

5-1-2019

Strategic planning based on the systemic economic paradigm

K.X Karimov

Westminster International University in Tashkent (WIUT) Uzbekistan, 100047, Tashkent, Istiqbol street, 12

Follow this and additional works at: <https://uzjournals.edu.uz/iqtisodiyot>

Recommended Citation

Karimov, K.X (2019) "Strategic planning based on the systemic economic paradigm," *Economics and Innovative Technologies*: Vol. 2019 : No. 5 , Article 3.

Available at: <https://uzjournals.edu.uz/iqtisodiyot/vol2019/iss5/3>

This Article is brought to you for free and open access by 2030 Uzbekistan Research Online. It has been accepted for inclusion in Economics and Innovative Technologies by an authorized editor of 2030 Uzbekistan Research Online. For more information, please contact sh.erkinov@edu.uz.

Стратегическое планирование на основе системной экономической парадигмы

Каримов Комилжон Хамидович¹

¹Кандидат политических наук, доцент

Международный Вестминстерский университет

Узбекистан, 100047, Ташкент, улица Истикбол, 12

Аннотация: Информатизация общества, глобализация экономики и развитие инноваций требуют глубокого исследования, многофакторного анализа функционирования, управления и прогнозирования экономических объектов в системном виде, чему отвечают принципы новой системной парадигмы. Статья посвящена рассмотрению нового направления в экономической теории - системной парадигмы и ее применению в стратегическом планировании. Освещены недостатки традиционной, неоклассической и эволюционной экономической теории с позиций стратегического планирования, рассмотрены преимущества парадигмы в представлении экономических систем целостно, во всей взаимосвязи и непрерывно в динамике, реально и адекватно в пространстве и во времени. Для обеспечения реализации намеченных в плане действий, реализации миссии, видения и целей экономической системы предлагается использовать четырехэлементную типологию при разработке стратегических планов, таких как Стратегия действий в Республике Узбекистан.

Ключевые слова: парадигма, стратегия, планирование, экономическая система, инновация

Введение

За последние годы интерес к стратегическому планированию значительно возрос. Ярким примером этого является разработанная и успешно реализуемая в нашей стране Стратегия действий Республики Узбекистан в 2017-2021 годах.[1]. Стратегия действий является программным документом стратегического значения, в котором решается задача обновления всех аспектов общественной, политической, экономической, духовной и социальной жизни страны, осуществляется совершенствование методов управления экономическими системами на основе активизации предпринимательства, мобилизации, прежде всего, нематериальных факторов производства, заложенных в существующем инновационном, творческом и предпринимательском потенциале. Однако опыт разработки и реализации такого широкомасштабного комплексного документа накоплен небольшой и методологическая база стратегического планирования в условиях глобализации, усиления конкуренции, инновационного развития требует постоянного совершенствования.

Методология исследования

Теоретические основы стратегического планирования и управления базируются на неоклассической, институциональной или эволюционной экономической теории. Каждая из перечисленных теорий имеет преимущества и недостатки. Неоклассическая теория рассматривает и изучает главным образом

стандартизованные обезличенные явления и агентов и индивидуализация объектов не укладывается в стандартную теорию [3,4,Клейнер, 2007]. Неоклассическая экономика рассматривает автономный рыночный субъект (фирма, компания, предприятие, корпорация и т. д.) со своими целями, предпочтениями, склонностями совместно с рыночными институтами. При этом изучает бизнес субъекты в статике. Эволюционная теория стремится преодолеть статичность обоих подходов и включает в рассмотрение временные тренды и тенденции, обусловленные наличием «генетических» механизмов передачи признаков. [8,Клейнер, 2008].

Таблица 1.

Классификация систем и их характеристики в рамках новой экономической парадигмы

| Компоненты парадигмы | Свойства | Миссии | Функции | Результат деятельности |
|---|---|--|--|------------------------|
| Объект (юридические и физические лица, предприятие, рынки, регионы, страна и т.д.) | Ограниченная в пространстве и неограниченная во времени часть внешнего мира, существующая вне субъекта | Организация разнородных элементов в единое целое в процессе производства | Восполнение расходуемых ресурсов и сохранение благоприятных условий функционирования | Товар |
| Среда (ИКТ, интернет, нормативно – правовая система страны, рынки и т.д.) | Не ограниченное во времени и пространстве более или менее однородное вещество, заполняющее пространство | Коммуникация и координация, создание условий для обмена | Межпериодная стабилизация и межтерриториальная однородность | Услуги |
| Процессы (распространение инновации, система образования, наука, культура, система управления и т.д.) | Ограниченный во времени и неограниченный в пространстве циклический ход развития какого-либо явления | Гармонизация деятельности всех экономических систем | Понижает степень однородности времени и увеличивает однородность пространства | Работа |
| Проекты или события (мероприятия, строительство здания, структуризация предприятия, и т.д.) | Ограниченная во времени и пространстве последовательность мероприятий, направленных на достижение конкретной цели | Инновация и трансформация других видов систем | Диверсифицируют, как правило, и пространство и время | Преобразование системы |

