СНИМКА: АНТИМОС ГЕОРГИАДИС

Стратегия в минало и в бъдеще време

ОТ МАГДАЛЕНА НИКОЛОВА

Стратегията се ражда като следствие от ситуация, изискваща реакция. Повечето определения описват стратегията като план за действие с желан краен резултат. Общоприето е вярването, че стратегията ни води напред към целта и ако е направена първата стъпка, то непременно е започнало движение към бъдещето. На практика това не е така. Съществуват мениджъри и предприемачи, чиито компании и екипи не се развиват въпреки наличието на стратегическо планиране. За измислянето на стратегия е нужна стратегия. Една стратегия може да върне екипа в начална точка, друга - да подобри работата, а трета – да конструира нов начин на действие. Няма добра и лоша стратегия, има оптимална и неоптимална за конкретната ситуация. Въпросът е какви са приоритетите: запазване на статуквото или фокус към бъдещето и търсене на иновативни решения.

Поправяне

Когато възникне проблем, един от вариантите е той да бъде поправен. Стратегията в тази ситуация е фокусирана върху възстановяване на статуквото. Поправката има за цел да възобнови работата и процесите така, както са били преди появата на проблема. Предприемат се мерки за намиране на причината и се правят корекции. Търсят се отговорни за грешката хора или елементи. Позитивът на тази стратегия е, че пести ресурси и дава отново възможност за действие. Процесът обаче е насочен към миналото, към връщане на работата в старите релси и този факт не предполага развитие. Подобна стратегия може да се използва например за поправка на техника и възобновяване на процеси. Във века на информационните технологии и високата конкуренция тази стратегия може да е ефективна само в краткосрочен план.

Промяна

Друг подход за създаване на стратегия е подобрението. Тук тя е фокусирана върху анализ на вече съществуващи процеси и системи. Действията са насочени към модификация на елементите и търсене на подобрение на целия процес. Акцентът е в сегашния момент и към подобряване на статуквото в бъдеще. Философията е към промяна и желание за развитие. Позитивите на подобна стратегия са използването на наличните ресурси с цел оптимизация, намирането на по-ефективни решения и интегрирането им в работата.

Стремежът към промяна играе ролята на катализатор за мотивацията на екипа и проактивността на хората в компанията. Негативният аспект може да се срещне най-често в страх и съответно съпротива към промяната. В случай че комуникацията към екипа премине през обвързване с вече познати модели и техника, всеки човек може да се мотивира да желае промяната, която е „заложена" в стремежа на хората към по-добро бъдеще. Пример за подобен тип стратегия в малка компания може да бъде наемане на нови хора, закупуване на допълнителна техника, обновяване на софтуерна система. В голям мащаб сливанията и поглъщанията в локален и международен план също са примери за промяна на съществуващи структури.

Иновация

Новите възможности, а понякога и заплахите от средата имат силата да провокират измисляне на нови начини за действие и работа. Интегрирането на коренно различна и неизползвана до момента стратегия за действие в практиката е началото на всяка иновация, независимо дали говорим за продукт, услуга или процес. За разлика от казусите по-горе, тук отправната точка не е проблем, а желан резултат. Стратегията се фокусира върху генерирането на идеи, подходи за действие и включване на неизползвани досега визии, ресурси и материали. Процесът е на създаване на нови елементи, а мисията е иновация. В организациите иновативните стратегии често водят до повишаване на ефективността, на качеството, на пазарния дял. А на индивидуално ниво развиват креативното мислене. Проблемът при този вид стратегия е, че понякога желаният резултат може да е кристално ясен, но отвъд представите на човек. В най-добрия случай фразата „знам какво искам, но не знам още как да го постигна" може да резонира в мислене извън рамката и намиране на иновативни решения. Предприемаческото мислене се свързва най-много с този тип стратегия, където дълбоката ценност е превръщането на идеите в реалност.

МАГДАЛЕНА НИКОЛОВА Е ОРГАНИЗАЦИОНЕН ПСИХОЛОГ В MLC INTERNATIONAL CONSULTING GROUP