

Современные методы и технологии управления организацией

Смирнова Полина Олеговна

Современные методы и технологии управления организацией связаны со стратегическим управлением.

Стратегическое управление в любой данный момент фиксирует, что организация должна делать в настоящем, чтобы достичь наших целей в будущем, имея в виду, что среда и организация условий работы изменятся. Проблемы стратегического управления часто возникают под влиянием многочисленных внешних факторов. Чтобы отслеживать их влияние, необходимо организовать постоянный мониторинг окружающей среды, что важно для эффективности и конкурентоспособности предприятия.

В целом принято выделять два основных типа стратегического управления: первый - это регулярное управление, которое содержит в своей структуре несколько систем, дополняющих друг друга. В рамках этого вида стратегического управления происходит процесс управления основными возможностями предприятия. Второй тип стратегического планирования осуществляется в рамках реального времени, а также связан с решением внезапно возникающих задач. Важно отметить, что в рамках этого типа планирования стратегия также дорабатывается. Критерием оценки типа стратегического управления может служить доход от коммерческой деятельности [2, с.254].

Стратегическая значимость ресурсов как потенциала организаций состоит, во-первых, в их способности разрабатывать оптимальную стратегию для субъекта (источника образования), а во-вторых, в принципе, в возможном воздействии на внешнюю среду предприятия и, в-третьих, в стратегической формулировке основных целей (курс действий). Действительно, для разработки и реализации бизнес-стратегии требуются большие накладные расходы. Однако

не все фирмы в одинаковой степени способны точно выбрать стратегически выгодный рынок. Ошибочно оценивая свои стратегические возможности, компании часто оказываются чуждыми своей области стратегического управления.

Анализ текущей ситуации. Данный раздел состоит из трех подразделов – анализа внешней среды, анализа внутренней среды и SWOT-анализа.

Целью данного раздела является отражение основных параметров развития внешней и внутренней среды, анализ основных существующих проблемных точек, рисков и угроз, выявление сильных сторон и возможностей логистической деятельности компании. Этот анализ позволит нам определить дальнейшие тенденции развития на плановый период на более высоком уровне качества.

Внешняя среда касается совокупности активных экономических субъектов, социально-экономических условий, национальных и межинституциональных институциональных структур и других внешних условий и факторов, влияющих на сферы общества и влияющих на различные сферы его деятельности. Этот подраздел должен содержать следующую информацию в первую очередь [3, с. 61]:

1) анализ макроэкономических показателей (например, объем ВВП, инфляция, объем финансирования внутренней экономики на втором уровне банков, объем средств, предназначенных для восстановления основных средств и т. д., т. е. показатели, изменение стоимости которых прямо или косвенно связано с деятельностью компании или под ее влиянием);

2) анализ ситуации в сегменте экономики, в которой компания работает напрямую, ее доля на рынке;

3) прогнозируемый сценарий развития сегмента экономики, в котором Компания осуществляет деятельность непосредственно на прогнозируемый период.

Проведение анализа внутренней среды необходимо для выявления и определения внутренних преимуществ и недостатков, которые компания должна учитывать при достижении своих целей. Для проведения анализа внутренней среды необходимо рассмотреть следующие ключевые аспекты компании за последние три года: производственная деятельность; финансово-экономическая деятельность; инвестиционная деятельность; корпоративное управление; система управления рисками; инновации корпоративная социальная ответственность; персонал и др. При этом особый акцент должен быть сделан на оценке таких показателей как качество, скорость, надежность, гибкость и стоимость в логистической деятельности [1, с.28].

Для каждой цели необходимо разработать перечень ключевых показателей деятельности в логистике (далее КПД), по которым будет оцениваться достижение целей. В стратегии компании в зависимости от специфики деятельности, необходимо отразить следующие ключевые показатели деятельности с целевыми значениями по ним 3,5 и 10 лет, а также фактические значения за последние 2 года [4, с.71]: производственные КПД, - финансовые КПД (чистый доход, EBITDA margin, коэффициент рентабельности собственного капитала и др.); рейтинг корпоративного управления; рейтинг инновационного развития; степень достижения целевых показателей компании в рамках стратегических документов страны; показатель экономически добавленной стоимости – EVA.

Бенчмаркинг. Для достижения уровня эффективности ведущих компаний мира рекомендуется на ежегодной основе проводить бенчмаркинг. Проведение бенчмаркинга позволит выявлять области, где имеются существенные отличия в уровнях эффективности от ведущих компаний мира и где имеется существенный потенциал для роста, создать основу для концентрации внимания менеджмента на областях, повышающих конкурентоспособность, и проведения дальнейших исследований [2, с.120].

В стратегии компании необходимо определить список показателей, по которым в дальнейшем будет проводиться ежегодный внутренний и внешний бенчмаркинг, список компаний с которыми будет проводиться сравнение, а также значения выбранных показателей в динамике за последние три года.

Список используемых источников:

1. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. - М.: Форум, 2013. - 256 с.
2. Бизнес-планирование: Учебное пособие / Под ред. В.З. Черняка, Г.Г. Чараева. - М.: ЮНИТИ, 2015. - 591 с.
3. Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Д. Нортон, Р. Каплан. - М. : Олимп-Бизнес, 2015. - 320 с.
4. Пармендер Д. Ключевые показатели эффективности: разработка, внедрение и применение решающих показателей. – М.: Олимп-Бизнес, 2013. – 288 с.
5. Соколова О. Г. Формирование системы показателей для оценки эффективности управления логистической системой фокусной компании цепи поставок // Логистика и управление цепями поставок. 2016. № 1 (72). С. 39-49.