



Казахский национальный
университет имени аль-Фараби



*«Процесс вхождения Казахстана в число 30-ти
высокоразвитых государств мира:
проблемы и перспективы их решения»,
посвящена 80-летию
Казахского национального университета
имени аль-Фараби*

Алматы 2014

**Казахский национальный университет имени аль-Фараби
Высшая школа экономики и бизнеса
Кафедра менеджмента и маркетинга**

МОНОГРАФИЯ
посвящена 80-летию Казахского национального
университета имени аль-Фараби

*Қазақстанның әлемде ең жоғары дамыған 30 мемлекеттерінің
қатарына кіру үдерісі: мәселелер және оларды шешу
мүмкіншіліктері*

*Процесс вхождения Казахстана в число 30-ти высокоразвитых
государств мира: проблемы и перспективы их решения*

*The process of entering of the Republic of Kazakhstan into 30
highly developed countries of the world: challenges and prospects for
their solutions*

АЛМАТЫ 2014

Глава 1 ПЕРСПЕКТИВЫ ИНДУСТРИАЛЬНО-ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНА

| | |
|--|----|
| Ермекбаева Б. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса - залог конкурентоспособной экономики | 8 |
| Мухтарова К.С., Мылтыкбаева А.Т. Эффективность регионального управления | 14 |
| С.К.Джумамбаев Государство как движущая сила инновационной индустриализации в Казахстане | 19 |
| Сансызбаева Г.Н., Сансызбаев С.Н. Стратегическое и долгосрочное планирование: сущность и различия | 26 |
| Осербайулы С. Исламское финансирование в Республики Казахстан: реалии и перспективы | 31 |
| Дуламбаева Р.Т. Инновационная индустриализация: особенности и проблемы реализации | 39 |
| Тажиева С.К., Бектемиров Қ. Қазақстан Республикасының әлем елдерімен салыстырғандағы инновациялық даму тенденциясы | 47 |
| Тагайбекова Н.П. Инновационная экономика – новый тип глобальных экономических отношений | 54 |
| Асқаров Ғ.А. Қазақстан экономикасының инновациялық даму жағдайы | 64 |
| Жоламанова М.Т. Девальвация и ее последствия для банковского сектора Казахстана | 75 |

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ И ДОЛГОСРОЧНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ: СУЩНОСТЬ И РАЗЛИЧИЯ

Сансызбаева Г.Н.

*д.э.н., профессор кафедры
«Менеджмент и маркетинг»
Высшей школы экономики и бизнеса
КазНУ имени аль-Фараби
gns1981@mail.ru*

Сансызбаев С.Н.

*д.э.н., профессор
Университет «Туран»
snsan@mail.ru*

Ученые указывают, что долгосрочное планирование обычно охватывает длительные периоды времени – от 10 до 25 лет. Одновременно долгосрочное планирование отождествлялось со стратегическим, но теперь эти два понятия существуют отдельно. В своей книге «Рабочая книга по прогнозированию» Кинг писал, что понятие «стратегическое планирование» постепенно вытесняет из научного обихода термин «долгосрочное планирование», обосновывая это тем, что в зависимости от объекта планирования зависит период долгосрочного плана. Например, в деревообрабатывающей промышленности долгосрочные планы разрабатываются на 30 лет и более лет, поскольку необходим большой срок для выращивания деревьев как сырья для производства готовой продукции. Период долгосрочного периода для микробиологических исследований, для компьютерных фирм значительно короче и исчисляется сутками или двумя-тремя годами соответственно. Долгое время эта точка зрения оставалась актуальной.

Однако, стратегическое планирование по своему содержанию гораздо сложнее долгосрочного. Это указывает на развитие теории стратегического планирования, поскольку оно не является способом простого удлинения периода планирования, то есть стратегическое планирование – это не просто функция времени.

