

СТРАТЕГИЯ КАК ОСНОВА ОРГАНИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Рахманбаева Р.А.

*Ташкентский государственный транспортный университет
(г.Ташкент, Узбекистан)*

Аннотация: В настоящее время без правильно выстроенной стратегии развития предприятия невозможно и его рост и выход на лидирующие позиции рынка. Практически любая организация в наши дни выделяет огромную роль стратегии. Бесцельное существование организации невозможно, а добиться цели можно только с помощью последовательно построенной стратегии развития.

Эффективное управление развитием организации зависит от четко сформулированной стратегии организации. Основной целью является успешная деятельность организации и максимальное удовлетворение потребностей всех, кто участвует в реализации стратегии.

Ключевые слова: стратегия, организация, стратегическое планирование, конкурентная среда, мониторинг.

STRATEGY AS THE BASIS OF ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT

Annotation: Currently, without a properly structured strategy for the development of the enterprise, it is impossible for its growth and entry into the leading positions of the market. Almost any organization nowadays highlights the huge role of strategy. The aimless existence of an organization is impossible, and it is possible to achieve the goal only with the help of a consistently constructed development strategy.

Effective management of the organization's development depends on a clearly formulated strategy of the organization. The main goal is the successful operation of the organization and the maximum satisfaction of the needs of all those involved in the implementation of the strategy.

Keywords: strategy, organization, strategic planning, competitive environment, monitoring.

Стратегия — это список тактических задач и конкретное направление развития организации, предназначенных для достижения целей организации. Стратегия включает в себя спектр последовательных задач.

Стратегия – это широкое понятие, определяющее деятельность организации, стремится к получению результатов плана с учетом перспектив.

Многие исследователи предлагают разные объяснения, но сходятся в одном: они определяют стратегию как основу организационного развития. Классическое определение стратегии дал И. Ансофф как совокупность принятых правил решение, сложный и потенциально мощный инструмент, инструмент управления, который современные организации могут использовать для противостояния изменчивым условиям. Он также говорил о том, что разработка стратегии развития не заканчивается немедленным действием. Необходимость выбранной стратегии исчезает при достижении желаемого результата развития. Когда экономика в определенной степени развивается, существование организации как ее активного и развитого элемента определяется характером экономического развития, а понятие стратегии определяется как система приоритетов, инновационная система и система идентификации. Потенциал роста и все соответствующие организационные процессы больше не связаны общей стратегией организации, а разрабатывают стратегию развития.

По мнению Г. Минцберга и Б. Альсгрэнда, стратегию следует понимать, как единство «5Р»:

- стратегия как план (набор действий в соответствии с ситуацией); стратегия как образец или шаблон (обеспечивает постоянство поведения в организации);
- стратегия как позиционирование (при достижении конкурентных преимуществ);
- стратегия как перспектива (общая для всех идеология развития организации);
- стратегия как проделка (некий маневр, скрывающий для конкурентов истинную цель организации).[3]

Еще одним мнением, присущим по большей степени экономистам СНГ, заключается в том, что стратегия развития, определяя направление в сторону конечного состояния, оставляет свободу выбора с учетом изменяющейся ситуации. Следовательно, стратегия развития предполагает готовность к изменениям, неопределенности и риску, использованию благоприятных возможностей, приспособлению к изменениям внешней среды, в том числе изменение своего места в среде. Стратегия развития организации является единственным вариантом прогнозирования, как для организаций с опытом, так и для новых компаний.

Стратегическое планирование на предприятии всегда тесно связано с различными факторами внешней и внутренней среды предприятия, которые в полной мере характеризуют все возможности и перспективы его развития. Для наиболее полного раскрытия всего потенциала предприятия, а также максимальной реализации всех открывающихся перспектив необходимо очень внимательно изучать всю совокупность этих факторов. Стратегическое

планирование должно обеспечивать желаемый уровень развития предприятия в долгосрочной перспективе, и само по себе является крайне сложным и трудоемким процессом, который во многом и будет определять будущее всей организации. [2]

Если рассматривать стратегию как стимулятор эффективности бизнеса, она представляет собой спектр определенных задач, показывающий степень влияния изменений внешней и внутренней среды на деятельность организации.

Внешние факторы можно разделить на:

- Социально-культурные факторы (демография, доходы населения, предпочтения потребителей)
- Степень научно-технического развития
- Политические факторы
- Экономические условия (экономическое состояние страны, регион)
- Конкуренция в отрасли.

Внешняя среда, характеризуется непредсказуемостью, постоянной изменчивостью, она может оказывать наибольшие негативные или позитивные последствия на деятельность организации, посредством законодательства, бюджетной, налоговой, финансово-кредитной политики.

