

Содержание

Введение

1. Понятие и цели корпоративного менеджмента
2. Функции и принципы корпоративного менеджмента

Заключение

Список использованной литературы

Введение

В начале XXI в. современные экономические отношения, вступив в новую фазу реформирования, находятся под влиянием объективных мировых процессов, среди которых глобализм, регионализм, интеграционное и международное сотрудничество.

В современных условиях быстро меняющихся технологий, информационного обеспечения, внешней среды и рационального использования ограниченных ресурсов корпоративная форма предпринимательства является одной из эффективных.

Стратегический корпоративный менеджмент в условиях формирования рынка имеет специфические формы и тесно взаимосвязан с механизмом планирования интегрированных структур, инвестиционной стратегией, инновационной политикой корпоративного предпринимательства и финансовой стратегией хозяйственного механизма корпораций.

Одним из способов, определяющих эффективность корпоративного поведения, является разработка и внедрение в практику хозяйственных отношений необходимых видов стандартов с учетом норм и правил корпоративного поведения. Анализируя состояние корпоративного предпринимательства в России, удалось выяснить, что оно имеет специфику, определяемую прежде всего внешней средой российских корпораций. В России многие формы бизнеса, и особенно корпоративная, стали возрождаться совсем недавно, некоторые из них являются вообще имитационными, бессодержательными. В то же время наблюдается рост крупных промышленных предприятий, которые по качеству производимой продукции, тем более по ценам, являются конкурентоспособными на внутреннем и мировом рынках. Создается тонкий слой менеджеров международного класса. Особое место занимают транснациональные объединения и финансово-промышленные группы, которые способны разрабатывать и реализовывать уникальные схемы предпринимательской деятельности. Предложенная в монографии модель выработки стратегии для внешнеэкономической деятельности корпораций является наглядным нововведением в разработке научно обоснованных подходов к деятельности коопераций на международных рынках.

Корпоративные менеджмент охватывает внутренние процессы корпорации -

разработку и принятие стратегических и оперативных решений в маркетинге, финансах, производстве, управлении персоналом.

Цель данной работы - рассмотреть понятие, цели и принципы корпоративного менеджмента.

1. Понятие и цели корпоративного менеджмента

Главной целью корпоративного менеджмента является обеспечение эффективной деятельности корпораций. В основе которого лежит система правил корпоративного поведения определяемых, законодательными нормами и кодексом и кодексом корпоративного управления, а также корпоративными стандартами управления.

Термином «корпоративный менеджмент» обозначается профессионально осуществляемое руководство деятельностью корпорации, направленное на достижение целей путем рационального использования ресурсов.

Развитые зарубежные страны имеют многолетний опыт организации корпоративного менеджмента.

Рассмотрим принципы корпоративного менеджмента, сложившиеся в странах Европы.

Любая корпорация, то есть объединение в одной организации нескольких бизнесов, создается ради двух основных целей - производства стоимости и её последующего извлечения в виде дохода в пользу акционеров.

Если с извлечением дохода всё относительно понятно (если не налоговой инспекции, то самому собственнику), то понятие стоимости включает в себя различные «воплощения» - стоимость для акционеров, стоимость для потребителей, стоимость для работников. Таким образом, эффективность корпоративного менеджмента можно оценивать либо по данным частным параметрам (например, говорить о «социальной эффективности деятельности корпорации»), либо пытаться строить некий композитный критерий эффективности.

Существующая в мире система корпоративного менеджмента прошла столетний путь развития: в 1902 г. компания «Du Pont» создала функциональную систему управления. С тех пор системы и методы управления прошли сложный путь, неоднократно подвергаясь глубоким изменениям, чтобы придти к существующей сегодня корпоративной системе менеджмента. Развитие управленческих систем и методов диктовалось не только требованиями рынка и внутренней логикой развития бизнеса и управления. Мощное влияние на их развитие оказывали также следующие ключевые национальные факторы:

- содержание и формы развития экономики страны и её природно-климатические особенности;
- законодательные и социальные условия, политические установки власти;
- рыночные условия и, прежде всего, конкуренция;
- национальные особенности характера, менталитета и системы ценностей населения;
- влияние зарубежного опыта менеджмента.

Длительное постепенное развитие корпоративного менеджмента привело к тому, что сложившиеся сегодня в развитых и во многих развивающихся странах системы

управления предприятием имеют много общего по содержанию, независимо от уровня социально-экономического развития, менталитета населения. Таковы методы разработки целей, проектный подход к структуре бизнеса.

С другой стороны, национальный комплекс уникальности оказывает мощное, как правило, особо не декларируемое влияние на разработку и выбор методов управления, придавая им особенные черты в каждой стране. Уникальные концепции и подходы к созданию, совершенствованию системы управления предприятием, возникшие под влиянием НКУ, весьма консервативны и изменяются медленно. Они определяются медленно меняющимися факторами, такими как уровень социально-экономического развития и его динамика, материальный и духовный уровни жизни населения, особенности национального менталитета, исторически сложившиеся ценности, природно-климатические условия. Авельцов Д. Ю. Анализ существующих систем управления в РФ и за рубежом - М., 2004.

Сегодня можно отметить характерные особенности складывающегося российского национального комплекса уникальности, влияющего на качество создаваемых или реформируемых систем управления российскими предприятиями:

- а) ориентация на быстрое получение максимальной прибыли как основы стабильности предприятия (допускается использование любых подходов и методов);
- б) преобладает использование предельно простых управленческих решений, ориентированных на сравнительно легко достигаемые цели (покупка импортного оборудования), практически отсутствуют концепции современного развития производства и управления (например, очень редки программы значительного увеличения производительности труда, повышения конкурентоспособности продукции, если только этого не получается автоматически при покупке импортного оборудования), качественного улучшения квалификации управленцев и системы управления, которые (что общепризнано) находятся на низком уровне;
- в) за редким исключением, концепции и подходы к развитию предприятия на 3--5 лет не рассматриваются, так как в большинстве случаев задачи развития сводятся к просто реализуемым изменениям, для чего достаточно года-двух. Но даже когда делается попытка разработки планов развития на 3--5 лет, используются концепции долгосрочного, а не стратегического планирования, планирования практически без инноваций, что сильно снижает качество развития и ценность ожидаемых результатов;
- г) при развитии системы управления нередко слепое копирование западного, в основном американского, опыта без необходимого понимания и осознания того, что простое копирование малоэффективно из-за качественной разницы вышеназванных пяти ключевых факторов, определяющих концепции и подходы к формированию систем управления;
- д) широко распространённая особенность -- недостаточная для достижения значительных личных успехов мотивация менеджеров и сотрудников, которые по этой причине ограничиваются средним уровнем успеха и «от добра добра не ищут», не развивая ни себя, ни своего бизнеса, не понимая при этом, что таким образом закладывают под себя мину замедленного действия; ведь в условиях рыночной

экономики, в бизнесе постоянное значительное развитие -- необходимое условие выживания;

е) важная составляющая НКУ сегодняшней России -- распространившиеся чувства безысходности, апатии, пассивности, неверия в свои силы, глубокого недоверия к власти. Подобные негативные настроения просто исключают из числа активно действующих многих творчески мыслящих и инициативных сотрудников. В современной экономике без таких кадров невозможно создать конкурентоспособное высокопроизводительное предприятие. Для успешного решения непростых задач технологического и управленческого развития, для победы в конкурентной борьбе требуется много высококвалифицированных мотивированных менеджеров и сотрудников, нужно умение руководства предприятия полностью использовать их творческий потенциал. Нонака И., Такеуги Х. Компания -- создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / Пер. с англ. -- М.: ЗАО «ОНИМИ-Бизнес», 2006. Поскольку ни первого, ни второго существенно не хватает, эта составляющая «комплекса уникальности» России приводит к созданию системы управления, в которой преобладают чисто административные методы, к формированию иерархических бюрократических систем, время которых в современном, да и в российском бизнесе, прошло.

Если составляющие российского национального комплекса уникальности не изменятся, то успешное развитие большинства российских предприятий маловероятно. Поэтому сегодня необходимо использовать качественно новые составляющие российского НКУ. И это возможно. В существующей социально-экономической ситуации есть целый ряд факторов, которые могут составить основу качественно нового российского НКУ. В него должны и могут входить:

- а) подлинное стремление к технологическому превосходству предприятия на базе использования огромного, не имеющего мировых аналогов российского технического потенциала в форме высококонкурентных технологий, уже используемых в малых масштабах, и многочисленных технологических разработок, ещё не доведённых до уровня готовых технологий, но уже прошедших стадию «feasibility study», т. е. доказавших свою реализуемость и возможность получения значительных коммерческих и социальных выгод;
- б) значительный творческий потенциал российских рабочих и инженерно-технических работников, которые даже в сегодняшние трудные времена продолжают создавать уникальную продукцию;
- в) очевидно, что значительное отставание российских предприятий по трём ключевым факторам развития (производительность, конкурентоспособность и качество развития) требует качественно нового подхода к выбору целей и задач предприятия; система управления должна позволить руководству предприятия поставить реальные цели, которые обеспечат опережающее развитие предприятия по сравнению с его аналогами в развитых странах. Предприятие может добиться этого на основе использования технологического развития и методов стратегического планирования - единственного подхода, позволяющего обоснованно сформулировать крупные опережающие цели развития на 3--5 лет;

г) для того, чтобы успешно реализовать российский потенциал технологического превосходства и добиться опережающего развития, в первую очередь, необходимо качественное совершенствование системы переподготовки руководителей. Это - самая важная и трудная задача, требующая глубоких инноваций; главная идея может состоять в использовании подхода, при котором переподготовка соединяется с решением практических задач управления в реальных условиях предприятия (то есть по японскому варианту);

д) сложность и многоплановость четырёх вышеназванных составляющих нового российского «комплекса уникальности» требуют изменения постановки вопроса о сотрудничестве и совместной деятельности предприятий друг с другом и с властью на уровне администрации региона и муниципалитета. Одиночке в современном мире можно лишь выживать, развиваться же возможно только при глубоком сотрудничестве с партнёрами по бизнесу и власти. Существующий опыт корпоративного менеджмента многих стран даёт большой выбор интересных идей, некоторые из которых могут вполне успешно прижиться и на российской почве (таковы, например, создание кластеров (групп) предприятий). Интуитивно некоторые российские руководители приходят к этому, однако требуется развитие и адаптация этих идей к российским условиям, с выходом, например, на программы типа «Стратегия промышленного развития региона на пять лет» (большой срок -- неэффективный подход). Отмечу, что в начале 2003 г. Конгресс США принял закон, предписывающий каждому федеральному министерству разрабатывать пятилетнюю стратегию своего развития, т. е. современное развитие требует инновационных изменений на всех уровнях во всех системах управления;

е) общий подход к созданию, развитию и совершенствованию системы управления предприятием должен впитать в себя то ценное, что было накоплено за многие годы существования российского государства и, в первую очередь, в советский период;

ж) важной составляющей «комплекса уникальности» должно стать изменение отношения в обществе к проблеме управления вообще. Зачастую экономика и управление в России соединяются в нечто единое с общим содержанием развития; на самом деле между ними есть разница: экономика развивается на всех уровнях, в первую очередь, не под влиянием «невидимой руки» рынка, а под прямым влиянием конкретных управляющих воздействий: постановки целей и задач, выбора направлений развития, составления плана, установления системы контроля; если они неадекватны, не используют всего потенциала развития, то и развитие экономики предприятия будет ущербным, неэффективным, толкающим предприятие в пропасть банкротства. Таким образом, экономика и управление -- две ноги, с помощью которых предприятие и общество движутся, то есть развиваются; они должны соответствовать друг другу: для мощного развития экономики предприятия требуется мощная система управления.

Таким образом, новый «комплекс уникальности» российских концепций и подходов к созданию современных систем управления должен включать в себя твёрдую установку на опережающее развитие предприятия, основанное на уникальном технологическом потенциале самой России и её богатом опыте в этой области;

организации сотрудничества с партнёрами и властью в рамках стратегических региональных и межрегиональных программ, инновационностью в подготовке и переподготовке менеджеров; пониманию очевидного для всего мира определяющего положения: именно управление движет развитием предприятия, отрасли и т. д., а если развитие хромает, надо менять систему и методы управления, а не бюджет или таможенные правила, так как их несовершенство объясняется, в первую очередь, неквалифицированным управлением в структурах, руководящих этими сферами. Но для использования качественно нового российского национального комплекса уникальности при создании и развитии систем управления необходим и качественно новый уровень управленческих умений руководителей предприятий.