Термин «стратегическое планирование» был введен в обиход на стыке 60-70-х гг. для того, чтобы обозначить разницу между

НОЕ ИЧИЯ

ансызбаева Г.Н.
дессор кафедры
и маркетинга
мики и бизнеса
ени аль-Фараби
ms1981@mail.ru

ансызбаев С.Н.
э.н., профессор
сциетет «Туран»
snsan@mail.ru

рование обычно
лет. Одновременно
стратегическим.
В своей книге
гал, что понятие
няет из научного
обосновывая это
зависит период
обрабатывающей
зависят на 30 лет
для выращивания
продукции. Период
их исследований.
среляется сутками
в время эта точка

тому содержанию
в развитие теории
вляется способом
ть стратегическое

д введен в обиход
ть разницу между

управлением на уровне производства и управлением,
осуществляемым на высшем уровне. В этом определении тоже
имеется некоторое разногласие. Получается на высшем уровне
существует один стратегический план, на низшем – другой.
Нужно иметь в виду, что руководители на высшем уровне
разрабатывают стратегию развития предприятия, а на низшем –
тактику, то есть действия, которые необходимы для ее реализации.
Необходимость фиксации такого различия была вызвана в первую
очередь изменениями в условиях ведения бизнеса. Разработка
теории стратегического управления нашла отражение в работах
таких авторов, как Frankenhofsand Granger (1971), Ansoff (1972),
Hatten (1972), Irwin (1974) и др. Ведущей идеей,
определяющей сущность перехода от оперативного управления к
стратегическому, явилась идея необходимости переноса центра
управления высшего руководства на окружение, для того чтобы
наиболее эффективным образом и своевременно реагировать на
происходящие в нем изменения. С этим тоже трудно согласиться.
В Стратегическом плане развития Казахстана есть раздел
«Экономическая политика», в котором предусматривается
основных действий правительства в этом направлении. Это говорит о
том, что на уровне государства стратегическое развитие требует
разработки стратегического плана по всем сферам общественного
развития с учетом факторов внешней среды.

Можно указать на несколько конструктивных определений,
которые были предложены авторитетными разработчиками теории
стратегического управления. Шендел и Хаттен рассматривали его
как процесс определения и установления связи, организации с ее
окружением, состоящий в реализации выбранных целей и в попытках
достичь желаемого состояния взаимоотношений с окружением
путем распределения ресурсов, позволяющего эффективно
интерактивно действовать организации и ее подразделениям. По
Даттону стратегическое планирование – это процесс управления
и целью осуществления миссии организации посредством
координированного взаимодействия организации с ее окружением, Пирс
и Райссон определяют стратегическое управление как набор
политик и действий по формулированию и выполнению стратегий,
разработанных для того, чтобы достичь цели организации.
Существует еще целый ряд определений, которые делают упор на
различные аспекты и особенности стратегического управления
и выделяют его отличия от обычного управления.

По мнению ряда ученых, стратегическое планирование представляет собой набор процедур и решений, с помощью которых разрабатывается стратегия предприятия, обеспечивающая достижение целей функционирования предприятия. Логика этого определения такова: деятельность аппарата управления и принимаемые на ее основе решения формируют стратегию функционирования предприятия, которая позволяет фирме достичь своих целей.

Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. в своей книге «Основы менеджмента» дают следующее содержание понятию «стратегическое планирование», которое представляет собой набор действий и решений, предпринятых руководством, которые ведут к разработке специфических стратегий, предназначенных для того, чтобы помочь организации достичь своих целей [1, с. 180].

Следующее определение, предлагаемое исследователями, стратегическое планирование представляет собой масштабные, неограниченные рамками времени прогнозы в отношении совершенствования конкурентной позиции, выбора рынка, видов продукции и путей достижения поставленных целей.

Процесс стратегического планирования подразделяется на следующие основные этапы:

1. Определение миссии организации.
2. Внешний и внутренний анализ (SWOT-анализ).
3. Формулирование целей и анализ стратегического разрыва.
4. Рассмотрение альтернативных стратегий.
5. Выбор определенной стратегии, на базе которой будет развиваться оперативное планирование.

Кроме того, стратегическое планирование выполняет ряд важных функций:

1. Стратегический план задает направления для деятельности организации и позволяет ей лучше понимать структуру маркетинговых исследований, процессы изучения потребителей, планирования продукции, ее продвижения и сбыта, а также планирования цен.

2. Стратегический план обеспечивает каждому подразделению в организации четкие цели, которые увязываются с общими задачами компании.

3. Стратегический план стимулирует координацию усилий различных функциональных направлений.

4. Стратегический план заставляет организацию оценивать

е планирование
омощью которых
обеспечивающая
рия. Логика
рата управления
ируют стратегию
ет фирме достичь

в своей книге
ержание понятие
авляет собой набор
м, которые ведут к
значенных для того.
[1, с. 180].

