

**Сунь Тецзюнь**

*Докторанттура DBA «Деловое администрирование»*

*Университет Narxoz*

## **ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПОВЫШЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КОМПАНИИ**

Управленческий потенциал субъекта реального сектора экономики базируется на формировании ресурсов, его механизм основан на сложном сочетании его элементов, при этом важно определить, какие факторы способствуют его развитию и влияют на сбалансированность [1, с.39].

Оценивая каждую составляющую процесса формирования стратегического потенциала, можно контролировать и регулировать эти процессы. Наиболее значимым из всех свойств (адаптивность, адекватность, надежность и т. д.) является гибкость. Понятие гибкости обычно используется для определения чувствительности и способности организации реагировать на изменения, поэтому его часто отождествляют с понятиями адаптивности и мобильности

Целостность потенциала компании предполагает единство ее особенностей, процессов, отношений, противоречий и тенденций, поэтому все потенциальные свойства взаимозависимы и взаимосвязаны. Адаптивность организации отражает состояние процесса развития организации и представляет собой сложное свойство, сочетающее в себе мобильность, характеризующую процесс перемещения ресурсов предприятия; стабильность и последовательность, определяющие социальную политику предприятия и т. д.

Свойство адаптивности системы характеризует процесс целенаправленного изменения ее структуры и функций в соответствии с изменениями внешней и внутренней среды, а гибкость - отображает характер отношений между элементами системы, легкость ее перегруппировки без принципиальных изменений в ее структуре.

Мобильность определяется скоростью реакции на происходящие изменения и поэтому может быть сопутствующим признаком, как гибкости, так и адаптивности. Гибкость и мобильность обеспечивают не только устойчивое конкурентное преимущество предприятия на рынке, но и изменение ситуации на рынке в свою пользу.

Экологическое сканирование - относится к процессу сбора, тщательного изучения и предоставления информации в стратегических целях, анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на организацию. После сбора необходимых данных руководство компаний должно постоянно стремиться улучшить свою базу ресурсов.

Формулирование стратегии - это процесс принятия решения о наилучшем курсе действий для достижения организационных целей и, следовательно, достижения организационной цели. После проведения сканирования окружающей среды менеджеры формулируют корпоративные, деловые и функциональные стратегии.

Реализация стратегии подразумевает выполнение стратегии в соответствии с ее назначением или приведение выбранной стратегии организации в действие. Реализация стратегии включает в себя проектирование структуры организации, распределение ресурсов, разработку процесса принятия решений и управление человеческими ресурсами.

Оценка стратегии является заключительным этапом процесса стратегического управления. Основными мероприятиями по оценке стратегии являются: оценка внутренних и внешних факторов, лежащих в основе существующих стратегий, измерение эффективности и принятие корректирующих мер. Оценка обеспечивает соответствие организационной стратегии и ее реализации целям организации.

Процесс развития стратегического потенциала компании заключается в выборе наиболее подходящего курса действий для реализации организационных целей и задач по реализации организационного видения и включает в себя шесть основных этапов, которые определяются в следующем порядке:

1) Постановка целей организации - ключевым компонентом любого стратегического заявления является постановка долгосрочных целей организации. Цели определяют желаемый результат, в то время как стратегия делает акцент на средствах его достижения. Стратегия включает в себя как фиксацию целей, так и определение среды, которая будет использоваться для реализации этих целей. При определении организационных целей важно, чтобы факторы, влияющие на выбор целей стратегии были проанализированы до выбора целей.

2) Оценка организационной среды. Следующим шагом является оценка общей экономической и производственной среды, в которой работает организация, с выделением ее конкурентных позиций. Как правило, это включает в себя качественный и количественный анализ существующей продуктовой линейки организаций. Цель состоит в том, чтобы обеспечить выявление факторов, важных для конкурентного успеха на рынке, с тем, чтобы руководство могло выявить и использовать свои сильные и слабые стороны в сравнении с конкурентами.