Источник: разработано на основе [3],[4]

Процесс разработки стратегических планов, основанный на системной парадигме, объединяет использование и взаимодействие таких разнородных компонентов, как объект, субъект, процесс и результат стратегического планирования. Задача состоит в том, чтобы использовать единую концепцию для описания, анализа, планирования и управления экономических объектов. Такое описание необходимо, в первую очередь, для того чтобы определить наилучший способ организации и планирования стратегического процесса. Такое описание необходимо для анализа и прогнозирования экономических объектов на основе новой экономической парадигмы Корнаи Я.[4]. Причем основное отличие новой системности от старого состоит в отказе от теоретико-множественной (эндогенной) основы и усиление внимания к образной (экзогенной) основе систем. Так, системой понимается относительно устойчивая в пространстве и во времени целостная часть окружающего мира, выделяемая из него по пространственным или функциональным признакам.(Клейнер,2007). Сущность системной парадигмы состоит в том, что процессы производства, распределения, обмена и потребления материальных благ и услуг рассматриваются через призму создания, взаимодействия и трансформации экономических систем (Клейнер,2008). В новой теории экономических систем упор делается на определение системы через ее внешнюю устойчивость и целостность. Синтез этих подходов даст возможность существенно расширить потенциал развития системной экономики. Поэтому единый подход к описанию представленных экономических составляющих должен быть сформирован на основе понятия системы и построения на базе этого понятия теории и методологии системного описания экономики. Иными словами, речь идет о применении системной парадигмы в экономических исследованиях. Основателями системного подхода к экономическим объектам и явлениям являются такие ученые, как Л. Берталанфи (1937), У. Эшби (1945), Н. Винера (1948), Я. Корнаи, Р. Акофф, С. Бир, М. Месарович, Р. Калман, Б.Н. Михалевский, Ю.Н. Гаврилец, Ю.И. Черняк, В.И. Данилова-Данильян, М.Г. Завельский, В.М. Глушков и др.[4,5]

По мнению ученых практическое значение новой парадигмы состоит в том, что макро и микроэкономика рассматривается как системы разных типов, исчезает разрыв между макро и микросистемами. Возникает возможность отразить взаимодействие субъектов и объектов, создаётся возможность для исследования таких разных объектов история, институты, знания и инновации [8].

Результаты исследования

Стратегическое планирование состоит из: подготовительного этапа, исследования ресурсного потенциала, проведения системного анализа состояния, видения будущего состояния, миссии, цели, задач, стратегии и тактики, а также разработки механизмов достижения поставленной цели, реализации плана и корректировка. Используя типологию экономической парадигмы это можно представить в виде:



Стратегическое планирование другими словами это планирование траектории поведения системы в пространстве и во времени, скажем, от заданной исходной точки, А до плановой будущей точки, В с учетом стабильности и вариативности объекта. Как отмечают видные ученые стратегического менеджмента, авторы книги: “Funky Business: Talent Makes Capital Dance” «Сегодня мы знаем, что разнообразие и вариативность, а не стандартизация - это именно то, что лежит в основе креативности. Стандартизация должна уступить место вариативности. Это джинн, который вырвался из бутылки»[5].

Стратегическое планирование это средство для разработки и внедрения стратегии. Стратегическое планирование по своей природе аналитический процесс и является формальной процедурой для обработки и анализа данных, используемых как основа для стратегического мышления. Кроме того, стратегическое планирование является контрольным механизмом внедрения разработанной стратегии. Другими словами стратегическое планирование нужно для осуществления процесса разработки. Результатом проведения данных работ являются разработанные модели экономического объекта "как должно быть", описывающие более рациональную карту действий для оптимального использования материальных, финансовых, природных и информационных ресурсов.

