

Н.В. Захаркина, Е.М. Леоникова, С.В. Сапегина

МЕНЕДЖМЕНТ БУДУЩЕГО: СИСТЕМЫ, ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ СТРУКТУРЫ И ТЕНДЕНЦИИ ИХ РАЗВИТИЯ

В настоящей работе рассматривается ряд тенденций менеджмента будущего. Эти тенденции, с одной стороны, направлены на анализ состояния организации и ее адаптацию к современным условиям, а с другой - нацелены на прогнозирование возможного будущего. С помощью рассмотренных в данной статье систем организация сможет успешно интегрировать новые элементы в свою организационную систему и улучшить практически все аспекты своей деятельности.

Ключевые слова: менеджмент, системы управления, организационная структура, прогнозирование, инновационный менеджмент.

В современном мире скорость человеческой жизни неизменно растет с каждым годом. Появляются новые тенденции, новые тренды, новые технологии, порой мы не успеваем за всеми нововведениями, и поэтому не всегда удача улыбается нам. Современный менеджмент в больших компаниях, таких как различные корпорации, характеризуются следующими критериями:

1. Быстрое реагирование на изменения как во внешней среде, так и во внутренней среде компании.
2. Работа, которая позволяет постоянно повышать конкурентоспособность предприятия.
3. Принятие рациональных и обдуманных решений.
4. Долгосрочное планирование теперь ориентируется все больше не на количественные показатели, а на абстрактные, такие как «укрепиться на первом месте в отрасли».
5. Необходимость постоянного качественного и количественного анализа деятельности компании, что трудно дается огромным корпорациям.
6. Фирма рассматривается как открытая система.

На сегодняшний момент наука «менеджмент» уже предлагает ряд моделей будущего, направленных на определение рыночной ниши компании и способов добиться успехов в ведении бизнеса. Одним из главных примеров является менеджмент инноваций.

Основными аспектами методологии менеджмента являются:

- 1) Одну из главных ролей в экономическом развитии компании занимает знание.
- 2) Признание важности институтов инновационной деятельности, которые влияют на ее структуру.
- 3) Главный двигатель положительной динамики в экономике – это конку-

ренция на основе инноваций и научных разработок компании.

Главная опора инновационной деятельности – это единство и взаимосвязь предпринимательства и инновационных разработок [3]. Ведущие позиции в сфере инновационной деятельности занимают японские и американские компании, которые благодаря своим взглядам в будущее занимают первые строки по производству цифровой продукции.

В настоящее время уже разработаны две системы менеджмента будущего: система FutureMap и Эльтвиллевская модель.

1. Future Map.

В основе данной системы лежит прогнозирование возможных событий будущего. Таким образом, происходит фиксация и анализ всех внутренних и внешних факторов, которые могут, так или иначе, повлиять на деятельность организации. Факторная карта – это то, что предприятию необходимо определить для введения Future Map. Для этого нужно проанализировать действующие на компанию факторы, систематизировать их и установить между ними взаимосвязь. Это нужно, чтобы определить, к каким последствиям может привести компанию их воздействие.

В системе используются современные инструментарии менеджмента:

1. Сценарный подход;
2. Риск-менеджмент;
3. Прогнозирование;
4. Стратегическое планирование;
5. Обучение организации;
6. Менеджмент знаний;
7. Сбалансированная система показателей [2].

Данный метод позволит компании не только быть готовой к постоянным переменам в будущем, но и наилучшим образом определит долгосрочные и краткосрочные планы, создаст организационную культуру и четко выстроит цели, которые будут отвечать современной экономике и ведению в ней дел.

2. Эльтвиллевская модель.

Данная модель была создана для моделирования возможного будущего. Благодаря данной экономической модели компания сможет выбрать наиболее подходящую для нее стратегию ведения бизнеса. Для этого она должна рассмотреть себя через «пять очков будущего»:

- Синие очки – анализ планируемого будущего
- Красные очки – анализ непредвиденного будущего
- Зеленые очки – анализ возможностей и сильных сторон компании
- Желтые очки – анализ стратегического видения
- Фиолетовые очки – развитие стратегии

Эльтвиллевская модель не ограничивается использованием исключительно «очков будущего», также она предполагает построение «радара будущего». Прежде всего, радар основывается на информации о будущем, которая уже имеется, но здесь, прежде всего, возникает проблема вероятности наступления тех или иных событий. Необходимо учитывать наиболее реалистичные вариан-

ты наступления будущего.

Мониторинг изменений является также весьма важным фактором построения системы. Если менеджмент решит, что будущее, даже при наступлении тех этапов, которые предсказывались заранее, уже известно и определено, то компания рискует не успеть с адаптацией к новым бизнес-условиям.

Следует отметить, что готовность компании к изменениям в экономической среде будет более полной, если же они объединят обе модели менеджмента будущего и займутся комплексным анализом. Важно не только учитывать меняющиеся факторы, но и разработать систему адаптации к ним. Возможно это будет сопряжено с введением новых должностей, связанных с разработкой мероприятий по адаптации как фирмы, так и персонала.

Именно после определения возможных вариантов будущего компания определяет место в каждом из них и формирует свое видение, а, соответственно, и стратегию фирмы. Исходя из систем современного менеджмента будущего можно сделать вывод, что большинство из них опирается именно на прогнозирование будущего, но не делает упор на адаптацию системы к этому будущему, а, как показал пример успешного использования инновационного менеджмента в «Valve», гибкость и адаптация выйдут в скором времени на первый план [3].

