

Миссия выполнима: о роли миссии в региональных стратегиях социально-экономического развития

Научный руководитель – Горелова Ирина Валерьевна

Кравченко Елизавета Андреевна

Студент (бакалавр)

Волгоградский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы, Волгоград, Россия

E-mail: elizaveta.k1997@gmail.com

«Непобежденный. Возрожденный. Наш.». Так выглядит миссия стратегии городского округа город-герой Волгоград. Такой слоган заставляет испытать чувство гордости за свой город. Такой яркий и запоминающийся слоган «въедается» в память, отражает особенности и фиксирует внимание людей на себе.

Исторически сложилось, что формулирование миссии (даже если ее так не называют) в России предопределяет развитие модели управления на любом уровне, способствует формированию системы стимулов для выполнения поставленных задач на любом уровне, - будь то отдельное предприятие или государство в целом. Именно миссия, а не цель способствует в национальной модели достижению результата. Призыв «Кто к нам с мечом придет, тот от меча и погибнет», произнесенный А. Невским, вселял воинам боевой дух и желание защищать Родину. Именно такие призывы в национальном менталитете служат спусковым крючком к историческим свершениям.

Миссия обладает созидательной и разрушительной силой. Она играет огромную роль в управлении, но, к сожалению, в настоящее время многими недооценивается. Анализ стратегий социально-экономического развития 85 регионов показал, что сформулированные миссии есть не у всех регионов. Только у 31 региона из 85 сформулирована миссия. Это значит, что абсолютное большинство, а именно 64% от общего числа регионов, не придают значимости миссии. А ведь в ситуации разнообразия укладов жизни, географических и исторических особенностей миссия могла бы помочь в определении его индивидуальности, значимости и узнаваемости. Следует отметить, что в тех регионах, где миссия все же присутствует, она не всегда соответствует своему назначению.

В территориальном управлении цель представляет собой описание конечных и промежуточных состояний региона в ходе реализации стратегии. Относительно цели миссию можно считать базой, основой для формулирования целей. Именно миссия определяет, какие цели необходимо поставить для развития региона, каково предназначение региона и что он может дать государству и мировому сообществу в целом. При этом миссия несет в себе мощный мотивационный заряд, что является одной из важнейших ее характеристик. С философской точки зрения миссию можно назвать душой всей стратегии, ведь она отражает уникальность региона, которая формировалась под влиянием многих факторов: исторических, культурных, природных и т.д.

Важно с большим вниманием относиться к разработке миссии. Необходимо определить, каким образом нужно формулировать миссию региона в рамках его социально-экономического развития. Миссия региона должна быть яркой, что будет способствовать повышению узнаваемости региона и его деятельности, т.е. спроектировать желаемый образ для региона. Главная задача миссии - создать необходимую эмоциональную атмосферу имплементации стратегии. Именно поэтому в миссии должны содержаться основные особенности и отличия региона от других субъектов Российской Федерации.

Для четкого формулирования миссии социально-экономического развития региона процесс разработки необходимо разделить на четыре этапа: организационный, аналитический, проектный и коммуникативный. На организационном этапе необходимо разработать структуру, отвечающую за разработку миссии. Затем - на втором этапе группе по разработке миссии социально-экономического развития региона необходимо, во-первых, выявить отличительные черты региона. Во-вторых, уполномоченной группе необходимо определить, какую роль должен играть регион в общественной жизни, т.е. понять, каким регион хотят видеть его жители. Это должна быть краткая, но емкая характеристика, которая будет отражать позицию региона, и отражать его исключительную важность. После проведенного анализа необходимо структурировать результаты и подготовить их для перехода к следующему этапу - проектному - непосредственно для разработки миссии. В рамках третьего этапа разработки миссии, необходимо отобрать варианты, которые отвечают вышеперечисленным требованиям. Задача заключительного этапа - коммуникативного этапа - заключается в выборе одной единственной миссии из всех предложенных вариантов. Выбор окончательного варианта миссии необходимо предоставить жителям региона. После того, как жителям региона будет предоставлена возможность выбрать миссию региона, необходимо подвести итоги голосования и утвердить миссию в рамках стратегии социально-экономического развития.

Таким образом, с философской точки зрения, миссию можно назвать душой стратегии. «Душа» региона отражает его «непохожесть» на другие субъекты, его особую внутреннюю организацию. Она показывает, как регион соотносится с окружающим миром, как взаимодействует с ним. Миссия, как и душа, имеет практически безграничный потенциал развития и является индивидуальной. Развиваясь, приобретая опыт, регион становится уникальным, приобретает особенные черты, что в конечном итоге и отражает миссия. Миссия является движущей силой стратегии, точно так, как и душа движет действиями человека. Возможно, именно сравнение миссии с душой, поможет осознать экспертам в области стратегического управления всю важность и необходимость миссии и тогда стратегическое управление станет более эффективным.