В современной экономике инновационная составляющая является важным фактором устойчивого развития предприятий всех отраслей и сфер деятельности. Для сохранения устойчивости предприятия необходимо системное внедрение различного вида нововведений:

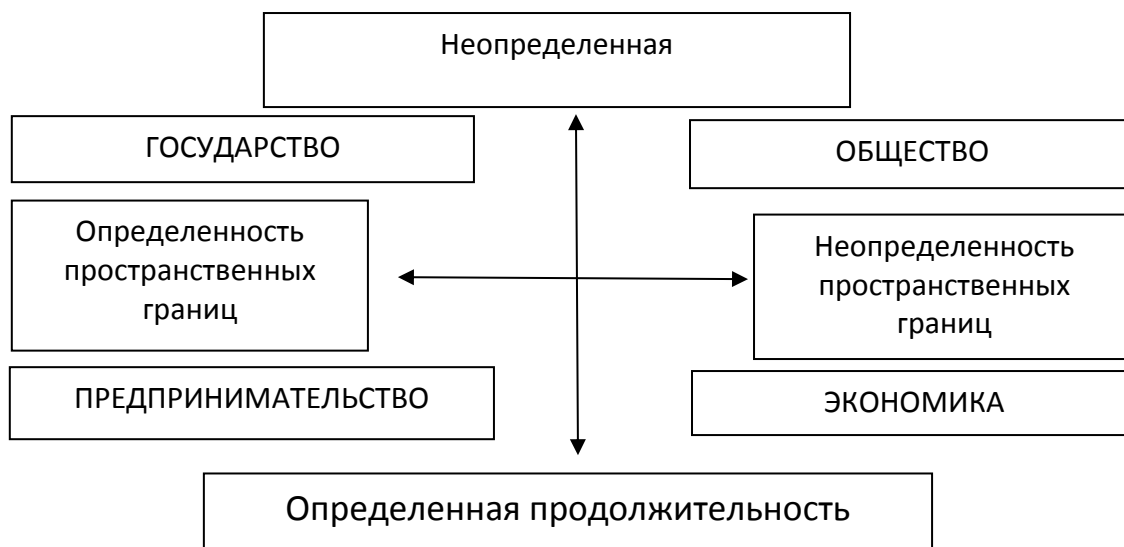
- продуктовых, технологических, организационных, маркетинговых, социальных, экологических. Интенсивность внедрения инноваций (инновационная активность) способствует развитию стратегических способностей и, как следствие, определяет коммерческий успех предприятия в долгосрочной перспективе. Инновации выступают ключевым фактором улучшения качества продукции и услуг;

- экономии трудовых и материальных затрат, увеличения производительности труда, совершенствования организации производства. Все это в конечном счете предопределяет конкурентоспособность предприятий и выпускаемой ими продукции на внутреннем и мировом рынках. Поэтому в разработке плана особое значение имеет обеспечение инновационного развития и конкурентоспособности системы. На наш взгляд, идеи Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям Республики Узбекистан основаны на системном подходе и представляет экономику в виде в виде открытой динамической подсистемы общества, где государство рассматривается как регулятор социально

- экономических отношений, инициатор формирования демократического общества и рыночной экономики [1].

На макроуровне страны можно выделить четыре системы: государство (система объектного типа), общество (средового типа), экономика (процессного типа, реализующая процессы производства, потребления, распределения и обмена),

предпринимательство, или бизнес (система проектного типа, осуществляющая предпринимательские инициативы) [4,7].



Сегодня инновации являются компасом стратегического развития и гарантией успешного бизнеса. Однако в экономической литературе преобладает узкое понимание инновации, как создание нового продукта (или услуги) и разработка и внедрение новой техники или технологии. Такое понимание инновации иногда приводит к формализации и внедрению ошибочной бизнес стратегии в рамках одной отрасли, приводящей к подражанию вместо конкуренции. В результате этого фирмы могут быть склонны к копированию эффективных инноваций и использованию бенчмаркинга. Результаты нашего исследования показывают, что в Республике Узбекистан это имеет место на предприятиях, проводящих научные – исследования и выпускающих технологические оборудования для химической, нефтяной и газовой отрасли, мебельной промышленности. На предприятиях, производящих товары широкого потребления преобладает тенденция внедрения инновации в форме брендинга или совершенствования каналов распределения товаров. Как вы хотите быть привлекательным на рынке? Быть более экономичным? Быть дешевым продавцом? Ответы на эти вопросы можно найти в книге [5] Къелл Нодстром и Ионас Риддерстрале, «...Только талант позволяет быть вам уникальным, успевать обычно в бизнесе. В этом мире мы нуждаемся в необычном бизнесе. Мы нуждаемся в инновационном бизнесе». Обобщая, опыт компаний развитых стран и учитывая особенность нынешнего этапа социально - экономического развития страны перспективными для предпринимательских структур являются следующие бизнес инновации[2, 6]:

