

УДК 338.242

*И.В. Косякова, Г.И. Яковлев**

ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРИНЦИПОВ И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА

В статье рассматриваются основные принципы и тенденции развития управленческих процессов организации. Показано, что основные принципы менеджмента сформировались под влиянием многих факторов, среди которых особое значение в современных условиях приобретают человеческий фактор, факторы времени, научно-технического прогресса, внешней и внутренней среды организации и другие. В качестве главной тенденции развития стратегического менеджмента выделяется ориентация на клиента не как учет интересов клиента с позиций бизнеса, а как учет оценки клиентом эффективности бизнеса. Делается вывод, что такой подход предполагает необходимость выбора стратегии развития организации, при которой будет найден компромисс между интересами клиента и бизнеса.

Ключевые слова: клиент, бизнес, управление, принципы и тенденции управления.

В современных условиях для любой организации процесс принятия управленческих решений состоит в выборе из имеющихся альтернатив такого направления действий, при котором осуществляется достижение поставленной организацией цели.

Рассмотрим основные принципы и тенденции развития управленческих процессов организации.

Система современного управления базируется на уже выработанных и вновь появляющихся методах и принципах. Принципы отражают стратегию и философию управления организацией и ее составляющих элементов, которые направлены на развитие бизнеса. Выработанные принципы позволяют скорректировать цели деятельности, а также пересмотреть приоритеты, сформулировать новые задачи, разработать методы и мероприятия.

Принципы управления относятся к важнейшим аспектам менеджмента и представляют собой основные функциональные звенья, включающие понятия и представления об управленческой деятельности, базирующиеся на закономерностях и законах управления [1].

Таким образом, принципы управления, объективно отражающие реальность, выступают в качестве неотъемлемого элемента производственно-хозяйственной

* © Косякова И.В., Яковлев Г.И., 2014

Косякова Инесса Вячеславовна (iv-kos@mail.ru), кафедра национальной и мировой экономики, Самарский государственный технический университет, 443100, Российская Федерация, г. Самара, ул. Молодогвардейская, 244.

Яковлев Геннадий Иванович (dmms7@rambler.ru), кафедра экономики промышленности, Самарский государственный экономический университет, 443090, Российская Федерация, г. Самара, ул. Советской Армии, 141.

деятельности организации. Вместе с тем каждый принцип выражает субъективную идею, которую стремится воплотить руководство предприятия. Следует отметить, что «насыщенность» принципов, выраженная их количественными и качественными параметрами, оказывает непосредственное влияние на эффективность деятельности предприятия.

В современной научной литературе нет единого подхода к классификации принципов управления, т. к. они очень разнообразны и основаны на противоречивых аспектах управленческой деятельности. Их применение в области менеджмента организации должно обеспечивать достижение максимального результата от осуществления деятельности, что, в свою очередь, будет способствовать социально-экономическому развитию [2].

Проведем анализ основных принципов, среди которых выделим следующие:

- научность;
- системность в управлении и комплексность при принятии решений;
- единоначалие и коллегиальность;
- демократизация и централизация;
- сочетание отраслевого и территориального подхода в управлении.

Применяя принцип научности, необходимо соответствовать высоким требованиям при разработке методов и построении системы менеджмента организации на основе научных исследований. Этот принцип отражает динамическое развитие объекта управления или описывает его состояние в условиях, когда степень влияния факторов внешней и внутренней среды организации может быть весьма разной. Следует отметить, что в современной практике принцип научности приобретает большое значение применительно не только к предприятиям государственной или муниципальной форм собственности, за деятельностью которых пристально следят многие специалисты (аналитики, статисты, социологи и исследователи в других областях науки), но и по отношению к малому и среднему бизнесу.

Принцип научности предполагает анализ противоречивых концепций и взглядов в отношении выбора того или иного варианта принимаемого решения. Противоречивость выражается в несоответствии теории и практики, но вместе с тем она определяет оптимальные параметры звеньев управленческой деятельности в процессе устранения этих несоответствий. При этом сложность обусловлена и ограниченными временными рамками при решении конкретных поставленных задач. Мы рекомендуем принимать во внимание, прежде всего, такие важные аспекты, как факторы среды, степень влияния которых весьма различна, временные ограничения, а также другие, не менее важные параметры, воздействующие на управляемый объект – предприятие. Данный принцип следует реализовывать на основе многоаспектного анализа и проведения исследований посредством применения различных методов, в том числе методов экономико-математического моделирования, статистического анализа, анализа законов управления и других.

