

Секция «Государственное и муниципальное управление»

Эффективная постановка целей как инструмент формирования репутационных активов компании

Жилина Ольга Сергеевна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет

государственного управления, Москва, Россия

E-mail: OlgaZhilina102@yandex.ru

Одно из важнейших условий процветания компании – хорошая деловая репутация. В своей работе я хотела бы сформулировать понятие того, что мы понимаем под репутационными активами, и рассмотреть основные средства их формирования.

При описании деятельности компании основной упор, как правило, делается на способы и приёмы достижения и реализации целей. Эта тема, безусловно, является важной и заслуживает отдельного детального исследования, однако в своей работе я хотела бы обратить внимание на то, ради чего осуществляется вся деятельность той или иной организации, а именно, обратиться к вопросу эффективной постановки целей, а также выявить теснейшую взаимосвязь эффективной постановки целей и формирования положительной репутации.

Любая компания должна обладать основными приёмами целеполагания, такими как построение дерева целей, формулировка основных требований к целям и т.д. Внутренняя цель компании – то, на что направлена вся её деятельность, – обязательно должна быть ясна её сотрудникам, стейкхолдерам и обществу в целом. Своеобразным обоснованием положительного смысла деятельности компании является её миссия.

Правильно поставленные цели позволяют компании: определить стандарт («удовлетворительное положение дел компании»), к которому нужно стремиться; создать мотивацию для сотрудников и вовлечь их в деятельность компании; принимать правильные решения относительно взаимоотношений с основными стейкхолдерами компании.

В связи с тем, что компания осуществляет свою деятельность в условиях постоянно меняющейся внешней среды, существуют проблемы, связанные с гармонизацией целей и интересов основных групп влияния компании. Основываясь на данном утверждении, можно представить цель компании как результат взаимоуравновешенных целей всех её стейкхолдеров.

Эффективно поставленные цели содержат в себе практически всё необходимое для их достижения. Если компания способна эффективно ставить чёткие и ясные цели, то она занимает лидирующее положение среди конкурентов. А хорошая деловая репутация, в свою очередь, обеспечивает как высшему менеджменту, так и самой компании ряд существенных преимуществ, как то высокая заработная плата, привлекательность для инвесторов, приоритет в приобретении акций, продвижение по карьерной лестнице, способность привлечь наиболее талантливых сотрудников и др.

Далее я хотела бы обратиться к фактическим примерам, когда эффективная постановка целей позволила людям или компаниям заработать положительную репутацию на рынке.

Джека Уэлча называли самым жёстким боссом в мире, а потом он был удостоен титула «Менеджер столетия». По его словам, основа успеха – это «ясное осознание важно-

сти человеческого фактора в бизнесе, постоянное внимание к поиску, отбору и развитию сотрудников». Постановка любой цели, будь то повышение по служебной лестнице, увеличение производительности, привлечение талантливого сотрудника или нечто иное, всегда сопровождается тщательнейшим подбором команды единомышленников. Джек Уэлч умел ясно осознавать то, чего он хочет добиться; с головой уходить в работу; оценивать прошлый опыт и делать соответствующие выводы; приспосабливаться к изменяющимся факторам внешней среды; оставаться уверенным в своих силах и в то же время не отрываться от реального положения дел; без усталости учиться, в том числе у своих подчинённых.

По мнению одного из самых известных специалистов в сфере ведения переговоров, профессора Уортонской школы бизнеса, Стюарта Даймонда, главное в переговорах – предельно ясное понимание своей цели и цели оппонента. Во-первых, нужно чётко осознавать, чего именно Вы желаете добиться в конкретной ситуации, во-вторых, понять, кто Ваш оппонент. Вы должны попытаться не думать ни о чём другом, все ваши действия должны подводить Вас к целям, остальное не имеет значения. Одна лишь постановка цели повышает эффективность действий более чем на 25%.

Литература

1. Долгоруков А. М. Стратегическое искусство: целеполагание в бизнесе, разработка стратегий, воплощение замысла в жизнь. М. ООО "1С-Паблишинг 2004.
2. Джек Уэлч, Джон А. Брин. Джек. Мои годы в GE. М., Манн, Иванов и Фербер. 2007 г.
3. Стюарт Даймонд. Переговоры, которые работают. 12 стратегий, которые помогут вам получить больше в любой ситуации. М., Манн, Иванов и Фербер. 2011 г.