корпоративный менеджмент рыночный качество

2. Функции и принципы корпоративного менеджмента

Необходимо выделить в этой связи функции управления, присущие в большей степени корпорациям и крупным объединениям. Менеджмент в современной корпорации и его функции обладают рядом особенностей. На уровне отдельных предприятий функции менеджмента низшего и среднего звена почти не отличаются от функций менеджмента компаний, не входящих в объединенные структуры. На уровне материнского предприятия, головного предприятия холдинга обычно сосредотачиваются функции, являющиеся специфическими для объединений: инновационный менеджмент, стратегическое планирование, координация деятельности корпорации, концепция тотального маркетинга и управление качеством, финансовый менеджмент, информационный менеджмент, управление ресурсами, управление рисками.

Концепция тотального маркетинга и управления качеством - это долговременная интегрированная концепция, которая охватывает качество продуктов и услуг предприятия, что достигается своевременным действием всех работников с наименьшими издержками, чтобы оптимально удовлетворить потребности потребителей. Основа концепции - безграничная ориентация на потребителей, расширенное понимание клиента (поставщик - это тоже клиент, качество - это больше чем выполнение требований стандартов и спецификаций), поддержка, оказываемая ей всем персоналом управления, глубоко ориентированная политика качества, принцип производительности через качество и постоянные улучшения. Управление ресурсами - это деятельность по аккумулярованию, сосредоточению, обработке и направлению различных ресурсов корпорации на конкретный проект или на нужды отдельного предприятия по мере необходимости. Управление ресурсами включает в себя распределение между предприятиями корпорации нового оборудования, сырья, материалов, управление оборотными средствами, привлечением и распределением средств. Авторы считают, что управление процессами финансирования, информационными ресурсами, активами и имуществом является основной частью управления ресурсами.

Управление процессом финансирования - это динамический процесс привлечения и распределения финансовых ресурсов на инвестиции, обновление производственных мощностей, расширение производства.

Управление процессом финансирования включает в себя сбор и обработку информации по проектам, оценку эффективности, анализ издержек, выбор лучшего проекта, управление финансовыми потоками, прогнозирование финансовых поступлений и расходов, бюджетирование. Поскольку затраты на НИОКР и другие разработки, а также вложения в строительство новых предприятий начинают давать поступления лишь через некоторое время, необходимость в точных расчетах становится очень острой.

Частью стратегического планирования является стратегия корпорации - система управленческих и организационных решений, направленных на реализацию задач корпорации и выполнение обозначенной миссии. Для определения стратегии корпорации необходимо определить целый ряд параметров: положение на рынке, шансы и риски, достоинства и недостатки, конкуренция, место на рынке и др. Для этого используются методы анализа, позволяющие определить стратегическое положение компании в текущий момент, взаимодействие внутренних и внешних факторов, стратегические альтернативы, наилучшую стратегию. К этим методам относят тренды, портфельные анализы, прогнозы, сценарии, модели жизненных циклов, анализы рынков, отраслей, регионов, стран, конкурентов.

Однако в передовых корпорациях вместо концепции стратегического планирования применяется концепция стратегического менеджмента, т. е. трансформирование пассивного планирования в активное стратегическое управление.

Стратегическое управление включает в себя помимо элементов стратегического планирования еще и профессиональную компетенцию персонала, социальную компетенцию персонала и корпорации в целом, систему ценностей. Стратегическое управление - это активное отношение менеджмента к управлению предприятием.

Стратегическое управление основано на ряде предпосылок:

- изменения должны быть сформулированы применительно к каждому сотруднику компании и разработаны с его участием;
- обязательства корпорации должны восприниматься как обязательства конкретных людей;
- ориентация на будущее имеет такое же значение, как и текущие цели;
- основой всего является потребитель.

Стратегическое управление основано на тесной и развитой вертикальной и горизонтальной коммуникации между отделами, подразделениями и отдельными людьми. Концепция стратегического управления основана на следующих принципах:

- весь мир является нашим рынком;
- управляющие кадры - это основа всей корпорации;
- корпорация должна всегда быть первой на своем рынке;
- корпорация действует на динамичном, олигополистичном рынке;
- корпоративная культура должна быть всегда на высоте,

Естественно, что реализованная стратегия будет отличаться от запланированной.

Однако стратегическое планирование - это один из способов снизить нестабильность системы. Предприятия, не проводящие стратегических разработок и анализа, не имеют будущего.

Корпорация на современном этапе перестала носить чисто коммерческий характер и служить целям только одного лица или группы лиц. В настоящее время изменения в мире и развитие самих корпораций привели к тому, что корпорации стали нести социально - экономическую и общественно - политическую нагрузку. В связи с этим изменились и направленность корпораций, построение фирмами целей, определение миссии и стратегии.

