

## РОЛЯ НА СТРАТЕГИЧЕСКОТО МИСЛЕНЕ ПРИ ИЗГРАЖДАНЕ НА КОРПОРАТИВНА КУЛТУРА

Докт. Божидар Бабаджанов, СА „Д. А. Ценов” - Свищов

*Резюме:* Настоящата разработка поставя акцента върху стратегическото мислене, неговата същност, както и създаването на перспективи чрез обусловен начин на мислене в конкретни насоки. И от друга страна изяснява водещата роля в изграждането на корпоративна култура с цел постигане на оптимални организационни резултати.

*Ключови думи:* Стратегическо мислене, Стратегии, Корпоративна култура.

### 1. Въведение

В динамиката на съвременната глобална икономическа обстановка ясно се очертава нуждата от вземане на правилни управленски решения, които да бъдат адекватен отговор на възникващите от различен характер икономически предизвикателства. В този смисъл изграждането на правилно, конструктивно и аналитично мислене от страна на мениджърите се явява фундамент за положителни организационни резултати.

### 2. Изложение

Стратегическото мислене, като процес акумулиращ в себе си потенциала от управленски качества на мениджъра, създава определена визия за развитие на организацията, която е не само отражение на вижданията за промяна по същество, но и проверка до колко усета за изменение в пазарите и правилното разходване на ресурси, време и капитал са коректни и прецизни спрямо динамичността във времеви хоризонт.

Съществуват различни определения за стратегическо мислене в икономическата литература. Така например според Р. Георгиев<sup>1</sup>, то е:

„Такова разпознаване на явленията, тяхната оценка и връзките между тях, което предизвиква въздържане от максимизация на едни действия в момента за сметка на други, с оглед на това да може да се

---

<sup>1</sup> Георгиев, Р. Стратегияне и конкурентоспособност. София, 2013. с. 15-16.

достигне до многократно по-големи ползи или съответно до намаляване на съществени загуби в бъдеще.”

Друг автор като Цв. Семерджиев определя стратегическото мислене като<sup>2</sup>:

„Завършен модел на желано бъдещо състояние и начините на неговото постигане тази концепция е продукт на реализацията на висши интелектуални способности (мисловни умения) на стратегическия ръководител, които най-общо се дефинират като стратегическо мислене.”

В процеса на представяне на различни тези относно същността на стратегическото мислене, то ние ще предложим още една концепция и определен подход, който ще даде допълнителна представа за това какво трябва да включва като стъпки стратегическото мислене за да бъде то обезпечено чрез правилно построена методика на мисловния процес.

Така например според С. Утън и Т. Хорн, стратегическото мислене<sup>3</sup>:

„Насочва настоящите действия и подобрява бъдещото изпълнение.”

За да стане това разбира се, те предлагат девет конкретни стъпки обособени в така нареченият подход „9S”. А те са следните<sup>4</sup>:

1. Събиране на стратегическа информация
2. Оценяване на стратегическия капацитет
3. Създаване на стратегическо познание
4. Правене на стратегически прогнози
5. Разработване на стратегическа визия
6. Създаване на стратегически възможности
7. Вземане на стратегически решения
8. Създаване и обявяване на ръководена от пазара стратегия
9. Планиране и управление на прилагането на промяната

В една или друга степен практически можем да откروим извода, че стратегическото мислене е насочено в посока придобиване на бъдещи ползи за съответната организация, нещо повече, създаване на икономическа постановка от добре структурирана икономическа мисъл, обезпечена с корпоративни активи.

<sup>2</sup> Семерджиев, Цв. Стратегия. София, 2007. с. 72.

<sup>3</sup> Wootton, S., Horne, T. Strategic Thinking. София, 2015. с. 7.

<sup>4</sup> Пак там: с. 13.

В тази връзка една от важните страни за реализиране на управленския замисъл от страна на мениджмънта се явява корпоративната култура.

Сама по себе си тя възплъщава<sup>5</sup> социалността на организацията, както и практически взаимодейства със стратегията и структурата на икономическата бизнес единица, и от друга страна оказва влияние върху формирането на фирмената мисия.

Можем да подчертаем, че<sup>6</sup>:

„Фирмената култура включва възприетите в нея поведенчески модели и ценности, които се пренасят в една или друга степен във всеки член на фирмата.”

Следователно корпоративната култура формира до голяма степен работната среда в организацията, която от своя страна е условие за реализацията на стратегическия замисъл.

И в този ред на мисли, то ние можем да открием следното, а именно, че<sup>7</sup>:

„Изграждането на културата изисква предимствено развитие на деликатните човешки качества и включва в себе си три основни условия: **чувство за всеотдайност; възнаграждение за проявена компетентност и поддържане на приемствеността.**”

От особена важност за мениджърите се явява спецификата при прилагането на възгледите им и прякото обвързване с реалния управленски процес<sup>8</sup>, като например:

„Мениджърите не могат да регулират обхвата на подкрепа в работата, когато са в изолация. Така е, защото обхватът се определя от чувството на хората за споделена отговорност, което на свой ред е следствие от културата и ценностите на компанията.”

### **Заклучение (Изводи)**

Ролята на стратегическото мислене при управлението на организацията е базисно, както за конкретните икономически принципи и закономерности, които определят развитието на икономическата бизнес единица, така и по отношение на създаване на такава работна среда, която практически да обезпечи всички стратегически постановки за развитие.

<sup>5</sup> Сирашки, Хр. Управление на фирмата. Свищов, 2012. с. 157.

<sup>6</sup> Пак там: с. 157

<sup>7</sup> Каменов, К. Основи на управлението. 2 част., В.Търново, 2004. с. 111.

<sup>8</sup> Саймънс, Р. Harvard Business Review on the High-Performance Organization. София. 2001. с. 16.

От особена важност е самата корпоративна култура да бъде изградена в унисон с цялостната визия за развитие на организацията, като по този начин служителите в организационната структура, със своите умения и компетенции да бъдат своеобразно продължение на стратегически замислената философия за развитие от страна на висшия мениджмънт.

Изхождайки от взаимосвързаността между стратегическото мислене и формирането на корпоративна култура, можем да заключим, че правилните действия от страна на мениджмънта трябва да са насочени към създаване на точни и коректни в структурно отношение икономически принципи, както и създаване на такава корпоративна култура, която да обслужва по идентичен начин, не само тясно фирмените интереси, но и вътрешните потребности от отношение и оценка, които са от изключителна важност за целия капацитет от човешки ресурс, защото на практика именно корпоративната култура е тази от която до голяма степен зависи успеха на всяка стратегия.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Георгиев, Р. Стратегирание и конкурентоспособност. София, 2013. с. 15-16.
2. Каменов, К. Основи на управлението. 2 част., В.Търново, 2004. с. 111.
3. Саймънс, Р. Harvard Business Review on the High-Performance Organization. София. 2001. с. 16.
4. Семерджиев, Цв. Стратегия. София, 2007. с. 72.
5. Сирашки, Хр. Управление на фирмата. Свищов, 2012. с. 157.
6. Wootton, S., Horne, T. Strategic Thinking. София, 2015. с. 7.