

УДК 659.13

Ю.В. Фейгина (6 курс, каф. ПиК), К.П. Косенков, асс.

МЕТОДОЛОГИЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ОЦЕНКИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА СПЕКТРА ВОЗМОЖНОСТЕЙ КОМПАНИИ

Последнее время российские компании сталкиваются с необходимостью повышения эффективности своей деятельности. Возрастает конкуренция на внутреннем рынке, работа на внешнем рынке требует от компании высокой конкурентоспособности. В связи с этим для компаний как нельзя более актуальной становится проблема улучшения бизнес-процессов.

Предлагаемая методика определения и оценки стратегического потенциала спектра возможностей компании позволяет сотрудникам предприятия (желательно представляющим разные подразделения и направления) совместно с консультантами определить возможности, преимущества и недостатки компании. Конечным результатом такой работы должна стать таблица ключевых возможностей. Ключевые возможности – это комплекс специфического опыта и технологий (а не отдельно опыт и технологии) который имеет исключительную ценность для потребителя, отличает обладателя таковым от конкурентов и позволяет выходить на новые рынки. Такая процедура очень полезна для выявления неявных знаний в компании, она дает хотя и субъективную, но достаточно интересную информацию. К тому же, она заставляет сотрудников задуматься об эффективности своей деятельности.

Основные этапы методики:

1. *Схематическое изображение цепочки создания ценности.* Структурирование деловой активности вашей компании в цепочку внутреннего процесса производства, как показано ниже. Процесс производства подразумевает любую деятельность или виды деятельности, которые подразумевают входящую составляющую, добавление к ней каких-либо качеств и выходящий продукт для внутреннего или внешнего потребителя

2. *Выделение ключевых факторов успеха (КФУ) для цепочки создания ценности.* КФУ характеризуют сегмент рынка, в котором ваша компания конкурирует. Они не являются присущими только вашей компании. КФУ, как следует из названия, указывают жизненно важные критерии, которые надо выполнить для достижения успеха.

3. *Определение ключевых возможностей компании.* Эти возможности складываются из широкого спектра фундаментальных видов деятельности, основанных на опыте, мастерстве и тех дисциплинах, которые применяются в вашей компании. В то время, как КФУ, полученные на предыдущем этапе, определяют внешнюю конкурентоспособность, возможности, которые будут определены на этом этапе, определяют внутреннюю компетентность вашей фирмы.

4. *Определение степени контроля компании над ключевыми возможностями.* Оценка конкурентоспособности и уровень контроля фирмой своих возможностей, определенных на прошлой стадии. Возможности, на основе конкурентоспособности, могут быть классифицированы как появляющиеся, периодические, ключевые или базовые.

5. *Определение этапа развития ключевых возможностей.* Формулирование стратегических рекомендаций на базе комплекса возможностей, определенного на предыдущей стадии.

6. *Построение матрицы “портфель ключевых возможностей”.* Выводы на основе всех предыдущих этапов.