Таким образом, доказано, что принцип научности имеет сложную структуру, сочетая противоречивые точки зрения, а также воздействие объективных и субъективных факторов. Их комплексное исследование позволяет принимать такие управленческие решения, которые будут способствовать повышению эффективности функционирования бизнеса.

Принцип системности и комплексности предполагает сочетание во временном интервале, с одной стороны, системного, а с другой – комплексного подхода к процессу управления. Системность характеризуется потребностью в использовании элементов теории системного анализа при реализации любого управленческого решения [3]. Комплексность предполагает осуществление всесторонней и много-

аспектной деятельности, результатом которой является оценка состояния управляемого объекта как системы. Очевидно, что при этом необходимо учитывать все элементы, звенья системы, а также подсистемы и надсистемы. То есть нужно оценивать структуру как целостный объект.

Принцип системности в управлении и комплексности при принятии решений предусматривает наличие вариантов действий при условии, что коллектив участвует в разработке тех или иных управленческих решений. Это обеспечивает применение творческого подхода. При решении сложных проблем, возникающих в процессе экономической деятельности организации, учитываются мнения специалистов различного профиля.

Принцип демократизации и централизации характеризуется сочетанием демократического и централизованного аспектов управленческой деятельности. На уровне организации данный принцип реализуется посредством соответствия прав и ответственности, полномочий и возложенных обязанностей и др. Противоречивость принципа заключается в одновременном сочетании этих полярных аспектов. Следует отметить, что жесткие управленческие действия в условиях социальной напряженности в коллективе могут способствовать развитию конфликтных отношений не только между руководителем и подчиненными, но и между сотрудниками. Это приведет к дисбалансу в управлении и, как следствие, негативно отразится на результатах деятельности предприятия в целом. Таким образом, демократизация и централизация в оптимальном сочетании способствуют активному развитию бизнеса. С одной стороны, происходит распределение полномочий, а с другой – определяется степень ответственности в соответствии с выполняемыми функциями.

Принцип сочетания отраслевого и территориального управления предполагает совершенствование системы отраслевого и территориального управления. Отраслевое управление предусматривает узкую специализацию по профилям и направлениям деятельности, усиление процессов концентрации производства. Основные цели территориального управления – рациональное размещение и обеспечение положительного экологического эффекта, а также проведение социально ориентированных мероприятий, реализация которых направлена на обеспечение занятости населения, развитие социально-бытовой инфраструктуры и т. д.

Любой организации следует основывать свою деятельность на данном принципе, поскольку интересы объекта управления должны быть тесно связаны с интересами органов власти и населения. Эти взаимоотношения напрямую влияют на эффективность функционирования бизнеса, так как в настоящее время особенно остро стоят вопросы, касающиеся социального развития территорий и экологической обстановки [4].

Таким образом, исследовав основные принципы менеджмента организации, можно сделать вывод о том, что они сформировались под влиянием многих факторов, среди которых особое значение в современных условиях приобретают человеческий фактор, факторы времени, научно-технического прогресса, внешней и внутренней среды организации и другие.

Каждое современное предприятие реализует свою специфическую управленческую деятельность, которая постоянно совершенствуется в результате применения основных принципов менеджмента. При этом имеют место резкие изменения параметров внешней среды, вследствие которых при осуществлении производственного процесса и принятии управленческих решений возникает дисбаланс, в свою очередь, негативно отражающийся на результатах деятельности в целом [5].

Но существуют и изменения иного типа, происходящие медленно и носящие более функциональный характер. Такие процессы заставляют организации диверсифицировать свою деятельность, а следовательно, и разрабатывать новые инструменты менеджмента.

Неспособность функционировать эффективно чаще всего является результатом воздействия следующих факторов:

- принятие необоснованных управленческих решений;
- попытка организации продолжить деятельность в объеме, не удовлетворяющем потребностей рынка;
- неспособность обеспечить выпуск новой продукции или отсутствие возможности найти новые каналы сбыта.

В этой связи возникает объективная необходимость развития системы менеджмента в рамках разработки новых технологий и подходов в данной области.