Поэтому целесообразно выделить ряд мер, с помощью которых компания добьется быстрой адаптации к рынку. В скором времени будет непрерывно увеличиваться доля компаний, выбирающих свою структуру, опирающихся на адаптивные модели, поскольку такие структуры с легкостью могут менять свою форму и быстрее реализовывать сложные проекты. Также можно прогнозировать появление новых структур, которые получат широкое распространение в мире. Главное необходимо понимать, что проектирование структуры предприятия имеет ситуационный характер, и поэтому необходимо научиться модифицироваться при изменении ситуации.

На современном этапе существуют следующие тенденции развития организационных структур:

1. Формирование гетерархических структур;
2. Развитие эдхократических отношений;
3. Расширение программно-целевых проектных групп;
4. Рыночная ориентация на основе идеологии маркетинг-менеджмента;
5. Выделение стратегических хозяйственных подразделений;
6. Выделение инновационных креативных групп – команд;
7. Усиление внутренней и внешней интеграции;
8. Аутсорсинг и аутстаффинг;
9. Формирование инновационных типов структур [2].

Структура же предприятий будущего напрямую связана с научными инновационными разработками современности. Она ориентирована на мобилизацию ресурсов организации и изменении как внутренней, так и внешней структуры.

Виртуальные, многомерные, интеллектуальные, клиентоориентированные, самообучающиеся, глобальные – все эти организационные структуры на данный момент бурно развиваются и в будущем будут иметь широкое применение.

Например, интеллектуальные структуры, с помощью которых работники корпорации смогут в полной мере реализовывать свои ключевые компетенции. Это обеспечивается за счет ключевых факторов построения:

1. Знания, интеллект;
2. Творчество, инициатива;
3. Обучаемость, командность;
4. Инноватика, креативность;
5. Ценности, культура и др. [1].

Виртуальные организации – организации, ориентированные на максимальное использование современных средств коммуникаций. Фактически, это объединение фирм, связанных между собой различными партнерскими соглашениями и контрактами, которые действуют на основе интегрированных компьютерных сетей. Часто соединения действуют между собой настолько удачно, что приобретают очертания «сверхсистем» [4]. Для того чтобы успешно координировать работу малых по размерам предприятий между собой, глобальная «сверхсистема» заключает контракты с внешними структурами, что позволяет выйти организации за пределы своих возможностей.

Преимуществами данной формы являются гибкость, быстроедействие, разнообразие функций и взаимосвязей, удобство расположения фирм, так как они не привязаны к определенным территориальным границам.

Многомерные организации – данные организации отличаются от виртуальных организаций наличием связанных, автономных подразделений, выполняющих свои функции по следующим направлениям:

1. Обеспечение производственной деятельности необходимыми ресурсами;
2. Производство продукта (услуги) для конкретного потребительского сегмента или регионального рынка;
3. Сбыт (распределение) произведенной продукции [4].

Опираясь на данные направления деятельности корпорации, можно выделить организационную структуру, представленную снабжением, производством и сбытом.

1. Организационная структура – величина среднесрочная, (новые отделы за отчетный период времени должны занять свое место в компании самостоятельно и предоставить определенные результаты по выбранному проекту высшему руководству).

2. Организация создает конкурентные преимущества сама, в зависимости от размеров рынка корпорации могут сами создать и расширять рынок за счет условий, которые они будут навязывать потребителям.

3. Разработка видения компании в определенных сценариях развития рынка (у компании всегда должно быть несколько вариантов развития).

4. Компания постоянно находится в поиске специалистов, которые подходят для реализации новых проектов, причем функции отдела кадров могут быть существенно расширены, нежели в традиционном представлении.

5. Развития инициативы. Борьба за современные рынки происходит именно на уровне новаторства, креативности и таланта.

Конечно же, ситуация жесткой конкуренции и в условиях постоянно нарастающей неопределенности обязывает предприятия реформировать свою структуру и свои подходы к самому менеджменту в организации. Это позволит компании увеличить свой жизненный путь и успешно осуществлять свои основные функции с целью получения больших выгод для себя и для общества.

В настоящее время менеджмент – понятие многогранное и включает в себя широкий спектр вопросов, касающихся классической максимизации прибыли компании, однако все большую популярность набирают нестандартные методы ведения бизнеса, и в связи с этим нестандартное мышление выходит на первый план.

Ключевым фактором также становится стратегическое видение компании на ближайшую перспективу. Именно актуальность стратегии компании и ее соответствие существующим реалиям позволит организации успешно реализовывать основные функции управления. Но также необходимо не забывать о постоянном мониторинге своих действий, ведь процессы, происходящие в современном мире, влияют не только на представителей бизнеса, но и на все общество в целом.

Список литературы:

1. Зябриков В.В. Организационные системы: Теория и практика управления // Проблемы современной экономики. – 2010. – №4. – С. 30-31.
2. Никаноров П.А. Построение системы менеджмента будущего // Стратегический менеджмент. – 2012. – №1. – С. 1-15.
3. Филобокова Л.Ю., Григорьева О.В. Инновационные подходы к управлению конкурентоспособностью предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. – 2013. – №4. – С. 52-58.
4. Хохлова Т.П. Эволюция методологии организационного проектирования: динамическое горизонтальное структурирование // Менеджмент в России и за рубежом. – 2009. – №4. – С. 12-25.

Захаркина Наталья Владимировна

к.э.н., доцент кафедры менеджмента

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: natashazaharkina@mail.ru

Леоникова Екатерина Михайловна

студентка 3 курса факультета управления

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: leonikova2014@yandex.ru

Сапегина Светлана Сергеевна

магистрант 2 курса направления подготовки 080400 «Управление персоналом

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: zayca13@mail.ru