

О постановке базовых задач управления развитием компаний

Ивашкина Дарья Максимовна, студентка 4-го курса факультета дистанционного обучения ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», г. Москва, Российская Федерация

E-mail: lfif1240240@yandex.ru

Аннотация

В статье рассматривается необходимость обоснования показателя совокупной эффективности компании для целей управления её развитием. Существующие показатели оценки эффективности рассматривают эффективность предприятия по отдельности или затрагивают некоторые аспекты хозяйствования. Их применение не позволяет принять эффективное управленческое решение о развитии, затрагивающее все элементы внутренней среды компании. Задача поиска показателя совокупной эффективности компании осложняется влиянием значительного количества факторов. Решение поставленных в работе базовых задач управления развитием позволит компаниям вести активную конкурентную борьбу.

Ключевые слова: развитие; эффективность; качество; внутренняя среда; задачи управления.

On the formulation of the basic tasks of the company's development management

Ivashkina Darya Maximovna, student, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation

E-mail: lfif1240240@yandex.ru

Annotation

The article discusses the need to substantiate the indicator of the company's aggregate efficiency for the purposes of managing its development. Existing performance measurement indicators look at the performance of a company individually or affect some aspects of its business. Their application does not allow making an effective management decision on development affecting all elements of the company's internal environment. The task of finding an indicator of the company's overall performance is complicated by the influence of a significant number of factors. The solution of the basic tasks of development management set in the work will allow companies to conduct an active competitive struggle.

Keywords: development; efficiency; quality; internal environment; management tasks.

В настоящее время рыночная экономика является одним из основных типов экономических систем, основными элементами которого являются спрос, предложение и цена продукта или услуги [9]. Взаимосвязь и взаимодействие основных элементов рынка образует рыночный механизм. Но что обеспечивает функционирование данного механизма?

Спрос отражает потребность покупателя в некоторых товарах или услугах. Соответственно, раз имеется покупатель, готовый заплатить за некоторый товар определенную цену, то появится поставщик, который обеспечит данную потребность. Но для того, чтобы удовлетворить потребность покупателя, товар нужно произвести, и не просто произвести, а сделать это наиболее эффективно, чтобы обеспечить возможность покупателя приобрести этот товар в рамках имеющихся у него денежных средств.

До того, как английский экономист Дж. Кейнс заявил, что спрос рождает предложение [2], в экономической теории доминировал закон, сформулированный французским экономистом Ж.-Б. Сэем, согласно которому предложение рождает спрос [2]. Предложение - это желание производителя произвести и предложить к продаже на рынке свои товары по конкретным ценам с заданными характеристиками. Действительно, в современном мире появляется множество товаров, обеспечивающих значительный спрос. Но появление таких товаров происходит в условиях научных исследований и возможности материализации данных исследований в производственном процессе, т.е. без эффективного производства невозможно формирование предложения.

Таким образом, в основе рыночной системы хозяйствования лежит производственная система, которая не только производит продукцию, пользующуюся спросом на рынке, но и создает рабочие места, обеспечивая занятость населения, начисляет заработную плату, т.е. одновременно обеспечивает возможность формирования спроса.

Однако, в течение последних 10 лет развитие производственного сектора России практически остановилось, индекс промышленного производства составил всего 2,1% в 2017 году по отношению к 2016 г. (рисунок 1).

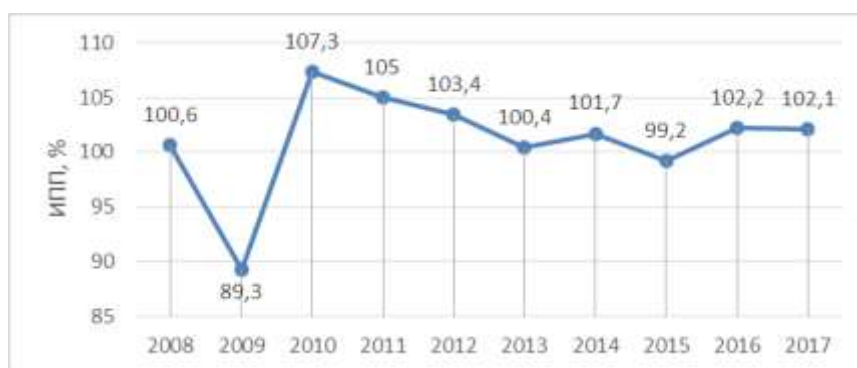


Рис. 1. Индекс промышленного производства, в % к предыдущему году [8]

В связи с этим, для повышения конкурентоспособности отечественных производственных компаний и придания им устойчивости к воздействию внешних факторов, необходимо обоснование новых задач управления развитием, а их решение станет основой развития экономической системы в целом.

