

image not found or type unknown



Стратегическая карта - это элемент системы сбалансированных показателей, представляющий собой диаграмму, на которой обозначены основные цели существования организации. Цели, изображенные на карте тесно связаны между собой направленными причинно-следственными связями. Эти самые связи позволяют проследить воздействие одной цели на другую, а также насколько достижение одной цели влияет на достижение связанной зависимой цели.

Стратегические карты позволяют формализовать пути развития организации. Декомпозировать цели карты верхнего уровня организации можно до целей карты нижележащего уровня (отдела). Если карта целей организации декомпозирована на карты отделов, то достижение отделом своих целей вносит вклад в достижение целей всей организации. Таким образом получается, что сотрудники всех отделов знают свою роль в системе целей всей организации. Это знание обладает мощным связующим и мотивирующим действием. При создании организации руководство заинтересовано в том, чтобы кадровая политика проводилась осознанно, поэтому необходимо осуществить ряд этапов по проектированию кадровой политики в нескольких этапах

Содержание

Для работы стратегической карты необходимо:

Представить ее руководителям компании;

Объединить разработанные цели и показатели в стратегической карте с системой вознаграждения;

Осуществлять контроль на высшем уровне за выполнением поставленных целей и определенных показателей.

Результаты практической деятельности говорят о том, что создание корректной стратегической карты позволяет с легкостью определить важные вопросы эффективности, основные показатели деятельности и стратегические инициативы. Именно достижение согласованности и четкости в стратегических целях является важнейшей задачей менеджмента, в чем помогает создание стратегических карт.

Однако, не смотря на преимущества стратегических карт, фирмы часто совершают ошибки при их создании. Важной отправной точкой создания стратегической карты является осмысленное видение миссии и цели компании.

В процессе стратегического планирования управленческий состав при учете целей собственников компании и ее миссии с помощью четырех составляющих: финансов, клиентов, внутренней составляющей и составляющей обучения, и роста, определяет цели и KPI.

Проанализировав литературные источники по данной тематике, можно прийти к выводу о том, что существуют модели, подобные моделям стратегических карт, описанных Нортонем и Капланом. Их основное предназначение - это определение наиболее оптимального пути реализации общей стратегии промышленного предприятия. К их числу относится модель Л. Мейселя. Ее схожесть с моделью Д. Нортон и Р. Каплана заключается в том, что в ней также применяется четыре основные перспективы - это финансы, клиенты, бизнес- процессы, обучение и развитие. Нортон и Каплан приводят различные примеры элементов, из которых в той или иной фирме состоит потребительская ценность: Низкая себестоимость и низки затраты.

Отличие этих моделей заключается в том, что в перспективу «обучение и развитие», вводится блок «трудовые ресурсы». Он включает: совершенствование набора персонала, его мотивацию. В целом же модель Мейселя идентична модели Нортон и Каплана. Выделение отдельной перспективы трудовых ресурсов Л. Мейсель аргументирует тем, что менеджеры обязаны уделять первостепенное внимание и уметь оценивать эффективность деятельности как организации в целом, так и ее сотрудников.

Заключение

В результате проведенного исследования можно сделать выводы о том, что применение стратегических карт в стратегическом управлении промышленного предприятия определяет следующее:

-удобный формат для пропаганды стратегии компании;

-анализ причинно-следственных зависимостей среди прочих факторов в качестве необходимого условия, а также стратегическое видение в качестве основы выбора направления движения;

-систематическое обсуждение достижения поставленных в стратегических картах целей, которое может заменить традиционные методы планирования и контроля чисто финансовых показателей;

-единое понимание стратегии;

-содействие налаживанию сотрудничества между руководителями;

-создание модели, объясняющей пути достижения успеха (но она не описывается полностью, поскольку в системе BSC не учитываются внешние факторы и поскольку та или иная цель может быть не достигнута из-за неправильного выполнения одного из запланированных мероприятий, способствующего достижению цели).

Список литературы:

1. Уткин В. Б. Информационные системы и технологии в экономике: учебник / В. Б. Уткин, К. В. Балдин. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 336с. - режим доступа [http:// biblioclub.ru](http://biblioclub.ru)
2. <http://www.consultant.ru/>