

*Сергеева Юлия Алексеевна*

студентка

*Щенкова Ирина Владимировна*

старший преподаватель

ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный

университет им. И. Канта»

г. Калининград, Калининградская область

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА**

*Аннотация:* данная статья посвящена анализу факторов внутренней среды предприятия, влияющих на достижение поставленной стратегической задачи, что определяет общий уровень конкурентоспособности системы менеджмента данной компании. Отдельное внимание уделено элементу корпоративной культуры, как составляющей процесса управления.

*Ключевые слова:* конкурентоспособность, корпоративная культура, корпоративные ценности, эффективность управления.

В современной динамично развивающейся экономической ситуации реализации тех или иных бизнес-проектов, нацеленных как на получение прибыли, так и на воплощение некоммерческой идеи, требуется четко выстроенная система менеджмента. Прибыльность и результативность проекта напрямую зависит от качества реализации всех функций менеджмента – планирования, организации, контроля, мотивации и координации. Тем не менее, стоит помнить о том, что выполнение всех поставленных задач напрямую зависит от квалификации и мотивированности работников.

Современному менеджеру приходится принимать множество различных решений, имеющих разную степень влияния на процесс достижения стратегической цели. Выстраивание процесса управления персоналом требует постоянного развития и пересмотра используемых методов. Это является предпосылкой того, что сегодня наблюдается устойчивая тенденция постепенного смещения курса системы менеджмента от традиционного направления. На смену ему приходит современная, инновационная система с ее подходами. Сегодня главной задачей

успешного менеджера является поиск и соблюдение баланса приоритета цели и заботы о работниках [1].

Конкурентоспособность системы менеджмента определяется эффективностью достижения поставленных целей. Компании, нацеленные на получение прибыли, измеряют процент эффективности в денежном эквиваленте, но, тем не менее, не стоит забыть и о другом компоненте управленческого процесса – людях [4].

Работник, лояльный к своей компании является очень ценным кадром для нее. Современные системы менеджмента призваны к поиску оптимального подхода к достижению целей, при котором будут эффективно выполняться поставленные задачи, а также будет высока преданность работников компании. Создание комфортных условий работы, благоприятного микроклимата рабочей среды, а также открытость к поиску компромиссных решений существенно влияют на отношения между работодателем и работником. Внутренняя политика компании является одним из основных факторов эффективной системы менеджмента. Управление людьми может быть качественным только в случае соблюдения интересов обеих сторон процесса. Однако баланс «цель-люди» является идеалом, который не всегда удается достичь.

Важнейшим компонентом внутренней политики компании является ее корпоративная культура. Каждая компания формирует для себя список ценностей, соблюдение которых почитает для себя обязательным [5]. Большинство компаний выделяют среди данного списка такие ценности как лидерство, целостность, доверие, уважение к коллегам, ответственность, инициативность и др.

Формирование списка ценностей компании является важнейшим стратегическим шагом, к которому необходимо подходить максимально ответственно. Высокого уровня результативности и эффективности управленческой деятельности невозможно достичь, если все сотрудники компании не разделяют установленный список ценностей. Важно также периодически пересматривать данный список, корректируя и обновляя его, особенно, если в ходе анализа

эффективности предприятия будет выявлен недостаток в существующей корпоративной культуре [2].

Однако зачастую работники отмечают низкий уровень заинтересованности лидера компании в реализации прописанных принципов. Ценности, включенные в список обязательных к соблюдению в компании, могут реализовываться не в полной мере, что свидетельствует о неправильном курсе направления стратегии управления. Таким образом, существующая в данной компании система менеджмента не может являться эффективной, создавая дополнительные препятствия на пути достижения стратегической цели.

Современные предприятия находятся в состоянии поиска эффективных методов повышения лояльности своих работников [3]. Большинство компаний занимают позицию взращивания ценных кадров, привлекая новых служащих из рядов студентов, закончивших высшие учебные заведения по интересующим компанию направлениям обучения. Тем не менее, в большинстве случаев компании нуждаются в квалифицированных кадрах, имеющих опыт работы в данной сфере. Таким образом, процесс принятия компанией нового работника в данных условиях может быть более сложным, чем в первом случае.

Внутренняя среда современных компаний является одним из важнейших факторов, формирующих конкурентоспособность системы управления, и, соответственно, влияющих на процесс достижения поставленных перед организацией целей. Большинству небольших компаний подходит метод индивидуального отношения к каждому отдельно взятому работнику, при котором учитываются потребности и предпочтения обеих сторон управленческого процесса. С ростом количества сотрудников подобный подход не может быть воплощен, что приводит руководство компании к необходимости иных методов влияния на благонадежность ее сотрудников.

### ***Список литературы***

1. Малахова О.Ю. Современный менеджмент: перспективные направления развития / О.Ю. Малахова // Научный поиск: теория и практика. – 2017. – С. 124–126.

2. Вонсовская А.Ю. Корпоративная культура в России как синтез западных стратегий и восточной моноэтнической культуры / А.Ю. Вонсовская // Вестник научных конференций. – 2016. – №2. – С. 33–35.

3. Иващенко Н.С. Корпоративная культура как элемент внутреннего маркетинга или внутренний маркетинг как элемент культуры / Н.С. Иващенко, Д.А. Деушева // Материалы докладов 49 международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. – 2016. – С. 243–245.

4. Кочнев В.А. Способы построения и управления корпоративной культурой организации / В.А. Кочнев, А.В. Тарасов // Интернет-журнал науковедение. – 2015. – №6 (31). – С. 52.

5. Храповицкая Е. Формирование и управление корпоративной культурой в сфере образовательных услуг / Е. Храповицкая // Актуальные вопросы инновационной экономики. – 2015. – №9. – С. 183–190.