Проблемам стратегического развития компаний посвящены многие научные статьи, диссертации и различные публикации [6], которые объединяют целую систему различных взглядов на вопросы управления развитием: определение основных составляющих стратегии развития предприятия, выбор вида стратегии и методов, помогающих претворить стратегии в жизнь и добиться положительного результата от ее использования. Но, несмотря на это, в основном предлагаются общие рекомендации и методики для любой компании абсолютно разных отраслей экономики [5]. Для компаний, хозяйствующих на конкурентных рынках, исключительную актуальность в процессе формирования стратегии развития приобретает маркетинг. Это приводит к тому, задача управления развитием организации сводится к воплощению выбранной маркетинговой стратегии поведения на рынке.

В работе З.Н. Варламовой было проведено исследование различных взглядов на сущность понятия «развитие организации». Автор предлагает под развитием организации понимать «тип организационных изменений, характеризующийся качественными изменениями стратегического потенциала, способностей (компетенций) организации, основной целью которого является обеспечение долгосрочной жизнеспособности организации генерировать блага (создавать стоимость) для всех ее заинтересованных сторон» [3].

При этом, автор определяет компетенции организации «как интегрированную совокупность знаний, навыков, умений и отношений в определенных сферах (областях), являющаяся основой создания принципиально новых и уникальных товаров и услуг и обеспечивающая устойчивые конкурентные преимущества конкретной организации» [3].

Действительно, в основе развития лежит процесс организационных изменений, характеризующийся эффективностью использования имеющихся в компании материально-технических, трудовых и финансовых ресурсов, т.е. происходят процессы изменения характеристик экономической системы.

Для того, чтобы компания генерировала блага и эффективно функционировало, необходимо постоянно адаптировать свои ресурсы и компетенции к изменяющимся условиям рынка, оценивать жизнеспособность выбранного пути развития и, в случае необходимости, корректировать его.

Функционирование рынка сопровождается постоянными изменениями конъюнктуры: меняется уровень спроса и предложения, рыночная активность, цены, объёмы продаж и т.д.

[4]. Это заставляет предприятия также постоянно адаптироваться к изменчивым условиям. Причем, к таким изменениям подготовлено и наилучшим образом адаптируется то предприятие, которое обладает наилучшими технологиями, научно-исследовательской базой, потенциалом развития, финансовыми возможностями, низкими издержками (рисунок 2), т.е. совокупной эффективностью хозяйствования. Предприятия, обладающие наибольшей эффективностью, занимают лидирующее положение на рынке и способны активнее реагировать на требования рынка.



Рис. 2. Модель влияния внутренней и внешней среды на организацию [1]

Количественная оценка эффективности всех аспектов функционирования компании в одном показателе крайне важна для любого предпринимателя, работающего в конкурентной среде, так как позволит получить объективное представление о положении компании в конкурентной среде.

Наиболее распространённые показатели оценки эффективности рассматривают эффективность предприятия по отдельности или затрагивают некоторые аспекты хозяйствования: например, производительность труда характеризует эффективность использования труда работников в создании готового продукта, фондоотдача характеризует эффективность использования оборудования на предприятии, рентабельность продаж отражает эффективность сбытовой деятельности компании и т.д. То есть, большинство показателей являются либо технической характеристикой, либо экономической. Отсутствие показателя обобщенной оценки эффективности компании и недостатки общепризнанных показателей оценки, приводят к некорректной оценке эффективности предприятий, а, следовательно, и к выбору некорректной стратегии развития. Кроме того, в рамках общепринятых подходов в процессе разработки выбранного направления развития

предприятия невозможно количественно определить получаемый эффект от развития, например, при реализации стратегии интегрированного роста, т.е. приобретая новые предприятия, невозможно оценить вклад нового предприятия в эффективность экономической системы и т.д.

Таким образом, для принятия судьбоносных решений в хозяйственной деятельности компании необходимо определить показатель совокупной эффективности бизнеса [5, 7].

