

Т. Е. Чечулина М. В. Кузьмина

Проще простого в менеджменте

Сборник статей



М. В. Кузьмина

Т. Е. Чечулина

Проще простого в менеджменте. Сборник статей

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=31726487

ISBN 9785449070135

Аннотация

«Проще простого» в менеджменте – эта книга напоминалка тем, кто уже успел забыть азы менеджмента, и, возможно, открытия «Фомам неверующим». В книге специально собраны небольшие статьи по многим разделам управления, ведь мы «полевые» консультанты, а не писатели и больше всего верим в силу живого общения. Будем очень рады, если Вы найдете хотя бы одну «изюминку» во всей информации и построите на ней свою работу и получите прибыль больше и быстрее, нежели те, кто не увидел этой «изюминки». Удачи!

Содержание

От авторов	5
Менеджер —	7
Неопознанные ресурсы	8
Самодиагностика	11
Инновационный менеджмент	15
Конец ознакомительного фрагмента.	17

Проще простого в менеджменте Сборник статей

**Т. Е. Чечулина
М. В. Кузьмина**

© Т. Е. Чечулина, 2018

© М. В. Кузьмина, 2018

ISBN 978-5-4490-7013-5

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

От авторов

Это издание, которое Вы сейчас держите в руках, скорее относится к виду **корпоративных изданий для клиентов**.

Имея огромный 22-летний опыт работы в консультировании предприятий и процессов, в них протекающих, не только на территории города, но и по всей России и за рубежом, мы накопили огромный багаж практических методик, применение которых дает прекрасные результаты, являемся авторами более 60 методик в области управления предприятием, статей и интересных моментов, которые хотим подарить Вам.

«Проще простого» в менеджменте – эта книга напоминка тем, кто уже успел забыть самые азы и возможно открытие «Фомам неверующим». В книге специально собраны небольшие статьи по многим разделам управления, ведь мы «полевые» консультанты, а не писатели, соответственно больше всего верим в силу живого общения. Всегда открыты для заинтересованных в развитии и продвижении Менеджеров.

И будем очень рады, если Вы найдете хотя бы одну «изюминку» во всей информации окружающей Вас. И постройте на ней свою работу, и получите прибыль больше и быстрее,

нежели те, кто не увидел этой «изюминки»

Удачного Вам Года и процветания!

* * *

Консалтинговая группа «МЕТОД»

Уникальность в сочетании в одной консультации руководителей:

вопросов управления и организационного развития предприятий

и психологии бизнеса.

- Быстрота нахождения выхода из сложившейся ситуации
- Определение дальнейших путей развития
- Передача современных методик управления
- Вместо типовых программ – индивидуальные, корпоративные

Хорошие менеджеры

не только делают

деньги, но создают смысл существования

ДЛЯ ЛЮДЕЙ

Т. Питерс, Р. Уотерман.

Менеджер —

человек, профессионально осуществляющий функцию управления в рыночной системе отношений.

Менеджер должен понимать природу

Управленческих процессов, уметь

распределять ответственность по уровням управления,

знать экономику и маркетинг, информационную технологию, уметь планировать и прогнозировать развитие деятельности своей фирмы.

Не менее важно быть специалистом по работе с людьми: уметь строить взаимоотношения с подчиненными, между фирмой и клиентами, с другими фирмами, уметь принимать решения в сложных

изменчивых ситуациях,

ясно и доходчиво излагать свои мысли.

Менеджер обязательно должен думать о своих индивидуальных возможностях,

адекватно оценивать себя и свое поведение;

быть способным к личностному росту и рефлексии.

Неопознанные ресурсы

Практически на всех встречах с руководством предприятий мы слышим вопрос:

«Что еще нужно сделать для увеличения нашей прибыли?»

Как правило, мы имеем ввиду финансовую прибыль. Но ведь существует не одна, а **3 составляющих общей прибыли** предприятия.

1 – финансовая (экономическая?)

2 – юридическая (зависит от правильности составленных договоров)

3 – управленческая.

Абсолютное большинство наших руководителей не подозревают о наличии, существовании управленческой прибыли. Это понятие ввел в наш консалтинг, светлая ему память, Раппорт Валентин Шулимович – один из первых консультантов по управлению Советского Союза. Это очень выгодное понятие. Оно вызывает оживленное внимание, когда оказывается, что **эффективность можно повысить**

(в том числе и экономическую) не только за счет внедрения новой бухгалтерской системы, новшеств в финансовом менеджменте или же новых технологий, но **и за счет управленческих нововведений**. Вот эта **управленческая прибыль** ресурс неопознанный, скрытый от большинства

руководителей, которые к нему еще не прикасались.

