Университеттің 55 жылдығына арналған «**Сәкен тағылымы -8»** атты Республикалық ғылыми – теориялық конференция **материалдары // Материалы** Республиканской конференции «**Сейфуллинские чтения – 8**», посвященной 55-летию университета. – 2012. – Т.1 (преподаватели и магистранты). – С.167-168

ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Отызбаева К.Ж.

В экономической теории фирма изучается с позиций различных школ и концепций. В рамках неоинституциональной теории фирмы в соответствии с контрактным подходом фирма анализируется как сеть контрактов. «Экономическая организация — это специфическая процедура координации» В.Л. Тамбовцев предлагает рассматривать и формирование стратегии фирмы как своеобразный контрактный процесс, как нестандартную контрактацию .

С этой позиции формирование стратегии изучается по двум основным направлениям: через взаимодействие с инсайдерами и аутсайдерами. Однако, на наш взгляд, фирма как сеть контрактов включает:

- совокупность взаимодействий, направленных на поиск наиболее выгодного способа производства в условиях неопределенности;
- сеть двусторонних долгосрочных контрактов между собственниками ресурсов и управляющими;
- структуру управления, целью которого является установление порядка между экономическими агентами в условиях ограниченной рациональности, оппортунистического поведения и специфичности используемых ресурсов.

В силу этого формирование стратегии фирмы предполагает заключение:

- контрактов межу организацией и внешними агентами по поводу получения прибыли;
- контрактов между собственниками ресурсов и управляющими, что порождает проблему «принципал-агент»;
- внутрифирменных контрактов по поводу организации производственного процесса.

Предлагаемая классификация контрактов фирмы показывает, что в формировании стратегии фирмы участвуют не только инсайдеры (второй и третий тип контрактов), но и аутсайдеры (первый тип контрактов).

М. Портер рассматривает корпоративную стратегию на двух связанных между собой уровнях: конкурентную стратегию каждого отдельного подразделения и общую стратегию корпорации. «Конкурентная стратегия определяет, как каждое подразделение компании может добиться конкурентного преимущества на соответствующем рынке. Сущность корпоративной стратегии сводится к двум вопросам: какие направления деятельности будут осуществляться в компании и как головной офис корпорации будет руководить всеми этими подразделениями»