В современном понятии бизнес – это не только способ зарабатывать на жизнь, но и способ самореализации группы людей, способных открыть и управлять собственным делом. Бизнес-процесс определяется как совокупность операций (работ, процедур), выполняемых последовательно или параллельно и приводящих к заданному конечному результату – выходу бизнес-процесса, представляющего ценность для потребителя (внешнего или внутреннего). Следовательно, управление бизнес-процессами – это управление совокупностью различных видов деятельности, в рамках которой «на входе» используется один или более видов ресурсов, и в результате этой деятельности создается продукт, представляющий ценность для потребителя. В представленном исследовании под управлением бизнесом мы будем понимать экономическую составляющую этого управления: процесс производства расходов, получения доходов и грамотный учет этих действий.

Значение теоретических аспектов и реализованных в практике хозяйствующих субъектов научных разработок постоянно возрастает. Актуальными стали вопросы совершенствования механизмов, способов и технологий управления, что обусловлено развитием экономических отношений, которые, в свою очередь, складываются под влиянием трансформации взглядов на специфику менеджмента. То есть происходит совершенствование технологий производственных и управленческих процессов, требующих разработки и внедрения новых инструментов и методов.

Основной составляющей управленческой деятельности является решение задач, связанных с осуществлением непосредственного вида деятельности и направленных на повышение эффективности функционирования организации.

Интенсивное развитие методов менеджмента и их эффективное применение в практике управления организациями и в сфере государственного управления привело к достижению столь высоких результатов странами – лидерами мировой экономики: США, Германией, Канадой, Великобританией, Францией, а также рядом стран Южной Азии. И наоборот, нарушение основных принципов эффективного управления неизбежно приводит к экономическим кризисам и крахам, казалось бы, вполне благополучных компаний и даже целых стран.

Менеджмент, с одной стороны, является активным фактором и стимулом развития экономики и общества в целом. С другой стороны, он сам постоянно изменяется и подвержен воздействию мировых мегатенденций – глобальных изменений особого вида, охватывающих человеческое общество, отдельные страны и регионы и оказывающих сильное влияние как на организации в целом, так и на развитие каждого менеджера и работника.

Наиболее сильное влияние на развитие современного менеджмента в ближайшие десятилетия будут оказывать изменения внешней среды, в которой формиру-

ется и развивается менеджмент. Это касается глобализации информационной среды, развития средств телекоммуникаций. Формируется потребитель, использующий электронную рекламу, имеющий доступ к обширным информационным материалам, характеризующим потребительский рынок [6; 7].

Еще один важнейший элемент современного управления – ориентация на клиента. Действительно, без ориентации на клиента и внесения изменений в ведение бизнеса в соответствии с ценностью продукта для клиента невозможно выдержать рыночной конкуренции.

Для достижения максимального эффекта на пути к реализации клиентоориентированной стратегии все виды деятельности и ресурсы организации, а также система ее управления должны быть подчинены идее предоставления максимальной ценности лучшим клиентам целевого рынка, а организационные изменения, направленные на повышение степени клиентоориентированности организации, должны носить системный характер.

Клиент в конечном счете – самая важная из заинтересованных сторон для каждого конкурентного бизнеса и производства в промышленном масштабе. Компании, работающие в сфере обслуживания, не похожи одна на другую. Различия между их организационными характеристиками достаточно велики, что делает очень различными и проблемы, связанные с управлением этими компаниями. Ключом к пониманию ожиданий клиента служит признание той роли, которую во взаимоотношениях с ним играют различные эмоции [7–9].

Решения о покупках (заказанных работах, выборе услуг), как правило, принимаются не только и даже не столько на основе экономических или функциональных представлений о стоимости. Удовлетворение социальных потребностей не менее важно.

Удовлетворение запросов клиента само по себе не может гарантировать репутацию. Если компании сосредотачиваются исключительно на этом, они рискуют не понять, что именно заставляет клиентов вновь воспользоваться их услугами и в чем заключается эмоциональная составляющая получаемого ими при этом опыта.

Степень удовлетворенности или неудовлетворенности, которая выявляется в процессе взаимодействия пользователя с поставщиком услуг, зависит как от ожиданий пользователя, так и от его восприятия результатов обслуживания. Клиенты не оценивают качество продукции или обслуживания само по себе: они соотносят свои впечатления со своими ожиданиями. Когда ожидания слишком высоки, а предоставляемый продукт им не отвечает, потребитель отказывается от повторной покупки. Таким образом, критическим фактором для удержания клиентов служит уровень различия между их ожиданиями и реальным качеством продукции или услуг. Проблема заключается в том, что часто интересы клиентов и бизнеса не совпадают. Удовлетворяя пожелания клиента, организация зачастую идет на дополнительные финансовые затраты. Такие решения, как правило, принимаются при условии прогнозного повышения продаж и при высокой конкуренции. В отсутствие вышеуказанных факторов еще совсем недавно руководство принимало решение об игнорировании пожеланий клиентов. Однако в настоящее время, учитывая все более возрастающую скорость изменений внешней среды и практически мгновенное информирование потенциальных потребителей о любых негативных фактах, развитие глобальной информационной среды заставляет компании по-иному смотреть на данную ситуацию [7; 10].

Таким образом, для управления любой компанией необходимо учитывать, что на современном этапе развития менеджмента клиент – это важнейшая из заинте-

ресованных сторон, и сокращение противоречий между ожиданиями и реальным опытом клиента — необходимый рычаг взаимодействия, повышающий эффективность работы.

Предпочтения клиентов меняются в соответствии с высокой скоростью изменения конкурентной рыночной среды. Фактически изменяется тип потребителя. Следствием этого является развитие новой культуры управления организацией. Ее некоторые характеристики представлены на рисунке.

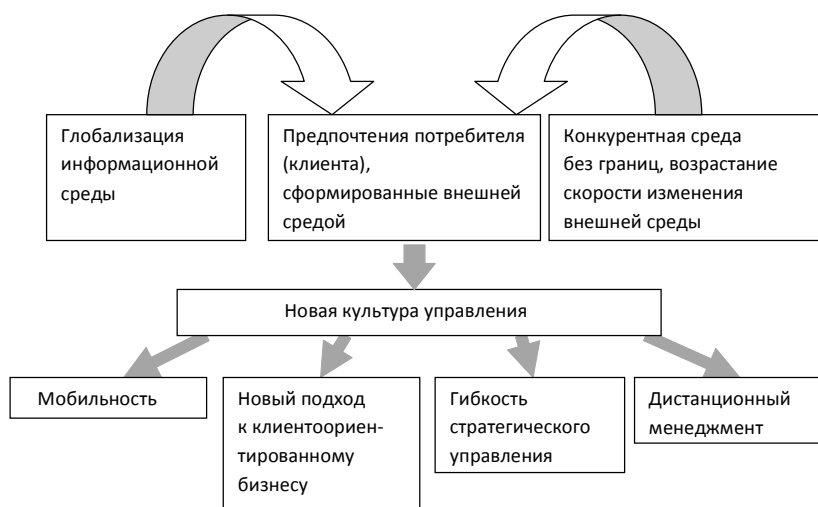


Рис. Основные тенденции развития менеджмента

На основании вышесказанного можно утверждать, что одной из ярких современных тенденций в области развития стратегического менеджмента является то, что ориентация на клиента рассматривается не как учет интересов клиента с позиций бизнеса, а как учет оценки клиентом эффективности бизнеса. Такой подход предполагает необходимость выбора той стратегии развития организации, при которой будет найден компромисс между интересами клиента и интересами бизнеса.

Анализ тенденций в области развития менеджмента показывает, что скорость изменения окружающей среды в современных условиях все время увеличивается. Поэтому для организаций сегодня характерно такое клиентоориентированное ведение бизнеса, при котором клиент — законодатель на рынке, он вправе выбирать товары и услуги, диктовать свои условия и ждать особого к себе отношения.

Таким образом, менеджмент — это особый вид профессиональной деятельности людей и одновременно это слой руководителей, занимающихся управлением конкретными хозяйствующими субъектами. В любом случае менеджмент непосредственно связан с управлением предприятием, организацией, а в более широком смысле — с управлением бизнесом. Следовательно, учет выявленных тенденций современного менеджмента позволит любой организации повысить эффективность своей деятельности.

Библиографический список

1. Степанов В.И. Экономико-математическое моделирование: учеб. пос. М.: Academia, 2009. 112 с.