Исследования немецких экономистов определили основные цели современных корпораций и предприятий, отражающие изменения в мышлении высшего руководства за последние 10 лет.

Прибыль, рентабельность и завоевание рынков становятся далеко не главными целями предприятий и объединений. Выдвигается теория о том, что прибыль становится уже не целью, а средством корпораций для достижения других, как правило, социально - экономических, общественных и психологических задач. Основными задачами предприятий становятся удовлетворение потребностей потребителей, повышение качества, обеспечение стабильности, охрана окружающей среды.

Заключение

Между тем, по признанию отечественных специалистов в области управления, есть, по крайней мере, пять соображений, обуславливающих актуальность проблемы развития отечественного корпоративного менеджмента:

1. Всё более значительна в жизни страны роль крупных корпоративных структур, уверенно занимающих место центров консолидации (собственности) и интеграции (финансов и промышленного капитала) ресурсов. Развитие этих структур будет способствовать достижению баланса во взаимоотношениях основных социальных групп и социальных институтов, вовлеченных в (рыночное) взаимодействие.
2. Качество корпоративного управления определяет эффективность соответствующих отраслей, регионов, а во многом - и экономики страны в целом. Улучшение корпоративного управления способствует повышению внутренней эффективности процессов в организациях и их переходу на качественно новый уровень.
3. Эффективное корпоративное управление предполагает прозрачность соответствующей информации, что в определенной степени может содействовать более полному раскрытию для общества информации о своей деятельности и принятию более предсказуемых решений.
4. Надлежащее корпоративное управление оказывает значительную поддержку отечественным инвесторам, увеличивая их потенциал не только в качестве участников экономической деятельности, но и как граждан страны, способствующих проведению реформ.
5. Корпоративный менеджмент способствует профессиональному развитию многих управляющих, акционеров, рядовых работников в вопросах определения корпоративной политики и стратегических перспектив организации.

Подводя итог, следует отметить, что, несмотря на высказывания руководителей западных компаний о социальной направленности деятельности корпораций,

прибыль, тем не менее, остается значащей целью, определяющей направление развития фирмы. Особенно это характерно для американских корпораций, европейских и японских объединений в Африке и Юго - Восточной Азии. Поэтому можно предположить, что прибыль играет в современном мире двоякую роль - цели и средства. С одной стороны, предприятия стремятся заработать и разбогатеть, с другой стороны, это становится не единственной целью, а средством для удовлетворения других потребностей - социального, общественного, психологического характера. Поэтому теперь в основании дерева целей корпорации, вероятно, будет не одна цель (прибыль), а несколько: прибыль, конкурентоспособность, самовыражение руководителей и сотрудников, обеспечение стабильности общества, качество, действия с учетом перспективы.

В этой связи корпоративный менеджмент должен занять особое место - как средство горизонтального управления, взаимодействия разрозненных функций частного капитала и государственной власти, взаимодействия корпораций и общества. При этом корпорациям необходимо учитывать основные тенденции развития общества, мировой экономики и политики и в связи с этим оптимизировать структуру корпораций на базе существующих организационно - правовых форм, внедрять смешанные формы, повышать гибкость и коммуникативность структур, матричной систематизации управления. Нами разрабатываются модель корпоративного менеджмента и программа подготовки экономистов - менеджеров корпоративного менеджмента в России.

Таким образом, применение принципов корпоративного менеджмента в управлении корпоративными системами открывает перспективы стабильного и эффективного развития новых форм взаимодействия.

Список использованной литературы

1. Амельцов Д.Ю. Анализ существующих систем управления в РФ и за рубежом - М., 2004.
2. Андронов В.В. Корпоративный менеджмент в современных экономических отношениях - М., 2007.
3. Коленсо М. Стратегия Кайзи для успешных перемен в организации / Пер. с англ. - М.: Инфра-М, 2008.
4. Мазур И. И. Корпоративный менеджмент. - М: Омега, 2005.
5. Мазур И.И. Корпоративный менеджмент. Справочник для профессионалов. - М.: Высшая школа, 2003.
6. Нонака И., Такеуги Х. Компания - создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах Пер. с англ. М.: ЗАО «ОНИМИ-Бизнес», 2006.
7. Райков А.Н., Маслова Н.Р. Стратегия планирования в регионах // Информация и бизнес. - 2004. - №2. - С. 3-5.

Размещено на Allbest.ur