- инновации в выпуске продукции (разнообразие в ассортименте и дифференциации продукта или услуги);

- создание платформы продукции (разработка компонентов товара, сборка, упрощение использования и совершенствование элементов формирования добавочной стоимости);

- одновременная интеграция использования продукта и сервиса, выполнение всех операций для решения проблемы потребителя;
- инновации, отвечающие запросам поведения потребителей, например, дешевые цены, бренды, соответствующие потребностям сегмента, предприятия и организации;
- изучение практики поведения потребителей по сегментам и улучшение коммуникации с потребителями;
- проведение реинжиниринга, оценка добавочной стоимости для потребителя в цепи продукта и разработка механизмов ее оптимизации;
- разработка и внедрение процессовой бизнес инновации (использование новой техники и технологии, модернизация бизнес процессов);
- проведение организационных инноваций (реструктуризация организационной структуры предприятия, специализация и разделение труда, менеджмент персонала, совершенствование маркетинга, внедрение холистического маркетинга и т.д.)
- инновации логистической системе, в доставке товаров, информационном потоке, сокращение времени доставки и т.д.
- бизнес инновации в каналах распределения продуктов, позиционировании, места продажи, выборе рынков сегментов;
- организации сетевых структур для обеспечения конкурентного преимущества, разработка брендов , новой марки и т.д.

Заключение

В поисках основания для методологической базы стратегического планирования необходимо обратиться к новой экономической парадигме, которая рассматривает экономику и ее компоненты как динамически развивающую систему внешнего единства и внутреннего разнообразия, на что влияют внутренние (эндогенные) и внешние (экзогенные) факторы. Стратегическое планирование включающие миссии, видение, цели и действия должны учитывать и прогнозировать возможные инновации, обеспечивающие устойчивую конкурентоспособность предприятия. На замену стратегического менеджмента приходит системный менеджмент. Повышается роль холистического маркетинга в оптимизации добавленной потребительской стоимости продукта для потребителя. Раньше, конкурентное преимущество компании в большинстве случаев было связано с доступом к сырью, удобными транспортными маршрутами, емким потребительским сегментом рынка, дешевой рабочей силой. Однако эти факторы ушли в прошлое [5]. Сегодня успех бизнеса обеспечивается креативностью [5], внедрением инновации в предпринимательстве, широком использовании ИКТ, развитием инфраструктуры информации и знаний.

Использованной литературы

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017 года №УП – 4947 « О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан». Сборник законодательства Республики Узбекистан, 2017, №6, 70 –статья

2. Armstrong, M., (2011). How to be an even better manager. Kogan Page, Philadelphia, 303 p.
3. Клейнер Г.Б. Системная парадигма и экономическая политика. *Общественные науки и современность*, 2007, №№ 2, 3.
4. Корнаи Я. Системная парадигма. «Вопросы экономики», 2002 г. (Корнаи, №4 .с. 10-12).
5. Нордстрем К., Ридденстрале И. Закат экономики знаний. *Top –Manager*, 10/01/2007.
6. Nordstrom, Kjell A., Ridderstrale, Jonas (2000). *Funky Business: Talent Makes Capital Dance*. (<https://books.google.com/>
7. Ridderstrale Jonas., Willcox Mark. *Re-energizing The Corporation: How Leaders Make Change Happen*. 2007.
8. Клейнер Г.Б. Системная парадигма и системный менеджмент. *Российский журнал менеджмента*. Том 6, №3, 2008.
9. Клейнер Г.Б. Системная парадигма в экономических исследованиях. В книге : *Цивилизация знаний: российские реалии. Труды Восьмой научной конференции Москва, 20-21 апреля 2007 г. М.: РосНОУ, 2007.*
10. Лищук. А.А. *Стратегическое планирование устойчивого развития предпринимательских структур в постиндустриальной экономике*. Санкт – Петербург., 2015.
11. Чепель С.В. Системный анализ и моделирование перспектив устойчивого развития национальной экономики Узбекистана. Т., IFMR, 2014.
12. <https://www.gazeta.uz/ru>