

Категории планирования

ОСНОВНЫЕ понятия

ЦЕННОСТИ

ВИДЕНИЕ

МИССИЯ

ЦЕЛИ

СТРАТЕГИЯ

ВНУТРИФИРМЕННАЯ СИСТЕМА ПЛАНОВ

ТАКТИКА

Категории планирования

Ценности (по А.И. Пригожину)

Ценности – представление о должном, о лучшем, о самом важном, ради чего стоит трудиться, жертвовать временем, силами.

Ценности – связь между бизнесом и корпоративной культурой

Ценности – ориентиры в поисках блага

Некоторые авторы используют такие понятия как идеалы, философия организации (в англоязычной литературе - value)

Примеры: престиж, удовольствия, справедливость, свобода, честность...

Категории планирования

Характеристики ценностей

- Проявляются через желание
- Ценности бесконечны (нет предела совершенству)
- Проявляются через интуицию (например, справедливость)
- Соотносятся с эмоциями, чувствами
- Субъективное восприятие преобладает над объективными показателями
- Внушаемы, воспитываемые средой

Категории планирования

Ценности и организации. Организаций много, поэтому и ценности у них различны.

Ценностные ориентации (В. Гут и Р. Тагири). Логичнее говорить «группы ценностей»...

1. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ

2. СОЦИАЛЬНЫЕ (чтобы человек стал лучше)

3. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ

4. ПОЛИТИЧЕСКИЕ

5. ЭСТЕТИЧЕСКИЕ

6. РЕЛИГИОЗНЫЕ

В организации может быть несколько групп ценностей. Тогда они должны ранжироваться. Например, университет. На первом месте – социальные, на втором – теоретические, на третьем – экономические. Переоценка ценностей ведет к утрате предназначения организации.

Категории планирования

Видение – идеальная картина будущего организации, то состояние, которое может быть достигнуто при самых благоприятных условиях (Дж. К. Лафта)
(Нью-Васюки - видение)

ВИДЕНИЕ – ГИПОТЕТИЧЕСКОЕ
СОСТОЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ (мечта)

Категории планирования

Видение – представление менеджеров о долгосрочном развитии компании, избранных технологиях, товарах, клиентах, направлениях развития бизнеса, т.е. идеальное представление менеджеров о долгосрочном развитии бизнеса, которое задает направление движения и указывает маршрут (А. Стрикленд, А. Томпсон) А.Н.Петров***

Категории планирования

Видение должно:

- Вдохновлять
- Быть простым
- Быть искренним
- Быть хоть в небольшой степени реалистичным
- Способствовать сотрудникам найти свое место в организации
- Давать ориентиры

Категории планирования

Миссия – общая цель организации, четко выраженная причина ее существования (М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури)

Категории планирования

Миссия – обоснование деятельности организации, т. е. описание ее ценностей, устремлений и причин появления на свет
(Р. Дафт)

Категории планирования

Миссия – смысл существования организации, ее роль в стране и в мире, значение для общества, качественно выраженная совокупность основных целей и руководящих установок организации (А.Н. Цветков***)

Категории планирования

ТРЕБОВАНИЯ К ФОРМУЛИРОВКЕ МИССИИ

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ

- ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
- СЕГМЕНТ РЫНКА

ЖЕЛАТЕЛЬНЫЕ

- ИСТОРИЯ КОМПАНИИ (или упоминание о ее будущем – через видение)
- КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА