепция стратегического планирования в корпорациях



*Планирование - это размышление о том, чего нет, и может быть, никогда не случится.
Иначе говоря, планирование - это и воображение, и мечтание, и рассуждение.*

Г. Озбекхан



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего профессионального образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

П.В. Магданов

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В КОРПОРАЦИИ

**ЧАСТЬ 2
СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ**

Подготовлено в рамках Государственного задания Финансового университета при Правительстве Российской Федерации на 2013 год и плановый период 2014-2015 гг., утвержденного Заместителем Председателя Правительства Российской Федерации 09.02.2013 № 574п-П17.

Монография

Пермь 2013

УДК 338.242:657.31:658.114.5

ББК 65.291.2

М12

Магданов П.В. Теоретические и методологические основы стратегического планирования в корпорации. Ч.2. Современная концепция стратегического планирования / П.В. Магданов; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2013. – 277 с.: ил.

ISBN 978-5-7944-2203-0 (ч.2)

ISBN 978-5-7944-2202-3

Монография посвящена проблемам теории и практики стратегического планирования в корпорациях. Состоит из трех частей: в первой описывается генезис концепции стратегического планирования, во второй дается описание современной концепции стратегического планирования, в третьей раскрывается организация процесса стратегического планирования в корпорации.

В данной, второй, части монографии описывается современная парадигма стратегического планирования. Дается характеристика объекта, предмета, целей и задач, масштаба и характера стратегического планирования. Излагаются принципы и парадоксы стратегического планирования. Определяется сущность и содержание корпорации как феномена современной социально-экономической жизни общества. Характеризуется теоретический базис современной концепции стратегического планирования, состоящий из программно-целевого подхода к управлению, теории принятия управленческих решений, теории конкурентных преимуществ и теории реальных опционов. Описываются основные управленческие концепции и теории, входящие в теоретический базис современной концепции стратегического планирования. Представлен терминологический аппарат стратегического планирования в корпорациях.

Издание подготовлено в рамках Государственного задания Финансового университета при Правительстве Российской Федерации на 2013 год и плановый период 2014–2015 гг., утвержденного заместителем председателя Правительства Российской Федерации 09.02.2013 № 574п-П17.

Ил. 69. Табл. 20. Библиогр. 453 назв.

УДК 338.242:657.31:658.114.5

ББК 65.291.2

Печатается по постановлению редакционно-издательского совета

Пермского государственного национального исследовательского университета

Рецензенты: *А.О. Блинов*, д-р экон. наук, проф., Финансовый ун-т при Правительстве РФ; *А.Н. Пыткин*, д-р экон. наук, проф., директор Перм. ф-ла Ин-та эк-ки УрО РАН; *Г.А. Демин*, к.э.н., доц., *А.М. Ощепков*, к.э.н., доц. (оба – Пермский гос. нац. исслед. ун-т).

ISBN 978-5-7944-2203-0 (ч.2)