2. Дафт Р.Л. Менеджмент: учеб. пос. СПб.: Питер, 2008. 864 с.
3. Богатырев В.Д. Основы теории управления экономическими системами: учеб. пос. Самара: СГАУ, 2008. 260 с.
4. Самофалова Е.В. Государственное регулирование национальной экономики: учеб. пос. М.: Кнорус, 2008. 261 с.
5. Тренев В.Н. Основы стратегического менеджмента: учеб. пос. М.: Синтег, 2011. 328 с.
6. Долгов А.И. Стратегический менеджмент: учеб. пос. М.: Флинта: МПСИ, 2009. 276 с.
7. Косякова И.В., Шурафина Е.Н. Современные тенденции в области принципов управления предприятием // Вестник Самарского государственного университета. 2013. № 1 (102). С. 37–42.
8. Косякова И.В. Моделирование производственно-хозяйственной деятельности предприятия на основе вектора потенциальных значений показателей качества // Вестник Самарского государственного университета. 2011. № 6 (87). С. 15–21.
9. Яковлев Г.И., Спиркин А.В. Инновационные источники и проблемы формирования конкурентных преимуществ российских компаний // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2012. Т. 2. № 2–2 (144). С. 190–196.
10. Яковлев Г.И., Спиркин А.В. Развитие инновационной конкурентоспособности предприятий на основе международной производственной кооперации: монография / под. общ. ред. А.В. Бабкина. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2012. 484 с.

References

1. Stepanov V.I. Mathematic-economic model: schoolbook. M., Academia, 2009, 112 p. [in Russian]
2. Daft R.L. Management: schoolbook. SPb., Piter, 2008, 864 p. [in Russian]
3. Bogatyrev V.D. Bases of theory of management by economic systems: schoolbook. Samara, SGAU, 2008, 260 p. [in Russian]
4. Samofalova E.V. State regulation of national economy: schoolbook. M., Knorus, 2008, 261 p. [in Russian]
5. Trenev V.N. Bases of strategic management: schoolbook. M., Sinteg, 2011, 328 p. [in Russian]
6. Dolgov A.I. Strategic management: schoolbook. M., Flinta, MPSI, 2009, 276 p. [in Russian]
7. Kosyakova I.V., Shuravina E.N. Current trends in the field of principles of business management. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta*. [*Vestnik of Samara State University*], no. 1(102), pp. 37–42. [in Russian]
8. Kosyakova I.V. Modeling of production economic activities of an enterprise on the basis of vector of potential values of indicators of quality. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta* [*Vestnik of Samara State University*], 2011, no. 6(87), pp. 15–21. [in Russian]
9. Yakovlev G.I., Spirkin A.V. Innovative sources and problems of formation of competitive advantages of Russian companies. *Nauchno-tekhnicheskie vedomosti SPbGPU* [*Scientific and technical reports of St. Petersburg State Polytechnic University. Ser. "Economics"*], 2012, V.2, no. 2–2(144), pp. 190–196. [in Russian]
10. Yakovlev G.I., Spirkin A.V. Development of innovative competitiveness of enterprises on the basis of international production cooperation: monograph. A.V. Babkin (Ed). SPb., Izd-vo Politekhnikheskogo universiteta, 2012, 484 p. [in Russian]

*I.V. Kosyakova, G.I. Yakovlev**

RESEARCH OF CURRENT TRENDS OF DEVELOPMENT OF MANAGEMENT

In the article the basic principles and tendencies of development of management processes of an organization are considered. On the basis of research of the basic principles of management it is shown that they were created under the influence of many factors among which in modern conditions human factor, time factor, factors of scientific and technical progress, factors of external and internal environment of an organization and others get particular significance. As the main tendency of development of strategic management orientation to the client not as the accounting of interests of the client from business positions, but as the accounting of an assessment by the client of efficiency of business is allocated. The conclusion is drawn that such approach assumes need of a choice of that strategy of development of an organization at which the compromise between interests of the client and interests of business will be chosen.

Key words: client, business, management, principles and tendencies of management.

* *Kosyakova Inessa Vyacheslavovna* (iv-kos@mail.ru), the Dept. of National and World Economy, Samara State Technical University, Samara, 443100, Russian Federation.

Yakovlev Gennadiy Ivanovich (dmms7@rambler.ru), the Dept. of Industrial Economics, Samara State University of Economics, Samara, 443090, Russian Federation.