Нахождение такого количественного показателя E позволит за счет воздействия на факторы X , влияющих на значение данного показателя (1), рационально управлять развитием компании:

$$E = X_1 + X_2 + \dots + X_n \quad (1)$$

Такой подход обеспечит компании наилучшие условия для ведения конкурентной борьбы и позволит быстро реагировать на изменения требований рынка.

Ключевым свойством данного показателя должно стать соотношение результата хозяйственной деятельности к затратам. Причём, данные, используемые для расчета показателя, должны обладать сопоставимостью, т.е. результаты и затраты должны относиться к одному периоду и к одному объекту оценки.

Сложность определения самого показателя совокупной эффективности создает трудности для его максимизации, т.к. необходимо принимать только такие комплексные решения о развитии компании, которые приведут к повышению значения данного показателя (2):

$$E = X_1 + X_2 + \dots + X_n \rightarrow \max \quad (2)$$

Таким образом, для эффективного управления развитием компании, необходимо решить две базовые задачи:

- 1) Определить количественный показатель совокупной эффективности компании
- 2) Определить результирующие факторы, влияющие на максимизацию показателя совокупной эффективности, и способы управления ими.

Решение этих задач позволит компании достичь цели развития – выход в лидеры, или удержание лидерства в высоко конкурентной борьбе, а руководителю предприятия или собственнику бизнеса – позволит найти ответы на главные для них вопросы: какой бизнес прекратить, какой бизнес продолжать и в какой бизнес перейти?

Список использованных источников

1. Бачурин А. Повышение роли экономических методов управления // Экономист. – 2002. – №4. – С. 28-32.

2. Блауг М. 100 великих экономистов до Кейнса [Great Economists before Keynes: An introduction to the lives & works of one hundred great economists of the past]. – СПб.: Экономикс, 2008. – 352 с.
3. Варламова З.Н. Сущность развития организаций // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 19. – С. 156-160.
4. Деньги, кредит, банки: учебник / Ю.А. Ровенский, Г.А. Бунич, под ред. – Москва: Проспект, 2016. – 319 с.
5. Костин А.В., Варламов А.В., Денисов И.В. Принципы разработки эффективной стратегии развития промышленных корпораций // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 11, ч.2 – С. 820-824.
6. Панасенко С.В., Парахина В.Н., Максименко Л.С. Стратегический менеджмент. Учебник по специальности «Менеджмент организации» 6-е издание, стереотипное. – Сер. Бакалавриат. – М.: Кнорус, 2017. – 496 с.
7. Перепелица Д.Г. Современные проблемы и тенденции развития автоматизированных систем поддержки принятия управленческих решений // Человеческий капитал. – 2014. – № 4 (64). – С. 138-143.
8. Федеральная служба государственной статистики [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 30.07.2018).
9. Экономическая теория: учебник / Под общ. ред. А.И. Добрынина и др. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 747 с.

References

1. Bachurin A. Povyshenie roli ekonomicheskikh metodov upravleniya, Ekonomist, 2002, No. 4, pp. 28-32.
2. Blaug M. 100 velikih ekonomistov do Kejnса (Great Economists before Keynes: An introduction to the lives & works of one hundred great economists of the past), SPb.: Ekonomikus, 2008, 352 p.
3. Varlamova Z.N. Sushhnost' razvitiya organizatsij, Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta, 2009, No. 19, pp. 156-160.
4. Den'gi, kredit, banki: uchebnik, Yu.A. Rovenskij, G.A. Bunich, pod red., M.: Prospekt, 2016, 319 p.
5. Kostin A.V., Varlamov A.V., Denisov I.V. Printsipy razrabotki ehffektivnoj strategii razvitiya promyshlennykh korporatsij, Ehkonomika i predprinimatel'stvo, 2016, No. 11, Vol.2, pp. 820-824.

6. Panasenko S.V., Parakhina V.N., Maksimenko L.S. Strategicheskij menedzhment. Uchebnik po spetsial'nosti "Menedzhment organizatsii", 6-e izdanie, stereotipnoe, Ser. Bakalavriat, M.: Knorus, 2017, 496 p.
7. Perepelitsa D.G. Sovremennye problemy i tendentsii razvitiya avtomatizirovannykh sistem podderzhki prinyatiya upravlencheskikh reshenij, Chelovecheskij capital, 2014, No. 4 (64), pp. 138-143.
8. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki
<http://www.gks.ru>
9. Ekonomicheskaya teoriya: uchebnik, Pod obshh. red. A.I. Dobrynina i dr., 2-e izd, INFRA-M, 2010, 747 p.