ISBN 978-5-7944-2202-3

© Магданов П.В., 2013

© Пермский государственный

национальный исследовательский университет, 2013

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие автора.....	5
Введение.....	8
Глава 1. Идеология стратегического планирования.....	10
1.1. Современная парадигма стратегического планирования.....	11
1.1.1. Стратегические управленческие решения.....	15
1.1.2. Управление изменениями.....	16
1.1.3. Стратегический контроль.....	18
1.2. Определение, объект и предмет, цели и задачи, масштаб и характер стратегического планирования в организации.....	19
1.2.1. Определение стратегического планирования.....	19
1.2.2. Объект стратегического планирования.....	20
1.2.3. Предмет стратегического планирования.....	21
1.2.4. Цели и задачи стратегического планирования.....	23
1.2.5. Области конечных результатов процесса стратегического планирования.....	29
1.2.6. Масштаб и характер стратегического планирования.....	32
1.3. Ключевые аспекты современной концепции стратегического планирования в организации.....	33
1.3.1. Развитие организации, расширение операций и стратегическое планирование.....	33
1.3.2. Функции стратегического планирования.....	37
1.3.3. Стратегическое планирование и стратегическое управление.....	38
1.3.4. Стратегическое планирование и стратегический маркетинг.....	42
1.3.5. Формальное и неформальное стратегическое планирование.....	44
1.3.6. Стратегическое планирование: критические факторы успеха.....	48
1.3.7. Чем стратегическое планирование не является.....	54
1.4. Принципы стратегического планирования.....	56
1.4.1. Принцип целенаправленности.....	57
1.4.2. Принцип системности.....	58
1.4.3. Принцип целостности.....	58
1.4.4. Принцип актуальности.....	59
1.4.5. Принцип гибкости.....	60
1.4.6. Принцип эффективности.....	62
1.4.7. Принцип участия.....	62
1.4.8. Принцип мотивации.....	63
1.4.9. Принцип ответственности.....	64
1.4.10. Принцип независимости.....	64
1.4.11. Принцип непрерывности.....	65
1.5. Парадоксы стратегического планирования.....	66
1.5.1. Парадокс предвидения и понимания будущего.....	67
1.5.2. Парадокс действительных возможностей.....	68
1.5.3. Парадокс стратегических целей.....	68
1.5.4. Парадокс стратегического плана.....	69
1.5.5. Парадокс количественных и экспертных оценок.....	69
1.5.6. Парадокс горизонта планирования.....	70
Глава 2. Современная корпорация: сущность и содержание.....	72
2.1. Корпорация как феномен социально-экономической жизни мирового сообщества.....	73
2.1.1. Исторические предпосылки возникновения корпораций.....	74
2.1.2. Корпорации конца XIX – начала XX вв.....	86
2.1.3. Корпорация как важнейший социальный институт.....	94
2.1.4. Корпорация как общественно-политический деятель.....	99
2.2. Современная корпорация: понятие и характеристика.....	103
2.2.1. Понятие и определение корпорации.....	103
2.2.2. Отличительные характеристики корпораций.....	105
2.2.3. Принципы организационного построения современных корпораций.....	114
2.2.4. Корпоративная власть.....	120
Глава 3. Теоретические основы стратегического планирования в корпорациях.....	134

3.1. Теоретический базис концепции стратегического планирования.....	136
3.1.1. Современный программно-целевой подход к управлению	137
3.1.2. Теория принятия управленческих решений	139
3.1.3. Теория конкурентных преимуществ	144
3.1.4. Теория реальных опционов.....	157
3.2. Основные управленческие концепции и подходы, входящие в теоретический базис концепции стратегического планирования.....	167
3.2.1. Концепция стратегического мышления.....	167
3.2.2. Концепция стратегического лидерства.....	170
3.2.3. Концепция целеполагания	174
3.2.4. Концепция управления стоимостью	177
3.2.5. Управление проектами	181
3.2.6. Управление рисками.....	185
3.2.7. Концепция стратегического анализа.....	188
3.2.8. Концепция потребительской стоимости.....	196
3.2.9. Концепция управления по системе стратегических хозяйственных центров	200
3.2.10. Концепция стратегических групп	203
3.2.11. Бизнес-моделирование	207
3.3. Терминологический аппарат стратегического планирования	211
3.3.1. Понятие организации	211
3.3.2. Внешнее окружение и внутренняя среда организации	212
3.3.3. Участники деятельности организации	214
3.3.4. Цель управления	217
3.3.5. Стратегия развития организации.....	221
3.3.6. Стратегическая логика	226
3.3.7. Стратегическое решение	232
3.3.8. Модель хозяйственной деятельности (бизнес-модель) организации.....	235
3.3.9. Стратегическая хозяйственная сфера и стратегический хозяйственный центр	253
3.3.10. Стратегические альтернативы, стратегическое позиционирование и стратегическая позиция	256
Библиографический список	260
Предметный и именной указатель	272