Воздействие внешней среды трудно предсказать. Экономические факторы воздействия оказывают специфическое влияние на жизненный цикл организации, формируют деловую деятельность, ставят ее в зависимость от тенденций экономического развития и тем самым определяют стратегию компании. Социально культурные факторы напрямую связаны со спросом на товары так как именно эти факторы формируют потребительские возможности. В век информационных технологий научно-технические факторы оказывают непосредственное влияние на стратегию развития организации.

По мнению М. Портера, следует анализировать основные факторы конкурентной среды, проводить мониторинг: численных показателей, прибыльности рынка, определять уровень конкуренции, перспективы конкурентной борьбы. Учитывая особенности влияния всех внешних факторов, стратегия развития предусматривает не один, а несколько подходов, обеспечивающих мобильность и адаптацию ко всем внешним условиям [4].

Основным методом анализа макроокружения фирмы, т.е. внешней среды, является STEEP анализ, который включает политическое/правовое (political), экономическое (economical), социокультурное (social), технологическое (technology) воздействие на деятельность фирмы. Он дает оценку влияния факторов внешней среды на выбранную стратегию развития предприятия и позволяет определить возможность использования выбранной стратегии в создавшихся условиях. Необходимо изучать финансовый рынок как с точки

зрения наличия финансовых институтов необходимого профиля (банки, инвестиционные и страховые компании), так и с точки зрения стоимости получаемых финансовых ресурсов. Непосредственным окружением предприятия являются государственные и муниципальные органы, налоговые органы, которые могут влиять на деятельность предприятия негативно или позитивно. Необходимо проанализировать налоговые отношения (уплату налогов, налоговые льготы, налоговые и другие ограничения.) [4]

Внутренние факторы будут представлять собой совокупность факторов внутренней среды предприятия, включающих его ориентиры деятельности, такие как миссия, цели и задачи, ресурсный потенциал предприятия, его отличительные компетенции, а также личные и деловые качества руководства и прошлый опыт, накопленный предприятием. Факторы внешней и внутренней среды носят постоянно изменяющийся характер, и влияние этих изменений тоже должно учитываться при стратегическом планировании [1].

Влияние внутренних факторов отследить намного проще нежели внешних. К внутренним факторам влияния на организацию относят такие как: отличительные возможности организации, объем и эффективное использование ресурсов, предыдущий опыт предприятия, личные и стратегические качества руководства организации, размеры предприятия, квалифицированность кадров, коммуникационные связи и т.д.

Зачастую именно влияние внутренних факторов позволяет организации построить стратегию развития так как правильное структурное распределение и управление ресурсами являются основой развития организации в достижении долгосрочных задач.

Внутренние факторы предприятия обладают способностью контролировать, предотвращать и прогнозировать возникновение негативных событий, поэтому данную классификацию следует совершенствовать и уточнять, чтобы вовремя реагировать, уменьшать или устранять негативные факторы, поддерживать или усиливать положительные эффекты.

Одним из наиболее важных аспектов разработки стратегии развития — это цель организации. Именно цель играет ведущую роль в распределении ресурсов организации, объединяя при этом все внешние и внутренние уровни стратегии развития.

Как основа организационного развития, стратегия должна быть уникальной для бизнеса, должна быть полной и сформулирована в сжатой форме, обеспечивающей взаимосвязь всех элементов. Стратегия должна быть одновременно целостной и гибкой, таким образом она позволит организации и ее сотрудникам при необходимости использовать свои возможности или же подстраиваться под внешние изменения.

Также стоит отметить что на равне с разработкой стратегии развития организации можно расположить такой этап как ее реализации. Она должна представлять собой подробный инструктаж, некий процесс обучения включающий в себя сотрудников всех уровней, который ознакомит их с дальнейшим планом действия и его альтернативами.

Для более успешной реализации стратегии организации необходима оценка и контроль выполнения стратегии. Оценка позволяет устранить изъяны стратегии на этапе созревания, а тщательный контроль необходим для корректной и последовательной реализации стратегии развития организации.

Список использованной литературы:

1. Воловикова Б.П. Стратегическое бизнес-планирование на промышленном предприятии с применением динамических моделей и сценарного анализа / Издательство: Инфра-М, 2019 226 с.
2. Лящук А.В. Факторы стратегического планирования на предприятии // Научное обозрение. Экономические науки. – 2018. – № 1. – С. 15-21
3. Минцберг Г. Стратегическое сафари: Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента / Генри Минцберг, Брюс Альстранд, Жозеф Лампель; Пер. С англ. — М.: Альпина Паблицер, 2013. — 367 с.
4. Ройтман С. А. Влияние факторов внешней среды на стратегию развития предприятия // Новый университет. Серия «Экономика и право». 2019. №8 (8).
5. Rakhmanbaeva, R. R. (2022). The Impact of the Development of Digital Information Technologies on the Labor Market. Journal of Pharmaceutical Negative Results, 2048-2051