3) Постановка количественных целей на макроуровне. На этом этапе организация должна установить желаемые количественные целевые значения для определенных целей. Идея заключается в сравнении с компаниями - конкурентами, чтобы оценить вклад, который могут внести различные продуктовые зоны или операционные отделы.

4) Постановка количественных целей на микроуровне, на этом этапе определяется вклад каждого отдела, подразделения, категории продуктов в рамках организации и, соответственно, осуществляется стратегическое планирование для каждого подразделения. Это требует тщательного анализа макроэкономических тенденций.

5) Анализ производительности включает в себя обнаружение и анализ разрыва между запланированной и желаемой производительностью. Организация должна критически оценить прошлые результаты деятельности, ее текущее состояние и желаемые будущие условия развития. Эта критическая

оценка определяет степень разрыва, сохраняющегося между реальной действительностью и долгосрочными устремлениями организации. Организация предпринимает попытку оценить свое вероятное будущее состояние в случае сохранения текущих тенденций.

Для того чтобы определить эталонную производительность, необходимо выявить особые требования к выполнению основной задачи. Затем может быть определен показатель эффективности, который наилучшим образом идентифицирует и выражает особые требования, которые будут использоваться для оценки. Организация может использовать как количественные, так и качественные критерии для комплексной оценки результатов деятельности. Количественные критерии включают определение чистой прибыли, рентабельности инвестиций, прибыли на акцию, себестоимости продукции, уровня текучести кадров и т. д. К качественным факторам относятся субъективные оценочные факторы, такие как – навыки и компетенции, потенциал принятия риска, гибкость и т. д.

Измерение производительности - стандартная производительность является эталоном, с которым сравнивается фактическая производительность. Система отчетности и коммуникации помогает измерять эффективность работы. Если имеются соответствующие средства для измерения эффективности и если стандарты установлены надлежащим образом, оценка стратегии становится проще.

#### 6) Совершенствование организационной структуры компании.

Организационная структура выделяет особые задачи и роли развития и ценности для сотрудников и определяет, как эти задачи и роли могут быть соотнесены таким образом, чтобы максимизировать эффективность, качество и удовлетворенность клиентов.

Но сама по себе организационная структура недостаточна для мотивации сотрудников. Необходима также система организационного контроля. Эта система контроля снабжает менеджеров мотивационными стимулами и имеет

обратную связь о деятельности всех участников трудового процесса и результатах работы организации.

Если руководство компании обнаруживает, что организационный потенциал не соответствует требованиям эффективности, то стандарты должны быть снижены. Еще одним редким и радикальным корректирующим действием является переформулировка стратегии, которая требует возврата к процессу стратегического управления, переформулирования планов в соответствии с новой тенденцией распределения ресурсов и последующего перехода к начальной точке процесса стратегического управления.

7) Выбор стратегии. Это последний шаг в формулировании стратегии, когда наилучший курс действий выбирается после рассмотрения всех вышеперечисленных пунктов. На данном этапе процесс развития стратегического потенциала компании определяется как способ, которым организация должна следовать с целью усиления своих конкурентных преимуществ и лучшей производительности [2, с.39].

Разработка стратегического потенциала компании включает в себя планирование и принятие решений, связанных с внедрением стратегических целей организации, реализация стратегии включает в себя все средства, связанные с выполнением стратегических планов.

Практическая реализация процесса развития стратегического потенциала компаний является административной задачей, основанной на стратегических и оперативных решениях и требует координации действий нескольких отдельных лиц [3, с.36].

#### Список литературы

1. Вурос А., Розанова Н. Экономика отраслевых рынков. - М.: Тейс, 2019. - 253 с.
2. Елемесов Р.Е. Стратегия эффективной деятельности компании. - Алматы: Каржы – Каражат, 2016. – 315 с.
3. Дугельный А.П., Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент на предприятии. - Новосибирск: ИЭИОПП, 2017 - 231 с.