В вопросах управления предприятием существует множество неопознанных ресурсов.

Например, консультанты нередко обнаруживают у своих клиентов один из таких неопознанных ресурсов, как отсутствие *команды управления*, даже непонимание ценности работы в управленческой команде. В состав команды должны входить руководители не только высшего уровня управления, но и средних, и даже низших звеньев. Это группа руководителей, которая в постоянном составе по определенным командным правилам работает над перспективой своей организации. Часто в ответ на вопрос первому руководителю, есть ли у вас управленческая команда, звучит утверждение «Да!». Но на проверку оказывается, что это просто группа заместителей, которые его понимают, охотно за ним идут, но они не согласованны по горизонтали. Они не работают на синергию, т.е. не используют те нормы и методы командной работы, которые обеспечивают эффект « $2+2=5$ ». И когда показываешь клиенту, что он на этом теряет, ему остается решать, нужна ли ему управленческая команда или нет.

Я совсем не хочу сказать, что она нужна всем. Каждый клиент уникален, иногда уникальность доходит до исключительности. Есть определенные ситуации, когда команда не нужна, и вполне достаточно этой самой группы заместителей.

Такая же картина складывается и с другими управленче-

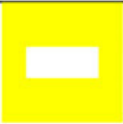
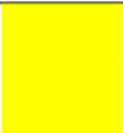

скими инструментами.

В неопознанных ресурсах может оказаться и структура, и стратегия развития предприятия.

И далеко не всегда оказывается, что там, где 10 предприятий нашли свой неопознанный ресурс, и 11-е предприятие его найдет тут же. Поэтому индивидуальный подход и осознание уникальности каждого клиента важное условие в работе консультанта.

Самодиагностика

Предложение: заполняйте столбик за столбиком, не поддавайтесь соблазну заполнять строку за строкой.

Области Вашей деятель-ности	Распре- делите, пожалу- йста, Ваше время, принад- лежащ- ее бизне- су	Вы бы были довольн- ы, если распред- елилось время так:	Я думаю, ощуща- ю и вижу, что поскор- ее надо что- либо сделат- ь в:
	%	%	Отмет- ьте значко- м
1	2	3	4
Решение производствен- ных задач			
Финансовое управление организацией(предприятием)			
В области маркетинга и рекламы			
Продажа			

персоналом			
Работа (борьба) с конкуренцией либо партнерами по бизнесу			
Работа управленческо й команды			
Внутрифирмен ная культура, имидж			
	100 %	100 %	

Результат самодиагностики:

Если Вы четко отмечаете
потребность к изменениям, то произвести их надо!

Отмеченные области Вашей деятельности в графе
№4 на выделенном фоне относятся в консалтинге к области
менеджмента, который способен обеспечить их инновация-
ми, решениями проблем.

Отмеченные области Вашей деятельности в графе
№4 на НЕ выделенном фоне относятся к финансовому кон-

салтингу.

Инновационный менеджмент

Управленческие нововведения намного выгоднее, намного дешевле, чем, скажем, технические, технологические, поскольку здесь не требуется много денег, чтобы купить оборудование. Здесь не требуется никаких изменений в планировке, не требуется инвестиций и т. п. При этом реализация управленческих нововведений намного труднее, чем нововведений технологических, ибо управление нововведения связаны с изменением поведения, привычек и представлений, деловой культуры.

В области инновации существует негласное и неумолимое правило: для того, чтобы что-то менять, развивать, изменять, улучшать, совершенствовать, рационализировать или обновлять, нужны идеи.

При этом имеет значение и количество идей: 1 идея – хорошо, 2 – лучше, 3 – великолепно, поскольку появляются варианты. Источники инновационных идей могут быть как внутренние, так и внешние.

В литературе понятие «инновация» (нововведение) обычно рассматривается в своем «итоговом значении», то есть как конечный результат внедрения новшества. Мне представляется, данное понятие является «технологичным» или проявляет свои значения через логическую последователь-

ность, определяемую цепочкой «идея – внедрение – результат».

Итак, **инновация – это:**

Во-первых, определенный набор информации, содержащий инновационную идею (инновационную – как разновидность информации и в этом смысле как предполагаемое новшество).

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.