исследователями
обой масштабные.
ы в отношении
бора рынка, видов
елей.

подразделяется на
анализ).

гического разрыва.
е
азае которой будет

не выполняет ряд

для деятельности
имать структуру
ения потребителей,
и сбыта, а также

ому подразделению
аются с общим
ординацию усилий

низацию оцениват

и сильные и слабые стороны с точки зрения конкурентов,
возможности и угрозы в окружающей среде.

5. Стратегический план обеспечивает альтернативные
действия или комбинации действия, которые может предпринять
организация.

6. Стратегический план создает основу для распределения
ресурсов.

7. Стратегический план демонстрирует важность применения
системы оценки деятельности.

Важно полагать, что понятие «стратегическое планирование»
произошло от термина «стратегия», которое вошло в экономическую
литературу области военного дела. Само слово «стратегия» произошло
от греческого «strategos», «искусство генерала». Стратегия, по
мнению ряда ученых, представляет собой детальный всесторонний
оперативный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить
выполнение миссии организации и достижение ее целей. Изучая
это определение, создается впечатление, что понятия «стратегия»
и «стратегическое планирование» – тождественные по своему
смыслу. На наш взгляд, стратегия – первичное понятие,
а стратегическое планирование – производное от него. А у Мескона
и Миллера стратегическое планирование представляет собой
набор действий и решений, предпринятых руководством, которые
ведут к разработке специфических стратегий, предназначенных для
того, чтобы помочь организации достичь своих целей. Получается,
что необходимо уточнение трактовки этих понятий.

Любая фирма, которая вступает в конкурентную борьбу,
должна иметь свою стратегию, которая может быть прямой (то
есть общей и единовременной) или косвенной (последовательной).
Прямая стратегия для фирмы, которая ее применяет, является планом
интерпретацией, которая устанавливает цели и пути их достижения
как способ воплощения мысли. А косвенная стратегия, напротив,
является «способом реагирования на внешние воздействия».

Многие фирмы сочетают оба типа стратегии. Сперва
они разрабатывают прямую стратегию, которая базируется на
своеобразной на данный момент информации, а затем они создают
систему последовательного внедрения, которая допускает
последовательные поэтапных изменений в первоначальные установки,
и защищенности от динамики внешних воздействий. Удачное
сочетание прямой и косвенной стратегий является, как правило,
ключом к полному успеху.

Любая из этих двух типов стратегии формулируется на трех уровнях в иерархии процесса принятия решений. На каждом из уровней разрабатывается своя стратегия, которая четко определяет план действий на данном уровне для достижения общей цели.

Первый уровень – стратегия корпорации в целом. Она составляется исключительно членами совета директоров корпорации, исполнительными директорами и другими избранными членами администрации.

На втором уровне разработкой стратегии занимаются руководители отдельных предприятий корпорации или ее подразделений.

Третий уровень предполагает участие в разработке стратегии функциональных руководителей.

Исследователями предлагается и другая классификация стратегий: стратегия дифференцированного роста, стратегия снижения издержек производства, стратегия, ведущая к банкротству предприятия и многие другие стратегии развития предприятия. В зависимости от выбранной руководством предприятия стратегии и должен разрабатываться стратегический план как инструмент достижения поставленной цели, период разработки плана будет зависеть от выбранной стратегии.

Процесс стратегического планирования является инструментом, помогающим в принятии управленческих решений. Его задача – обеспечить нововведения и изменения в организации в достаточной степени. В книге «Основы менеджмента», на которую мы ссылались выше, авторы в рамках процесса стратегического планирования выделяют четыре основных вида управленческой деятельности, к которым относят распределение ресурсов, адаптацию к внешней среде, внутреннюю координацию и организационное стратегическое предвидение. Однако, понятие «предвидение» ассоциируется с понятием прогнозирование, то есть планирование на будущий период.

На основании вышесказанного, следует сделать вывод, что содержание понятия «стратегическое планирование» требует дальнейшего научного исследования.

Литература:

1. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Издательство «Дело», 2000.

Разви
очень давни
века формы
в халифата
рыночной
капитализм
множество
формы па
ответствен
прочие. Ми
дальнейши

Перви
Bank), раб
был созда
начала сво
- финансо
совершить
шариата н
Сберегате
был образ
пилигрим
Urusan dai
(Tabling Ni

В у
финансир
За 40 ле
финансов
финансам
явлениям,
а также по